

El sector del vino se conjura para digitalizar y exige que los fondos de la UE lleguen a las pymes

El sector del vino español considera que la digitalización es una parte clave de su futuro y se ha conjurado para afrontar esa transformación tecnológica, un proceso para el que necesitará aprovechar los fondos europeos y en el que exige a las administraciones que se canalicen las ayudas también a las pymes.

[Efeagro](#)

Éste ha sido el principal mensaje trasladado este miércoles en un foro organizado por la [Federación Española del Vino](#) (FEV) sobre digitalización y que ha reunido de forma presencial en Madrid a autoridades, bodegas y empresas tecnológicas.

La llegada de los fondos del [Plan de Recuperación](#), Transformación y Resiliencia ha centrado el debate, ya que los bodegueros han reclamado que el diseño de las ayudas facilite su acceso a pequeñas firmas **ante el temor de que se queden fuera.**

La parte empresarial ha instado a las administraciones a garantizar esa distribución “*capilar*” de las ayudas, y para ello han incidido en que es clave simplificar los **procedimientos.**

Una de las palabras más repetidas durante la jornada ha sido la de “*oportunidad*” debido a la citada inyección de fondos, y se ha insistido en que ese tipo de apoyo tiene un carácter puntual y no estará para siempre.

Los ponentes han coincidido en que digitalización y sostenibilidad van de la mano y han recordado que la transformación tecnológica abarcará el ámbito del viñedo -para averiguar por ejemplo cómo mejorar los rendimientos o evitar los efectos del cambio climático-, la comercialización -vendiendo directamente al cliente- y la producción **-con herramientas de calidad y trazabilidad-**.

El director general de la FEV, José Luis Benítez, ha defendido el papel *“fundamental”* que pueden jugar las asociaciones patronales para hacer de interlocutores con la Administración y también con las empresas ante la previsible *“avalancha”* de proyectos que optarán a las ayudas.



Director general de la FEV, José Luis Benítez

*“Muchas de las herramientas no son aplicables en las empresas más pequeñas si no se escalan para que sean digeribles en estructuras que no tienen demasiados recursos o **un conocimiento previo**”,* ha precisado por su parte el presidente de la entidad, Emilio Restoy.

El responsable patronal ha hecho hincapié en que el sector no podrá “*subsistir*” si no se digitaliza, un reto complejo debido a que el vino cuenta con un tejido productivo “extremadamente atomizado”, con más de 4.000 bodegas en España.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha destacado la “*fuerte reacción*” del sector del vino al impacto de la pandemia y le ha instado a “aprovechar las oportunidades” que se presentan **gracias a los programas de ayudas.**

“Es un momento especial, de recuperación (...) El sector agroalimentario ha sido punta de lanza tanto de la resistencia como de la recuperación económica”, ha defendido.

Como ejemplo, ha citado al sector vitivinícola, que durante los últimos meses ha sobrevivido a dificultades como la caída del consumo en hostelería asociado a la covid-19, el Brexit o los aranceles que impuso Estados Unidos a productos de origen español.

“Ahora hay que dar al cliente lo que quiere antes incluso de que él lo sepa”, ha señalado durante su intervención el que fuera consejero delegado de El Corte Inglés, Dimas Gimeno, quien ha recomendado a los bodegueros “*quitarse a los distribuidores e intermediarios que no aporten valor*”. Además, ha incidido en que las compras físicas y las virtuales son compatibles y ha descartado el apocalipsis del comercio tradicional, aunque ha de reinventarse.



El sector del vino se conjura para digitalizar y exige que los fondos de la UE lleguen a las pymes. Foto: Efeagro

En este sentido, el responsable de Glovo para la zona centro y norte de España, Ramón López-Doriga, ha recomendado a las bodegas no perder de vista el auge de aplicaciones como la suya, que reparten pequeñas cestas de la compra en diez minutos desde tiendas cerradas al público (*"dark stores"*).

"Sobre todo es interesante para llegar al consumidor joven, al cual hay que incorporar a la cultura del vino. La cerveza y los destilados tienen recursos y ya trabajan eso intensamente", ha subrayado.

Entre las bodegas participantes en el foro, la representante de la familia Torres ha recordado que no en todas las zonas rurales donde están presentes las empresas del sector hay conexión a internet, mientras los responsables de Franco-Españolas han exhortado a "no caer en el error de invertir en algo sólo porque den subvención" y **abogan por seguir una hoja de ruta.**

Pedro Ruiz, consejero delegado de Alma Carraovejas, ha

apostado por mejorar “la experiencia de compra” con las herramientas tecnológicas en un mundo en el que cada vez “hay más bodegas y más competencia”, y su homólogo en Bodegas Matarromera, Carlos Moro, ha advertido del riesgo que existe de digitalizar la fase de producción sin afrontar al mismo tiempo la transformación de la fase anterior, en el viñedo.

