

UDON lleva su cocina asiática saludable a Estados Unidos, Puerto Rico y República Dominicana

UDON, la cadena líder en restauración asiática en España, aterriza por primera vez en Estados Unidos y focaliza su plan de expansión internacional en el continente americano

A nivel nacional, UDON abrirá nuevos restaurantes en Lleida, Barcelona y Vitoria en el próximo trimestre y planea crecer en Madrid, Levante y Andalucía

Con las nuevas incorporaciones, UDON supera los 70 establecimientos y confía alcanzar los 100 en 2024

[UDON Asian](#) Food relanza su plan de expansión internacional y en el segundo semestre del año abrirá restaurantes en Estados Unidos (Miami), República Dominicana y Puerto Rico. El grupo líder en restauración asiática en España aterriza por primera vez en Estados Unidos con un establecimiento propio con el que quiere testar el mercado norteamericano para abrir después nuevos restaurantes a través de franquiciados. El nuevo UDON de Miami será un local de 240 m2 ubicado en Wynwood, barrio de moda en la ciudad, epicentro de la industria creativa y el arte urbano.

Dentro de su plan internacional, [UDON](#) también inaugurará este año dos restaurantes en los aeropuertos de Puerto Rico (Luis Muñoz Marín) y República Dominicana (La Américas). Lo hará a través de franquicia tras un acuerdo con MGI, un grupo

puertorriqueño que incluye empresas de servicios y restauración en aeropuertos del Caribe. En su nuevo plan estratégico, UDON focaliza su crecimiento internacional en el continente americano, especialmente en países como Estados Unidos, México, Panamá, Colombia o Chile.



UDON lleva su cocina asiática saludable a Estados Unidos, Puerto Rico y República Dominicana

Fuera de España, [UDON](#) ya tiene un restaurante en Portugal y otro en Andorra. Tanto en México como en Portugal tiene dos franquicias más pendientes de finalizar obras. A finales de 2021, la cadena tendrá 7 restaurantes en el extranjero.

A nivel nacional, UDON acaba de inaugurar una nueva franquicia en Barcelona (Gran de Gràcia) y abrirá dos más en Lleida y Vitoria en las próximas semanas, que se sumarán a los 67 restaurantes actuales. La cadena se marca como prioridad crecer en Andalucía, en la zona de Levante y también en Madrid, donde tiene 8 restaurantes pero solo dos a pie de calle. Su modelo de futuro son locales de mayor dimensión, en

la calle o centro comercial, y, a ser posible, con terraza. También mantiene su preferencia por multifranquiados, gestores experimentados en el sector de la restauración, que conocen el mercado y con diversos establecimientos en propiedad. De hecho, más de la mitad de sus franquiciados tienen más de un UDON. El objetivo de la cadena es volver a crecer a un ritmo de entre 10 y 15 restaurantes por año, con lo que podría alcanzar los 100 establecimientos en 2024.

Jordi Pascual, cofundador de UDON, asegura que “afianzar nuestro concepto de cocina asiática de calidad, saludable y sostenible es nuestro principal objetivo. El segundo es volver a crecer con paso seguro, con nuevos restaurantes en puntos en los que sabemos que podemos abrir un UDON minimizando al máximo el riesgo.” **Pascual** añade: *“es evidente que ha sido un año difícil para el sector pero somos muy optimistas: tenemos clientes que ‘aman’ la marca no solo por nuestros platos, sino porque nos mueven valores como el respeto al medio ambiente o la innovación, que para nosotros son prioritarios.”*



Nuevo Udon en el barrio de Wynwood, Miami

Abanderados del 'casual food' saludable y sostenible

La hoja de ruta de UDON va más allá de los planes de crecimiento y apuesta por afianzar el concepto UDON: cocina asiática de calidad, saludable, sostenible y a un precio justo. En definitiva, un modelo de 'casual food' (comida informal pero sana y de calidad) asiático totalmente alejado del 'fast food'.

La cadena, además, redobla su apuesta por ser la cadena española referente en sostenibilidad. Ya ha eliminado el plástico de sus restaurantes y servicios de delivery y avanza en la extensión de la energía verde en sus establecimientos. Además, UDON apuesta por los productos locales de calidad y de temporada (verduras ecológicas, huevos de corral, pollo y ternera con certificado de bienestar animal, salmón sostenible, etc). De hecho, ha sido la primera empresa española en firmar el European Chicken Commitment, por el que se compromete a trabajar solo con proveedores que demuestren, a través de auditoría, que respetan los máximos estándares de bienestar como no usar ningún tipo de jaula; limitar la densidad de población en sus recintos; cumplir los máximos requerimientos en cuanto a calidad del aire, etc. También es la primera cadena española que sirve solo salmón con el sello ASC, garantía de sostenibilidad.





Sobre UDON

[UDON Asian Food](#), el grupo de comida asiática líder en nuestro país, nació en 2004 como un negocio familiar y hoy es un referente en gastronomía asiática de calidad, con una oferta inspirada en las tascas tradicionales japonesas, con más de 400 años de historia, y en los restaurantes especializados en fideos asiáticos.

Su éxito ha hecho que, hoy, UDON cuente con 67 restaurantes y más de 850 trabajadores en las principales ciudades de la península. En 2020, Hostelería de España le ha otorgado el Premio Nacional de Hostelería en la categoría de Innovación por su desarrollo innovador de la gastronomía asiática con un carácter saludable, equilibrado y nutritivo y una fórmula sencilla: salud y sabor.

Unos 14.500 temporeros españoles viajarán a Francia para la vendimia, según UGT

Unos 14.500 temporeros españoles viajarán a Francia este año para trabajar en la vendimia, lo que supone un leve aumento respecto a 2020, según las previsiones presentadas este viernes por la Federación de Industria, Construcción y Agro (FICA) de UGT.

[Efeagro](#)

Un 75 % de estos **trabajadores** procederán de Andalucía (10.900), 1.000 partirán de la Comunidad Valenciana, 650 de Murcia, 450 de Castilla-La Mancha y el resto saldrán de otras comunidades autónomas, según ha informado en rueda de prensa la secretaria de migración de FICA-UGT, **Lucía García Quismondo**. En comparación con los datos difundidos por el sindicato el año pasado, la presencia de temporeros españoles en la **vendimia francesa** sube en 500 personas (14.000 jornaleros en 2020) y el incremento corresponde a los trabajadores procedentes de Andalucía.

García Quismondo ha explicado que el repunte se debe a una mayor producción [vitivinícola francesa](#), y ha detallado que de los temporeros españoles un 58 % son hombres y un 42 %, mujeres.

Los temporeros empezarán a viajar a Francia a mediados de agosto, una gran parte en autobuses desde Bailén (Jaén); el 90 % ya estuvo en otras vendimias en temporadas anteriores.

Los primeros jornaleros se desplazarán al sur francés, a la zona de **Perpiñán**, más temprana, y poco a poco, sobre todo a finales de agosto, acudirán otras regiones vitivinícolas; la más tardía es la de los viñedos de **Burdeos**.

La recogida de la uva dura entre 20 y 25 días, pero algunos temporeros permanecen en Francia 40 o 50 días porque se desplazan entre zonas de cultivo.



Unos 14.500 temporeros españoles viajarán a Francia para la vendimia, según UGT

Incluso hay casos de jornaleros españoles que pasan unos seis meses en el país, porque enlazan el viñedo con campañas de recolección de fruta.

García Quismondo ha subrayado que la vendimia francesa es *“muy atractiva”* para este colectivo, ya que, ha asegurado, son muy valorados como *“mano de obra cualificada”* y las condiciones salariales son *“bastante más favorables que en España”*.

En ese sentido, ha concretado que los temporeros percibirán

10,5 euros por hora en la vendimia francesa, un 1 % más que lo recibido el año pasado, y si se superan las 35 horas semanales el salario incrementa según el cómputo de horas.



Viñedos en Francia. Efeagro/Comité Champagne

Además, también tienen derechos que repercuten en la jubilación o el acceso a prestaciones familiares, si el trabajador o la trabajadora tiene a su cargo al menos dos hijos menores de 20 años.

“Si estas condiciones se dieran en el sector agrario en España, los trabajadores se quedarían”, ha añadido García Quismondo, quien ha afirmado que el trato al jornalero en el campo nacional es *“mejorable”* y que por ello sigue habiendo desplazamiento de españoles a las campañas de Francia o a Bélgica.

Condiciones seguras con contrato en origen y alerta contra el fraude

Dentro de las actuaciones de FICA-UGT para asesorar a los temporeros que viajan a la vendimia francesa, en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, se ha habilitado un teléfono (900 382 848) y el sindicato ha realizado talleres donde insiste en que los trabajadores deben trasladarse con contrato en origen.

