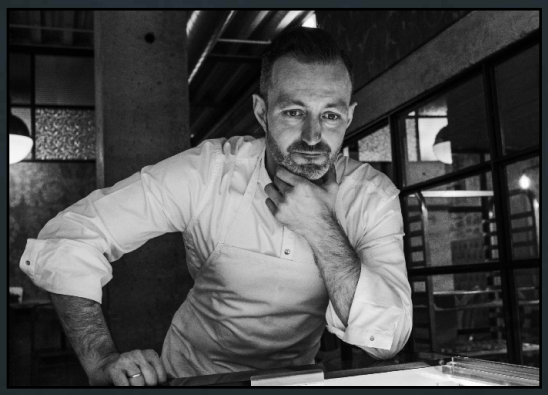
revista
PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium
Nº 0 - Año I - Marzo 2021

Ángel León descubre un revolucionario 'Cereal Marino'

Entrevista con **José Luis Yzuel**, presidente de Hostelería de España



La historia de la pastelería de **Toño Argüelles**

NACHO MANZANO
El brillante trabajo de un chef con estilo propio

Especial: Nuevas tendencias en coctelería

T4 FRANQUICIAS

T4 FRANQUICIAS le invita a explorar las infinitas posibilidades del sistema de **franquicia**.

Descubra cómo aprovechar todo el potencial de esta herramienta de crecimiento empresarial y lo que nuestro equipo de profesionales puede hacer por usted.

Para empresas que quieren CRECER

Para personas que quieren EMPRENDER

NUESTROS SERVICIOS:

- Franquiciar su empresa
- Captación de candidatos para su franquicia
- Marketing y comunicación para franquicias
- Marketing on-line
- Gestión de redes de franquicia
- Servicios jurídicos
- Expansión internacional
- Inversores
- Servicios singulares

www.t4franquicias.com

info@t4franquicias.com / Madrid: 91 626 39 29. Barcelona: 93 355 49 17.

Edita:
Working Comunicación

Directora:
Guadalupe Zapico

Redacción:
María Álvarez, Ana Fernández, Antonio González y Arturo Sariego

Diseño y Maquetación:
Carlos Pereiro

Contacto y suscripciones:
Edificio José Antonio Coto.
Polígono de Olloniego, Parcela B- 51
33660- Oviedo – Asturias.
Teléfono: 984 285 651
Email:
paladeando@revistapaladeando.com

Depósito Legal:
AS 00213-2021

Los artículos que se publican son propiedad de la empresa editorial quedando prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización expresa.

La empresa editorial no se hace responsable de la opinión de sus colaboradores.

Revista trimestral impresa en España

Working COMUNICACION

Editorial...

revista PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

A propósito de

Paladeando...

Comenzar un nuevo proyecto es siempre difícil e inquietante, y más aún en tiempos del Covid-19, pero el equipo de **Working Comunicación** ha conseguido aunar esfuerzos y hacer posible esta realidad.

Nace la **revista Paladeando** con la finalidad de convertirse en destacada referencia informativa del sector Horeca y difusión de la cultura gastronómica en España.

Con clara vocación de permanencia y de convertirse en una plataforma de difusión y encuentro para todos los profesionales que conforman el sector. Una Guía de referencia imprescindible para conocer los diversos modelos de negocio con sus profesionales, productos, tendencias y distribución que operan de manera activa en nuestro país.

Esta publicación, trimestral y ámbito nacional, ofrecerá una visión global de la gastronomía, sus profesionales, productos y distribución.

En este primer número contamos con una entrevista al Presidente de Hostelería de España, donde refleja la crítica situación que el sector está viviendo consecuencia de la pandemía. Los datos del sector, necesidades y acciones de futuro que se deben de tomar a corto y medio plazo.

El chef Nacho Manzano nos cuenta en su entrevista la historia de éxito de su restaurante Casa Marcial.

La carne de caza de la mano de ASICCAZA, la de vacuno de la mano del chef Íñigo Urrechu, los 25 años de la DO Sierra Mágina, la historia de la pastelería de Toño Argüelles, la iniciativa Acuicultura de España o el revolucionario cereal marino descubierto por el chef Ángel León... junto con otros muchos reportajes y artículos de opinión, conformar este primer número de **Paladeando**.

Las páginas especiales están dedicadas a las nuevas tendencias en coctelería a través de artículos y presentaciones de una gran variedad de cócteles. La coctelería en nuestro país es un área cada vez más profesionalizada, son parte del áuge de la gastronomía, que reclama su espacio y reconocimiento.

Paladeando estará disponible en la web y en edición impresa. El lector puede acceder al formato online con descarga gratuita desde la web y el que lo prefiera recibir la edición impresa mediante suscripción.

Nuestro agradecimiento a todos los profesionales, empresas e instituciones que han participado en el número cero y arranque de esta publicación gastronómica. Gracias a su confianza, apoyo y colaboración hoy la **revista Paladeando** es una realidad.

Nos volvemos a encontrar el próximo mes de junio, con nuevos contenidos de interés para el sector. ◊

SUMARIO

José Luis Yzuel, Presidente de "Hostelería de España" 6

25 Aniversario de la Denominación de Origen Aceite Sierra Mágina 12

Acuicultura de España, una iniciativa promovida por APROMAR 14

Nacho Manzano, Chef Restaurante Casa Marcial 16

El Chef Íñigo Urrechu y la Carne de Vacuno 20

Carne de Caza, Naturalmente Sostenible, por ASICCAZA 22

ASUMAD renueva su Junta Directiva, Carmen Garrobo reelegida presidenta 24

Escuela Española de Cata, formación especializada para Sumilleres 26

La visión de la Sidra, por el sumiller Juan Luis García 30

Ángel León, Chef del Restaurante Aponiente 32

Toño Argüelles, de la pastelería Argüelles en Gijón 36

Especial "Nuevas Tendencias en Cocteleria" 40

Coconut Espresso Martini realizado por Luca Anastasio, Bartender, Beverage Consultant & Hospitality Coach

INFUSIÓN DE CAFÉ Y AROMAS
NATURALES

JOSÉ LUIS YZUEL

Presidente de “Hostelería de España”

“Necesitamos ayudas directas en la línea de los principales países europeos de nuestro entorno”

Desde 2017 es el presidente de Hostelería de España. ¿Qué balance puede hacer de estos años al frente de la entidad?

Estamos a punto de finalizar la legislatura de cuatro años y es un buen momento para hacer balance. Han sido años de cambios. Desde el punto de vista organizativo vivimos una gran transformación con la nueva designación de la organización (pasó de Federación Española de Hostelería a Hostelería de España). Esto fue una metamorfosis integral, que se dejó ver en la filosofía de la organización con un mayor peso de nuestras asociaciones, un crecimiento en representatividad y un impulso de los servicios. En este proceso nos hemos visto inmersos en esta crisis sin precedentes que nos ha obligado a adaptarnos a las necesidades del sector, pero que centrándonos en los aspectos positivos ha dejado claro la tremenda importancia de la hostelería, que antes de la crisis suponía el 6,2% del PIB. Hemos mostrado también la inmensa unidad de este sector y su capacidad de movilización y de adaptación.

¿Qué pasó por su cabeza aquel 14 de marzo de 2020 cuando se anuncio el confinamiento y el cierre de la hostelería?

Las cosas con la perspectiva del tiempo se ven de una manera muy diferente. En ese momento eres consciente de la gravedad de la situación, pero ni muchísimo menos podíamos imaginar la magnitud que iba a tener, ni desde el punto de vista sanitario, ni económico. Desde ese momento la hostelería no ha conseguido alcanzar una nueva normalidad en ningún momento.

Después de este año tan difícil con todas las restricciones y limitaciones de horarios, aforos, cierre

“Hostelería Segura”

Desde Hostelería de España, ¿qué planes de actuación se han puesto en marcha desde el inicio de la pandemia?

Desde nuestra organización hemos intentando cumplir nuestra misión de defensa sectorial. En este sentido nuestra labor se ha diversificado en diferentes ámbitos. La hostelería desde el primer momento hizo un importante esfuerzo porque sus negocios fuesen seguros y se adaptasen a las medidas higiénico-sanitarias, con un cumplimiento riguroso de todas las normas de aforo, distancias de seguridad y desinfección. En este sentido, desde Hostelería de España presentamos desde el comienzo el sistema integral que integra el sello “Hostelería Segura”, que mediante un sistema de declaración responsable los hosteleros se comprometen a cumplir una serie de requisitos de limpieza, salud e higiene necesarios para una ‘hostelería segura’ que permita aportar confianza a trabajadores y clientes desde que entran en el local hasta que salen del mismo. Asimismo hemos tenido una constante colaboración con todos los sectores de la cadena de valor, para buscar las máximas sinergias posibles y construir un mensaje común con necesidades y reivindicaciones que trasladar a las diferentes Administraciones. Fruto de estas colaboraciones también hemos avanzado en acciones que puedan contribuir a la recuperación del sector, como el Plan Integral de Gastronomía, que cuenta con la colaboración de grandes chefs de la talla de Ferrán Adriá, Joan Roca o Andoni Luis Aduriz, todos ellos pertenecientes a Eurotoques. Recientemente también hemos coordinado a un grupo de empresas que ha presentado un macro-proyecto al Programa de impulso de proyectos tractores de Competitividad y Sostenibilidad Industrial. Se trata de una alianza histórica de cuatro empresas líderes del sector de la hostelería que tiene como objetivo conseguir la modernización y digitalización del sector.

La formación siempre ha sido necesaria para que los profesionales del sector estén al día, conozcan nuevos equipamientos y modelos de gestión para modernizar sus negocios, ¿esta situación que estamos viviendo es una oportunidad para que el sector se forme, se recicle y conozca nuevas formas de mejorar la gestión de su negocio?

Sin lugar a dudas la formación es un pilar fundamental para el futuro crecimiento del sector. Estamos trabajando en este sentido y creemos que todas las crisis ofrecen su oportunidad de mejora y, sin lugar a dudas, la formación va experimentar una gran mejoría. No sólo en el personal, tanto de sala y de cocina, que seguro que en el corto plazo van a tener una mayor cualificación, sino que esta profesionalización también se va a notar en los procesos de gestión, que son fundamentales para optimizar el resultado de un negocio.

Hablemos de la transformación digital en la hostelería tan necesaria en estos tiempos, ¿en qué niveles de digitalización se encuentra el sector?

Este es otro de los puntos en los que el sector estaba trabajando antes de esta crisis y que se ha visto obligado a implementar por la propia necesidad, pero queda mucho trabajo por hacer. Como comentaba antes, desde Hostelería de España lideramos un Cluster de Digitalización, del que ha salido la presentación del MDI cuyo objetivo es definir y ejecutar un conjunto de planes que permita acelerar el proceso de transformación digital del sector hostelero de nuestro país. Este objetivo y los planes concretos están alineados con las directrices de la Unión Europea y con el PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA del Gobierno de España.

total de la hostelería en algunas comunidades autónomas, cierres perimetrales entre ciudades y pueblos, ¿cuál es la situación actual del sector?

La situación sigue siendo muy complicada para el sector, porque como tú comentas, no hay una armonía en los criterios y esto dificulta mucho la capacidad de organizar y buscar soluciones al problema. En cualquier caso, después de un año el sector se encuentra seriamente afectado. Ten en cuenta que la falta de turismo, las continuas restricciones, el miedo de los propios clientes e incluso el teletrabajo, nos han impactado de manera directa.

¿Qué impacto en cifras deja el Covid-19 en la hostelería un año después desde que comenzó la pandemia?

El año 2020 pasará a la historia como el más dramático en cifras para el sector. Aproximadamente 85.000 locales bajaron la persiana de manera definitiva porque no tenían más pulmón financiero. Hay que tener en cuenta que el sector ha soportado una caída media de la facturación de más del 50%, lo que se materializa en pérdidas de 67.000 millones de euros. El impacto en el empleo es dramático también, ya que no sólo hay que ver la pérdida de puestos de trabajo directos, sino que toda la cadena de valor está afectada directamente por la hostelería. Entre directos e indirectos podríamos estar hablando de la pérdida de 1 millón de empleos.

Tenemos en puertas la semana santa y el verano, ¿cómo ve la situación para el sector en los próximos meses?

Por naturaleza soy una persona optimista e intento ser positivo pensando en el futuro, pero es difícil hacer pronósticos porque todo pasa por la vacunación y porque las empresas reciban las ayudas que necesitan antes de ahogarse.

Hablemos de las ayudas recibidas hasta el momento desde el gobierno y las administraciones regionales en apoyo al sector, ¿en qué medida han contribuido a minorar la situación del día a día de los hosteleros, sus locales y el mantenimiento de sus trabajadores?

Es indudable que todas las ayudas son bien recibidas y contribuyen a la permanencia de los negocios. En este sentido valoramos las principales ayudas recibidas por parte del Gobierno central hacia el sector: ERTE e ICOS, pero desafortunadamente no son suficientes. Necesitamos ayudas directas en la línea de los principales países europeos de nuestro entorno, donde incluso el peso de la hostelería es mucho menor al que tiene en nuestro país. Tal es el caso de Alemania con ayudas directas del 75% de la facturación perdida o Francia con 10.000 euros por mes cerrado.

"Es prioritario que nos dejen trabajar, la hostelería ha demostrado que somos responsables"

Ante la falta de ayudas directas, el sector hostelero está presentando reclamaciones patrimoniales a través de dos despachos profesionales, ¿qué nos puede decir de esta iniciativa?

Nosotros animamos a todos los hosteleros a que hagan valer sus derechos, que pasa por recibir indemnizaciones por las pérdidas sufridas por las decisiones tomadas por las Administraciones. En este sentido, a través de nuestras asociaciones, estamos informando a los hosteleros de las diferentes opciones que hay en el mercado. Algunas de ellas contemplan sólo demandas ante los Tribunales, ya sea por actuaciones de las CCAA o del Gobierno central, y otros, como el Despacho Cremades & Calvo-Sotelo, contemplan la puesta en marcha de una vía de negociación y reclamación con las Administraciones, que agilizaría los trámites y acortaría los plazos. Esta vía es muy interesante porque el sector necesita liquidez de manera inmediata.