Foto de la España rural: el 16 % de la población y el 84 % del territorio

La España rural sigue vaciándose poco a poco -un 7,1 % en la última década- y cuenta con una población más masculina y envejecida que la urbana, según la última foto fija de un entorno que acoge al 16 % de los habitantes del país y ocupa el 84 % del territorio nacional.

Efeagro

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) acaba de difundir el “[Informe Anual de Indicadores de la Agricultura, Pesca y Alimentación 2020](#)”, en el que, entre otras informaciones, hace una radiografía de la población y el entorno rural.

El medio rural del que parte lo conforman los **6.671 municipios** que poseen una población inferior a 30.000 habitantes y una densidad no superior a los 100 habitantes por kilómetro cuadrado.

Con estas premisas, la España rural reúne al 82 % de los **municipios españoles**; son mayoría los más pequeños -los que tienen menos de 5.000 habitantes-, ya que suponen el 78,1 % de ellos, mientras que solo 319 pueblos (el 3,9 % restante) poseen entre 5.000 y 30.000 habitantes.

De los 47.450.795 **personas empadronadas en España** el pasado año, **7.538.929 (el 15,9 %)** **viven en localidades rurales** que se reparten por 424.220 kilómetros cuadrados (84 % del territorio nacional).

La población total censada en España ha aumentado un 0,6 % entre 2011 y 2020, un porcentaje que **sube hasta el 2,1 % en las ciudades** y que es **negativo (-7,1 %) en los municipios rurales**.

Las localidades del medio rural que pierden más población son las más grandes -esas 319 localidades con entre 5.000 y 30.000 vecinos- ya que su población se ha recortado un 8,6 % entre 2011 y 2020.



Foto de la España rural: el 16 % de la población y el 84 %

del territorio. Foto: Efeagro Archivo /Toni Galán.

Disminuye más la población masculina

Los padrones municipales apuntan a que tanto en los grandes pueblos como en las aldeas más pequeñas disminuye más la población masculina que la femenina.

Otras de las conclusiones que apunta el informe es que los municipios rurales están más masculinizados y envejecidos que los urbanos; **la radiografía del campo refleja que por cada cien mujeres hay de media 103,5 hombres, frente a los 94,8 hombres de las urbes.**

Desde 2011 hasta la actualidad, el **índice de masculinidad** ha retrocedido en los municipios urbanos un 1,4 % y en los rurales de mayor tamaño ha bajado un 1,2 %, mientras que en los más pequeños, los que no llegan a los 5.000 habitantes, este ratio ha subido levemente (+0,2 %).

*Vivir en el campo se diferencia de hacerlo en la ciudad porque hay **menos niños y más mayores.***

El porcentaje de **población rural menor de 15 años** es el 12,3 % (14,8 % de la urbana) y, el de los **mayores de 65 años**, el 23,9 % (18,6 % en ciudades).

Tabla 1.1.1 Caracterización del Medio rural, España. 2020

Población, número de municipios, superficie y densidad.

Valores absolutos

2020	POBLACIÓN personas			MUNICIPIOS número	SUPERFICIE km ²	DENSIDAD hab/km ²
Tipo de municipio	TOTAL	HOMBRES	MUJERES			
Rural 30.000 a 5.000 hab.	3.068.158	1.534.135	1.534.023	319	74.255	41,3
Rural < 5.000 hab.	4.470.771	2.299.883	2.170.888	6.352	349.965	12,8
Rural, TOTAL	7.538.929	3.834.018	3.704.911	6.671	424.220	17,8
Urbano	39.911.866	19.421.572	20.490.294	1.460	80.525	495,6
TOTAL	47.450.795	23.255.590	24.195.205	8.131	504.745	94,0

Valores relativos (%)

2020	POBLACIÓN			MUNICIPIOS	SUPERFICIE
Tipo de municipio	TOTAL	HOMBRES	MUJERES		
	% del total España	% respecto al total tipo de municipio	% respecto al total tipo de municipio	% del total España	% del total España
Rural 30.000 a 5.000 hab.	6,5	50,0	50,0	3,9	14,7
Rural < 5.000 hab.	9,4	51,4	48,6	78,1	69,3
Rural, TOTAL	15,9	50,9	49,1	82,0	84,0
Urbano	84,1	48,7	51,3	18,0	16,0
TOTAL España	100,0	49,0	51,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Padrón municipal del INE

La evolución de la pirámide poblacional indica que la **mayoría** de la población del medio rural **vive en municipios rurales pequeños** y que, en los grandes, la distribución de la población tiende a parecerse más a la de los urbanos.