[FICA-UGT](#) les aconseja que *“no vayan a la aventura”*, viajen en transportes autorizados o en los autobuses de líneas regulares, eviten las empresas de trabajo temporal españolas - porque después no se beneficiarían de las prestaciones sociales francesas- y desconfíen de ofertas de grupos aparentemente más cuantiosas, pero que en la práctica son fraudulentas.

El nuevo pacto pesquero entre la UE y Mauritania mantiene licencias para España

La Unión Europea (UE) y Mauritania han alcanzado un nuevo acuerdo de pesca que mantendrá las posibilidades de capturas de la flota para España, una *“excelente noticia”*, según el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.

[Efeagro](#)

El acuerdo, que tendrá una duración de cinco años, ofrece permisos para **68 barcos de Andalucía, Canarias, Galicia y el**

País Vasco.

El ministro ha recordado que [España](#) es el primer beneficiario del acuerdo con Mauritania y ha felicitado a la Comisión Europea (CE) por su renovación.

Asimismo, ha señalado que la flota mantiene sus posibilidades pesqueras respecto al convenio anterior y que entrará en vigor el 15 de noviembre, cuando expire la prórroga del presente acuerdo.

Planas se desplazó a Mauritania el pasado [marzo de 2020](#), previamente a la pandemia, para hablar con las autoridades de ese país y contribuir a un compromiso, aunque en estos acuerdos es la CE quien negocia en nombre de la UE con países terceros.

Según ha explicado el Ministerio en un comunicado, con el pacto se podrán beneficiar hasta un máximo de 68 embarcaciones españolas, lo que supone “la totalidad de las posibilidades de pesca del protocolo anterior, con algunas mejoras técnicas”.

El acuerdo con Mauritania es **el más importante para la UE en materia pesquera** y todavía debe ser ratificado por ambas partes, pero se aplicará de forma provisional a partir del 15 de noviembre, fecha en la que acaba la prórroga del protocolo actual.

El ministro ha recordado que España es el primer beneficiario del acuerdo con Mauritania y ha felicitado a la Comisión Europea (CE) por su renovación.

En contrapartida, prevé una contribución financiera de la UE a Mauritania por valor de **62 millones de euros para los dos primeros años**, y una revisión a partir de la tercera campaña para ajustarlo a las posibilidades de capturas utilizadas durante las temporadas precedentes.

Los cánones que abonarán los armadores se incrementan en un promedio del 5 %, con ajustes para reflejar el precio de los

mercados para las diferentes especies.

Por categorías, el nuevo acuerdo ofrece posibilidades pesqueras para **5.000 toneladas anuales por parte de los marisqueros**, y hasta 25 licencias simultáneas en esta modalidad, que utilizará íntegramente la flota española de Huelva.

Los **buques de merluza en fresco** tendrán posibilidades pesqueras para un volumen de 6.000 toneladas y cuatro arrastreros gallegos; se eliminan las licencias para palangre de fondo no utilizadas en el convenio anterior y también estará permitida la retención de pota, crustáceos y de aceite de hígado.



El nuevo pacto pesquero entre la UE y Mauritania mantiene licencias para España. Efeagro/EPA/Mohamed Messara

Para **arrastreros congeladores**, las posibilidades serán de 3.500 toneladas de merluza, 1.450 toneladas de calamar y 600 toneladas de sepia, con 6 licencias, todas ellas para embarcaciones con puerto base en Canarias.

Para especies demersales distintas a la merluza negra, habrá unas posibilidades de captura de 3.000 toneladas y esta categoría será la única en la que no sube el canon, quedando en 105 euros por tonelada; se beneficiarán seis buques palangreros gallegos que extraen palometa negra en fresco.



El acuerdo, que tendrá una duración de cinco años, ofrece permisos para 68 barcos de Andalucía, Canarias, Galicia y el País Vasco.

Los **atuneros cerqueros congeladores** mantienen un tonelaje de referencia de 12.500 toneladas, con incrementos de canon progresivos de 70 euros actuales a 80 euros por tonelada; esta categoría atañe a 10 buques congeladores vascos y 2 gallegos.

El acuerdo ofrece posibilidades de pesca a 15 unidades de atuneros cañeros y de palangre de superficie, con un tonelaje de referencia de 7.500 toneladas; de ellos 14 son españoles (7 vascos y el resto gallegos y andaluces).

Para la **flota pelágica arrastrera congeladora** (sardina,

caballa o jurel), el acuerdo permite la captura de 225.000 toneladas de referencia y beneficia sobre todo a buques del norte de la UE, mientras que España aprovechará una licencia gracias a una cesión temporal de Polonia y pedirá, además, la asignación de posibilidades que tenía el Reino Unido antes del Brexit.

Pescadores satisfechos salvo marisqueros andaluces

La patronal de armadores [Cepesca](#) ha valorado el acuerdo pesquero entre la Unión Europea (UE) y Mauritania, que permitirá la continuidad de los pescadores en el caladero norteafricano, aunque la flota marisquera andaluza sale menos beneficiada y *“menos satisfecha”*, porque deberá pagar más cánones y no ha conseguido ninguna mejora.

El secretario general de Cepesca, Javier Garat, ha reaccionado así, en declaraciones a Efeagro, sobre la renovación del protocolo pesquero, por cinco años.

En su opinión, el acuerdo es una “buena noticia”, porque **evitará que la flota abandone las aguas mauritanas** y, en general, mantiene las posibilidades de capturas para los buques españoles que operan allí, un total de 68 navíos.



El secretario general de Cepesca, Javier Garat

El acuerdo encarece los cánones que deben abonar las empresas armadoras, en una media del 5 %, aunque depende de la modalidad; solo la flota que extrae palometa se salva de esa subida.

Sin embargo, pese al aumento del canon, *“todas las categorías han logrado alguna mejora, menos la de los marisqueros andaluces”*, según Garat.

Por ello, la reacción de esta flota, con puerto en Huelva (unos 25 barcos interesados en el caladero), es “menos efusiva” ante el acuerdo, ya que “no están contentos” porque **no se han atendido peticiones técnicas**, como el incremento de zona de faena, de acuerdo con el secretario general de Cepesca.

No obstante, Garat ha apuntado que el resto de las flotas afectadas por el pacto (de Galicia, Canarias o País Vasco) están satisfechas en general y que es positivo que se hayan cerrado las negociaciones con éxito.

El Gobierno español y el sector agroalimentario celebran el pacto sobre los aranceles

El Gobierno español y las organizaciones del sector agroalimentario han celebrado este martes el acuerdo alcanzado por la Unión Europea (UE) y Estados Unidos (EE.UU.), por el que ambas partes suspenden por cinco años los aranceles en el marco de conflicto Boeing-Airbus.

[Efeagro](#)

El acuerdo, anunciado en Bruselas en el marco de la cumbre entre la UE y EE.UU. es una tregua al **litigio que empezó hace 17 años**, por las ayudas respectivas a los gigantes aeronáuticos, y que ha supuesto aranceles que han afectado a productos como el aceite de oliva, el vino, los cítricos, las aceitunas o los quesos.

Los aranceles están actualmente interrumpidos, gracias a un acuerdo ya logrado entre ambas partes el pasado mes de marzo; la prórroga de cinco años entrará en vigor el 11 de julio, según el compromiso, por el que ambas partes intentarán soluciones para evitar litigios futuros.