Se pide desde el sector la puesta en marcha de un Plan de Rescate, ¿en qué consistiría ese paquete de medidas necesarias para mantener la actividad del sector y contribuir así a evitar el cierre definitivo de muchos locales y empresas?

Solicitamos medidas de apoyo en diferentes ámbitos: higiénico-sanitario, empleo, apoyo a la estructura empresarial sectorial y estímulos a la demanda. En ese último aspecto es de vital importancia la aplicación de bonos de activación de la demanda a familias y empresas, la reducción temporal del IVA en Hostelería y la elaboración de un Plan Estratégico de la Gastronomía, que hemos presentado al Ministerio de Turismo. Otras medidas como la ampliación de 2 años en los periodos de carencia de la financiación recibida por motivo del COVID-19, bonificación fiscal en costes de arrendamientos y suministros y bonificación fiscal en impuestos especiales y tasas municipales, ayudarían a la supervivencia de muchas empresas que están en una situación crítica.

"Somos un sector con una enorme resiliencia que en toda esta crisis no ha parado de adaptarse"

En su opinión, después de un año de pandemia y con los datos de actividad del sector que manejan, ¿qué medias de manera prioritaria se deberían de poner en marcha para que el sector realmente pueda afrontar este año 2021 y mantener su actividad?

Es prioritario que nos dejen trabajar. La hostelería ha demostrado en todo este tiempo que somos responsables y hemos acatado todas las normas higiénico-sanitarias establecidas y todas las restricciones. Por eso, solicitamos un consenso en las medidas que nos permita ejercer nuestra actividad con las máximas medidas de seguridad, tanto para trabajadores como para clientes. Los propios datos del Ministerio de Sanidad han demostrado que no somos responsables de los contagios. El 2,3% de los contagios se han producido en hostelería, frente al 15% en los encuentros en domicilios.

¿Cabe esperar cierta esperanza de recuperación este año 2021?

Lamentablemente no está en nuestras manos y todo pasa por el proceso de vacunación, que podría permitir una mayor movilidad e incluso podría permitir una cierta recuperación del turismo internacional del que tenemos una gran dependencia.

¿A qué retos deberán de enfrentarse los negocio de hostelería tras la pandemia?

Esta crisis ha traído algunas tendencias muy marcadas, que seguramente se impongan a corto y medio plazo. La digitalización está a la cabeza, para mejorar los procesos, tanto de producción como de comercialización. Se van a producir nuevos momentos de consumo que supondrán nuevas oportunidades de emprendimientos, y la comida a domicilio y para llevar seguirá experimentando un auge que se sumará a la oferta integral de los negocios. Por último, nos encontraremos con una hostelería con una gestión muy mejorada, en la que la eficiencia en los procesos y la profesionalización van a primar.

Con un estilo de vida como el que hacíamos en los bares y restaurantes hasta la llegada de la pandemia, ¿viviremos el resurgir del sector y empresarios, trabajadores y clientes volveremos a ser capaces de retomar de nuevo ese estilo de vida que tanto nos gusta?

La hostelería forma parte de nuestro estilo de vida y cultura, por lo que no sólo estamos defendiendo la supervivencia de un sector que es el sustento de millones

de familias, sino que luchamos por algo que forma parte de nuestro ADN. A nuestro favor juega que somos un sector con una enorme resiliencia, que en toda esta crisis no ha parado de adaptarse, no sólo a los continuos cambios normativos, sino reinventándose continuamente. España tiene una cultura de bares única, que es envidia del resto de los países, y que seguro que no se va a perder. Somos el sector que más felicidad genera, y seguro que volveremos a hacerlo.

El reparto de comida a domicilio vive un momento de efervescencia debido a la pandemia y a las restricciones en los locales de hostelería, ¿el Delivery ha venido para quedarse o sólo es un salvavidas por la situación que vivimos?

Es indudable que el delivery ha experimentado un crecimiento enorme por la propia necesidad del sector. Era una tendencia que iba avanzando muy poco a poco y que algunos establecimientos tenían reticencias en incorporar, pero que por estas circunstancias se ha impuesto. En cualquier caso se trata de una oferta complementaria, que en una situación excepcional, como es esta, puede estar ayudando mucho a los negocios, pero que en una situación de normalidad es una línea de ingresos complementaria, pero que nunca va a sustituir a la oferta principal, que es la comida en el propio local.

¿Qué huella dejará esta pandemia en los profesionales del sector de la hostelería?

Es indudable que esta pandemia va a dejar huella en toda la sociedad y supondrá una serie de cambios que nos impactarán a todos, y esto es extensible a los profesionales del sector.

¿Algún mensaje para los clientes de hostelería en tiempos de Covid-19?

El principal mensaje es de absoluta gratitud por habernos apoyado durante todo este año, por haber seguido acudiendo a nuestros locales en busca de un poquito de normalidad y de la felicidad que siempre han encontrado allí, tan necesaria en estos duros momentos. Asimismo queremos aprovechar para recordar que nuestros locales son espacios seguros donde se cumple con rigurosidad todas las normas higiénico sanitarias establecidas.

¿Qué le diría a esos profesionales que tenían previsto emprender su negocio o iniciar su carrera profesional en el sector de la hostelería y por el Covid-19 han visto truncada su iniciativa?

Les diría que esto es un parón en sus planes, pero que no deben renunciar a su proyecto. Tarde o temprano volveremos a la normalidad y la sociedad estará deseando volver a los establecimientos que ya están y a toda la nueva oferta que pueda surgir.

Cuando esta situación pase y volvamos a la normalidad, ¿puede llegar el sector a sufrir un déficit de profesionales?

Creemos que no. Creemos que el futuro pasa por un sector más profesionalizado, con una oferta que se podrá cubrir, sin lugar a dudas. ◊

DO SIERRA MÁGINA

25º Aniversario

Los olivareros y cooperativas de Sierra Mágina, veinticinco años después, siguen manteniendo su apuesta por la calidad como forma de obtener un mayor valor por el aceite virgen extra que elaboran.

El 15 de Diciembre de 1.995 se publicaba en el BOJA la Orden de la Consejería de Agricultura con el Primer Reglamento del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina, que se ratificaría por la Unión Europea en 1999 cuando le fue otorgada la protección comunitaria. En este inicio solo comprendía 14 términos municipales, y no fue hasta el año 2007 cuando la Comisión Europea aprobó la modificación del Pliego de Condiciones para incluir el término municipal de La Guardia de Jaén.

En sus inicios, cuando las almazaras estaban en plena modernización de su maquinaria, se integraron las ATRIAS de la comarca bajo el Consejo Regulador, de forma que se realizaba el control de plagas en la comarca, tratamiento de mosca y recomendaciones de tratamientos sostenibles, trabajo que se sigue desarrollando actualmente bajo la figura de la gestión integrada de plagas.

Rafael de la Cruz Moreno, que era Delegado de Agricultura en Jaén en 1995, fue el primer Presidente del Consejo Regulador, cargo que ostentó hasta 2006 que fue relevado por Salvador Contreras Gila. El órgano de gobierno lo componen desde el inicio doce vocales, seis en representación de los agricultores, y otros seis en representación de los elaboradores y envasadores. Se eligió Bedmar como sede del Consejo Regulador, y en 2009 se consiguió inaugurar un edificio que es el Centro de Interpretación del Aceite de Sierra Mágina.

Actualmente hay 24 entidades dentro del Consejo Regulador y 50 marcas activas certificadas

Desde los inicios el Consejo Regulador realizó un importante trabajo con los agricultores, almazaras y cooperativas para mejorar la calidad de los aceites obtenidos, y es a partir de 2010 cuando comienzan a llegar reconocimientos nacionales e internacionales para las diferentes marcas, a través de la apuesta por los aceites de cosecha temprana. Hoy en día los aceites de Sierra Mágina destacan por el número de reconocimientos recibidos, y por la gran apuesta por la cosecha temprana, que en la campaña 2020-21 ha supuesto la elaboración de más de 200.000 kg por 15 almazaras diferentes.

La Denominación de Origen sigue siendo una herramienta para la diferenciación de los aceites de oliva virgen extra producidos por sus almazaras y cooperativas inscritas. Actualmente hay 24 entidades dentro del Consejo y 50 marcas activas certificadas, con un volumen de envasado en torno a 2.200.000 litros.

Recientemente se ha constituido la Fundación Certioleo para realizar el control de los aceites conjuntamente con las DOP Sierra de Segura y Cazorla, y la nueva IGP Aceite de Jaén. Además Mágina ha conseguido ser una de las 12 figuras de calidad diferenciada reconocidas por el gobierno de China en su acuerdo con la Unión Europea.

La promoción ha sido un eje muy importante dentro del trabajo del Consejo Regulador, con participación en las principales ferias agroalimentarias, catas, promociones en punto de venta, viajes de prensa y bloguers…, con el fin de dar a conocer los aceites de oliva de Sierra Mágina entre los consumidores. Destaca entre la promoción las Fiestas del Olivar y del AOVE de Sierra Mágina, con 20 ediciones realizadas, siendo el marco donde se entregan los premios a la calidad y comercialización de la Denominación de Origen, contando con la colaboración de la Consejería de Agricultura, Diputación de Jaén y Caja Rural de Jaén.

Este aniversario llega en una complicada situación, tanto por la pandemia, como por los bajos precios del aceite, y las dificultades para la exportación generados por los aranceles de Estados Unidos, así como la amenaza del olivar intensivo con menor coste. Sin embargo, l@s olivareros y cooperativas de Sierra Mágina siguen manteniendo su apuesta por la calidad como forma de obtener un mayor valor por el aceite virgen extra que elaboran, y continúan dando pasos hacia al comercialización de los mismos, convenciendo al consumidor de su calidad. Esto permitirá mantener el paisaje de olivar tradicional dentro del Parque Natural, y evitar la despoblación de nuestra Sierra Mágina. ◊

Actividades Conmemorativas del 25º Aniversario

- **Tienda virtual on line aove.sierramagina.org**
- **Libro conmemorativo del 25 aniversario.**
- **Ciclo de Conferencias y Jornadas informativas dentro de la iniciativa Aula de Mágina.**
- **Mayor difusión de la cultura del aceite, así como interacción con consumidores y seguidores de los aceites de oliva virgen extra de Sierra Mágina, a través de la creación de un Club del Aove.**
- **Catas dirigidas telemáticas.**
- **Si la situación lo permite, XI Jornadas y Asamblea de la Asociación Origen España en Noviembre de 2021, en Sierra Mágina.**
- **Renovación imagen corporativa, envase institucional de la Denominación de Origen y página web.**

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

ACUICULTURA DE ESPAÑA

Una iniciativa promovida por la Asociación Empresarial de Acuicultura de España

El proyecto Acuicultura de España nace con el objetivo de dar a conocer la acuicultura como un método sostenible de obtención de especies acuáticas animales y vegetales, recordando, además, que también engloba su crecimiento y posterior comercialización. Esta práctica está encaminada a hacer un uso eficiente de los recursos naturales y realizar un cultivo respetuoso de mares, ríos y océanos para obtener alimentos saludables y de alta calidad sin dañar el entorno. La acuicultura es la respuesta a uno de los grandes retos que se plantea la humanidad en la actualidad, como alimentar a una población en crecimiento de forma saludable y sostenible.

La meta de Acuicultura de España es dar a conocer esta práctica en nuestro país y que sea valorada por toda la sociedad como un método sostenible de obtención de alimentos acuáticos animales y vegetales respetando el entorno

"Consideramos que existe un desconocimiento de nuestra actividad, es en parte nuestra responsabilidad, y queremos remediarlo. Con Acuicultura de España pretendemos mostrar, de un modo transparente, lo que somos, lo que hacemos y cómo contribuimos a la sostenibilidad económica, social y medioambiental de nuestro entorno. Aunque somos conscientes del camino que queda por recorrer. Por esa razón, deseamos mostrar también todo aquello que se debe mejorar e investigar la manera de hacerlo para llevar a cabo nuestra Revolución Azul", *manifiesta Javier Ojeda, gerente de APROMAR.*

Este método busca repensar la forma en la que se produce el alimento y ser una solución saludable y sostenible que apueste por la alimentación del futuro en el mundo, y concretamente en España, considerada como uno de los países más importantes e innovadores en acuicultura. En la actualidad, es el país con mayor cosecha de acuicultura (23% del total) y el tercer productor de pescado en general de la Unión Europea. En el 2019 cosechó casi 350.000 toneladas de especies acuícolas, convirtiéndose así en el cuarto país en cuanto a valor de producción, con un total de 501 millones de euros en primera venta del mismo año.

Ante el papel que juega la acuicultura -incluso la FAO asegura que el 50% del pescado que se consume hoy en día proviene de ella y calcula que para el 2030 aumente hasta los dos tercios- y sabiendo que no existe una forma rápida e inmediata para lograr la sostenibilidad al 100% de su actividad, APROMAR, junto con las empresas que la componen, se compromete a la realización de una Memoria de Sostenibilidad. Será un documento técnico, riguroso y dinámico que busca sustentar de manera transparente y clara el grado de sostenibilidad actual de la actividad acuícola española. Y, bajo ese compromiso, se marcan diferentes objetivos cuantificables, medibles y revisables para dos periodos de tiempo: uno a corto plazo, año 2023 (H23), y otro en el horizonte del año 2030 (H30). La Memoria se apoya principalmente en la elaboración de índices de sostenibilidad social, medioambiental y económica que sirven de medida de la actividad actual y permite establecer la base para su comparativa y evolución a lo largo de tiempo.

El proyecto Acuicultura de España nace, además, para aportar transparencia informativa y poner a disposición del sector y del consumidor el contenido necesario para que estén informados y sean parte del cambio. ◊

APROMAR
Asociación Empresarial de Acuicultura de España

APROMAR es la Asociación Empresarial de Acuicultura de España, una organización de carácter profesional, voluntaria, sin ánimo de lucro y de ámbito nacional. Además, estamos reconocidos por la Orden Ministerial de 30 de diciembre de 1986 como Organización de Productores (OP-30) a efectos nacionales y de la Unión Europea.

