

Cerca del 'Alma' de Antonio Díaz

Antonio Díaz, profesional de la pastelería con alma de emprendedor; lleva bien en alto el apellido de una segunda generación de pasteleros (que como el mismo mismo define, es sinónimo de seriedad, esfuerzo, cercanía y compromiso); se ha convertido, por derecho propio, en un referente cuando hablamos de pastelería y productos dulces.

En el año 2020, momento en que decidió '*volar en solitario*' tras 18 años dedicados a la empresa familiar; se aventura con ilusión en el mundo de la restauración y el catering dando un pie al frente de la gestión del restaurante de la Casa del Vino de Tenerife.

El resultado no podía ser diferente y su paso por la gestión de este importante espacio gastronómico no ha pasado desapercibido. Pasión, rigor y calidad en su hacer profesional y empresarial, han fijado durante estos años las bases de un modelo de restauración muy atractivo y diferenciador para el Restaurante de la [Casa de La Casa del Vino](#) que ha vivido un año de '*oro y esplendor*'.

Nuevos proyectos aguardan '*con alma*' el futuro cercano de Antonio Díaz... impasse definitivo para dar la bienvenida al equilibrio conceptual justo entre la pastelería que sueña y lo que la gente espera de ella.



Cerca del 'Alma' de Antonio Díaz

La Entrevista...

Canariasgourmet!.- De la pastelería al mundo empresarial de la restauración ¿Cuáles crees son los retos al que se enfrenta el sector?

Antonio Díaz.- Entender que solo sobrevive quien ofrece un producto de buena calidad y siempre acompañado de un servicio correcto y adecuado al nivel de exigencia de sus comensales, que cada vez encuentran una mayor y más variada oferta gastronómica en las islas. Se está haciendo un buen trabajo, tanto en la restauración como en la pastelería, lo que para mí es un orgullo como canario y profesional del sector.

Canariasgourmet!.- Como pastelero y ahora con una visión de la restauración ¿crees que la gastronomía y la pastelería van de la mano? Argumenta tu respuesta

Antonio Díaz.- Si, por supuesto. Ahora el restaurador entiende el valor del postre dentro de su carta y, en el mismo sentido, el pastelero con punto de venta y degustación, completa su oferta gastronómica con elaboraciones saladas simples o platos ligeros que hacen el local atractivo a cualquier hora del día. Van de la mano y cada vez con más fuerza.

Canariasgourmet!.- En retrospectiva a los orígenes ¿cuándo se enciende la chispa de la pastelería?

Antonio Díaz.- Nací pegado al obrador familiar, con 12 años ya comenzaba a colaborar con mi padre en los ratos libres...desde ese momento lo tenía claro y decidí salir a formarme en Madrid.

Canariasgourmet!.- ¿Qué lugar ocupa la innovación en tu forma de trabajo? ¿Cómo alimentas tu espíritu creativo?

Antonio Díaz.- La innovación es la base, ya sea con nuevas creaciones o rescatando sabores y texturas de antaño para

presentar un postre que sorprenda, pero te traslade al recuerdo mediante el gusto. En cada etapa de la vida el motor inspirador puede cambiar, y aunque es algo que se lleva dentro, la inspiración principalmente me la aporta pensar en el disfrute y placer efímero que puede provocar un plato o un bocado dulce...pero reconozco que en este momento mi pequeña Alba lo inspira todo en mi vida profesional y personal.









Canariasgourmet!.- ¿Qué papel juegan la tradición y las raíces en tus elaboraciones?

Antonio Díaz.- Respeto profundamente el origen de las cosas, los sabores tradicionales y su historia deben ponerse siempre en valor, me gusta usar la base de diferentes dulces tradicionales para crear nuevos conceptos....pero igualmente disfruto presentando la simpleza de muchas recetas que fueron la alegría dulce de nuestros padres y abuelos.

Canariasgourmet!.- Has reinterpretado los clásicos de la pastelería Canaria dignificándola con un packaging muy gourmet y exclusivo ¿cómo surge la idea? ¿habrá continuidad en esta línea?

Antonio Díaz.- Precisamente en darle el envoltorio que merecen, en convertir esos productos en “dulces de viaje” y en reclamo turístico para que nuestra repostería tradicional saliera fuera de nuestras fronteras y ocupara su lugar.

Canariasgourmet!.- ¿Habrà continuidad en esta línea?

Antonio Díaz.- Por supuesto, seguiré apostando por llevar lejos nuestro origen repostero y nuestro producto local.

Canariasgourmet!.- ¿Vuelve Antonio Díaz al mundo dulce? ...que esconde tu Alma (risas)

Antonio Díaz.- Me fui alguna vez?? jejeje. Vuelvo de lleno al sector de la pastelería con un nuevo proyecto, sin más pretensiones que disfrutar de mi trabajo mientras hago disfrutar a otros y me refiero, no solo a quien deguste mis elaboraciones, sino también al equipo humano que me acompañará en el proyecto.

Alma Pastelería estará basada en un concepto que tengo claro tras casi 20 años como pastelero “menos es más”. Lo explico... Menos surtido pero de muy alta calidad para garantizar la frescura sumando el buen trato al producto desde su elaboración hasta la venta. Menos permanencia de las creaciones en el lineal para sorprender siempre con muestras propuestas, menos horario de apertura para aportar más calidad de vida a mi equipo y dedicar más tiempo a mi familia... “menos es y será mucho más”.