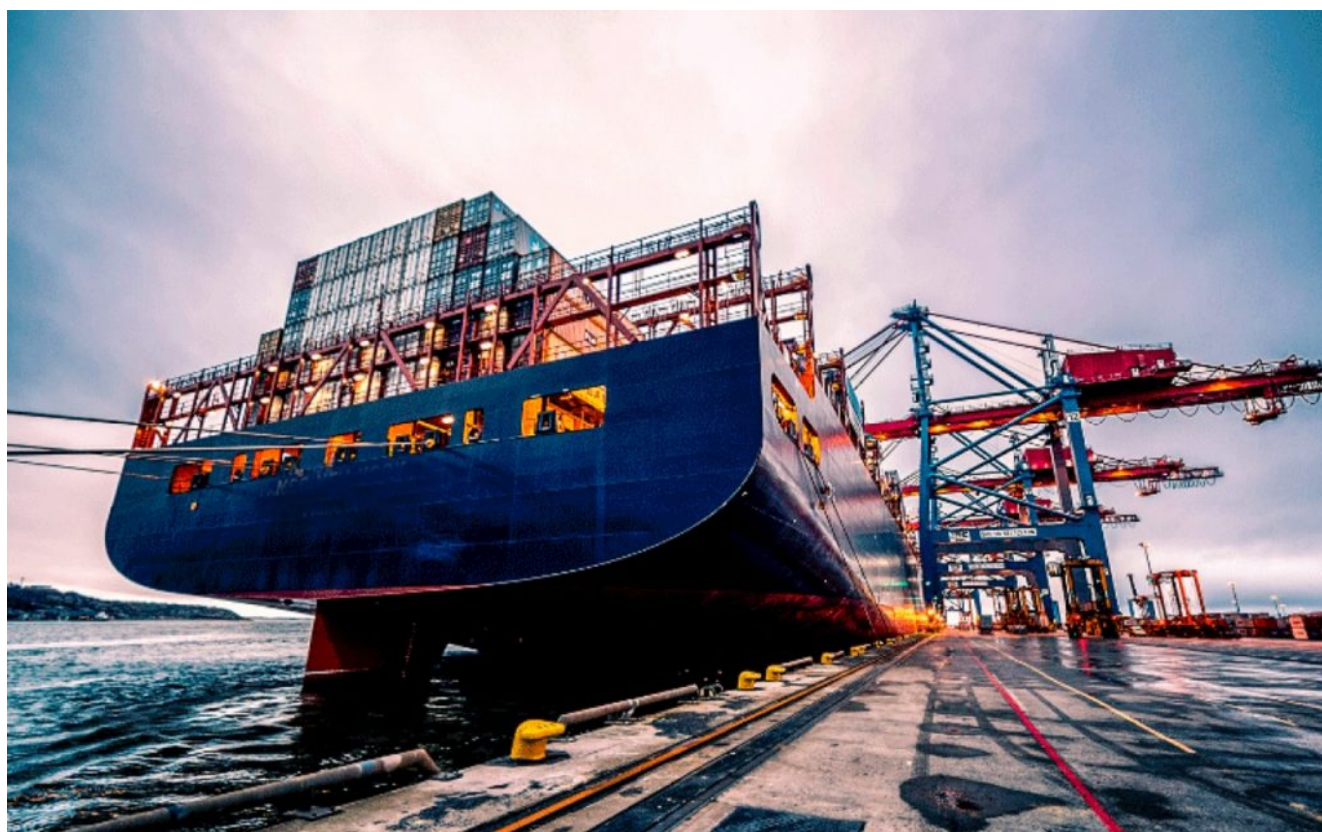
La presidenta de la Comisión Europea (CE), **Ursula von der Leyen**, ha subrayado que el acuerdo muestra un *“nuevo espíritu de cooperación”* transatlántica.

Los ministerios de Industria, Turismo y Comercio y de

Agricultura, Pesca y Alimentación han celebrado el acuerdo y han destacado que permitirá recuperar la exportaciones a EE.UU.

La titular de Industria, **Comercio y Turismo, Reyes Maroto**, ha subrayado que permite recobrar unas operaciones *“clave para nuestras empresas y para la recuperación de la economía española”*, mientras que el titular de [Agricultura](#), Luis Planas, ha apuntado que los aranceles han gravado *“injustamente”* los envíos españoles.

La disputa había afectado a productos de la industria de alimentación y bebidas españolas que representan el 53,1 % de los bienes exportados a EE.UU., según la plataforma de sectores afectados por los aranceles.



El Gobierno español y el sector agroalimentario celebran el pacto sobre los aranceles

Estados Unidos fue el segundo destino principal no europeo de las exportaciones agroalimentarias **españolas en 2020 (5,7 %)**, **solo superado por China (11 %)**; contando los clientes europeos ocuparía el sexto lugar, según la patronal de industrias

alimentarias FIAB.

En 2020, España vendió productos agroalimentarios a EE.UU. por 2.085 millones de euros, según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

La industria alimentaria española ha recibido con *“mucho alivio”* la suspensión de los aranceles, según el director general de FIAB, Mauricio García de Quevedo, quien ha destacado que se abre ahora una nueva oportunidad **para que España fortalezca** su posición en ese mercado.

El director general de la Federación Española del Vino (FEV), José Luis Benítez, ha expresado su satisfacción por una *“excelente noticia”* que acaba con una situación que era *“tremendamente injusta”* y que devuelve el optimismo a las bodegas españolas en Estados Unidos.

Cooperativas Agro-alimentarias de España ha celebrado el acuerdo también y ha pedido apoyo institucional para que los productores recuperen el mercado estadounidense ya que, según sus datos, **las exportaciones a ese país cayeron un 17 % en 2020.**

Por su parte, el presidente de la organización agraria [Asaja](#), Pedro Barato, ha declarado que el pacto es *“una decisión muy positiva”* para las exportaciones españolas agroalimentarias al mercado estadounidense.

En relación a dichas exportaciones, la organización agraria COAG ha cifrado en *“más de 2.000 millones de euros”* las ventas que salva España gracias al compromiso, que su secretario general, Miguel Blanco, ha calificado como **un “balón de oxígeno” para los agricultores.**

Sin embargo, siguen aplicándose las represalias aduaneras de EE.UU. contra la aceituna negra de mesa, asociadas a un litigio distinto, que comenzó en 2018, vinculado a un proceso *“anti-dumping”*, impulsado por la Administración del expresidente Donald Trump contra las subvenciones comunitarias.

Javier Sanz y Juan Sahuquillo, del restaurante español Cañitas Maite, premio Cocinero Revelación

Javier Sanz y Juan Sahuquillo, del restaurante Cañitas Maite en Casas Ibáñez (Albacete), se han hecho este miércoles con uno de los más codiciados y prestigiosos premios de Madrid Fusión, el de Cocinero Revelación, que han recogido entre lágrimas y después de abrazarse de rodillas en el escenario.

Efeagro

Tras una votación secreta de 80 periodistas especializados y gastrónomos, estos dos cocineros amigos desde la infancia se han hecho con un galardón que va ya por su décimo novena edición y en cuyo palmarés figuran **David Muñoz (DiverXO)**, **Ricard Camarena**, del restaurante homónimo; **Diego Gallegos (Sollo)**, **Rodrigo de la Calle (El Invernadero)**, **Javi Estévez (La Tasquería)** y la ganadora de la pasada edición, **Camila Ferraro (Sobretablas)**.

Se han impuesto a otros siete candidatos, de los que han quedado en segundo lugar Luiti Callealta (Ciclo, Cádiz) y en tercero Julen Baz (Garena, Lamindao, Vizcaya).

Javier Sanz y Juan Sahuquillo son amigos desde la escuela y cocineros en [Casas Ibáñez](#) (Albacete), donde dirigen dos restaurantes: una casa de comidas y otro espacio anexo “con

serias aspiraciones gastronómicas”, ha destacado un jurado que ha valorado *“sus conocimientos técnicos, dosis de desparpajo y talento creativo, actitud que hacen extensiva a su empeño **por recuperar platos tradicionales manchegos**”*.

Trabajan con productos excepcionales y han irrumpido “como un vendaval en los ámbitos de la alta cocina”.

Emocionados tras recibir el Premio Cocinero Revelación, que valoran como *“un reconocimiento del trabajo y la pelea, del volver a casa para poner en valor los productos de nuestro entorno y mostrar algo diferente al mundo de la gastronomía”*.

Durante la pandemia, *“momentos duros”*, lanzaron nuevas propuestas como arroces y hamburguesas a domicilio, pero ya trabajan en su próximo proyecto, un restaurante de alta cocina en la planta superior de la actual ubicación de [Cañitas Maite](#), **que abrirán en septiembre**. *“Será algo único por estar en ese pueblo y por lo que vamos a ofrecer”*, anuncia a [Efeagro](#) Sanz.



Javier Sanz y Juan Sahuquillo, del restaurante español Cañitas Maite, premio Cocinero Revelación

Él y Sahuquillo se diversificarán entre sus distintos

proyectos, pero su núcleo central será ese espacio gastronómico *"diferenciador"* en el que habrá *"una apuesta muy radical por nuestro entorno y nuestra zona, llevando al plato variedades olvidadas y en peligro de extinción"*.

Ambos, que han pasado por algunos de los mejores restaurantes de España, decidieron apostar por su pueblo y la comarca de La Manchuela: *"Situar en el mapa gastronómico a tu pueblo es algo precioso, que Casas Ibañez y la comarca se conozcan por tu gastronomía es un orgullo, lo más bonito que te puede pasar"*, apunta Sahuquillo.

El segundo clasificado, Luis Callealta, abrió el pasado diciembre Ciclo en Cádiz tras trabajar algunos años con Martín Berasategui y casi una década con Ángel León como director gastronómico de Aponiente (El Puerto de Santa María, Cádiz).

Con su esposa, Rocío Maña, ofrece *"una alta cocina en versión desenfadada, ligera, abierta al mar, vistosa y de cercanía en la que salen a relucir su sensibilidad, creatividad, técnica y respeto al medio ambiente"*, destacando su trabajo con verduras **de descarte y criadas en navazos**.