En APROMAR están representadas la mayoría de las empresas de acuicultura, pero no todas. Aunque están siempre invitadas a unirse a la asociación para trabajar juntos por los objetivos que les unen, hay que puntualizar que la asociación habla en nombre de los productores de las siguientes especies de acuicultura: lubina, corvina, rodaballo, trucha arcoíris, esturión/caviar, atún rojo, anguilas, seriola, fitoplancton y lenguado.

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

NACHO MANZANO

El brillante **trabajo** de un chef con **estilo propio**

Propietario y chef del Restaurante Casa Marcial
Dos estrellas Michelin

Hablamos con Nacho Manzano, laureado chef asturiano que cuenta con dos estrellas Michelin y tres soles de la Guía Repsol, entre otros reconocimientos nacionales e internacionales. En esta entrevista repasamos el brillante trabajo realizado en su restaurante Casa Marcial en Arriondas, Asturias, su evolución y trayectoria de uno de nuestros grandes templos gastronómicos por excelencia.

La historia de Casa Marcial se ha convertido con el paso de los años en una historia de éxito, pero ¿cómo fueron los comienzos?

Casa Marcial comenzó siendo una casa de comidas por encargo con mis padres criándonos entre fogones y mesas de comensales donde colaborábamos desde pequeños y forjábamos nuestra pasión por la gastronomía y el servicio. Después mi curiosidad y ganas de ser cocinero, cuando no era una profesión ni remotamente popular, siguió por mi padre enviándome a aprender con su amigo Vitorón a Casa Victor en Gijón y concluyó conmigo volviendo a montar mi propio restaurante junto con mis hermanas donde siempre soñé, en el sitio donde nací, adaptando nuestra casa de comidas a nuestro restaurante con un estilo propio.

¿Cómo fue la evolución culinaria de tu cocina hasta convertirla en estrella Michelin?

La evolución fue muy natural. Nosotros empezamos haciendo una carta muy sencilla y muy personal, con platos familiares que conocíamos bien y recuperando recetas y platos de la cocina asturiana que estaban relegados a la privacidad de las casas, como el pitu caleya o los tortos. Incorporando recetas de pescados que habíamos ido adquiriendo a lo largo de mis años en Gijón y la herencia marinera que mi hermana Esther fue aprendiendo con la familia de su marido y su vida en Tazones. Una carta sencilla y sabrosa que resultó muy bien y atrajo comensales y críticos, primero de Asturias y luego de España.

A partir de ahí fuimos ganando confianza y curiosidad y de una manera autodidacta, fuimos evolucionando nuestros platos con nuevas técnicas y aprendizajes que fuimos aplicando de la época tan excitante gastronómicamente que nos tocó vivir.

De forma natural nuestra cocina fue cambiando siempre sin olvidar los orígenes, el territorio y la herencia cultural, pero adaptándola a un estilo muy personal. Fue arriesgado y difícil al principio, pero poco a poco los comensales, la crítica y la prensa nos fue validando, al igual que los reconocimientos que fueron viniendo, de forma inesperada pero muy gratificante.

¿Qué significó la llegada de la primera Estrella?

Significó una sorpresa que nos trajo nuevos clientes y nos quitó otros. Más exigencia y responsabilidad tanto en la cocina como en el servicio. Muchos clientes dejaron de venir porque la carta estaba cambiando y ese tipo de comida no les resultaba atractiva o familiar. Fue una apuesta importante y con miedos, pero con confianza que era lo que queríamos hacer.

27 años de dedicación, esfuerzo y tesón de vuestra familia para convertirse en referente gastronómico de alta cocina han dado para momentos muy buenos y otros quizás no tan buenos. ¿Qué cambiarias de este camino recorrido?. ¿De qué depende el alcanzar el éxito?

Siro García

Ha sido un camino lleno de satisfacciones, pero de muchos sacrificios. Es una profesión muy vocacional a la que le entregas todo el tiempo que le quitas a tu familia y amigos. Y eso es lo que cambiaría, haber podido buscar un mayor equilibrio entre lo profesional y personal y tener más tiempo libre. El éxito es algo muy personal y se basa en la satisfacción que tengas por lo que haces, sea conseguir una estrella o ser un gran fontanero o abogado o criar una familia. En lo único que he alcanzado el éxito es en dedicarme a lo que me gustaba y poder vivir de ello disfrutándolo.

Hablemos de tu familia, piedra angular de tu proyecto, ¿Cómo valoras la apuesta de tu familia por el proyecto?

Mi familia lo es todo y sin mis hermanas, sin su confianza, dedicación y apuesta por lo que hacíamos juntos, no habríamos podido llegar hasta aquí.

Hoy eres el referente para muchos jóvenes cocineros que sueñan con alcanzar la estrella Michelin. En tus inicios ¿Quiénes eran tus referentes gastronómicos, tu inspiración y motivación para alcanzar tu sueño y convertirte en el referente que hoy eres?

Tuvimos la circunstancia de vivir y crecer profesionalmente con el despegue de la cocina española. Fuimos un vagón más de un tren que iba a toda velocidad. Fueron años de pasión y libertad conceptual capitaneado por la locomotora de Ferran Adrià. Una inspiración trasversal donde pasaban cosas muy buenas en muchos sitios a la vez, todos aportábamos nuestra visión. Fue un movimiento, hablo en pasado porque esa vorágine frenética ha dado paso a la situación actual, con una salud a mi entender espléndida de la cocina española, muy madura, con un prestigio internacional, con nuevos jóvenes chef emergentes que garantizan la continuidad a esas décadas.

Pero haber hecho este viaje al lado de Martin Berasategui, Joan Roca, Manolo de la Osa por citar unos pocos o de contemporáneos como Andoni Luis Aduriz o Quique Dacosta ha sido una suerte y un privilegio.

Siro García
Nacho Manzano con sus hermanas Olga, Esther y Sandra

Cómo explicas la cocina que realizas actualmente. ¿Existe la perfección?

Mi cocina vive del momento en el que se hace, con un porcentaje del directo muy marcado, que en mi opinión conecta con la otra parte: el comensal. Esto es cosa de dos, cuando la emoción entra en juego, la conexión es vital.

Busco el equilibrio, la perfección entendida como tal en la cocina puede caer en el aburrimiento. No me interesa tanto ni para mi es una obsesión. Prefiero un concierto en directo con algún desajuste a una grabación perfecta.

¿Qué debe tener la cocina del futuro?, ¿hacia dónde se dirige?

La cocina del futuro a mi modo de ver tendrá que tener mucho de la cocina del pasado, de un pasado que yo aún conocí, valores como la sostenibilidad, tan importantes como manidos a partes iguales en estos momentos, han de reafirmarse en el respeto. Saber respetar el verde de una cebolleta para otra elaboración si solo vas a utilizar el bulbo blanco es un principio básico de educación, y sentido común, principios básicos, que se tienen que implantar desde la enseñanza y ser tratados de urgencia.

Todo lo que no hace falta sobra en cocina como en otros aspectos de la vida. Ser más esenciales y concretos, e ir de la mano de los ciclos de la naturaleza con sumo respeto, no veo mejor definición para caminar hacia un futuro esperanzador

El año 2018 fue muy especial para la familia Manzano, fue el Aniversario de los 25 años de Casa Marcial. Además de los eventos celebrados en torno a este Aniversario se publicó el pasado mes de octubre tu libro conmemorativo "Casa". ¿Cómo surgió la idea del libro?. Después de su publicación ¿qué recuerdos y emociones te despierta?

Es un libro conmemorativo que surgió como homenaje a un año tan especial para nosotros y a todos los cocineros y amigos que nos acompañaron en el Aniversario de Casa Marcial. Fue un evento gastronómico único y muy emotivo para nosotros, donde nos acompañaron más de 60 cocineros que son una referencia a nivel nacional e internacional, cocinando en nuestra Casa, visitando Asturias y dando la oportunidad a los asturianos de conocer su cocina de primera mano y participar en algo tan excepcional.

Son recuerdos muy bonitos, especialmente en este año que estamos viviendo tan complicado, que viendo esas fotos parece impensable que hace dos años estuviéramos celebrando así. Da buen rollo y la esperanza de que ojalá pronto podamos volver a compartir momentos así con los nuestros. ◊

ÍÑIGO URRECHU Chef

“La Carne de Vacuno es un alimento imprescindible de la Dieta Mediterránea e indispensable en mi Cocina”

El prestigioso cocinero de origen vasco es Embajador del producto para “Hazte Vaquero”, campaña impulsada por la interprofesional Provacuno con apoyo de la UE para explicar las cualidades de esta carne que se reivindica por sus valores gastronómicos y calidad en el marco de una dieta equilibrada y estilo de vida activo.

Íñigo Urrechu es uno de esos chefs que hacen gala de usar los mejores productos, ligados al origen y esfuerzo de agricultores y ganaderos de nuestra tierra. Tal y como él mismo explica, “un profesional de la cocina debe saber considerar un alimento por su calidad o por lo que se puede llegar a hacer con él, dotarle de una capacidad única para evocar experiencias, emociones o vivencias”.

La Carne de Vacuno es un alimento imprescindible e insustituible en los fogones de sus restaurantes, lo que le ha llevado a convertirse en uno de los grandes embajadores de la nueva campaña “Hazte Vaquero” impulsada por la Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno (Provacuno) con apoyo de la Unión Europea (UE) para informar con transparencia sobre este producto, que se reivindica frente a modas sin ir contra nadie. Tal y como se pregunta el laureado chef, “¿es que existe también la gastronomía sin vacuno?” En su opinión, está claro que no. La dieta equilibrada debe ser variada e ir acompañada de deporte, del que Urrechu es un firme defensor y practicante incansable.

Para este chef de origen vasco y ascendencia rural, “la carne de vacuno europea es indispensable en la Dieta Mediterránea y, por supuesto, en todas las gastronomías, incluida la española, que es tan importante. No sólo por su sabor, textura o perfume, sino también por sus posibilidades, por su versatilidad”. Urrechu asegura que no entiende la gastronomía sin Vacuno. Esta carne es un puntal básico para el desarrollo económico y el progreso social del medio rural, es además un ingrediente de cualquier dieta equilibrada y uno de los productos estrella de su cocina, reitera el prestigioso cocinero, auténtico enamorado de nuestro patrimonio agropecuario milenario y sus alimentos.

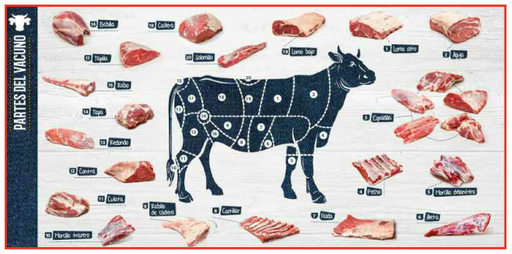
Nacido en Villareal de Urrechu (Urretxu), Guipúzcoa, atesora una dilatada experiencia y vinculación exitosa con una profesión a la que ama. Apasionado de la cocina y el deporte, desprende un carisma y energía positiva desbordantes. Comenzó en el mundo de la cocina en 1987, de la mano del prestigioso cocinero vasco Martín Berasategui. Pasó por Francia, por las manos de Didier Oudil y, en 2002 abre su primer restaurante Urrechu en Pozuelo de Alarcón (Madrid). Diez años más tarde inicia su andadura empresarial abriendo su segundo restaurante El Cielo de Urrechu, seguido del A’Kangas en La Moraleja y, en 2017, Urrechu Velázquez de la capital.

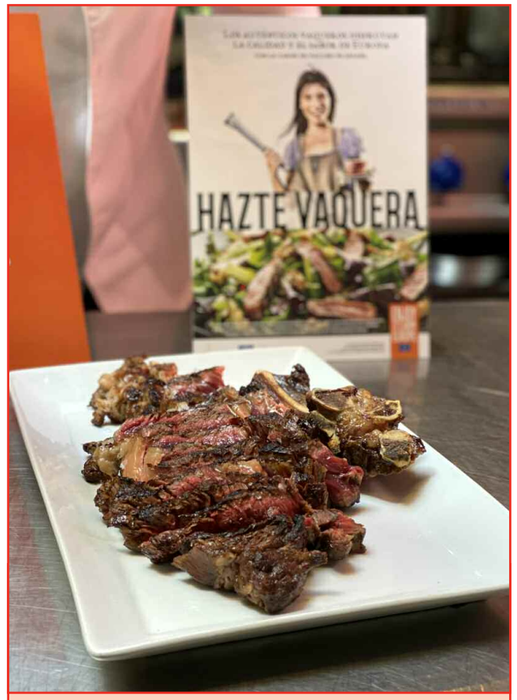
Es consciente de que, entre los puntos fuertes de la Carne de Vacuno, está su inigualable versatilidad. Desde las recetas tradicionales, como los guisos o los estofados, hasta las últimas tendencias foodies, como el wok o el tartar sin olvidar la plancha o la parrilla. Encontramos un formato para cada comensal entre chuletón, entrecot, tira de costilla, aguja, espaldilla, entraña, vacío, hamburguesas... “Podemos coger un chuletón y echarlo a la parrilla y ves que te sube ese perfume, el sabor... Pero también hay otros tipos de cocción muy variadas, o bien a la plancha, o para freír, saltear o guisar. La Carne de Vacuno es indispensable a nivel nacional, para la Dieta Mediterránea y en mi cocina”, esgrime.

El abanico de sus cualidades organolépticas y la variedad de texturas y sabores de cada corte se extienden desde una carne de color “rosado”, con más terneza, jugosidad, poca grasa y disgestibilidad, procedente de animales con edades de entre menos de un año y 24 meses, hasta carnes rojas y sabrosas a partir de vacuno mayor de dos años. “La grasa intramuscular -prosigue el chef- ya nos está dando muchísima jugosidad y enorme sabor. La carne ofrece aquí todo su esplendor. Y cuando te metes la carne en la boca, te hace cerrar los ojos y te explota todo ese sabor”.

El empleo de nuevos cortes y huesos en las principales recetas tradicionales, como sopas, cocidos y potajes son otros elementos que pueden destacarse dentro del abanico y variedad de la Carne de Vacuno.