Según el MAPA, **el número de habitantes rurales de cero a cuatro años de edad y de la franja de 20 a 34 años han sido los que más han descendido**, en concreto un 20 % en la última década; en contraste, el grupo de 55 a 59 años ha crecido un 30 % y el de más de 90 años, un 50 %.

Tabla 1.1.2. Caracterización del medio rural por comunidad autónoma. Población y superficie. Porcentaje respecto al total, 2020.

2020	RURAL, total		Total		% Rural / Total	
	Población (habitantes)	Superficie (Km ²)	Población (habitantes)	Superficie (Km ²)	Población	Superficie
Andalucía	1.926.635	58.808	8.464.471	87.580	22,8	70,8
Aragón	422.356	46.462	1.228.381	47.689	34,8	95,3
Principado de Asturias	214.220	9.244	1.218.784	10.804	17,6	87,2
Islas Baleares	111.636	1.029	1.178.545	4.982	9,5	38,6
Canarias	214.765	5.985	2.175.952	7.445	9,9	82,4
Cantabria	62.687	4.239	582.906	5.268	10,8	80,1
Castilla y León	658.330	90.483	2.324.218	92.869	28,3	96,4
Castilla – La Mancha	902.330	72.038	2.845.231	79.408	31,7	90,8
Cataluña	636.436	24.837	3.780.479	32.808	16,8	71,7
Comunidad Valenciana	368.907	15.906	5.267.353	23.264	7,0	68,9
Extremadura	522.207	36.818	1.063.987	46.835	49,1	80,0
Galicia	696.498	24.848	2.701.989	29.577	25,8	84,3
Comunidad de Madrid	138.637	3.588	6.739.898	8.022	2,0	44,5
Región de Murcia	176.808	5.264	1.518.261	8.218	11,6	48,9
Comunidad Foral de Navarra	178.177	8.876	681.137	9.881	27,1	83,6
País Vasco	186.234	4.484	2.220.504	7.092	8,4	62,1
La Rioja	64.740	4.476	318.374	5.026	20,3	89,0
Ceuta	0	0	84.202	26	0	0
Melilla	0	0	87.376	14	0	0
TOTAL ESPAÑA	7.538.829	424.228	43.450.796	564.346	17,3	84,3

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón municipal del INE

Extremadura, líder en población rural

Extremadura es la comunidad autónoma con un mayor porcentaje de población rural (el 49,1 % del total, 522.207 personas) y **Andalucía** la primera región en valores absolutos (1.926.635 personas, el 22,8 % de su población).

Castilla y León, por su parte, encabeza a lista de las regiones con mayor porcentaje de territorio considerado rural, en su caso el 96,4 % de la superficie total, unos 90.483 kilómetros cuadrados, que además es la mayor extensión autonómica en términos absolutos.

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.

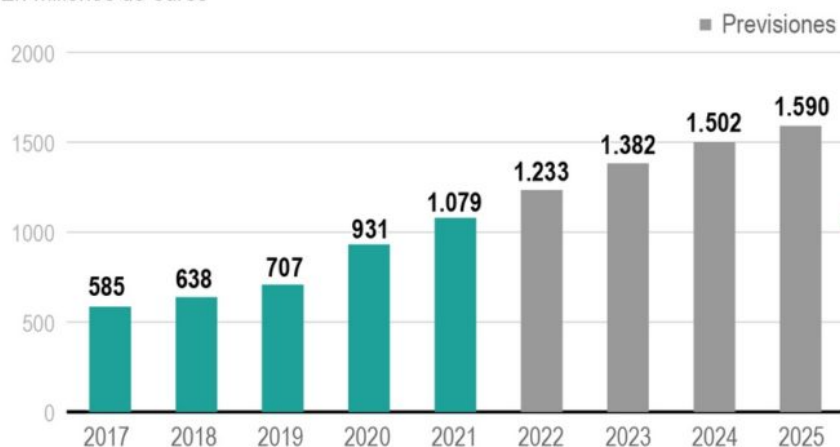
Se mantiene igualmente la tendencia del auge de los pedidos de comida vegetariana y vegana, con aumentos del 50 % y del 80% respectivamente.

Sector de comida a domicilio español

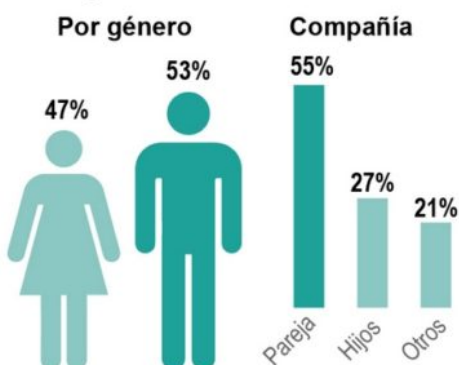
Informe sobre las tendencias de comida a domicilio.

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 empiece 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.

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 **Arucas** (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](#)