Julen Baz, de Garena, ubicado en un caserío del XVIII sobre laderas de viñedos en Lamindao (Vizcaya), entre los parques naturales de Urkiola y Gorbea, completa el podio gracias a su cocina *"sentida, repleta de registros y estrechamente relacionada con la despensa del entorno, que se expresa en clave contemporánea"*.

*Discípulo de Eneko Atxa (Azurmendi, Vizcaya), detrás de sus platos hay "historias que desentierran viejas **tradiciones de los caseríos vascos**"*.

El resto de los finalistas han sido Lara Roguez (Kraken ArtFood, Gijón), Juan Guillamón (Alma Mater, Murcia), Carlos Pérez de Rozas (Berbena, Barcelona), Sergio y Mario Tofé (Éter, Madrid) y Dani Malavía y Roseta Félix (Fraula,

Valencia).

El presidente de Madrid Fusión, José Carlos Capel, ha explicado que todos ellos fueron seleccionados por hacer “una cocina seria, creativa, moderna y muy bien pensada” y moverse en un rango de edad alrededor de los 30 años.

El enoturismo español recibe la llegada del verano con ansias de recuperación

Las bodegas y viñedos esperan con los brazos abiertos a los visitantes con la promesa de un turismo rural no masificado, cargado de espacios abiertos, sabores y aromas, una oferta que esperan que les permita salvar el 2021 y que sea el comienzo de la recuperación tras los meses más duros de pandemia.

Efeagro

El año [2020](#) fue un año difícil para el sector, ya que las restricciones de movilidad entre regiones, los cierres de alojamientos rurales y los brotes de coronavirus obligaron a muchas [rutas del vino](#) y sus establecimientos a permanecer cerradas e interrumpir sus actividades presenciales, en las que se basaba su oferta, lo que les llevó a tener pérdidas.

Sin embargo, este 2020 de caída tras años de crecimiento llevó a muchos a reinventarse, con una apuesta por el formato online para realizar [catas](#), con envíos a domicilio de sus productos, la organización de concursos de fotografía o talleres

digitales, todo con tal de no perder el contacto con la gente confinada.

Para la presidenta de la [Asociación Española de Ciudades del Vino \(Acevin\) y de Rutas del Vino de España](#), Rosa Melchor, 2020 fue un año para promocionarse y reinventarse a través de la tecnología, una reinención que muchas bodegas y rutas ven como un camino a mantener en el futuro.



Ruta del Vino de La Mancha. Efeagro/Bodegas Aresan

El enoturismo español

Con la llegada del verano, **las Rutas del Vino -hay 32 disponibles-** ya están preparadas para la llegada de turistas con la esperanza de que el segundo semestre del 2021 les permita aumentar su facturación y dar su año por salvado.

Aunque Melchor insiste en que el enoturismo no es estacional, reconoce que *“todas las posibilidades de recuperación estarían en finales de verano y principios de otoño”*, cuando coincide con la vendimia.

“Sí, tengo esperanzas y soy positiva en el sentido de que

entiendo que los meses perdidos no se van a recuperar pero que el 2021 podamos salvarlo”, y “el 2022 encararlo con toda la fuerza e ilusión del mundo”, Rosa Melchor.

Entre las diferentes rutas que están listas para la llegada de turistas, cada una de ella con sus peculiaridades geográficas, gastronómicas e históricas, está la **Ruta del vino Bierzo Enoturismo, en Castilla y León.**

La gerente, Cristina Klein, explica que se mantienen expectantes para ver *“cómo evolucionan las cosas”* y con *“muchísima ilusión”*, ya que de junio hasta final de año pueden recabar habitualmente hasta el 60 % de la facturación total, aunque reconoce que la pérdida de la Semana Santa fue *“importante”*, sumado a un 2020 de pérdidas.

“La gente tiene ganas de verse. No es lo mismo hacer una cata virtual, que puedes aprender, ver a la gente. Es diferente”, asegura Klein, quien defiende que las experiencias presenciales están muy por encima de las actividades online que se han celebrado hasta ahora.

“El enoturismo es mucha sensación y mucha emoción”, Cristina Klein.

En este momento, hay bodegas que han retomado las catas y visitas, como **Bodegas Solar de Samaniego (en la Rioja Alavesa),** que ofrecen al público su visita *“Beber Entre Líneas”*, que recibió el premio a la Mejor Experiencia Enoturística en los Premios de Enoturismo Rutas del Vino de España 2020.

Pero también las hay que se lanzan por primera vez en este proyecto, como las **Bodegas Sonsierra (Rioja),** que han presentado dos opciones en las que incluyen visitas a bodegas, paseos y catas por el territorio.

La idea inicial era presentar el proyecto en septiembre de

2020, visto el crecimiento del sector enoturístico de los últimos años, pero decidieron retrasarlo y es este mes de mayo cuando finalmente han visto la luz estas iniciativas abiertas al público.



El enoturismo español recibe la llegada del verano con ansias de recuperación

“Las visitas las hemos planeado de diferente manera para cumplir con todas las medidas sanitarias”, explica Cristina Hernando, responsable de enoturismo de Bodegas Sonsierra, quien añade que, para prevenir contagios, organizan encuentros de grupos reducidos y en espacios amplios y no masificados.

De momento, están teniendo una respuesta positiva pero reconoce que las reservas son con pocos días de adelanto. En algunos casos, hasta dos días antes del día reservado, por lo que es difícil ver cómo se va a desarrollar el resto del verano. *“Me imagino que gracias a la vacuna, a medida que se vaya relajando la situación, evidentemente va a haber mayor flujo de gente”,* alega.

Chocolate moro, del grano a la tableta

Fernando Moro Heredia, es un joven llerenense que, tras vivir en Nicaragua y aficionarse al chocolate, volvió a su pueblo con su pareja para abrir su tienda y obrador 'Chocolate Moro'. Bajo el lema 'Bean to bar', que significa del grano a la tableta, fabrica distintas variedades de chocolate negro a partir del grano de cacao, que procede de países como Nicaragua, Nueva Guinea, Venezuela o Madagascar.

Por Ángel Marqués Ávila. Periodista

La idea surgió ante la dificultad de conseguir una tableta de calidad, por lo que empezamos a buscar el modo de producir [chocolate](#) en casa, nos comenta Fernando Moro Heredia, extremeño de nacimiento. Nuestras investigaciones nos llevaron, entre otros hallazgos, al movimiento ["bean to bar"](#) (del grano a la tableta) y nos mostraron a Nicaragua como uno de los pocos países del mundo catalogado como productor de cacao fino.

Desde entonces no hemos cesado de interesarnos por el mundo del cacao. Además de visitar fincas y cooperativas para conocer mejor el proceso de recogida, fermentación y secado, hemos ido evolucionando paso a paso en su proceso de elaboración. Desde tostarlo de mil maneras, a veces hasta demasiado, a pelar los granos con las manos y separar la cáscara con un secador.

La crisis sociopolítica ocurrida en Nicaragua en el 2018 nos hizo abandonar nuestro hogar establecido allí y regresar a Extremadura.



Chocolate moro, del grano a la tableta

En nuestros orígenes, comenzamos importando nuestra materia prima directamente desde Nicaragua y posteriormente hemos ido añadiendo cacao procedente de otros países catalogados como los mejores productores del mundo.

Lo elaboramos de un modo totalmente artesanal, sin procesos químicos y manteniendo las técnicas aprendidas de primera mano en el país centroamericano.

El inicio del 2021 ha sido muy duro para todos debido a las restricciones de movimientos y las cancelaciones de numerosos eventos, como ferias y mercados. Tenemos puestas las expectativas de cara a la próxima campaña de octubre a abril dónde esperemos que hayamos vuelto a la normalidad y se puedan realizar eventos dónde dar a conocer nuestros productos, me comenta este chocolatero extremeño.

El chocolate es un producto que todavía es desconocido para la

gran mayoría del público. El chocolate que conoce la inmensa mayoría es un chocolate de muy baja calidad. Poco a poco se va conociendo el chocolate “bean to bar” (del grano a la tableta), está teniendo muy buena aceptación, aunque todavía somos muy pocos en España realizando este tipo de chocolate. Se ha creado una asociación a nivel nacional para el fomento del chocolate del grano a la tableta [“Asociación para el Fomento del Chocolate «Bean to Bar» de Tueste Artesano en España”](#).

¿Qué es el “bean to bar”?

La expresión “*bean to bar*” designa una forma de hacer chocolate a pequeña escala. El término surgió en Estados Unidos en el 2007, como respuesta a la necesidad de recuperar los orígenes y los sabores reales del cacao, ya que cada cacao posee un sabor único.