Entre otros aspectos, la Carne de Vacuno de España y Europa se diferencia de las procedentes de terceros





Campaña “Hazte Vaquero”

La Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno Española y la UE ha lanzado “Hazte Vaquero”, de tres años de duración (2020-2023) para reforzar el conocimiento y la competitividad del sector, con una inversión de 4,5 millones de euros, cofinanciados al 80 % por la UE. Con 130.153 granjas, 5,8 millones de cabezas, 238 industrias de sacrificio y 695.940 toneladas al año por valor de 3.010 millones de euros, el vacuno ocupa el tercer puesto en el sector ganadero en términos económicos en España y es el quinto mayor productor de la Unión Europea.

países en la diversidad de sus razas, las Indicaciones Geográficas Protegidas, la variedad de formatos y, sobre todo, en la producción y comercialización de carne de animales más jóvenes, alimentados con cereales y oleaginosas de alto valor nutritivo. La Carne de Vacuno se integra, asimismo, dentro del Modelo de Producción Europeo, caracterizado por el cumplimiento de los estándares más exigentes del mundo en seguridad alimentaria, trazabilidad, respeto al medioambiente y bienestar animal. ¡Y con desperdicio cero porque se aprovecha toda! ◊

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

Carne de Caza Naturalmente Sostenible

por Jaime Hurtado

La producción de carne de caza silvestre es natural, genera un escaso impacto en el medio, apoya la prevención de incendios forestales y tiene propiedades saludables avaladas científicamente

La Asociación Interprofesional de la Carne de Caza Silvestre (**ASICCAZA**) es una asociación nacional sin ánimo de lucro que nació hace 10 años ante la necesidad de posicionar un sector agroalimentario, el de la carne de caza silvestre y así poder poner en valor una carne diferente, desconocida en nuestro país, única, saludable, sostenible, procedente de animales criados en las mejores condiciones de bienestar animal y con un potencial soberbio que estaba por explotar y por desarrollar.

Con **ASICCAZA** hemos conseguido en este tiempo vertebrar un sector desestructurado y poco evolucionado en torno a entidades de productores y comercializadores de ámbito nacional

Hemos conseguido desde la unión ser los mejores interlocutores entre el sector de la carne de caza y la administración con capacidad para modificar y proponer normativas que nos afecten en cualquier ámbito.

Con la ayuda del sector a través de los fondos que se recaudan a través de la extensión de norma, la eficiente gestión de los mismos y el trabajo de la interprofesional se han podido optar a subvenciones tanto a nivel regional, estatal como europeas pudiendo triplicar el dinero puesto por el propio sector y emprender acciones de investigación, innovación, mejora de la calidad, estudios de mercado, formación y promoción de nuestra carne de caza silvestre creando contenidos y estudios de referencia para todo aquel que lo quiera utilizar y difundir estando a disposición de todo el mundo en nuestras webs **www.asiccaza.org** y **www.carnesilvestreuropea.com**.

En relativamente poco tiempo, la interprofesional ha conseguido posicionarse como una entidad de referencia en el ámbito agroalimentario nacional y también europeo donde **ASICCAZA**, en régimen de concurrencia competitiva ha conseguido optar a un programa europeo sin precedentes bajo el lema "Carne Silvestre de Europa, Naturaleza en estado puro" para promocionar la carne de caza silvestre durante tres años tanto en España como en Francia.

Jaime Hurtado

A través de este programa de promoción algunas acciones que se han puesto en marcha han sido formación en escuelas de hostelería, marketing directo en miles de restaurantes y estrellas Michelin, acuerdos con Paradores, publicidad en revistas y en redes sociales, presencia en ferias de alimentación, concursos de cocina, encuentros con periodistas y gastrónomos o misiones inversas con mayoristas franceses entre otras. El objetivo es dar a conocer tanto entre los consumidores nacionales como entre la élite culinaria española de la restauración las bondades de este producto único para posicionarlo como una carne natural, sostenible, que contribuye a la fijación de la población rural y es fundamental para la conservación de la naturaleza.

Asiccaza recuerda que la carne de caza silvestre es un producto único, 100% natural por su proceso de producción en extensivo y con unas condiciones de bienestar animal inigualables, en total libertad, que fomenta el desarrollo rural de las zonas más desfavorecidas y favorece la biodiversidad animal. Así, los animales que se consumen han tenido la mejor calidad de vida, expresando formas innatas de comportamiento y alimentándose de manera natural de lo que ofrece el campo destacando las hierbas silvestres y frutos del bosque como las bellotas.

> **"El sector de la caza permite mantener importantes ecosistemas que no serían viables sin la existencia de la caza"**

Dentro de esta lucha por la sostenibilidad y contra el cambio climático muchas especies de caza son también esenciales en la batalla contra los incendios forestales, ya que buena parte de su dieta se basa en el combustible vegetal que aporta la propia naturaleza.

Hoy en día hay una gran preocupación por la alimentación, por cómo alimentarnos de la manera más saludable. Pero también hay una gran desinformación. Es responsabilidad de la comunidad científica y de las asociaciones como la nuestra dar una información veraz y de valor a la sociedad y a nuestros asociados y trasladar un mensaje convincente y claro.

El sector de la caza permite mantener importantes ecosistemas que no serían viables sin la existencia de la caza. Que comer carne de caza fomenta la conservación de los espacios naturales no es una frase oportunista que sólo nos favorezca a los que defendemos este sector. Si no hay caza no habría montes bien gestionados. Esos paraísos medioambientales que producen nuestras carnes silvestres, no existirían.

Estamos, por tanto, ante un sector equilibrado y un producto -la carne de caza silvestre- especialmente respetuoso con el entorno. Podría ser la carne del futuro, que además tiene todo lo necesario para seducir a los consumidores de hoy. ◊

Jaime Hurtado Ceña, Director-Gerente de ASICCAZA - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza.

ASUMAD | Renueva su Junta Directiva

La directora de la Escuela Española de Cata, Carmen Garrobo es reelegida presidenta.

Contundente apuesta por el trabajo y liderazgo de las mujeres.

Diez de los trece cargos de la junta directiva son mujeres.

Carmen Garrobo, presidenta de ASUMAD

La Asociación de Sumilleres Profesionales de Madrid (ASUMAD), celebró el pasado 30 de enero elecciones para renovar su junta directiva para el periodo 2021-2022. Por una amplia mayoría, fue reelegida como presidenta, Carmen Garrobo, cargo que ocupa desde 2019. La lista encabezada por la directora y docente de la Escuela Española de Cata contó con el respaldo del 70 por ciento de votos de su centenar de asociados.

Diez de los trece cargos de la junta directiva son mujeres, profesionales con gran experiencia y conocimiento en el mundo de la sumillería. "Es un orgullo dirigir este equipo integrado por excelentes profesionales que afrontan este reto con mucho entusiasmo y ganas de poner en relieve el proyecto con el que nos hemos comprometido, sobre todo en la difícil situación por la que atraviesa la profesión en estos tiempos de pandemia", señala Carmen Garrobo.

La nueva junta directiva se complementa con los siguientes sumilleres: Concepción García, responsable de sumilleres en Catas y Tertulias del Casino de Madrid, quien desempeñará el cargo de vicepresidenta. La secretaría estará a cargo Isabel Tundidor, sumiller de catas en inglés, y la tesorería por Carlos Gómez, docente especialista en Análisis Sensorial, además de los vocales: Arturo Hurtado, periodista de vinotendencias.com y directivo de Asociación de Periodistas y Escritores del Vino (AEPEV), Paulina Retamal, periodista y directora de copaycuchara.com, Mirta Fortes, sumiller especialista en comercio internacional del vino, Leticia González, consultoría en Vinos Invinum Laetitia, Dolores Sánchez, Enociones Distribuidora de Vinos y Bodegas singulares, Javier Merino, segundo sumiller en Restaurante Estimar, Elvira Sánchez, blog de enoturismo "De Bodegas con la Bruja Viri" y como suplentes: Pilar Toaquiza, sumiller en Gourmet del Corte Inglés y Ana María Maqueda, sumiller especialista en comercio internacional del vino.

La lista encabezada por Carmen Garrobo contó con el respaldo del 70 por ciento de votos de su centenar de asociados

El nuevo equipo directivo dará continuidad al trabajo realizado en el periodo anterior, y se centrará en el desarrollo y coordinación de actividades que permitan el estudio, la promoción, el cuidado y el fomento de la figura del sumiller, de la cultura del vino y de los diversos productos agro-alimentarios relacionados con la sumillería.

Algunas de las actividades realizadas por ASUMAD

Webinar de Bodegas Arrayan "Estudio del Potencial Enológico de Variedades de Vid Minoritarias en La D.O. Mentrida" a cargo de su enóloga Maite Sánchez, Particularidades de la zona, clima, suelos y variedades de DOP Sierra de Salamanca impartida por su director técnico Miquel Udima, "Donde Duerme el Vino" impartida por Mercedes Calvo Herrero de Tonelerías Duero, Cata de Vinos D.O. Arlanza organizada por Calduch Comunicación, Biodinámica y Espumosos de Raventos i Blanc, Grandes Mansiones Champagne Laurent Perrier, Masterclass DOP Cebreros, MG Wines Group Monastreles y Fondillón, Vinos Bodegas Finca Rio Negro, Vinos Naranjas de Madrid Orange Week, El tapón Viventions en la calidad del vino, Bodegas Escorihuela Gascón (Argentina), Bodegas Masaveu, Faustino González, Mesegueras del Alto Turia Aleph Winery, Vinos de Madrid impartida por Maite Maestre, Bodegas L´Ombre, Cerveza Artesana La Rúa Brewery, Axarquía Málaga Bodegas Bentomiz, Grupo Cvne, Cata vertical Bodegas Martin Codax, Coloquio revista Mi Vino, Cata de vinos de Bodegas Fariña. Taller de El Terroir en las bodegas de Sanlúcar de Barrameda, se cantaron 11 Manzanillas en Rama de diferentes bodegas, impartida por Antonio Barbadillo (primer socio honorario de ASUMAD), entre otros.

ASUMAD también ha colaborado con Alamesa, donde las sumilleres realizaron el servicio de los vinos y formaron parte del jurado en los "Premios Internacionales Vino y Mujer" 2019, concurso patrocinado por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV). ◊

ASUMAD, la unión de una misma pasión

"Juntos, tenemos una gran oportunidad de hacer mejor y más visible una maravillosa profesión. ASUMAD es la unión de una misma pasión", **Concepción García.**

"Es un honor y un placer poder seguir trabajando por y para ASUMAD. Pondré todo mi empeño e ilusión en esta nueva etapa en la asociación para que, aunque nos veamos en estas duras circunstancias, dar ejemplo de que nos podemos adaptar, estar activos y seguir aprendiendo y creciendo cada día más", **Isabel Tundidor.**

"Para mi pertenecer a ASUMAD significa pertenecer a un grupo de gente con gran talento, un espacio abierto a todos donde me siento cómoda, poner ideas en común, seguir formándome y estar rodeada de grandes profesionales del Mundo del Vino. Quiero aportar ilusión, esfuerzo y el firme propósito de no poner límites a las metas que nos marquemos y trabajar por todos nuestros asociados", **Dolores Sánchez.**

"Un placer colaborar y aportar mi granito de arena en ASUMAD para seguir aprendiendo y descubriendo juntos el mundo del vino y sus diferentes zonas vitivinícolas", **Elvira Sánchez.**

"Pertenecer a ASUMAD es poder avanzar y desarrollarme aún más en el mundo de la sumillería a través de un gran grupo humano y profesional, a la vez, de aportar mi granito de arena para que sigamos creciendo juntos", **Javier Merino.**

"Desde ASUMAD continuaremos fomentando la unión, la formación, la actualización, además fomentar cuanta actividad sea necesaria para afrontar la convalidación u homologación del futuro diploma de sumiller por el Ministerio de Educación. Ha quedado claro que ya no sólo ejerce en hostelería, sino también en bodegas, en distribución, vinotecas, grandes superficies, en docencia, entre otros. La sumillería es, y sigue siendo, una profesión con futuro", **Arturo Hurtado.**

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

ESCUELA ESPAÑOLA DE CATA

La Escuela Española de Cata es una empresa privada de formación que ofrece a sus clientes desde el año 1995 los más altos estándares de calidad de formación, respaldada por su amplia experiencia y por un destacado staff de docentes especialistas integrado por: MWs, enólogos/as, profesores universitarios, expertos en Análisis Sensorial, sumilleres de amplia experiencia, entre otros, los cuales han contribuido a generar diversos líderes de opinión del mundo del vino y la sumillería en España e Iberoamérica, además de sumilleres campeones y finalistas en diversos concursos nacionales e internacionales.

Cuenta con una oferta de formación (privada y propia) de cursos presenciales, semipresenciales y online, servicios de aval de calidad, organización de eventos y viajes gastronómicos, dirigida a empresas y particulares en España e Iberoamérica.

Ha diseñado y ejecutado diversos proyectos de formación y realizado un sin número de Cursos, juntamente con empresas públicas y privadas, como el Instituto Madrileño de Formación (IMAF), Cámaras de Comercio y Ayuntamientos, entre otros, quienes les han confiado la impartición de diversos de Cursos de Sumiller, financiados por el Fondo Social Europeo de entre 350 y 400 horas cada uno. Ha formado a más de 19,000 alumnos en sus cursos de Iniciación y Avanzado de Cata y a más de un millar de sumilleres quienes están trabajando como sumilleres, vendedores, distribuidores tanto en España como en el extranjero.

La Escuela cuenta con sede propia en el corazon de Madrid, desde donde realiza y promueve todo tipo de cursos.

Curso Internacional de Sumiller

Este curso se realiza en la modalidad semipresencial (500 horas). Ofrece la posibilidad de realizar su contenido teórico -400 horas- a través de Plataforma Formativa Virtual Moodle con el apoyo de una tutora personal siendo posible su realización desde cualquier lugar del mundo.

El contenido teórico consta de diez módulos: Viticultura; Enología; Análisis sensorial; Funciones del sumiller; Gastronomía y servicio; Gestión de bodega; Geografía de vinos de España; Geografía de vinos del mundo; Otros productos; y por último inglés para sumilleres. Los materiales de estudio son actuales, variados e interactivos. La educación semi presencial tiene la ventaja de combinar lo mejor de las clases presenciales y de la educación online. Es ideal para conciliar la vida privada y la actividad laboral. De igual manera, es una alternativa para todos esos alumnos que viven en el extranjero y que quieren formarse en Sumillería.