Con pocas palabras...



¿Cuáles son tus ingredientes favoritos?

Huevos y frutas frescas
...con predilección por las frutas tropicales y los frutos rojos.
Vainilla, almendra... difícil elegir, jajaja.

¿Qué crees que debe contener un buen postre?

Armonía de sabores, sin que uno tape o disfrace a otro, jugar con texturas que lo hagan sorprender y no cansarse al degustarlo...
¡Y el punto dulce justo!





¿Cuál es tu utensilio imprescindible?

La paletina, la manga y la varilla. Lo siento... otro caso en que no puedo quedarme solo con uno.

¿3 cualidades que debe tener un restaurante?

Buen servicio, materia prima de calidad que se trate como merece y una buena selección de vinos. creo que esa es la base.... y a partir de ahí, sumar.



La pandemia impulsó un 40%

los pedidos de comida a domicilio

La pandemia impulsó un 40 % los pedidos de comida a domicilio y el número de restaurantes que se han sumado a este modelo a través de Just Eat se ha duplicado en 2020, hasta superar los 20.000, según los datos de la novena edición del gastrómetro que realiza esta plataforma.

Efeagro

[Just Eat](#) cuenta con más de 2,5 millones de usuarios y 20.000 restaurantes en [España](#), la mitad nuevas incorporaciones, y durante el 2020 facturó 54,7 millones, según ha recordado su director general, Patrik Bergareche.

En conjunto, el sector del '**delivery**' prevé cerrar 2021 con un volumen de negocio de 1.079 millones de euros, un 15,9 % más que el año anterior, y mantener un crecimiento sostenido hasta alcanzar los 1.590 millones en 2025.

Tendencias: Desayuno, gourmet y en el móvil

El informe sobre las tendencias de comida a domicilio de Just Eat, el Gastrómetro 2021, resalta algunas tendencias como el incremento de **los pedidos de desayunos -hasta un 464 %-**, pese a que sólo representan el 5 % del total.

Es una consecuencia directa del teletrabajo, si bien la cena sigue aglutinando el 62 % de los pedidos.

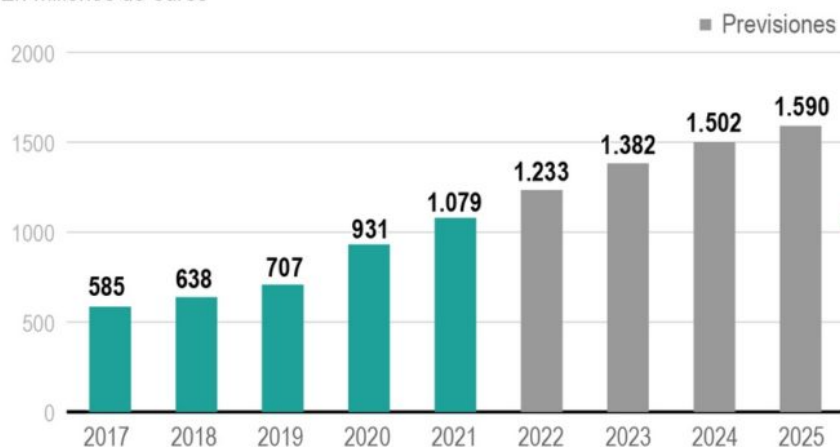
Se mantiene igualmente la tendencia del auge de los pedidos de comida vegetariana y vegana, con aumentos del 50 % y del 80% respectivamente.

Sector de comida a domicilio español

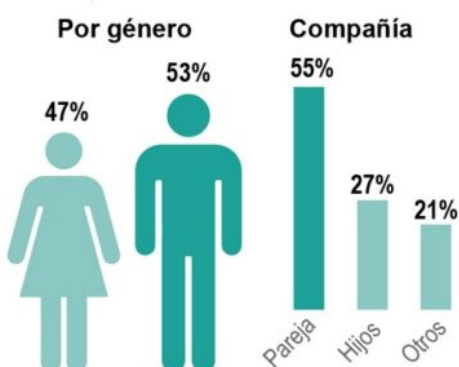
Informe sobre las tendencias de comida a domicilio.

Evolución y previsión del sector de comida a domicilio

En millones de euros



Principales datos del sector en España Año 2020



Fuente: Gastómetro 2021

Tipo de comida más pedida por provincia Año 2020



Borja Garcia / Agencia Efeagro

La pandemia impulsó un 40% los pedidos de comida a domicilio

Otra de claves es la dependencia del móvil, también para comida a domicilio, pues en el último año, el 75 % de los clientes de **Just Eat** han hecho su pedido a través de la aplicación, frente al 25 % que ha utilizado el ordenador.

Y ante el incremento de pedidos también hay más demanda de variedad, lo que se traduce en una clara sustitución de unos productos como **bocadillos** y platos básicos por otros más elaborados.

Como consecuencia, en 2021 ha despuntado igualmente la alta cocina en el **delivery** y sólo en Just Eat se han redoblado la incorporación de chefs con estrella **Michelin**, con presencia de reconocidos cocineros como **Dani García** o **Martín Berasategui**, unos perfiles que han contado con el respaldo de los clientes que han incrementado la demanda un 345 %.