En España se produce el primer chocolate “*bean to bar*” en el 2016. Actualmente hay un reducido pero creciente número de empresas dedicadas a realizar este tipo de chocolate.

Su elaboración implica al menos 10 procesos que incluyen: la selección -para eliminar las semillas defectuosas -, el tostado, la separación de la semilla de la cascarilla, la premolienda, la refinación, el conchado, el temperado, el moldeado y finalmente el empacado.



El chocolate es un producto que todavía es desconocido para la gran mayoría del público

Las particularidades del chocolate del “grano a la tableta”, para identificarlo es que en cada tableta se utiliza grano de un solo origen, cuya procedencia se especifica y nunca se mezcla con otra. Y se utilizan dos o tres ingredientes: granos de cacao, azúcar de caña y, en ocasiones un pequeño porcentaje de manteca de cacao.

Mis tabletas contienen un alto porcentaje de cacao, superior al 70 %. Y es importante que se elabore siempre siguiendo criterios éticos y sostenibles, manteniendo relación directa

con los productores y un pago justo por el precio del cacao.

El primer paso es, seleccionar los granos o habas en origen, pero igual de importante es asegurarse de que se trata de un cacao de calidad, cuyos **procesos de cultivo, recolección, fermentación y secado** hayan sido controlados meticulosamente.

La filosofía que mueve al movimiento *bean to bar* defiende un **control exhaustivo de todas las fases** de producción del **chocolate**, desde la selección de los **granos** en origen hasta el trabajo en **obrador** y su venta.

Buscamos la **máxima transparencia** y un esfuerzo por recuperar variedades de cacao antiguas y minoritarias, como los cacaos criollos y trinitarios, trabajando lo más directamente posible con los **agricultores** y fomentando unas condiciones de trabajo dignas, justas y sostenibles con el medio ambiente.

El buen chocolate

El concepto de esta fábrica de chocolates, pasa por que tras la pandemia que vivimos, más que nunca, debemos respetar el medioambiente y la biodiversidad de este planeta porque somos nosotros los culpables de alterarlo.

Fernando Moro, es de la opinión, *“que el cacao fino de aroma es una buena manera de mantener la biodiversidad de los países productores ya que se les paga un buen precio por el cacao y les motiva a conservar sus cultivos”*.

“Tenemos que empezar a tener conciencia del consumo responsable y preguntarnos de donde viene nuestro chocolate o cualquier producto que consumimos. Tenemos que evitar la explotación y las condiciones laborales que sufren los trabajadores, en muchos casos niños”.

Este **chocolatero** extremeño nos apunta lo siguiente sobre cómo elegir un buen **chocolate**, *“ si a la hora de comprar una botella de vino siempre tenemos en cuenta de qué bodega procede y dónde se ha cultivado y cosechado la uva, ¿por qué*

no elegir un chocolate con el mismo criterio?”

Hay que considerar varios **factores** para la elección de un buen **chocolate**. La primera es la especificación de la procedencia y del origen del grano de cacao. En segundo lugar es conocer los ingredientes que se utilizan básicamente tienen que figurar **granos de cacao**, azúcar de caña y manteca de **cacao**. Y es importante saber el porcentaje de cacao que contiene, yo recomiendo que sea alto, y por ultimo mis chocolates son éticos, es decir, expresan la relación directa con los productores, pago justo por el precio del **cacao**.

PEPE BADA, “el talento quesero” del cabrales

La [quesería ARANGAS](#) fue fundada en febrero del 2013 y está ubicada en Rozagas, un pueblo de Peñamellera Alta.

Inscrita en el consejo regulador de la D.O.P Cabrales con el numero 8 y por lo tanto cumpliendo todo el reglamento de la Denominación de Origen Protegida, en un territorio integrado por los 18 pueblos del concejo de Cabrales y 3 pueblos de Peñamellera Alta, Caraves, Oceño y Rozagas, de procedencia de la leche, fermentación, registro sanitario, análisis fisicoquímicos, organolépticos y bioquímicos, así como su trazabilidad

La leche que se emplea en su producción en su inicio era de la propia explotación y por diversas circunstancias en estos

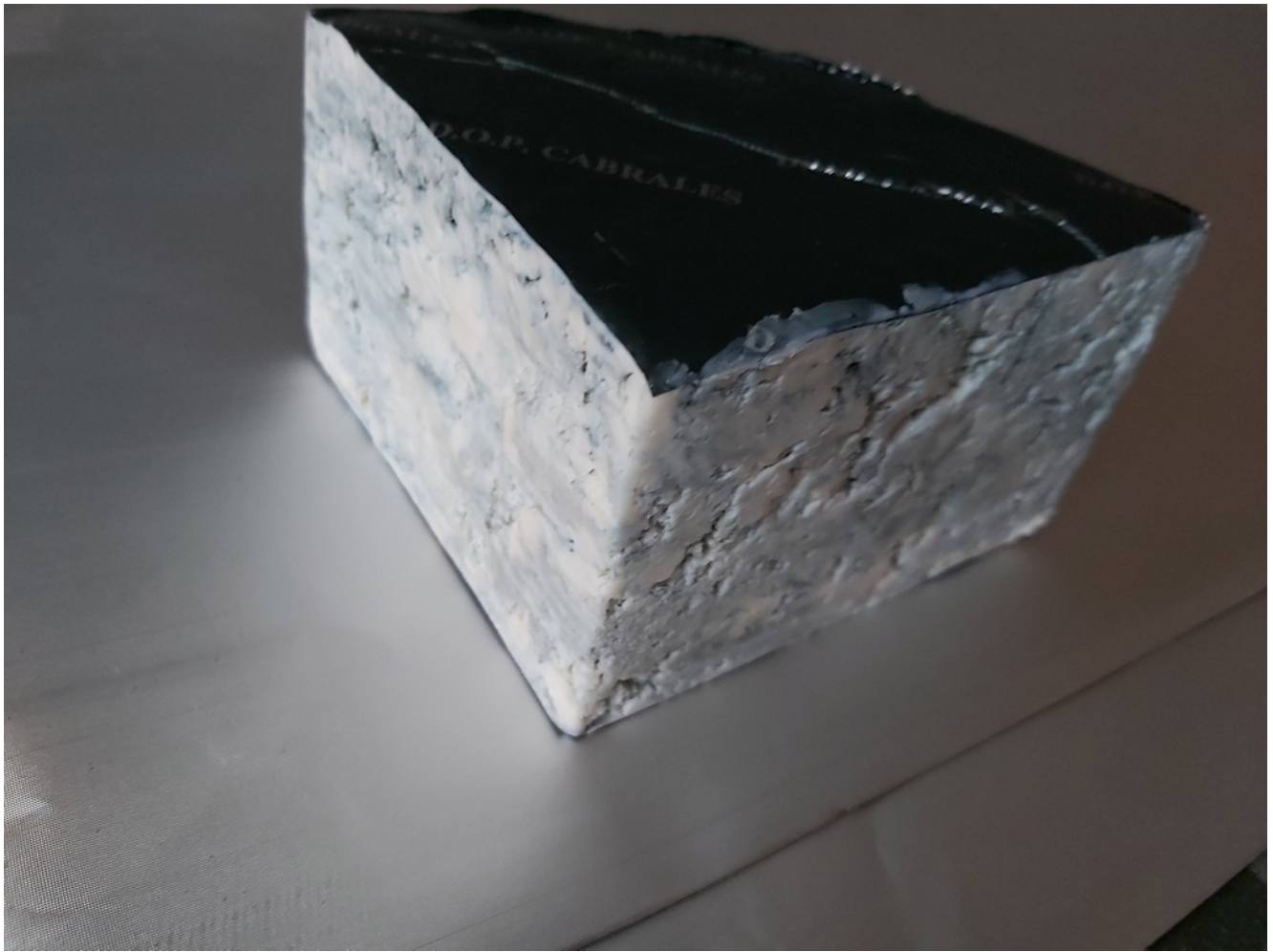
momentos la suministra Central Lechera Asturiana que ofrece una entrega para los queseros de cabrales en la que se certifica que la procedencia de la leche viene de las explotaciones ganaderas existentes dentro del territorio de la D.O.P Cabrales.

La [quesería](#) está formada por Andrea Fernández Gutiérrez, como propietaria y Vanessa Pumares como empleada, contando con la colaboración de Pepe Bada, dueño de la marca “EL TEYEDU” (elaborado por quesería Arangas).