Cursos inscritos en el Registro Estatal de Entidades de Formación

La Escuela ofrece desde hace 25 años su oferta privada y propia de formación semipresencial que entienden se adecua mejor a las necesidades de las empresas y de los profesionales y que facilita los conocimientos profesionales necesarios que demanda el mercado. Su único objetivo es proporcionar la formación necesaria para desenvolverse eficientemente en el campo de la sumillería, además de facilitarles con ello su acceso al ámbito profesional.

Curso Online de Enología Técnica

Se ha iniciado con marcado éxito su 8vo curso de Enología Técnica Online de 120 de horas, que se realiza a través de la Plataforma Formativa Virtual Moodle de forma online. Con la tutoría de la enóloga Sara Eizaguirre Palacios, el alumno aprenderá sobre los procesos de elaboración enológicos, el control de estos y de sus parámetros, maquinaria y equipos implicados, productos enológicos de aplicación en bodega, caracterización química y microbiológica del vino durante su elaboración y crianza, el estudio y remedio de sus enfermedades y defectos de elaboración, enfocándolo hacia la enología actual de vinos de calidad.

Staff de docentes especialistas

La Escuela cuenta con un staff de "lujo" de docentes especialistas quienes han contribuido a formar a más 1000 sumilleres egresados en su más de medio centenar de ediciones. Dirigidos por Carmen Garrobo participan personalidades como: Custodio Lopez Zamarra, Isabel Mijares y García Pelayo, Manuel Losada Arias, Ana Añón, Carlos Gómez Ruíz, José Lázaro Martínez, Alberto Miguel Herrero, Ana Lahiguera Mena, Guillermo Cruz Alcubierre, Xavier Gorostiza Estrada, Rosa Mª Vila i Barnils, Marisol González Manzanedo, Luigi D´Antonio, José Luis Murcia, Juan Luis "Juancho" Asenjo, Guillermina Sánchez-Cerezo, Marta Arranz Basagoiti, Joaquín Gálvez Bauzá, Luis Vida Navarro, Martín Coronado, Maite Corsín, Manuel Jiménez Vidal, además de la colaboración de destacados profesionales del sector y la coordinación general del periodista Arturo Hurtado.

Egresados destacados

Satisfechos de haber contribuido con su "granito de arena" en la formación de excelentes profesionales. La lista es larga en España e Iberoamérica, no sólo en personalidades hoy reconocidas, si no en un gran número de alumnos que han derivado bien con trabajadores profesionales en diferentes campos o encauzando su formación hacia la apertura de negocios. Todo ello nos hace sentirnos orgullosos a la vez que útiles, al haber contribuido en parte a que los objetivos fijados por los alumnos se vean recompensados.

Reconocimientos

- Premio Excelencia Educativa, en la categoría "Mejor Centro de Formación en Cata y Sumillería 2019 y 2017" en los Premios Excelencia Educativa y Radio Televisión.
- "Mejor Centro Educativo 2018" y finalista en los años 2016, 2017 y 2019 en los premios International Wine Challenge Merchant Awards Spain de Londres.
- "Medalla Europea al Mérito en el Trabajo" por la Asociación Europea de Economía y Competitividad.
- Patrocinador de Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino-AEPEV
- Patrocinador de Asociación Española de Profesionales del Análisis Sensorial-AEPES

Próximas convocatorias

La próxima convocatoria del Curso Internacional de Sommelier se iniciará con la impartición de módulos teóricos vía online a través de su plataforma MOODLE -400 horas- del 01 de marzo al 17 octubre 2021 y posterior práctico presencial -100 horas- del 18 al 29 de octubre 2021 en su sede de Madrid. ◊

Sede de La Escuela Española de Cata:
Calle Mártires Concepcionistas, 19. Madrid.

ESCUELA ESPAÑOLA DE CATA

Dos vinos únicos y exlusivos de

ABADIA SAN QUIRCE

Vinos de alta calidad que reflejan las peculiaridades del suelo y la variedad autóctona, la Tinta Fina: M9 y Finca Helena

En Abadía de San Quirce, trabajar con viñedos propios, permite cada año controlar todo el proceso productivo, renunciando a altas producciones para obtener uvas de altísima calidad, garantizando de esta manera la identidad y el origen de procedencia de sus vinos.

Sobre Abadía de San Quirce

Abadía de San Quirce posee un total de 21 has de viñedo propio de la variedad Tinta Fina en los términos de Aranda de Duero y La Aguilera. Así mismo controla otras 80 has, de la misma variedad, repartidas entre los pueblos de Gumiel de Izán y la Aguilera. De todas ellas se obtendrá la uva para la elaboración de sus vinos.
Toda la plantación está formada en vaso, como se hacía tradicionalmente en esta región. Las edades del viñedo están comprendidas entre los 15 de los más jóvenes hasta los más de 100 años, de viñas prefiloxéricas plantadas en el año 1900. Al tratarse de un viñedo tan antiguo, está repartido en numerosas parcelas con diferentes tipos de suelos. Esto les permite obtener uvas, que aun tratándose de la misma variedad, son totalmente diferentes debido a ese carácter que les imprime su terruño particular. ◊

M9 2018.

Elaborado con la variedad tempranillo, procede de viñedos con una edad de 70 años que, con una escasa producción de uva, se encuentran prácticamente en el límite de adaptación del viñedo a estas tierras (a 920 metros de altitud) y producen por tanto, uvas muy especiales.
Es un vino de color rojo picota intenso de capa alta. Equilibrado en nariz con notas de frutas balsámicas y especiadas. En boca es fresco, sedoso, fino, elegante y con gran persistencia, recordando a los grandes vinos atlánticos. De esta añada solo se han elaborado 6.000 botellas.
PVP: 31,00 €. ◊

Finca Helena 2015

Procede de una rigurosa selección de viñedos plantados hace más de 100 años en el término de La Aguilera. Viñedos plantados en terrenos pobres, formados en vaso que han vencido la batalla al tiempo para ofrecernos hoy el tesoro que representa esta botella.
Elaborado con la variedad tempranillo, se fermenta en barricas de roble francés de 500 litros con una crianza durante 15 meses en barricas nuevas de roble francés de Allier y el resto en botella. El resultado es un vino de color cereza intenso con ribete violáceo, fresco y con carácter; lleno de matices aromáticos bien engarzados, en un conjunto refinado.
De esta excepcional añada, únicamente se han elaborado 2.820 botellas de 75 cl numeradas irrepetibles y 200 exclusivos Mágnum.
PVP: 58,15 €. ◊

LARROSA

Bodegas Izadi presenta la nueva cosecha de su rosado

Izadi fue, hace ya siete años, una de las bodegas pioneras en apostar por los nuevos rosados y abrir así el camino a una tendencia que ha acabado consolidándose. Nació, entonces, Izadi Larrosa, un rosado serio, estiloso y sutil que, puntual, como cada 14 de febrero, reaparece para mostrar al mundo su última añada.
Larrosa Rosé 2020 es un capricho enológico que Izadi elabora con la variedad garnacha de cepas viejas con una edad media de 45 años de edad, procedentes de viñedos en altura de diferentes zonas de la D.O. Ca. Rioja, algo que le confiere finura gustativa y delicadeza cromática.
Larrosa ha conseguido en pocos años situarse entre los mejores vinos rosados gracias a una elaboración muy cuidada en la que Lalo Antón, director general de Izadi, refuerza la apuesta de Izadi por la elegancia y sutilidad que ideó en sus inicios.
La añada 2020 se ha vendimiado a mano y se elaboró con un rápido pero leve prensado para extraer la esencia de esta garnacha tan especial. Bodegas Izadi consigue, así, un vino rosado muy aromático, con un color atractivo y delicado.
En un día tan señalado como este, Izadi captura en una botella el amor a la garnacha, variedad en la que se ha volcado con su proyecto de Larrosa, donde también elabora una garnacha blanca -Larrosa Blanca- y un vino tinto -Larrosa Negra-.
Para Lalo Antón "Larrosa Rosé ha marcado tendencia con ese color rosa pálido tan peculiar y con su explosiva nariz. Es fresco, afrutado y con aromas varietales de garnacha muy marcados. Sin duda, un vino que encaja tanto en el gusto de consumidores nobeles como de los grandes catadores".
Durante estos siete años, Larrosa ha cosechado diferentes menciones y premios desde que salió al mercado, uno de los más importantes, el Premio Verema al Mejor Vino Rosado de España en 2018.
PVP: 7,25 €. ◊

Losada 2018

Losada 2018, es "su vino más emblemático", un must have para los amantes de los buenos vinos con buena relación calidad-precio.
Representa la universalidad de la mencía berciana. Es el resultado de la aportación de distintas parcelas cercanas a la finca donde se encuentra la bodega. De viñedos viejos, plantados en suaves laderas de arcilla. Un vino fresco, frutal, atlántico y de marcado carácter berciano.
Con una crianza de 12 meses en barricas de roble francés, es un vino muy sabroso, complejo, amplio, de paso carnoso, sensaciones de cassis, zarzamora, notas cremosas, caja de puros, bosque umbrío, notas de infusión y un persistente final.
Un ingrediente importante para una cena especial que encaja a la perfección con platos frescos como: Solomillo de cerdo ibérico, un buen churrasco, un rodaballo al horno o cualquier pescado graso.
El fundamento de Losada Vinos de Finca es la viticultura y la interpretación del terruño berciano. Situado en la finca Losada, a medio camino entre Cacabelos y Villafranca, el reto de su enólogo, Amancio Fernandez Gómez, es elegir parcelas donde mejor se exprese cada variedad, siguiendo una elaboración tradicional y una utilización sutil de la barrica, que dé protagonismo al terruño.
Producción: 150.000 botellas de 75cl.
P.V.P: 11,50 €. ◊

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

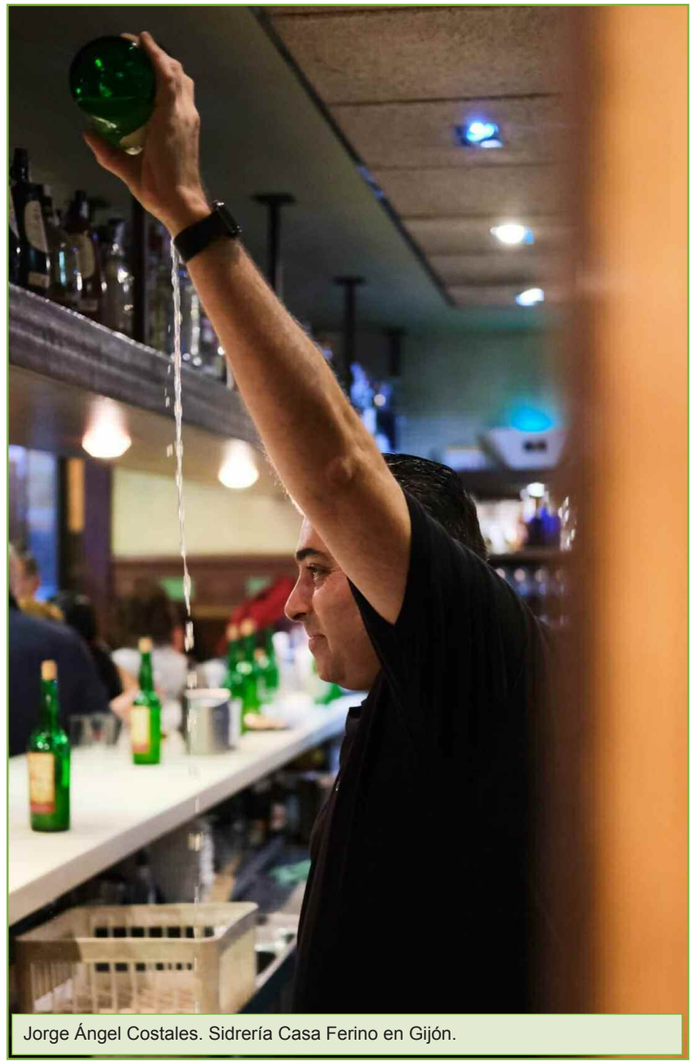
La visión de la Sidra

por Juan Luis García

"La sidra también debe tener su sitio en la alta gastronomía"

Fue en el años 2012 cuando una llamada de Nacho Manzano para ser el sumiller de **Casa Marcial**, me hizo cerrar mi restaurante en mi provincia natal, Murcia y arrancar para tierras asturianas, *Les Arriondes*.

De aquella en el menú degustación había un plato que se llama '*La Nécora que se come entera*' plato emblemático de la casa que desprendía asturianía y me tocaba maridar. Manos a la obra para interesarme y descubrir la cultura asturiana tan importante para **Casa Marcial**. Primera parada en la **Sidrería El Mirador** en *Les Arriondes*, perfectamente capitaneada por **Belisario Súarez** del que he podido aprender tanto. Esa noche observé como en la Sidrería se comían las nécoras (o andaricas como se llaman en Asturias) acompañadas de buena sidra natural escanciada. El resultado fue maridar el plato de la nécora de **Casa Marcial** con una sidra de nueva expresión llamada **Tres El Llagar**, que curiosamente se elaboró únicamente ese año y después desapareció. Un maridaje de cercanía y tradición que entusiasmó en aquel 2012 haciendo que los clientes que repetían visita reclamaran la sidra en el maridaje.



Jorge Ángel Costales. Sidrería Casa Ferino en Gijón.