El perfil de los consumidores

El **Gastrómetro** de 2021 dibuja un perfil de consumidor prácticamente igualado por género (53 % hombre y 47 % mujeres), de entre 35 y 55 años -la horquilla que agrupa al 53 % de los clientes- y que vive en una gran ciudad (79 % de los pedidos, frente al 3 % de las zonas rurales y el 18 % de la urbana).

Este usuario pide comida generalmente en pareja (55 %), en familia (27 %) o con amigos (21 %) y, su motivación, una cuarta parte de las veces es que no le apetece cocinar y el 21 % que tiene un capricho.

Un sector compatible con la hostelería

El presidente de **Hostelería de España**, José Luis Yzuel, ha participado en la presentación del estudio para agradecer la *“cercanía”* que ha ofrecido el reparto de comida a los clientes, especialmente durante la **pandemia**, cuando ayudó a *“tirar el carro”*.



El presidente de Hostelería de España, José Luis Yzuel.

Ha abundado en que es un servicio *“compatible con la hostelería”* y que *“ha llegado para quedarse”* en la vida de los ciudadanos y en un sector *“al que hace mejor, pues ayuda a posicionar los establecimientos”*.

El presidente de Marcas de Restauración, Carlos Pérez Tenorio,

ha señalado en su turno de intervención que el canal ganó fuerza con la llegada de los agregadores como Just Eat y que en pandemia ha tenido una gran eclosión, si bien según los datos de sus locales apunta a que el crecimiento *“se empieza a moderar”*.

Entre los retos pendientes del sector, la regulación de los repartidores a través de la conocida como Ley Rider, aprobada en agosto, y el **ajuste** de los márgenes para mejorar la rentabilidad de las empresas que intervienen en el proceso.

Tareas pendientes

.El director general de Just Eat España, Patrik Bergareche, ha situado este martes la firma de su convenio de empresa, que negocia con CC00 y UGT *“antes de que acabe el año”, y que busca seguir “innovando y protegiendo los derechos de los trabajadores”*.

Así lo ha puesto de manifiesto en la presentación de la IX edición del **Gastrómetro** sobre hábitos de consumo en la **comida a domicilio** que se ha presentado este martes en Madrid.

Just Eat, que siempre trabajó con repartidores y empresas de logística, pretende dar un paso más así a la regulación de los repartidores, un proceso en el que se encuentran inmersos todos los operadores desde la aprobación de la Ley Rider el pasado verano.

Con esta norma, ha apuntado, se va a homogeneizar la situación de partida de todas las empresas de reparto que han estado envueltas en un entorno muy *“competitivo”* para ganar cuota de mercado y ahora *“jugamos todos con las mismas reglas”*.

“El estatus actual no nos lleva a buen puerto”, ha añadido, si bien *“a partir de ahora “todos tendremos los mismos gastos”*.

Además, ha hecho autocrítica con haber maleducado al consumidor en que los envíos son gratis, cuando *“todo el proceso es muy difícil y tiene un coste”*.

Sobre este asunto, el presidente de Marcas de Resatauración, Carlos Pérez Tenorio ha recordado que el delivery era un canal

“muy disruptivo” para el que ha hecho falta madurar en conceptos como las relaciones laborales y las ganancias y que ahora toca una etapa de *“reequilibrio económico”*.

Presa Ibérica marinada en px, cremoso de queso Arzua Ulloa y ali- o -li de aguacate

By Chef [Yago Crego](#)

Para la marinada de la presa:

- Antes de meter la presa en la marinada, aseguraos de limpiarla bien. Para la marinada necesitaremos:
- 150 ml de aceite de oliva
- 200 ml de vinagre de Pedro Ximénez
- 50 ml salsa de soja
- 50 ml Worcestershire Lea & Perris
- 1 trozo de jengibre rallado
- zumo de 2 limones

Sumergiremos la [presa en crudo](#) en esta marinada por unas 48 horas. debe conservarse en la nevera. Pasado ese tiempo la escurriremos, la envolveremos en film, intentando que nos quede con la forma más cilíndrica posible y la congelaremos para poder cortarla lo más fino posible.

Para el alioli de aguacate:

- 2 dientes de ajo
- 100 ml aceite de oliva
- 75 gr de aguacate
- zumo de medio limón

- 1 yema de huevo
- sal
- pimienta

Montamos la yema con el ajo y la mitad del aceite con una batidora o robot de cocina, cuando empieza a montar añadimos el aguacate y trituramos. Cuando la mezcla sea homogénea, vamos añadiendo muy poco a poco el resto del aceite hasta que alcance una textura firme. Añadimos el zumo de limón, la sal y la pimienta y mezclamos con una espátula.

Para el cremoso de Arzua-ulloa:

- 250 gr de queso Arzua-ulloa (cortado en dados)
- 500 ml de nata 35%
- 50 gr de mantequilla
- 50 gr de maizena
- sal
- pimienta

- 1.** En un cazo calentamos la nata y derretimos el Arzua-ulloa sin que esta mezcla llegue a hervir.
- 2.** En otra olla derretimos la mantequilla. Cuando esté completamente derretida, agregamos la maizena, tamizándola y hacemos un roux.
- 3.** Vamos añadiendo y mezclando la nata infundada con el roux en 3 veces, como si se tratase de una bechamel.
- 4.** Cuando la salsa haya alcanzado una buena consistencia, salpimentamos y dejamos reposar en nevera.