ARANGAS

El queso Arangas es un referente en su modalidad por su elaboración con una materia prima excelente y un tratamiento exquisito a la hora de la producción, donde se pone en manifiesto la sabiduría de llevar años haciéndolo. Todos estos pasos, llevan a producir un queso que reflejan lo que es un buen Cabrales, con una textura y sabores que son muy apreciados por los clientes, cumpliendo escrupulosamente con el pliego de condiciones de la DOP Cabrales.

Con una maduración de dos meses y medio, nos dice Pepe Bada, se conquista los paladares mas expertos apreciando su equilibrio en boca de los amargos, ácidos y picantes en su justa medida y una textura semi-dura consigue que sea fácil utilizar en numerosas formas de consumir.



Teyedu

Es un queso Cabrales cremoso con sabores muy complejos y agradables, y con retrogusto muy largo. Para conseguir esas cualidades empezamos en la quesería, después del secado del queso se hace una selección en la que se buscan unas características, únicas que al madurar el queso adquiere especiales cualidades.

Hay que buscar una cueva natural con unas condiciones determinadas (temperatura entre 6 y 9 grados; humedad continua del 100%). Esta cueva se ubica a 1.200 metros de altura donde solo se puede acceder de forma peatonal. Para el transporte del queso se utiliza una caballería, el día que se suben se hace el camino 3 veces, porteando un total de 90 o 100 quesos, cada viaje dura al menos una hora.

Una vez que los quesos en la cueva estarán allí durante 6

meses por lo menos, los cuales estarán continuamente volteando y limpiando con agua recogida en las estalactitas, hasta que se adquieren las condiciones exigidas para su venta. Su cremosidad, su sabor hacen de este queso el más premiado de todos los quesos de Cabañales a nivel mundial.

Pepe bada

Es un queso con 3 meses de la maduración (la mitad que el Teyedu). Después de realizar una selección de los quesos producidos en la quesería se llevan a una cueva natural por una condición de la DOP donde deben madurar y adquirir unas cualidades óptimas para su consumo, su color de vetas azules y su sabor, penetrante y muy agradable.

En cata, en una degustación, el Pepe Bada no te defrauda nunca y el *penicillium* campa en su interior pintando de azules y blancos, es perfecto para cortar y dejar reposar unos minutos durante los cuales afloran los mohos y los olores, que gustan a quien lo prueban. Creo que es la mejor manera de opinar es probando. Pepe Bada lo firma porque garantiza un queso en las mejores condiciones organolépticas



Pepe bada, “el talento quesero” del cabrales

PEPE BADA, lleva vinculado al queso de Cabrales toda su vida, pasando por todas las etapas que tiene la elaboración del queso desde pastor de vacas cabras y ovejas, transformando la leche en queso, madurándolo en las cuevas y poniéndolo en el mercado .Toda esta labor sirvió para que ahora en la actualidad se dedique a asesorar a la Queseria Arangas en todo el proceso, especialmente en la maduración, fermentación y afinado del queso.

La quesería cuenta con varias marcas para su comercialización: “Arangas”, “Arangas Selección”, “Pepe Bada” y “El TEYEDU”, siendo estas dos últimas propiedades de Pepe Bada y a las que dedica su tiempo y saber. La marca EL TEYEDU es la marca de calidad de la quesería y ello queda reflejado en los premios que atesora en su corta andadura, son innumerable entre los que destaca el concedido recientemente como el mejor lote de Queso Cabrales, obteniendo una este ilustre profesional del

Cabales la distinción en el 2019, PREMIO NACIONAL MAESTRO QUESERO.

Todo esto es posible, nos apunta Pepe Bada, por los cambios que se hicieron años atrás, porque “El Cabrales”, llegó un momento en el que todo lo que se producía se vendía y llevaba a los elaboradores a vender su queso cada vez más fresco. Entonces yo empecé, nos relata, a tener nostalgia por los quesos cremosos y con sabor que hacía años atrás, así que un buen día cogí 10 piezas en una mochila y los lleve a una cueva que usábamos antiguamente. Esa cueva tenía todas las cualidades para que el queso fermentara bien y tuviera esa cremosidad y sabor que los diferenciaba de los demás .Esos quesos estuvieron allí entre 6 y 8 meses subiendo periódicamente a limpiarlos y voltearlos.

El día que los saque eran crema más que queso, no se parecían en nada a los que se estaban comercializando, los lleve a las tiendas y restaurantes de la zona y me preguntaban como lo había conseguido, que estaban buenísimos y que recordaban los quesos antiguos. Querían comprar y les dije que eran para el consumo propio y para mis amigos (ya que era muy costoso el conseguir esa cremosidad y ese sabor).



Cueva del Teyedu a 1200 metros, donde fermenta el mejor queso de Cabrales. Macizo Central de los Picos de Europa



Así que ellos mismos decidieron ponerle el precio al queso para hacerlo atractivo para mí y me decidiera a venderlo. Si el kilo de queso por aquel entonces estaba entre 9 y 10 € me ofrecieron pagármelo a 25€, fue tan tentadora la oferta que empecé a producir en la cueva y a vender. El primer año fueron unos pocos, era complicado vender a ese precio, pero cuando lo probaban les enganchaba, así que fui creciendo poco a poco con la publicidad del boca a boca, presentándolo a concursos y ganándolos, llegando a la producción que tenemos a día de hoy, unas 3000 piezas que nos permite vivir y tener un empleado para ayudarnos, Jorge González.

No queremos crecer más, ¿las razones? La cueva no soportaría muchos más quesos y el trabajo se multiplicaría. Cambiar de cueva cambiaría todo el proceso (al ser cuevas naturales debes ser tu quien se adapte a ella no ella a ti), cada una tiene sus cualidades y ninguna funciona igual.

Por otra parte, la dedicación que requiere cada queso es

grande y no podríamos atenderlos a todos como se debe, perdiendo la calidad que a un queso como EL TEYEDU se le supone y que tiene que demostrar día a día. Para diferenciar EL TEYEDU del resto de los cabrales hubo que cambiar la etiqueta a pesar de que todos decían que solo valdría para confundir al consumidor.

Hoy en día todos los queseros de la D.O.P tienen etiquetas diferenciadas y lo mismo ocurre con las maduraciones. Pero mucha gente cree que con dejar más tiempo un queso en la cueva ya tiene quesos de mas maduración o “reservas” y con el cambio de etiquetas ya pueden vender a precios altos, nada más lejos de la realidad cliente es muy entendido y sabe si el producto merece la pena.

Salazones Garre, tradición e innovación

Por Ángel Marqués Ávila. – Periodista

Esta empresa se funda en 1983, se trata de un negocio familiar que elabora salazones artesanales de pescado, con los máximos controles de calidad e higiene, para satisfacer a los paladares más exigentes.

Para profundizar más en esta empresa de salazones, hemos mantenido la siguiente entrevista con la gerente de [Salazones Garre](#), Ana Garre.

Esta empresa se funda en 1983, se trata de un negocio familiar que elabora salazones artesanales de pescado, con los máximos

controles de calidad e higiene, para satisfacer a los paladares más exigentes.



Ana Garre, gerente de Salazones Garre

Esta joven directiva nos dice que recientemente, *“nuestra mojama de atún recibió en Bruselas el **Premio Superior Taste Award 2020** con una doble medalla de oro.*

*Ésta es la certificación independiente centrada en el sabor más reconocida a nivel mundial que entrega el International Taste Institute al realizar una evaluación de productos por cata a ciegas con un jurado compuesto por reconocidos **Chefs** con estrella **Michelin** y los sumilleros más prestigiosos del mundo. **Somos parte de los 1001 sabores de la gastronomía murciana y la difundimos en todo el mundo”.***

Ángel Marqués Ávila .- Ana Garre ¿Cómo se presenta el 2021 para el sector?

Ana Garre . – Este año nos plantea el desafío de continuar trabajando a pesar de los cierres, restricciones y reaperturas

que ocasiona la pandemia de la COVID-19, además del impacto económico negativo que se arrastra desde el pasado año. Tenemos confianza en el que el control de la pandemia es el principal motor que nos puede acercar, paso a paso, a recuperar la estabilidad.

Ángel Marqués Ávila .- ¿Cuál es el nivel de aceptación por parte del consumidor español a la hora de comprar salazones artesanales?

Ana Garre . – El consumidor español valora mucho la calidad de los salazones artesanales y estos productos se disfrutan habitualmente en la mesa ya sea en aperitivos, ensaladas, pasta, pizza y arroces. Con el paso de los años, comprobamos que los salazones han conquistado a chefs de gran prestigio y esto ha permitido que se utilicen en muchas más elaboraciones que las tablas de picoteo o las ensaladas, que eran las tradicionales.



Salazones Garre, fundada en 1983, se trata de un negocio familiar

Ángel Marqués Ávila .- ¿Qué papel están jugando las tiendas especializadas en la venta de este tipo de producto?