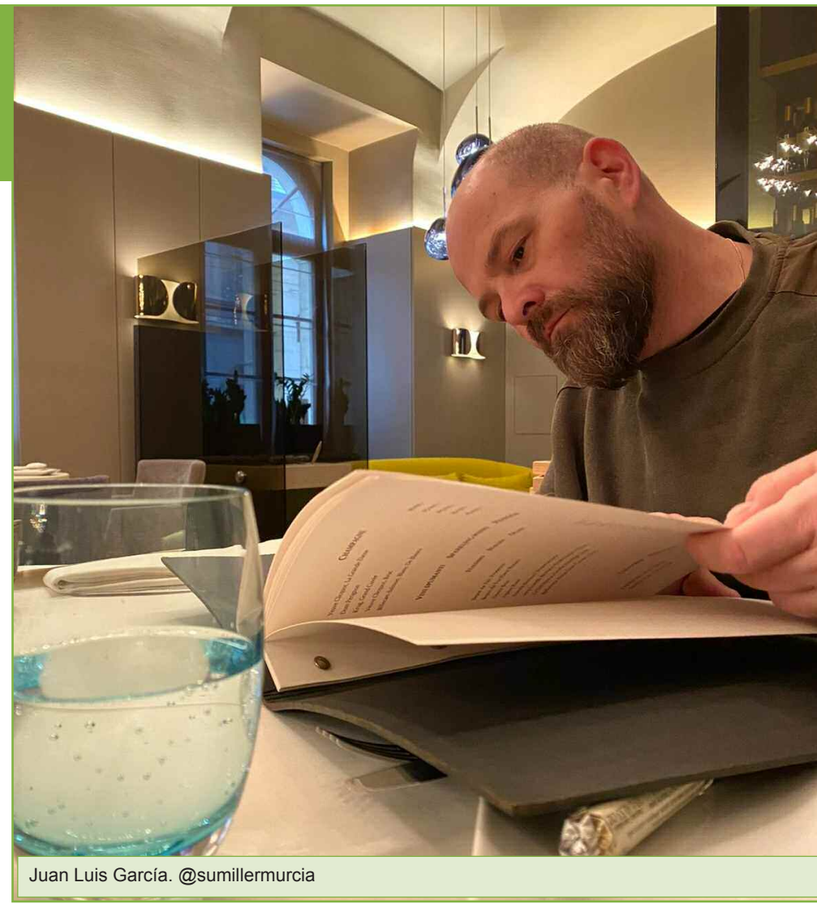
Pensé mucho sobre esta reacción de la clientela y me dí cuenta de que un restaurante como C**asa Marcial**, podía dar sidra (espumosa, de hielo, de nueva expresión,...) y que esta bebida carismática no podía estar relegada sólo a los chigres y sidrerías asturianas, "*la sidra también debía tener su sitio en la alta gastronomía*".

Mi curiosidad por el mundo de la sidra y todo lo que engloba creció de la misma forma que mi gusto por beberla y apreciarla, lo que me llevó a visitar llagares, hablar con productores, hosteleros y consumidores y conocer de primera mano esta bebida que enamora a asturianos pero también al resto del mundo.

Cuando empecé la temporada 2013 en **Casa Marcial**, comenzamos a iniciar la experiencia con una copa de sidra espumosa, ¿locura? Podría parecerlo de inicio, ya que en Asturias la sidra por antonomasia es la natural que se toma escanciada, pero la realidad es que gustó y sorprendió a partes iguales y se convirtió en un tradicional inicio a la llegada de cada cliente a **Casa Marcial**.

En aquel momento, eran pocos los llagares que elaboraban sidras espumosas y de nueva expresión, pero poco a poco se dieron cuenta de que había hueco para ellas en estos restaurantes donde no es posible el escanciado, pero sí hay cabida para otro tipo de sidras y otro modo de consumo.

Convencido de la grandeza de esta bebida, he compartido mi pasión por ella con muchos compañeros de profesión en diferentes lugares de España, incluso fuera de ella.



Juan Luis García. @sumillermurcia

Desde entonces, disfruto catando diferentes lotes o palos de sidra en un llagar o sidrería, de una cosecha y otra, variedades de manzana... con la intención de evolucionar para que los clientes tanto de C**asa Marcia**l como del **Grupo Manzano (La Salgar, Gloria Gijón, Gloria Oviedo, Catering Manzano)** puedan tener la oportunidad de probar los distintos tipos de sidra que hay en Asturias. El objetivo conseguido, ha sido que cuando se abre la carta de vinos, Asturias está bien representada y es lo primero que alcanza la vista.

A día de hoy me encuentro en una tesitura … *¿Habría que defender en las cartas de los restaurantes asturianos las sidras del resto del mundo además de las locales?* ◊

JUAN LUIS GARCÍA
@sumillermurcia.
Sumiller del Rte. Casa Marcial
Dos estrellas Michelin.
Sumiller del Año 2019 por la IWC Merchant Awards Spain.

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

ÁNGEL LEÓN

Descubre un revolucionario

"Cereal Marino"

El equipo de **Aponiente** ha logrado cultivar por primera vez en la historia de manera controlada la **Zostera marina**, planta de la que procede el cereal marino.

La inquietud de Aponiente, con el chef Ángel León al frente, por seguir observando e investigando nuevos ingredientes y productos de la gran despensa del mar le ha llevado a descubrir el "cereal marino".

El "cereal marino" es la semilla de una planta acuática llamada Zostera marina. No es un alga, sino una fanerógama marina (en Europa tan sólo existen 4 tipos diferentes) que pertenece a un grupo de plantas considerada por científicos y biólogos como superiores (con semillas, flores, rizomas, etc.) que curiosamente nacen bajo el mar y se alimentan de agua. Además, desempeñan funciones biológicas y ecológicas clave siendo "arquitectas" de ecosistemas.

"Desde hace más de una década todo el equipo de Aponiente seguimos trabajando con la responsabilidad de dar a conocer y aprovechar la gran despensa que es el mar, integrando nuevos productos y alimentos a la dieta humana que todavía siguen ocultos como grandes tesoros bajo el mar. Nuestro sueño es que el mar forme parte de la dieta de todas las personas y esperamos poder conseguirlo poco a poco", asegura el chef Ángel León.

El objetivo que se marcan en Aponiente es seguir aprovechando todos esos ingredientes que hagan de la alimentación de origen marino un recurso sostenible, innovando y aportando valor al sector de la gastronomía y a la sociedad.

El "cereal marino" es el cultivo más sostenible del mundo y generador de riqueza ecológica, paisajística y social; así como clave en la lucha contra el cambio climático

El "cereal marino" supone el descubrimiento de un nuevo superalimento por sus propiedades nutricionales y sus numerosos beneficios para la salud

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

Propiedades nutricionales de un superalimento

Desde Aponiente se han llevado a cabo numerosos análisis y estudios comparativos del "cereal marino" respecto al arroz común y otro tipo de cereales cultivados en tierra como la cebada, el trigo, la avena o el maíz.

Los resultados han determinado que es un grano mucho más denso que otros cereales y nutritivo, muy semejante a las legumbres. A nivel gastronómico abre la puerta a otra textura y sabor, denso y firme, como una pasta al dente, aromático, vegetal y yodado. Sus características para el uso culinario van desde la cocción en la misma línea que los arroces o las pastas, pasando por procesarlo como harina elaborando a su vez panes o pastas secas.

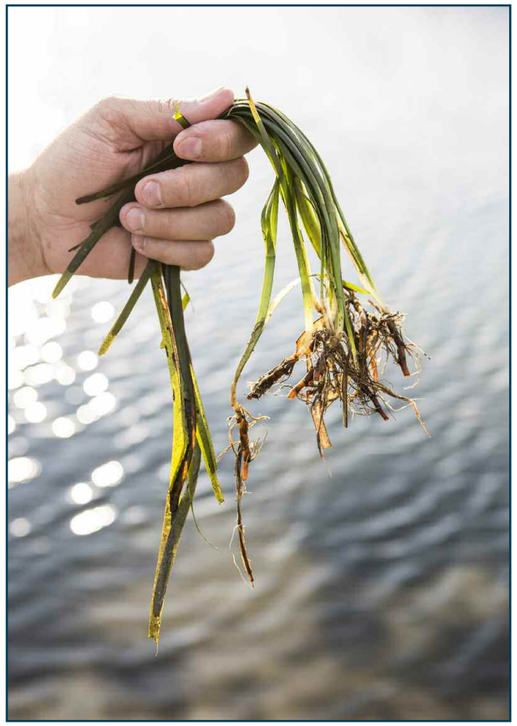
Contiene mayor cantidad de proteínas de alta calidad (un 13%), hidratos de carbono (82% de los cuáles más de un 50% es almidón), menos de un 2% en grasas (vegetales), así como vitaminas A y E que ningún otro tipo de cereal poseen o altas concentraciones de vitaminas del grupo B. Por último, ácidos grasos esenciales, omegas 3 y 6, aminoácidos no existentes en cereales comunes, minerales e incluso una importante proporción de glucosa, que lo convierte en un superalimento con cualidades excepcionales para una dieta muy saludable.

El sueño de crear una dieta equilibrada y saludable sólo con productos del mar

Desde hace más de 10 años el Laboratorio de Investigación Gastronómica Chef del Mar de Aponiente, con Ángel León al frente y con Juan Martín como Biólogo de Aponiente, se dedica a realizar un ejercicio constante de observación y posterior investigación científica de los alimentos del mar, con el fin de descubrir y dar a conocer todos esos productos aún ocultos y desconocidos que hagan de la alimentación de origen marino un recurso habitual y sostenible en las dietas de los seres humanos.

A raíz de este descubrimiento y para seguir conociendo las infinitas posibilidades de todo lo que el mar ofrece Aponiente creará el primer y único centro especializado de I+D en cultivos vegetales marinos del mundo. El objetivo, no sólo seguir investigando sobre el "cereal marino", sino trabajar para seguir avanzando en el proyecto que puede ser clave para que algún día los cultivos terrestres puedan trasladarse al mar y lograr hacer realidad el sueño de una "huerta marina".

Un sueño ambicioso, pero el chef Ángel León nunca ha dejado de trabajar por esos sueños que pueden parecer imposibles, y que le han llevado a descubrir y utilizar ingredientes inéditos procedentes de la gran despensa del mar. Hoy añade a esa lista de ingredientes un nuevo superalimento, el "cereal marino", dando un paso más para crear una dieta equilibrada y saludable sólo con productos del mar. ◊



Restaurante Aponiente & Chef Ángel León

*** Estrellas Michelin, Estrella Verde Michelin a la Sostenibilidad y #94 The World 50 Best Restaurants

El restaurante Aponiente está ubicado en un antiguo molino de mareas del siglo XIX. En el corazón del Parque Natural Bahía de Cádiz en El Puerto de Santa María, el área está habitada por vida marina que está sujeta a cambios constantes, dadas las condiciones climáticas locales y el ritmo de las mareas.

Capitaneado por el chef Ángel León, Aponiente está llevando a cabo la recuperación del entorno en el que se sitúa creando además un ecosistema para futuras generaciones. Referente en sostenibilidad, promueve la defensa del medio ambiente a través de la gastronomía. La pesca sostenible y la utilización de especies, que históricamente se han considerado productos de descarte, son señas de identidad de la propuesta gastronómica del "chef del Mar" junto a la innovación, creatividad y honestidad. Un genio revolucionario cuyo compromiso con la naturaleza le ha llevado a descubrir, utilizar y reinventar alimentos procedentes de la gran despensa del mar.

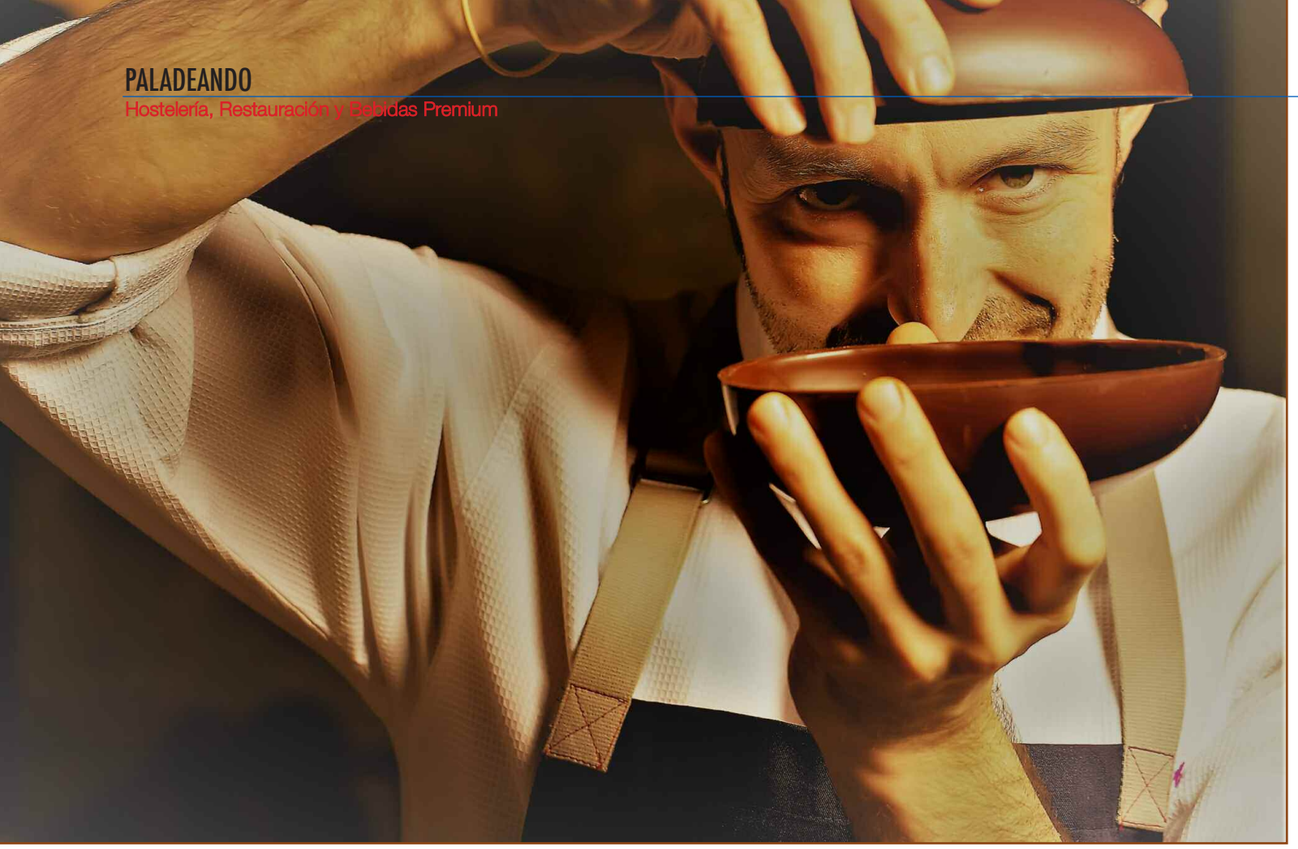
PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

TOÑO ARGÜELLES

Pastelería Argüelles en Gijón

El oficio que se transmite de padres a hijos desde 1912

La historia de la Pastelería Argüelles comienza a principios del siglo XX cuando Gersán Martínez decide llevar a la práctica lo aprendido en la prestigiosa Confitería Rato de Gijón. Tiempos en los que los pilares de la pastelería eran los frutos secos, sobremanera la almendra, y las masas hojaldradas, aparte de caramelos y labores más propias del oficio de confitero que de pastelero tal como hoy lo entendemos.