Montaje

Cortamos la presa en lonchas finas y disponemos en un plato como se muestra en la foto, con algo de volumen.

Vamos distribuyendo pequeñas quenelles del alioli de aguacate y del cremoso de queso por encima de la carne.

Tostamos unos piñones y los disponemos alrededor del plato.

Cortamos algunos alcaparrones y también alcaparras, se puede usar unas piparras e incluso pepinillos cortados en dados.

Decoramos con micromezclum, cebollino o alguna hierba de vuestro gusto y añadimos unas briznas de sal maldon, un chorro de aceite de oliva virgen extra y pimienta negra.

Los atuneros piden eficacia en el control internacional de las pesquerías

La Organización de Productores Asociados de Grandes Atuneros Congeladores (OPAGAC) ha pedido este viernes “eficacia” en las medidas mundiales de control y de protección de las pesquerías.

[Efeagro](#)

Así lo ha expresado **Opagac** con motivo de la negociación de la [Comisión Internacional para la Conservación del Atún Atlántico](#) (ICCAT, en sus siglas en inglés), prevista entre el 15 y 23 de noviembre.

La flota atunera española ha valorado en un comunicado, con motivo de dicha reunión, los resultados de las medidas de conservación y ordenación aplicadas en 2020 a las poblaciones de atún tropical por **ICCAT**, en concreto a las especies de rabil, listado y patudo.

De cara a la asamblea de **ICCAT**, que se celebrará virtualmente,

Opagac ha solicitado que la gestión de las tres especies sea conjunta, para que las medidas de una de ellas minimicen los impactos sobre las otras dos.



Los atuneros piden eficacia en el control internacional de las pesquerías

En el caso del patudo, [Opagac](#) -en nombre de nueve empresas armadoras- ha señalado que gracias a las medidas de ICCAT no se ha rebasado la cuota de 62.500 anual de **toneladas** para los países costeros, objetivo previsto en un programa de recuperación de 15 años (2020-2034), y el cupo pescado se ha situado en 56.432 toneladas.

Gran presión de los caladeros

Los **atuneros** han resaltado la gran presión a la que está sometido este atún en el **Atlántico**, como consecuencia de la entrada de nuevos buques abanderados en terceros países, fundamentalmente asiáticos.

La flota ha solicitado, además, reducir de tres a un mes la prohibición de la pesca con dispositivos concentradores de peces (FAD, por sus siglas en inglés) empleados por los barcos cerqueros.

Asimismo, ha insistido en la necesidad de exigir el 100% de cobertura de observadores (ya sean humanos y/o electrónicos) para todas las **pesquerías**, como ya cumple la **flota cerquera española**, y poner fin así al agravio comparativo del 10% exigido para la flota de palangre antes de 2022.



Julio Morón director gerente de Opagac

El director gerente de Opagac, **Julio Morón**, ha valorado la labor de organizaciones regionales de pesca como ICCAT, pero ha señalado que en estas entidades *“los principales enemigos son ciertos países interesados en continuar expandiendo su flota”*.

“Es necesaria una mayor voluntad del conjunto de los Estados que conforman estas organizaciones, para colaborar de forma efectiva en la gestión de los recursos y garantizar la efectividad de las medidas a través de mecanismos de control más eficaces”.

Como ejemplo positivo, ha mencionado que la Lista Roja de Especies de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) publicada el pasado septiembre señaló que cuatro de los siete tipos de atunes más explotados

comercialmente han mostrado signos de recuperación gracias a las cuotas y por un control “más exhaustivo”.

Entre estas especies, se encuentran el atún de aleta amarilla o rabil (*Thunnus albacares*) y el atún blanco o bonito del norte (*Thunnus alalunga*) que cambian de la categoría “casi amenazado” a “preocupación menor”, según Opagac.

Frutas con chocolate Villacruz, ricas ricas...

[Por Ángel Marqués Ávila](#)

La historia de esta empresa extremeña nace hace ya más de 35 años fruto de la pasión de su fundador por el sector primario y agrícola de su región de origen, Extremadura. En 1986, deciden incorporar a su actividad la elaboración y comercialización de higos secos y sus derivados. Exportan casi 1.500 toneladas de higos al año.

La gran mayoría de su producción está destinada al mercado internacional donde nos dicen tanto Aurelia Hernández como Elodie Vernay , que el reto que se han marcado es que *“cada día estamos esforzándonos para posicionarnos como referencia para la venta de [higos secos de España](#)”*.

En 2016, hemos plantado más de 220 hectáreas de **higueras ecológicas** en súper intensivo con objetivo de garantizar al cliente el volumen que necesita y la mejor calidad de producto todos los años. Nuestra empresa dispone de unas instalaciones amplias y modernas dedicadas exclusivamente a la actividad de

los higos secos y sus derivados.

Además, tenemos cámaras frigoríficas de 2000m² que nos permiten guardar el producto en condiciones óptimas durante todo el año y poder así ofrecer un producto de calidad a los clientes en cualquier época del año.



Y me añaden que *“basamos nuestra producción en una precisa selección de la materia prima y una posterior elaboración bajo estrictas normas a través de procesos que cumplen con los estándares, requisitos legales y reglamentaciones vigentes de los protocolos IFS y BRC (nivel A)”*.