Ana Garre . – Juegan un papel muy importante ya que ofrecen a los clientes una **experiencia delicatessen** con productos que son parte del ADN de nuestra gastronomía, que recuperan

secretos de la cocina tradicional, que son muy flexibles y pueden emplearse en numerosas elaboraciones y que aportan el sabor del mar a los platos, lo que distingue las elaboraciones tanto del chef como del cocinillas que las emplean.

Ángel Marqués Ávila .- ¿Cómo llegaste al mundo de las salazones?

Ana Garre . – Salazones Garre S.L., es una empresa familiar, fundada por mis padres en el año 1983. Por esta razón, desde pequeña me enseñaron la tradición de las salazones de pescado que es tan importante en las costas de nuestra región de Murcia.



Copa de garum, langostinos frescos y wakame

Ángel Marqués Ávila .- ¿Y qué te llevo a involucrarte en este negocio?

Ana Garre . – Trabajar con mis padres y mis hermanos, viajar con mi padre a ferias y a seleccionar producto para comprar en el exterior, no sólo fue imprescindible para aprender sino también, para plantearme el enfocar mi formación y mi máster

como ADE en la elaboración artesanal de salazones para que el sueño de mis padres siga creciendo y se disfrute en la mesa de todos aquellos que desean saborear el mar en sus platos.

Ángel Marqués Ávila .- ¿Qué es lo más importante a la hora de elegir una buena salazón?

Ana Garre . – En el caso de la **mojama de atún** tiene que ser agradable al olfato, en boca tiene que tener **puro sabor umami** y lo ideal es que esté **al punto de sal**. Un error importante es que el consumidor tenga sensación de sed y recuerde lo salada que estaba la mojama tiempo después de haberla consumido.

Ángel Marqués Ávila .- ¿Qué destacaríais del mundo de la salazón?

Ana Garre . – Es un mundo apasionante que tiene un poso cultural milenario en sus procesos de elaboración y en el concepto del producto que se elabora. Unos productos artesanales provenientes del mar que, en el Mundo Antiguo, se difundieron en todo el Imperio romano y actualmente conquistan los paladares más exquisitos gracias al aporte de **umami** que brindan a los platos en los que se emplean.



Viajar con mi padre a ferias y a seleccionar producto para comprar en el exterior, no sólo fue imprescindible para aprender

Ángel Marqués Ávila .- Y ahora, ¿cuáles van a ser tus siguientes pasos?

Ana Garre . – A pesar del año tan especial que llevamos debido a la pandemia, seguimos avanzando en varios frentes que

son muy ilusionantes. Como ejemplo, os podemos decir que acompañaremos a Murcia en su capitalidad gastronómica española 2021 como patrocinadores y que hemos iniciado una línea de investigación de nuevo producto que nos llevará un año de trabajo y que nos tiene muy ilusionados.

Ángel Marqués Ávila .- ¿Cuál es el concepto y la filosofía y de vuestra empresa?

Ana Garre . – La filosofía de Salazones Garre se fundamenta en tres pilares:

- **1. seleccionar el mejor producto proveniente de pesca sostenible certificada con sello azul de MSC para proteger la salud de mares y océanos**
- **2. elaborar salazones respetando la técnica artesanal milenaria que nos legaron fenicios y romanos, con los máximos controles de calidad e higiene, para satisfacer a los paladares más exigentes.**
- **3. apostar por la innovación para desarrollar nuevos productos que sean una seña de identidad de nuestra gastronomía a nivel nacional e internacional**

Ángel Marqués Ávila .- Dime la gama de productos que elaboráis

Ana Garre . – En Salazones Garre elaboramos salazones de pescado “premium ” que se venden en los mercados nacional e internacional: mojama de atún; bonito salado y seco, caballa salada y seca, huevas de pescado (mújol, maruca, bacalao, merluza y atún), bottarga y una versión de autor del GARVM. Para ello, respetamos la tradición artesanal milenaria que legaron fenicios y romanos en la costa del levante murciano, un proceso que realizamos observando las más rigurosas normas de seguridad alimentaria, lo que indica nuestra certificación en **IFS Food**. Además, somos una empresa responsable y ponemos en marcha los cambios necesarios para proteger al medio ambiente. Por esta razón, nuestros productos llevan el [sello azul MSC](#) al elaborarlos con pescado obtenido por pesca

sostenible certificada, lo que asegura que contribuimos a proteger la salud de mares y océanos.

Nuestros salazones son productos naturales que elaboramos con la sal marina procedente de las Salinas de San Pedro del Pinatar como único conservante y el año pasado, han sido distinguidos con el **Premio Artesanía de Alimentación 2019** otorgado por Artesanía de la región de Murcia que premia la trayectoria de la empresa y la exquisita calidad de los productos que elaboramos, una seña de identidad de la gastronomía del Mar Menor y la región de Murcia.



Nueva línea de productos gourmet que elaboramos con pescado de pesca sostenible certificada

También reconoce nuestro interés en los procesos de I+D+I para desarrollar nuevos productos artesanales que transmitan a las nuevas generaciones de consumidores el valor de los salazones como alimento saludable y su aporte de umami, brindando a los

platos la salinidad y la fuerza del auténtico sabor del Mar. Recientemente, nuestra mojama de atún recibió en Bruselas el **Premio Superior Taste Award 2020** con una doble medalla de oro.

Ésta es la certificación independiente centrada en el sabor más reconocida a nivel mundial que entrega el International Taste Institute al realizar una evaluación de productos por cata a ciegas con un jurado compuesto por reconocidos Chefs con estrella Michelin y los sumilleres más prestigiosos del mundo.

En septiembre de 2020, presentamos una nueva línea de productos gourmet que elaboramos con pescado de pesca sostenible certificada, con AOVE ecológico y envasados en un packaging reciclable y eco-friendly. Los productos que forman la nueva Línea Garre Millennials son **una manera divertida y simple para poner el sabor del Mar en todos tus platos**, ya sean entrantes, ensaladas, tostas, pasta, pizza, arroces, platos de cuchara, de carne y de pescado.

Unos productos que promueven la alimentación saludable ya que están elaborados al punto de sal –con menor salinidad que las salazones tradicionales-, poseen bajas calorías y aportan una cantidad importante de proteínas, omega 3 y otras grasas saludables, y no contienen carbohidratos.



En esta nueva línea, podemos destacar las bottargas que se elaboran con huevas de pescado secas y ralladas, un manjar descrito inicialmente por los egipcios, pero los fenicios lo difundieron por todo el arco del Mediterráneo y en la Antigua

Roma, se convirtió en un producto de lujo junto con el GARVM.

Las bottargas pueden emplearse como sustitutos de la sal para dar sabor intenso a mar a ensaladas, aperitivos, cocas, tortillas, tapas, pinchos, cremas, salmorejo, pasta, paella y pizzas. Tenemos la **bottarga de sabor suave** que se elabora con hueva de mújol rallada, la **bottarga de sabor intenso** que se elabora con hueva de maruca rallada y la **bottarga de sabor extremo** que se elabora con hueva de atún rallada.

¿Cuál es vuestro buque insignia?

Sin ninguna duda, la **mojama de atún**, porque debe cumplir los siguientes requisitos: seleccionar un buen atún de pesca sostenible certificada, realizar el corte adecuado ya que de ello depende la textura de la barra de mojama, aplicar la cantidad correcta de sal -que en nuestro caso, proviene de las Salinas de San Pedro del Pinatar- y finalmente, el secado en su punto justo para completar su elaboración. Todo ello requiere mucho conocimiento para obtener un producto de calidad PREMIUM.

Can company, plato gourmet creación y hábito

Por Ángel Marqués Ávila

Mallorca tiene una larga tradición gastronómica fruto de las diferentes culturas que la han habitado. Se cultivan y elaboran muchos productos que permiten la preparación de la dieta

mediterránea, tan sencilla, tan sabrosa.

[Can Company](#) es un descendiente privilegiado de una cultura del pan, el aceite, el vino y el cerdo que se ha disfrutado tradicionalmente. Generaciones de agricultores y ganaderos de la familia han acumulado conocimiento, tradición y experiencia.

Las razas autóctonas y los productos tradicionales de la isla junto al saber hacer del equipo que lidera [Xesc Reina](#), que permiten elaborar unos productos tradicionales de mucha calidad. La incorporación de nuevas tecnologías y una fuerte apuesta por la innovación, han hecho posible la elaboración de productos creativos que permiten experimentar nuevas emociones.