Corren los primeros años del siglo pasado (1912) cuando Gersán Martínez, en Pola de Laviana, su pueblo natal, crea el popular "bartolo". Un pastel de hojaldre y relleno de una crema de almendra, donde se resume de manera ejemplar la idiosincrasia de la pastelería asturiana.

Se trasmite el oficio de padres a hijos, donde se trabaja de manera muy artesanal, se elabora una pasteleria clásica, propia del norte de España, aunque la familia siempre tuvo y mostró inquietudes por desarrollar nuevas propuestas. Es a principios de la década de los noventa cuando su nieto Jose Antonio e Isabel, su esposa, deciden ampliar horizontes y dan un empujón al negocio abriendo un segundo establecimiento en Gijón. En este punto comienzan a trabajarse aspectos más novedosos y la pastelería, siempre fiel a sus raíces, pero comienza a evolucionar.

Pocos años despúes a comienzos del año 2000 se incorpora al negocio Antonio, Toño Argüelles, cuarta generación. Son años en los que la cocina explota su versión más moderna y creativa y esto arrastra también a la pastelería y chocolatería a experimentar a una velocidad disparatada. Los mousses, espumas, gelées, bavaroise..... eclipsan a las elaboraciones más clásicas. Se desarrollan muchas técnicas e innovaciones, se busca captar la atención visual del cliente. Colores, texturas, decoraciones, sin duda superfluas acaparan las vitrinas.

Es en 2013 cuando se plantean el cambio de ubicación del negocio y con él un cambio en la manera de ver la pastelería. Es un paso a un lado, y una mirada al pasado. Es un acto de respeto por el sabor. Es un Stop&Go. "Es el momento en que lo principal es el producto, nos convertimos en arquitectos no en decoradores", matiza Toño Argüelles. No puede haber nada superfluo en las elaboraciones, se "revisitan" los clásicos de padres y abuelos, se actualizan siempre fieles a su esencia y se dejan atrás muchas elaboraciones que no encajan en esta visión particular, en este concepto de pastelería. La búsqueda de materias primas de excepción es constante. Sólo con una materia prima singular se puede obtener un producto singular. Y de eso se trata. De que al comer un pastel, un chocolate, un bombón, un helado… nuestra mente viaje de inmediato en búsqueda de ese sabor, de poner esos perfiles aromáticos y gustativos en su sitio, ver dónde encaja en nuestro puzzle mental. Fruto de esta búsqueda de pureza y sabor es la medalla de bronce obtenida por Toño Argüelles en el Campeonato del mundo de Panettone, organizado por la Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria Italiana en 2019.

Y es aquí cuando Argüelles comienza a experimentar en la elaboración de chocolate. El Chocolate es el pilar de la pastelería actual. Materia de excepción en todos sus estados, liquido, solido, en polvo… Nos cuenta Toño Argüelles que "Asturias fue una gran potencia a nivel nacional en cuanto a producción de chocolate se refiere. El paso de los años nos dejó tristemente sin ningún elaborador. Es ahora cuando tras años de buscar el momento, lo encontramos. Iniciar el proceso del chocolate desde cero. Desde luego, los chocolates que hacemos ahora, nada tienen que ver con lo que se hacían en los años 30. Por entonces el chocolate era una mera herramienta nutritiva. Hoy como todo lo que sale del obrador de Argüelles, buscamos placer. Para ello la selección de cacaos es fundamental, contar con un proveedor como Valrhona, que nos asegura una trazabilidad total y un comportamiento ético certificado con los productores ha sido fundamental. Porque un buen chocolate empieza en el árbol, y no hay ningún paso, desde el secado o la fermentación al conchaje, que carezca de importancia.

En esa búsqueda de placer y sensaciones el origen de las habas marca el camino, nosotros sólo debemos respetarlo, tostados suaves, y conchajes largos. Temperaturas controladas y bajas que mantengan vivo el terruño de donde nace esa haba. La industria se pasó años desnudando de acidez los chocolates y ahora volvemos a sacarla a bailar. Amargores tan suaves y delicados que se vuelven dulces. Dejamos que los cacaos brillen y se muestren tal como son.

El Chocolate es el pilar de la pastelería actual. Materia de excepción en todos sus estados, liquido, solido, en polvo…

En esta faceta de chocolatier, no termina nuestra labor en la tableta. Como tal, el culmen se produce cuando elaboramos un bombón y podemos realizar esa alquimia final. Cuando podemos ponerle textura y aprovechar toda la versatilidad del chocolate, podemos llevarlo a su máxima expresión. Pimientas, especies, cítricos, frutas maduras, frutos secos… Aliados del sabor del cacao, buenos compañeros de baile. Presentes todos ellos ya en el perfil aromático del cacao. Cual perfumista, debemos sacar los mayores matices de un chocolate y potenciarlos para conseguir bombones que sean verdaderamente una experiencia inolvidable". ◊

Just Chocolate.

#LaHosteleríaEsSegura

por Diana Díez Perea,
Secretaria Asociación Barmans Navarra

Covid 19, virus que nos ha propiciado un mazazo que nadie esperaba, que esta destruyendo empleos, perdiendo vidas, poniendo en jaque a las empresas y dando un giro de 360º a nuestra forma de vida.

Por este motivo, surgió **#LaHosteleríaEsSegura**, movimiento en defensa de la hostelería, en el que los hosteleros siguen realizando en la medida que les dejan su trabajo, cumpliendo con todas las medidas sanitarias que marcan la autoridades.

Una ducha de agua fría infundada en teorías "lógica" para el ser humano, pero no ratificadas con los números de los contagios, porque, aunque no quieran reconocerlo la hostelería esta llena de profesionales que han seguido al pie de la letra las indicaciones dadas por sanidad.

Porque para la hostelería no sirve cualquiera y la hostelería no se simplifica en aquel camarero que está detrás de la barra…

¡Es mucho más!

La hostelería comienza a pie de campo o a la orilla del mar, con los agricultores, bodegueros, pescadores pasando por los comerciales y distribuidores para finalizar en esos bares y en los clientes/turistas/ amigos a los cuales queremos dar un buen servicio y hacer que vivan en nuestros establecimientos una experiencia única.

La hostelería es uno de los recuerdos del turista cuando viaja. La hostelería es el conocimiento y la versatilidad de los productos de la tierra que los cocineros transforman en sus cocinas y crea tanto en turistas como locales, experiencias gastronómicas que no podrían imaginar.

La hostelería es aquel maître, camarero, bartender, ayudante que compinchado con su cliente ayuda a crear experiencias y sorpresas a las personas.

No llegamos al 3% de los contagios, somos seguros y somos responsables, por favor no dejen morir la esencia y la cultura de un país que nos hace únicos y que día tras día, año tras año, encanta a tanta gente alrededor del mundo que viene a conocer nuestros espacios, nuestra cultura y nuestra gastronomía.

Manifestaciones a lo largo y ancho del país se están dando de todos y cada uno de los empresari@s, hosteler@s, camarer@s que solo están pidiendo una cosa: ***poder trabajar y hacer lo que más les gusta***.

Apoyen a esos hosteler@s que han estado día a día con ustedes en sus momentos buenos, en sus momentos malos, porque ellos no han sido los culpables de esta pandemia, ellos no trajeron el COVID a nuestras tierras, ellos no han sido el foco de los contagios y ellos ahora mismo nos necesitan a todos para poder recuperar una pequeña parte de su vida que un 14 de marzo de la noche a la mañana, nos arrebato el COVID.

Apoyen a esos hosteler@s porque de forma indirecta dependen el trabajo de otras muchas personas, porque de esta situación sólo saldremos juntos y unidos... ◊

#LaHosteleríaEsSegura
#LaHosteleríaEsResponsable

"Mala Saña" Buenas Mezclas

¡UNA COMPUESTA DE LA CASA!

Con el resurgir de la coctelería y la pasión de investigar en lo antiguo, las compuestas se están recuperando y el vermú vuelve a cobrar protagonismo en el aperitivo.

Pocas tradiciones hay más arraigadas en Asturias que salir a la hora del vermú, incluso cuando lo que se va a beber sea un vino, una caña de cerveza o algo tan de moda hoy como un Spritz, ese cóctel italiano tan cosmopolita que luce bonito en las terrazas y que mezcla un amargo, soda y espumoso.

Aunque bueno es cualquier día para este acto social, el domingo es el día álgido y se produce en ese lapso de tiempo que va desde las doce del medio día hasta las tres de la tarde y que si se alarga se le conoce popularmente como vermú torero y enlaza directamente con el tardeo.

El domingo, nos vemos donde siempre... A la hora del vermú

Si echamos la vista atrás, en Asturias, famosas eran las compuestas que contenían como ingrediente principal el vermú y que hicieron populares a muchos bares y que a día de hoy algunos lo siguen siendo. Cada bar tenía la suya y su sabor era único y característico, por supuesto la receta era secreta y jamás se revelaba aunque los feligreses divagaran e incluso alguno acertase frente a la negativa de los camareros.

Con el resurgir de la coctelería y la pasión de investigar en lo antiguo, las compuestas se están recuperando y el vermú vuelve a cobrar protagonismo en el aperitivo.

Visitamos Mala Saña, una coctelería de Oviedo que se encuentra situada en la Plaza Porlier, que hace su compuesta desde que abrieron el local a finales de 2016 y aunque no nos revelan los pormenores de la mezcla, nos cuentan que se inspiraron en las recetas antiguas de los primeros libros de coctelería.

Sentados en su terraza un bonito día de sol hicimos la cata, probamos tanto la compuesta tinta, como la blanca y nos vimos sorprendidos. La compuesta tinta es frutal y ligeramente cítrica y la blanca es floral y burbujeante pues la preparan con un golpe de Cava. Iván y Saúl me cuentan que este año han empezado a embotellar las dos gamas para que todo el mundo pueda disfrutar de ellas en cualquier parte ¡Por supuesto, me llevé las dos! ◊

LUCA ANASTASIO

Bartender, Beverage Consultant & Hospitality Coach

“Una flor viste un cóctel y lo transforma en un auténtico producto gourmet”

En mi primera visita al Hemingway bar del hotel Ritz de París (hace más de 18 años), pude observar como los clientes se emocionaban cuando veían servir unos cócteles acompañados con unas hermosas rosas. Estos cócteles con estas flores tan maravillosas, cambiaban por completo la atmósfera del bar, como por arte de magia se apreciaba un nacer de momentos románticos entre parejas, esas flores eran como una aurora preciosa, y entendí más que nunca, que un cóctel sobre todo tiene que trasmitir emociones.

Si deseamos sorprender a nuestros clientes o invitados preparando algún que otro trago glamuroso y elegante, nada iguala a los cócteles con flores, que poseen aromas diferentes, y en lo visual son ideales, su aspecto tan aparente atrapa la atención de inmediato.

Históricamente, las flores se han utilizado para la preparación de platos. Los romanos utilizaban rosas, violetas y malvas. En el Renacimiento se utilizaban frecuentemente para dar color a los platos y como condimento. En el siglo XVII ya se hacían caramelos de flores. En el siglo XIX eran muy populares en las ensaladas y para elaborar pasteles, mermeladas y confituras. Culturas indígenas del Oriente Medio tienen una rica historia de uso de rosas en sus cocinas, por lo que es natural ver el sabor de realce en una bebida como complemento atenuante para algunos alimentos.

Cuando hablamos de coctelería con flores realmente no descubrimos nada nuevo, sólo tenemos que pensar en el Aviation Cocktail, con su licor de violeta, en los cócteles Tiki decorados con flores de hibisco y Lei..

En la alta gastronomía, las flores tienen notable protagonismo, los mejores cocineros han dado color, texturas y sabor a sus platos, solo hay que contemplar las obras de arte de Michel Bras (así suelo llamar a los platos de este célebre cocinero francés).

Hay una gran diversidad de flores comestibles en el mercado, algunas de las más utilizadas y conocidas son: Pensamiento Dream, Viola Star, Begonia red Sugar, Caléndula Power, Clavel Freedom, Antirrino Kiss, Pétalos de Taget Sun, Pétalos de Rosa Badior, Flor de Borraja, Petunia Queen, Flor Eléctrica, Flor de Ajo, Flor de Cebollino y etc.

Antes de utilizar cualquier tipo de flor para la elaboración de un cóctel hay que asegurarse de que la flor sea comestible. Como norma general, las flores que se encuentran en las floristerías, viveros y en los jardines públicos no son comestibles, puesto que están repletas de pesticidas.

Las flores son frágiles y se les debe tratar con cuidado, ya que son sumamente perecederas y no deben ser almacenadas en la nevera a temperaturas muy frías. Es aconsejable comprarlas bien frescas y servirlas lo antes posible.

¿Qué aportan a los cócteles?

Proporcionan frescura, fragancias agradables y sobre todo complejidad en nariz y boca, podemos elaborar tragos refrescantes, aperitivos, digestivos y a cualquier hora del día. Y en apariencia, aportan alegría, color y sensualidad… Un toque de distinción, ornamentan, brindan vistosidad y nuevos matices. Existen texturas muy diversas (carnosas, crujientes…), excitantes sabores (salados, picantes, dulces…), son también una fuente muy rica en vitaminas y contienen aceites especiales beneficiosos para el organismo. Una flor viste un cóctel y lo transforma en un auténtico producto gourmet.

Podemos usar nuestra creatividad para macerar o infusionar las flores con destilados o licores, pero siempre teniendo mucho cuidado con las flores que elegimos, hay que estar siempre al tanto de la información de cada flor que usamos.