Protagonista el higo

[Comercializan fundamentalmente los higos secos](#) de la variedad «Calabacita». Tienen un tamaño pequeño (alrededor de 110-140 unidades por kilo). Tienen una pulpa abundante, son tiernos, muy dulces y su piel es muy fina.

Esta fruta es secada al sol, *“nuestros **higos** son 100% naturales, sin SO₂ añadido. La nueva temporada comenzó a finales de agosto, por lo que tenemos casi dos meses antes de la llegada de los **higos turcos**, que son nuestra competencia, pero nosotros apostamos por los higos españoles, no porque sean más baratos que los turcos, es que tienen un sabor diferente que a nosotras nos gusta más”*.



También elaboran **higos secos** enharinados con harina de **arroz** certificada sin gluten a granel en cajas genéricas blancas de 5 y 10 kilos. Dentro de nuestra extensa variedad de este producto y otros , buscamos lo que el consumidor busca en cada momento para satisfacer a todos los **paladares**, gustos y costumbres, y estilos así hemos puesto en el mercado "*higos secos ecológicos*" a granel en caja genérica blanca de 5 y 10 kilos, pero también los elaboramos en bolsas de 250 gramos, igualmente han sacado y puesto en el mercado **higos secos** recubiertos de una fina capa de delicioso **chocolate** con **leche** que permite conservar el sabor del higo.



Frutas con chocolate Villacruz, ricas ricas...

Además, han quitado el pedúnculo de los higos para que sea más agradable al consumirlos, y lo presentan en bolsas de 250 gramos.

Frutos secos con chocolate

Estas extremeñas comercializan en bolsas de 200 gramos nueces recubiertas de una fina capa de delicioso chocolate con **leche** que permite conservar el sabor de la nuez. Lo mismo para las almendras, así como con pistachos. También elaboran un **bombón de higo** relleno con una crema de avellanas y recubierto de auténtico **chocolate negro**.

Este **bombón de higo** es muy especial porque está relleno con un sorprendente **praliné** crujiente hecho a base de **avellanas, almendras y galleta** y recubierto de auténtico **chocolate negro**. Otro de los **bombones** que preparan esta uno de higo está vez relleno con una crema de pistacho al 70% y recubierto de auténtico **chocolate negro**.

Todos estos productos están elaborados, nos dicen Elodie y Aurelia, con mucha delicadeza y respetando el proceso artesanal para que el consumidor disfrute de ellos y le resulte agradable al **paladar**.

Nace un nuevo ingrediente saludable en la industria alimentaria: harina de caqui

Una nueva harina de caqui se incorpora a los ingredientes de la industria alimentaria con propiedades antioxidantes, colorantes, espesantes y nutritivas para la elaboración de yogures, patés, salsas, pastas e incluso repostería.

[Efeagro](#)

La harina de [caqui](#) ya es una realidad. Investigadores del grupo de Industrialización de Productos de **Origen Animal** (IPOA) del Centro de Investigación e Innovación **Agroalimentaria y Agroambiental** (CIAGRO) de la Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche han desarrollado en el campus de Desamparados, en Orihuela, esta novedosa harina que es fuente de **fibra dietética** y **azúcares** de origen natural a partir de la **piel y pulpa** sobrantes de la elaboración de zumo de **caqui**.



Las investigadoras que han diseñado la harina de caqui.
EFE/Morell

Las propiedades de la harina de caqui

Este excedente natural se deshidrata y se muele en dos procesos de escasa complicación tecnológica y relativo bajo coste para obtener un polvo con numerosas ventajas para la industria de los alimentos por su *“alto contenido de compuestos bioactivos”*, según ha relatado a Efe la científica Raquel Lucas González.

La harina de caqui contiene una alta cantidad de **carotenos** (con actividad provitamina A), compuestos **polifenólicos** (antioxidantes con propiedades anticancerígenas) y fibra, y diferentes estudios han demostrado que el consumo regular de esta **fruta** ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares, a disminuir el colesterol en la sangre y a mantener los niveles de glucosa estables.

Los investigadores del **CIAGRO** han incorporado con éxito esta harina en la elaboración de pasta y de paté.

La pasta con harina de caqui requería menor tiempo de cocción

que la pasta tradicional y, además, su índice glicémico se redujo mientras que en el caso del paté con caqui aumentó su coloración rojiza lo cual fue apreciado por los consumidores encuestados y la harina ejerció protección a las **grasas** frente a la oxidación.

Por sus especiales características, podría tener también aplicación en **productos de panadería o repostería** en sustitución del trigo y como fuente de azúcares naturales, o incluso en salsas por sus cualidades espesantes.



Eñado la harina de caquiEFE/Morell

Además, el aprovechamiento de estos desperdicios o “*coproductos*” (la piel y la **pulpa** sobrante de hacer el **zumo**) elimina un quebradero de cabeza a los fabricantes de zumo puesto que, aproximadamente, por cada kilogramo de **caqui**, **500 gramos** acaban en zumo y la otra mitad en excedente, con el que a menudo no se sabe qué hacer.

Se da la circunstancia de que este sobrante de piel y pulpa

debe ser gestionado con cierta premura porque fermenta y esto requiere de unos gastos de transporte y de depósito en centros de gestión de residuos.