Conservación pura y dura

Esta empresa, nació en 1960 en el corazón de Mallorca fruto del trabajo de muchas generaciones de una familia de agricultores mallorquines. Uno de ellos es la producción y comercialización de cereales y harinas obtenidas a partir de las fincas que explota en Mallorca. En el interior de la isla tiene una fábrica que produce su propia semilla certificada de

cereal y las harinas y piensos para alimentar su propia cabaña ganadera.

Es especialista y el mayor productor de animales de raza autóctona de Mallorca, en concreto del cerdo negro mallorquín. Es propietaria de una fábrica artesanal en Inca donde se elaboran varios tipos de embutidos de gran calidad y se preparan las carnes más selectas. Otra área de actividad es la producción de frutas y hortalizas, especialmente patata de calidad para la exportación a los mejores y más exigentes mercados europeos.

La alimentación es una necesidad básica de la sociedad y una parte importante de nuestra cultura y tradición. La [UE](#) está trabajando en el diseño de un sistema alimentario sostenible que ofrezca una alimentación segura y que disminuya el impacto sobre el medioambiente. Por ello ha lanzado un proyecto denominado *“de la granja a la mesa”*.

Esta iniciativa charcutera tiene interiorizado esta estrategia sostenible y trabaja para conseguir un modelo agroalimentario en sintonía con los objetivos antes señalados.

Xesc Reina, maestro charcutero, creador de sabores y alborotador del -a veces inmovilista- mundo de los embutidos, es único ensamblando buenos productos con tino e intuición



Xesc Reina, maestro charcutero Can company

– Yo no soy cocinero – nos confiesa nada más conocerle y conversar con él, al que en primer lugar le preguntamos:

Ángel Marqués Ávila.- ¿Cómo se presenta el 2021 para el sector?

Xesc Reina.- El 2021, con muchas ganas, pero con incertidumbre, las ganas son la gasolina, pero en principio todo depende del tránsito de turismo, dependemos en sobremanera de él, esperemos que esta semana santa aquí en Baleares con el [“corredor”](#) que han habilitado podría ser

positivo, pero no tengo nada claro cómo va a ser todo esto, tengo la esperanza que la recuperación total llego con el verano.

Ángel Marqués Ávila.- ¿Cuál es el nivel de la aceptación por parte del consumidor español a la hora de comprar SOBRASADA ARTESANAL?

Xesc Reina.- Yo creo que cada vez se conoce más, los cocineros ya la usan para platillos y eso le da movimiento. También cada vez hay más conciencia de localismo y procedencia y nos beneficia. Igual que ocurre con otro producto muy típico de la isla como es la ensaimada, ocurre lo mismo con la sobrasada, si es buena y está elaborada con buen producto tendrá mucha aceptación y el consumidor se la llevará y seguro que repetirá.



Ángel Marqués Ávila.- ¿Qué papel están jugando las tiendas especializadas en la venta de este producto?

Xesc Reina.- Teniendo en cuenta que cada vez hay menos

tiendas, pero las que surgen buscan una especialidad para diferenciarse de las demás, y claro esta buscan un producto especial como es el que yo elaboro.

Hay muy pocas, son la solución para conseguir el producto que el cliente probó ya en un restaurante, son los receptores y transmisores de las peculiaridades, historia del producto.

“Nosotros elaboramos un producto que no va dirigido a las grandes superficies comerciales, pues no estamos preparados para hacer dos millones de kilos, ya que concebimos nuestros productos a partir de nuestros animal, el cual criamos y cuidamos con mucho mimo, que come lo que nosotros plantamos, es un círculo cerrado, creo que hay esta nuestro secreto”.

En las islas Baleares solo existen unos 3.000 cerdos ibéricos de pata negra, por tanto *“hay lo que hay ,y no hay mas”*, nos dice este enamorado de la sobrasada, *” esta raza nos da para lo que nosotros buscamos , y es elaborar un productos de alta calidad, y muy particular en todo su proceso, todo ello para mí y el entorno es que es una forma de vivir de algo que te gusta y lo elaboras tu desde el principio , y por tanto sabes cuál va ser el resultado”.*



Un plato gourmet

Ángel Marqués Ávila.- ¿Cómo llegaste al mundo de la sobrasada?

Xesc Reina.- La curiosidad por un producto muy de aquí de mi tierra Mallorca, pues es la forma de conservar todo el animal "cerdo ibérico de raza negra" *"durante todo el invierno. En la sobrada mallorquina van los lomos, la espalda, las patas, y las grasas más selectas. Este rico embutido como quien dice "vino a mi ella, en el 83 abrí una charcutería donde elaboraba de todo, las recetas de la escuela de charcutería no tenían nada que ver con lo que me llegaba para vender de artesanos de Mallorca, ahí empezó todo."*

Ángel Marqués Ávila.- ¿Qué es lo más importante a la hora de elegir una buena sobrasada?

Xesc Reina.- Lo más importante para mi es que tenga ya un

tiempo de curación, piel seca y no muy ácida en boca. Yo suelo elegirla cuando tiene como mínimo una curación de entre 3 y 4 meses para 350 gramos, que es la sobradada que nosotros, para mí es el tiempo ideal, aunque lógicamente la que tengo seis meses también la prefiero. Lo más importante desde mi punto de vista es que tenga tiempo y este bien curada.

Ángel Marqués Ávila.- ¿Qué destacaríais del mundo de la sobrasada?

Xesc Reina.- De un producto pensado para la conservación bien cuidado, para mí es un plato gourmet, aunque es poco conocida fuera de Islas Baleares, poco a poco va tomando fuerza gracias entre otros a chefs que la están utilizando para elaborar nuevos platos con la sobrasada de Mallorca, eso y versatilidad para cocinar están logrando su difusión gastronómica.

Ángel Marqués Ávila.- Y ahora, ¿Cuáles van a ser tus siguientes pasos que vas a llevar a cabo?

Xesc Reina.- Pues seguir con la tradición, recuperando recetas antiguas y adecuarlas a los tiempos, este año por ejemplo recuperar un pimentón que se usaba antiguamente, "*banya de cabra*" y hacer una sobrasada varietal con dos pimientos autóctonos. Además de haber recuperado NORA, FIGATELLA Y FUET, y hemos redescubierto la "*GREIXONERA*", una especie de pastel de que se elabora con los restos que quedan de la matanza del cerdo. □ Es una receta muy antigua que solo se hace en Mallorca.



Ángel Marqués Ávila.- ¿Cuál es el concepto y la filosofía y de tus productos?

Xesc Reina.- Nosotros mantenemos lo que aprendimos como, aquel que dice desde la cuna de la tradición, pero adaptándola al tiempo que vivimos. Yo hago butifarras muy parecidas a las que se hacían antiguamente, pero utilizando medios modernos.

Can Company tiene como objetivo estratégico la producción de alimentos sanos y de calidad que posibiliten viabilidad económica, obtenidos a través de una gestión sostenible de los recursos naturales y de una mejora de las actividades para mitigar el cambio climático. era

La noción y la ética de mis productos es la de mi oficio, piensa que hace cien años para conservar para que durara todo un año, hoy en día, lo importante es que *“la gente se lo pase bien degustando y comiendo mis productos, y que todos pasaremos a ser cocineros de comida fría.”*

“Mis sobrasadas son incomparables, ya que no dejan

indiferente a nadie. En ellas he tratado de volcar un nuevo concepto que nace para todos aquellos paladares que se atreven a saborear de un producto tradicional con la combinación y explosión de esta fusión de sabores". Xesc Reina

Elaboramos en entre otras la sobrasada de Mallorca semi-rizada y la Sobrasada tradicional de *porc negre*, que es un embutido curado, un mínimo de tres meses en nuestra bodega, elaborado a partir de carne de cerdo negro y blanco fresca bien picada, mezclada con sal, un toque de pimienta negra, es la más joven que elaboramos nos dice Xecs Reina, y luego está la **"SOBRASADA DE LA FAMILIA"** que es de puro cerdo negro de nuestra piara con seis meses de curación.

Y luego hacemos la **"VARIETAL"** con dos pimentones típicos de Mallorca y el *Tap de Corti*, que es un pimentón afrutado, florido, **sólo se cultiva y se elabora en Mallorca y es el encargado de dar color, aroma y sabor a los platos y embutidos típicos de la gastronomía mallorquina** que es el que le dota de su color rojo característico y particular aroma de sabor, y el "cuerno de cabra"

SOBRASADA QUESO AZUL, producto cárnico con dos a cuatro meses de curación, que madura y evoluciona a la par que el sabroso queso azul de leche cruda de la zona de los Pirineos (*Blau creta de moli de ger*) de un quesero que lo elabora de sus propias vacas que **el mismo alimenta, es con te queso con el que combino mi producto. Los matices del lácteo y del cerdo negro se funden y ensamblan para crear un sabor nuevo, ligero pero penetrante y tenaz.**