“La harina se obtiene mediante un proceso sencillo de poco más de 24 horas que no obliga a demasiada inversión, que no genera residuos y que da valor económico”, ha destacado Lucas González.

El boom del caqui

El **caqui** ha experimentado un auténtico ‘boom’ en **España** desde comienzo de los años 2000 y normalmente se comercializa tanto en fresco como en **zumos**, ya sea en solitario o mezclado con **cítricos y mango**.

Desde entonces, España se ha convertido en el segundo país productor, solo después de China.

Bajo la dirección científica de Juana Fernández López y Manuel Viuda Martos, este nuevo ingrediente (la harina de caqui) podría tener una buena aceptación en el mercado tanto como colorante alimentario natural por su color anaranjado parecido al azafrán, como ligante de agua o espesante, como antioxidante natural e incluso como fuente de nutrientes.

En palabras de Juana Fernández López, **esta harina es compatible con una “industria sostenible”** que no emite residuos y la denominada *“economía circular”* porque reintroduce en la industria alimentaria un sobrante que acabaría desechado.

El caqui ha sido una de las frutas objeto de investigación de este grupo **IPOA-CIAGRO**, que también trabaja en la valorización de otros coproductos de la industria agroalimentaria como cítricos, la chufa, el dátil y la granada

Los españoles gastarán unos 10.000 millones en la restauración esta Navidad

La recuperación de los encuentros de compañeros de trabajo y grupos de amigos en bares y restaurantes previos a las fiestas navideñas permitirá a estos negocios hacer una caja de 10.000 millones de euros durante esta campaña clave para su cuenta de resultados.

Efeagro

La restauración recuperará la campaña de [Navidad](#) este año. Las previsiones de la patronal Hostelería de España apuntan a que, según las primeras estimaciones se produzca un “fuerte impulso” de reservas respecto al año anterior.

De esta manera, se superarán “*con creces*” los niveles de venta de las navidades de 2020, totalmente marcadas por las restricciones derivadas de la pandemia.

Aún así, con respecto al último ejercicio comparable, el de 2019, [Hostelería de España](#) calcula que los ingresos durante la campaña de Navidad caerán un 15 % respecto a mismo periodo de hace dos años.

“La mejora de la evolución sanitaria y el consiguiente fin progresivo de las restricciones, después de la mala temporada de Navidad del año pasado, hacen que la gente esté muy animada a recuperar este tipo de celebraciones”, han señalado fuentes de esta patronal.

Bares y restaurantes, con el cartel de completo

Por ello, las comidas y cenas navideñas vuelven “con fuerza” hasta el punto de que bares y restaurantes ya empiezan a

completar para los días señalados de diciembre y enero, e incluso se anticipan reservas para celebraciones de empresa en el mes de noviembre.

Sobre estas comidas y cenas de compañeros y amigos, Hostelería de España ha precisado que se inician tradicionalmente en el Puente de la Constitución, si bien se aprecia una tendencia a **multiplicar y adelantar estos encuentros**. Por eso, se prevé que entre la última semana de noviembre y mediados de diciembre estén prácticamente todas las mesas reservadas.



[Hostelería de España](#) calcula que los ingresos durante la campaña de Navidad caerán un 15 % respecto a mismo periodo de hace dos años

Reservas más adelantadas

Confirman estos datos las reservas que se están realizando a través de plataformas digitales como [TheFork](#), donde se observa que crece la anticipación, pues ya esta semana hay un 33 % más de solicitudes de mesa en restaurantes que en diciembre de 2019. En el caso de las comidas de grupo, el incremento es del

11 %, pues con la desaparición de las restricciones, el número de comensales por mesa se ha incrementado un 50 % respecto a 2020 y se acerca a las cifras del último año comparable, esto es, 2019.

Este jueves, la Asociación de Hostelería de Madrid ha publicado las conclusiones de su informe de previsión de la campaña de Navidad de 2021, que supone, según su director, José Blardony, una cuarta parte de las ventas para un bar restaurante en un campaña “normal”.

Según la encuesta realizada por esta patronal regional, mientras el 57 % de los empresarios asegura que tiene menos reservas que en el año 2019, un 32 % asegura que tiene más o menos las mismas que en 2019, con los fines de semana del 10 y el 17 de diciembre como las fechas más demandadas.

Como dato significativo, el 60 % de los establecimientos ha tomado medidas para evitar los “plantones” de sus clientes, especialmente de los encuentros de grupos, como llamadas para reconfirmar o el cobro de una señal.



Los españoles gastarán unos 10.000 millones en la restauración

esta Navidad

Los precios

A pesar de la subida de los productos de alimentación y del coste de la luz y del gas, el 60% de los empresarios de Madrid asegura que mantiene los precios de sus menús de Navidad.

Sobre este aspecto, la patronal Hostelería de España apunta que el aumento de precios y la falta de suministros sí son una preocupación para los empresarios de este sector, pues puede derivar en que se reduzca *“notablemente el presupuesto para este tipo de gastos”*.

Consideran que esto provocará que los clientes opten por menús con productos y precios más asequibles, con un gasto medio por persona menor, que se situará entre 20 y 30 euros de media.

Se trata de un tique medio previsto bastante más bajo que los que se pagaban los años anteriores a la crisis, que se situaban en la horquilla de entre los 30 y 50 euros.

Grupo Arehucas recibe el certificado ISO 9001:2015 que acredita la implantación del sistema de gestión de calidad en la compañía

Grupo Arehucas ha obtenido de la entidad certificadora multinacional SGS, entidad acreditada por ENAC, la certificación de

Implantación del Sistema de Gestión de Calidad según los requisitos exigidos por la norma UNE en ISO 9001:2015, reafirmando así el objetivo de mejora continua de todos sus procesos y servicios.

La compañía canaria con sede en **Aruca**s (Gran Canaria) afronta el último trimestre de 2021 recibiendo el certificado [ISO 9001:2015](#) que acredita la implantación del Sistema de Gestión de Calidad de la empresa.

Esta **certificación** establece principios fundamentales de gestión de calidad que ayudan a las empresas a controlar y mejorar su rendimiento, la excelencia de sus productos y la optimización de sus servicios.

Para obtener la certificación se han definido y documentado los procesos que se llevan a cabo en la actividad de la empresa y que verifican el correcto control para la obtención de buenos resultados en la gestión y ejecución de fabricación y embotellado de sus productos y la posterior venta y distribución de estos.



Grupo Arehucas recibe el certificado ISO 9001:2015

El Sistema de **Gestión de Calidad** implantado ha permitido a [Grupo Arehucas](#) identificar los procesos y procedimientos necesarios, sus interconexiones y aplicación a través de la organización; establecer los criterios, métodos y recursos que aseguren su eficacia y obtener y analizar la información sobre los resultados implantando acciones que permitan asegurar los resultados y mejorar permanentemente los procesos.

Entrega certificado ISO

La entrega oficial del certificado se ha producido este miércoles día 20 de octubre en las instalaciones que Grupo

Arehucas tiene en Arucas. D. Héctor González Álvarez, responsable de **Certificación de SGS en Canarias**, ha entregado la certificación a Carlos Iglesias Nespereira (Gerente), Tamara Gómez García de Paso (Auditora Interna) y Maica Jausás Díez (Técnico Calidad, MMAA y PRL), representantes de la compañía en el acto.





El 2021 ha sido un año muy importante para **Arehucas** ya que, como líder de mercado, no solo ha presentado nuevos productos y renovado la imagen de muchos de ellos, sino que también ha conseguido el certificado **ISO 9001:2015** logrando alcanzar así el objetivo principal de la empresa: el de satisfacer las expectativas y necesidades de sus clientes, basándose en la mejora continua de sus procesos y apoyados por un recurso humano cualificado, eficiente y participativo.

Hosteleros prevén tener un 70

% de ocupación en el último trimestre, según TheFork

Los hosteleros españoles confían en continuar con su recuperación tras superar lo peor de la pandemia y esperan rondar el 70 % de ocupación en el último trimestre del año, según un estudio del portal de reservas TheFork, que ofrecerá descuentos de hasta el 50 % para fomentar esta mejora.

[Efeagro](#)

La compañía (antes llamada ElTenedor y propiedad del grupo Tripadvisor) ha informado este miércoles de la puesta en marcha de un programa de ofertas para **“movilizar a millones de comensales”** en todo el mundo y en el que participarán unos 6.000 restaurantes, 1.200 de ellos en España.

*“Aprovechando el fin de las restricciones en muchas regiones, TheFork pone en marcha este movimiento mundial (...) que **permitirá a los comensales disfrutar de descuentos del 50 % en una amplia variedad de restaurantes**”* reservando a través de su portal, de acuerdo con estas mismas fuentes.



Hosteleros prevén tener un 70 % de ocupación en el último trimestre, según TheFork

La iniciativa se prolongará desde el 14 de octubre hasta el 28 de noviembre y entre los participantes se encuentran establecimientos como Con Amor, Botín y el grupo La Mordida en Madrid; Ají y Cibulet en Barcelona; Terrae y Maleva Marítim en Palma de Mallorca; el Camarote en Valencia; y el grupo Hamburguesa Nostra en diferentes puntos de España.

Incentivar el consumo

“Tras la cuesta de septiembre y el fin de las restricciones, el sector se prepara para acelerar su recuperación tras un verano lleno de brotes verdes. Una temporada estival en la que las reservas online crecieron un 55 % con respecto a 2020 “, han destacado en un comunicado los responsables de TheFork.

El programa de descuentos pretende *“incentivar el consumo”* en los restaurantes, según sus impulsores, que defienden que los locales participantes también podrán *“aumentar su visibilidad y llenar mesa vacías”* a imagen y semejanza de lo ocurrido en años anteriores. Etiquetado con: [ocupación en hostelería](#)

Dominio de calogía, la fortuna mejor guardada de Pérez Ovejas

Por: Ángel Marques Ávila-Periodista

La vendimia en la [Ribera del Duero](#), ha terminado, para algunos, pero no, para José Manuel Pérez Ovejas , que comenzó este pasado viernes 8 de octubre . Nos comenta este enólogo *“que este año viene con algo de retraso, es un año un tanto anormal desde el punto de vista meteorológico, las maduraciones han ido más lentas, acumulando un cierto retraso con respecto a la pasada cosecha. Tenemos por delante unas dos semanas de intensa actividad. También miramos al cielo y a las aplicaciones de nuestros móviles para ver las previsiones de los próximos días. La temida lluvia en esta época no es la mejor ‘compañera’ por la influencia negativa en la calidad de la uva que puede conllevar, pero yo prefiero esperar a que la uva este en su punto de maduración.”*

Dominio de Calogía by José Manuel Pérez Ovejas. Así se llama el vino que nace del proyecto personal de este reconocido enólogo de la Ribera del Duero. Con más de 30 **vendimias** en sus manos, que le han hecho acumular una experiencia envidiable, y tras una impecable trayectoria en la elaboración de grandes vinos, inicia su andadura en solitario pleno de pasión, ilusión y compromiso.

José Manuel Pérez Ovejas es un referente en el mundo del vino, y lo lleva en sus venas. Hijo y nieto de viticultores, su aportación al sector ha sido enorme y, gracias a ello, se ha ganado el respeto y la admiración por méritos propios.

En el 2017 fue distinguido *“Bodeguero del Año”* y en el 2018 le concedieron el premio como *“Mejor Enólogo de España”*. Los que le han tratado trabajando destacan su capacidad, entrega y profesionalidad durante estas tres décadas.

De manera discreta y silenciosa rozando el secretismo, ha conseguido configurar este ambicioso proyecto que lleva su firma. Su tenacidad y determinación fueron básicas para iniciar la construcción de una bodega vanguardista en Roa, rodeada de viñedos al más puro estilo **Domaine**.



Dominio de calogía, la fortuna mejor guardada de Pérez Ovejas

Sin pausa, y con las ideas muy claras, ha puesto unos sólidos cimientos en el concepto de lo que se puede considerar una **bodega-boutique**, innovadora y moderna, en la que ha elaborado un vino muy exclusivo: Dominio de Calogía by José Manuel Pérez Ovejas.

“Es un sueño que finalmente he podido realizar. En este

proyecto hay intuición, sensibilidad, perseverancia y un trabajo ilusionante”, asegura Pérez Ovejas. “El equipo que conforma Dominio de Calogía es joven, dinámico y muy preparado. Desarrolla su trabajo con enorme responsabilidad. No puedo estar más satisfecho de la filosofía de la bodega”, insiste.

José Manuel, que nació y creció entre **viñas**, se define como viticultor, **enólogo** y hacedor de **vinos**, a los que imprime su sello personal. Su sólida formación técnica y su apego al terreno le han aportado una visión de largo alcance para convertirle en una figura muy destacada en el panorama **vitivinícola** nacional. Desde un modelo muy perfeccionista, tanto en el **viñedo** como en la **bodega**, su obsesión por la calidad no tiene límite. Su padre, Benjamín, es considerado una institución en la viticultura **española**, y todos le reconocen su valiosa contribución al desarrollo de la Denominación de Origen **Ribera del Duero**. Su legado suscita admiración, ovación y respeto.

Expresión del origen



Dominio de Calogía by José Manuel Pérez Ovejas 2019 se ha elaborado a partir de viejos viñedos de la propiedad. La bodega se enclava en este paraje singular que da nombre al vino, con la silueta de la majestuosa Cuesta Manvirgo, un icono de la comarca, al fondo.

El control en el viñedo es exhaustivo, limitando drásticamente

la producción con aclareos de racimos muy severos para conseguir la calidad máxima. En este sentido, también la decisión sobre la fecha de vendimia es determinante. Para ello se hacen controles de maduración muy exhaustivos con el único objetivo de conseguir la maduración perfecta de la uva.

La rigurosa selección del fruto supone la culminación perfecta de ese trabajo que representa una mirada a la tierra y al entorno. Es la experta interpretación del viñedo, en la que la sensibilidad debe ser protagonista principal para llegar a la cumbre.

La añada 2019 está considerada como una de las mejores de la historia en la Ribera del Duero. Tan sólo se han elaborado 25.923 botellas de 75 cl y 1.267 botellas de Magnum.

Es un vino enorme para poder apreciarlo en este momento, pero, por su excelente potencial, puede guardarse muchos años más, pensando en los coleccionistas de grandes vinos que prefieren disfrutarlo con más tiempo de maduración en botella.

El ADN

La filosofía de Dominio de Calogía se basa en la autenticidad. El perfil de José Manuel está presente en cada sorbo, exhibiendo una personalidad y una diferenciación asombrosas, como si de una obra de arte se tratara. Y realmente lo es: existe un trazo muy fino, sutil, elegante y complejo en este estilo tan genuino, en el que la frescura y opulencia se perciben de manera imponente y simultánea.

El sentido común a la hora de aplicar los criterios técnicos en la viña y en la bodega es una de las virtudes que siempre se ha destacado en la exitosa trayectoria profesional de José Manuel Pérez Ovejas. La convicción plena de que la autoexigencia es necesaria para elaborar un vino tan especial y con una identidad tan marcada se plasma en Dominio de Calogía, en el que la calidad alcanza su mejor expresión.

*“En este vino se refleja entusiasmo, capacidad y entrega. Dominio de Calogía está elaborado con alma y sentimiento, extrayendo al máximo todo lo que este histórico terruño posee. Este apasionante proyecto ya ha nacido con el listón muy alto”, afirma, orgulloso, **Pérez Ovejas**.*

Dominio de Calogía by José Manuel Pérez Ovejas 2019 ya es una realidad. La espera ha valido la pena. Hoy, la historia de la Ribera del Duero se engrandece. Un proyecto muy sólido y consistente acaba de nacer.