Las flores hacen que nuestro cóctel tenga algunas propiedades, virtudes y unas características increíbles y difícilmente inigualables a otros ingredientes.

Luca Anastasio & Marie Brizard

Aprovecho este artículo para compartir una creación en colaboración con Marie Brizard, el cóctel es el Désir d'aimer, que posee una combinación extremadamente delicada y armónica, con notas florales, especias dulces y frutas cítricas. ◊

Cóctel Désir d'aimer

Receta:
- **3 cl Vodka Cîroc**
- **3 cl Licor Parfait Amour**
- **3 cl Licor Maraschino**
- **2 cl Supasawa**
- **2-3 cl champán**

Elaboración:
Verter los ingredientes excepto el champán en un vaso mezclador con hielo, y remover unos 20 segundos. Añadir el champán, y remover unos 4-5 segundos.

Decoración:
“El Jardín de la Tentación” (elaborado polvo de remolacha y aceituna negra, flores comestibles, fresas silvestres y hierbas aromáticas).

Las flores en la coctelería

Las flores en la coctelería

DANI BURGOS

Brand Ambassador de Marie Brizard® España desde 2016

“Cada uno tenemos una sensibilidad distinta para crear cócteles”

En este artículo Dani Burgos nos cuenta en primera persona la historia, evolución y variedad de licores y siropes con sabores y aromas naturales Marie Brizard®.

Ya son cuatro años como Brand Ambassador de Marie Brizard® España, durante estos años he tenido la suerte de compartir muchos buenos momentos con la comunidad de Bartenders Españoles a la que pertenezco ya que ser Bartender es algo de lo que uno no se retira.

Lo más bonito de esta profesión es que cada uno tenemos una sensibilidad distinta para crear cócteles y experiencias para nuestros clientes. El trabajo de Marie Brizard® es poner a disposición del Bartender una gama de licores y siropes con sabores y aromas naturales que ayuden a sorprender al consumidor final, los clientes.

Os aporto mi granito de arena para animaros a que veáis en nuestros productos el potencial del que os hablo cada vez que nos encontramos en persona; esperando que algún día sintáis lo especial que es para mí Marie Brizard® y compartamos nuestros aprendizajes en sus mezclas para seguir creciendo juntos.

A título personal puedo compartir que es más fácil crear cocteles inspirándose en momentos, canciones o películas.

Por eso, este cocktail que os comparto a continuación nació al recordar las bellas tardes que pasé con mis abuelos cuando era pequeño.

Cóctel “ATARDECER”

“Dedicado a mis abuelos por todos los momentos mágicos que me regalaron durante mi niñez”. *Dani Burgos.*

Receta:
- **30 ml de Gin Mr Stachers**
- **30 ml de Parfait Amour Marie Brizard®**
- **15 ml de Licor de Flor de Sauco Marie Brizard®**
- **12 ml Essence de Jazmín Marie Brizard®**
- **20 ml Supasawa**
- **20 ml clara de huevo**

Elaboración:
Todos los ingredientes en la coctelera, agitar y servir con doble colado en una Nick and Nora.

Decoración:
Decorar con un twist de naranja.

Marie Brizard® | Más de 50 sabores entre licores y siropes

Marie Brizard® ya servía sus licores en la corte del rey Luis XV. Ha estado compartiendo el Estilo de vida Francés en todo el mundo casi 300 años. Marie Brizard® pertenece al patrimonio de Francia y es parte del círculo muy pequeño de las antiguas compañías francesas que continúan en actividad.

Siempre Innovando. Además de la receta definitiva de Anisette que salió al mercado en 1763. En 1766, Marie Brizard® creó el primer licor de naranja de Francia; el Fine Orange y su Parfait Amour. A esas dos creaciones le siguieron muchas más hasta llegar a los más de 50 sabores entre licores y siropes que tiene en la actualidad.

Para Bartenders. Nuestros productos siempre han estado pensados para sacar el máximo partido en la preparación de cocktails de autor. Muchos de los productos de Marie Brizard® han sido seleccionados por sus características organolépticas para defender las recetas en The Savoy Cocktail Book, escrito por Harry Craddock en 1930.

Su carácter Emprendedor la mantiene de Tendencia. Hay que seguir adaptándose a los nuevos tiempos. Eso implica entender la evolución en los gustos del consumidor y sus preferencias. El consumidor actual se cuida mucho más, está preocupado por el origen de los ingredientes, que sean naturales y evitar los aditivos químicos. El consumidor valora la reducción de azúcar y mide en el paladar la graduación alcohólica. Por eso, en Marie Brizard®, este año presentamos la nueva gama con numerosos cambios que permitirán a todos los cocktails adentrarse en las tendencias que hacen excitar al consumidor mientras vive las experiencias en cada uno de los locales alrededor del mundo.

El Licor de Café de Marie Brizard® es el ingrediente principal de varios cocteles clásicos como el Espresso Martini o el Ruso Blanco. Nuestro licor se elabora con una infusión de café 100% colombiano de la variedad Arábiga e incorpora aromas naturales de infusión de vainilla. Las notas diferenciadoras que lo convierten en único son aportadas por el Brandy que incorpora como base alcohólica.

Mantener toda la gama en la misma botella convierte a los productos de Marie Brizard® en mucho más eficientes en términos de producción, lo que permite controlar los costes y tener un precio muy competitivo. Marie Brizard prioriza el impacto de los costes para garantizar la mayor calidad del producto al mejor precio posible. De esa manera, podemos ofrecer a nuestros clientes el máximo margen en la preparación de sus cocktails. ◊

La coctelería de

"EL BOTERO"

en Sanlucar de Barrameda

El Botero" es un bar de copas situado en "Bajo de Guía", la zona turístico-gastronómica más importante de la fantástica ciudad de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz), antigua capital Europea del comercio y puerta de salida para numerosas expediciones marítimas de suma importancia. Como la expedición de Fernando de Magallanes, que recorrió el mundo por primera vez en busca de una nueva ruta marítima para las especias.

Hace ya mucho tiempo que dejó de ser capital europea del comercio en favor de otras capitales con mayor crecimiento económico y social. Pero se sigue notando en sus calles y muros esa majestuosidad antigua que reinaba.

Esta zona de *"Bajo de Guía"* históricamente se utilizaba para que los pescadores guardaran sus tiestos y aperos, a la vez que degustasen un buen vaso de vino con una tapa de pescado local, en alguna de sus tabernas típicas marineras. Esa tradición se sigue conservando pues es una fantástica zona para probar sus mariscos, langostinos, gambas, buey de mar, etc., y sus pescados locales, así como sus fantásticos guisos marineros. En el lugar se encuentran varios restaurantes de los más importantes de la comunidad autónoma, con fama en todo el marco nacional. Como son el restaurante *"Casa Bigote"* o la marisquería *"El Poma"*.

"El Botero" está situado justo al lado del restaurante más importante de la zona (*Casa Bigote*) por lo que se nutren mutuamente de clientelas ávidas de buenos platos y buenas copas.

> Un bar de copas muy ambientado donde coexisten juventud y experiencia dentro de su clientela

"La calidad y buen servicio que proporcionan los restaurantes que nos rodean es un listón muy alto del que no debemos bajar. Estamos obligados a mantener, con nuestras formas y saber hacer, ese listón siempre muy alto. Todo ello se traduce en un especial esmero en la realización de nuestros combinados y cocktails, además de nuestra calidad en el servicio al cliente. Nos esmeramos en que el trago sea perfecto y la experiencia sea lo más agradable", nos cuenta Francisco Javier Pérez.

El local dispone de dos plantas y una amplia terraza. Vistas al parque nacional de Doñana y a unas fantásticas puestas de sol justo en la desembocadura del rio Guadalquivir. La decoración es esmerada y colorida, verde y natural. Como no podía ser de otra forma, intentan integrar la naturaleza verde del parque natural con la sensación de cubierta de barco pesquero antiguo. Suelos y techos de madera natural. Terraza con porche de barrón, que es un cañizo natural de la zona. Y mobiliario de barcas de pesca reutilizadas y reconvertidas en taburetes y mesas.

El nombre del local viene en dos sentidos. Primero porque la calle que hace esquina se llama "*Botero Viejo*" y segundo por hacer un guiño a esa profesión tan antigua como la propia ciudad que es la del Botero. Persona que se encargaba de llevar a los guardabosques y demás, de una orilla a otra del Guadalquivir.

"Curro Botero"

o simplemente "CURRO"

Se llama Francisco Javier Pérez, pero todos le conocen como Curro Botero o simplemente Curro, es el Head Bartender de este bar de copas. "Comencé en la hostelería hace 25 años ya, aunque como propietario de un local desde hace sólo 5. Es en estos 5 años cuando mi carrera profesional más ha avanzado y se ha especializado, porque me he dedicado estos años a formarme para mejorar mi profesión. He realizado numerosos cursos en coctelería profesional y avanzada, barismo (Café), redes sociales y gestión empresarial. Me estuve centrando en la rama de los destilados y la coctelería. Hay que saber de lo que se vende, para así vender mejor. Todo esto me llevó a presentarme a numerosos concursos y conseguir grandes logros. Entre los cuales están el de ganador al mejor Gin&Tonic de la Comunidad, organizado por Rives y el más importante, al menos para mi, semifinalista de la Bacardi Legacy del año pasado junto con, entre otros, Borja Triñanes, Davide Fracasso, Santi Ortiz, etc. Este concurso me metió de lleno en el mundo de la coctelería y comencé a conocer muchísima gente y ganando muchos amigos y compañeros. Entré en un fantástico mundo del que ya no se puede salir. Lo adoro".

"La coctelería que realizamos en el bar se puede catalogar como una coctelería clásica con vueltas de hoja. Reversionamos la coctelería existente dándole un sello propio y un carácter muy personal debido a que solemos utilizar el producto estrella local: Los Vinos Generosos. Solemos utilizar manzanillas, amontillados, olorosos, palos cortados, moscateles y Pedros Ximénez para realizar nuestros cócteles. Algo que aporta un carácter personal a nuestra coctelería y nos identifica con la zona donde trabajamos. Los bartenders que trabajamos en el marco de Jerez estamos obligados a utilizar nuestros fantásticos vinos para realizar nuestros tragos y dar a conocer al mundo el producto estrella local, visto desde otro punto". ◊

Francisco Javier "Curro" nos presenta su cóctel "Velo de Flor"

El velo de flor es la capa de levadura que se forma en la superficie del vino en el proceso de crianza biológica de las manzanillas de Sanlúcar. Y es este el efecto que tiene en la copa. Parece que te estés bebiendo ese velo de flor.

Receta:

- 30ml Manzanilla en Rama (quiere decir que no está filtrada)
- 20ml Licor de flor de Sauco Marie Brizard
- 10ml Esencia de Jengibre Marie Brizard
- 30ml Zumo de Lima
- 20ml Sirope de Azúcar
- 20ml Clara de Huevo

Cómo servirlo

Realizado en coctelera mediante un buen batido, intenso. Y servido en copa Coupette previamente enfriada. Decorado con una piel de lima y gotas de angostura. Es un trago suave de bajo contenido alcohólico ideal casi para cualquier momento del día. Cítrico y con toques florales y especiados, que dejan ver claramente su origen vínico.

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

ANA SUÁREZ | Brand Ambassador de Ron Barceló, nos presenta:

BARCELÓ IMPERIAL

Y sus recetas para triunfar como anfitrión

Ron Barceló es la marca de ron líder en España y, en palabras de Ana Suárez, "es una firma tan conocida que realmente no necesita una figura que la presente". Pero sí que la represente, y que dé a conocer con más detalle los factores que hacen de Barceló una marca especial: su calidad, la forma en la que se produce, su origen… Ahí es donde entra en juego el papel de Ana Suárez, que centra la mayor parte de su actividad en el sector de la hostelería y en dar apoyo a las diferentes campañas y acciones que contribuyen a impulsar la marca. La ovetense trabaja principalmente en dar a conocer las cualidades y calidades de la gama premium de Ron Barceló: Barceló Imperial, Imperial Onyx e Imperial Premium Blend. Como Brand Ambassador de Ron Barceló, Ana Suárez es también la encargada de diseñar y definir el universo de coctelería más afín a la marca. Estas son las dos propuestas de Ana Suárez para triunfar como anfitrión que llevan Barceló Imperial como ingrediente principal:

Un cóctel para el mediodía: Mulata Daiquiri

El clásico daiquiri con un toque de cacao, que le aporta suavidad y aroma en contraste con su sabor cítrico y refrescante. Una mezcla perfecta para un aperitivo con un toque exótico.

Receta:

- 50 ml Barceló Imperial
- 15 ml licor de cacao
- 20 ml zumo de lima
- 10 ml sirope de azúcar

Cómo servirlo: Agita todos los ingredientes con mucho hielo, sirve en copa de cóctel y decora con un gajo de lima.

Un cóctel para el "tardeo": Barceló Old Fashioned

Originalmente el cóctel Old fashioned se elabora con whisky, pero a los amantes del ron les encanta este twist, ideal para esas sobremesas más largas, donde pocos y sencillos ingredientes realzan el sabor de un ron de buena calidad.

Receta:

- 60 ml Barceló Imperial
- 1 terrón de azúcar
- 3 gotas de bitter angostura
- Piel de naranja

Cómo servirlo: Coloca la piel de naranja junto con el terrón de azúcar y 3 gotitas de angostura. Ayúdate de un mortero para mezclarlos presionando levemente la naranja para obtener todo su aroma. Añade un poquito de ron Barceló Imperial e intégralo con una cucharilla, ahora solo ve añadiendo hielo y el resto de ron mientras los vas mezclando poco a poco, dejando que el agua del hielo se incorpore a la mezcla. ¡En pocos minutos tendrás tu Old Fashioned de ron perfecto! ◊

Ron Barceló Imperial

Un ron de alta gama cuya calidad reside en varias claves: Control de la producción de la caña de azúcar, el empleo del agua más pura, el añejamiento en barricas de roble americano de primer uso en bourbon en las condiciones óptimas que ofrece el clima de República Dominicana.

Degustación: Degustar sólo o a la roca.
Graduación: 38º
PVPR: 41,90€

Notas de cata
Brillante color ámbar cobrizo. Aromas de crema de mantequilla, cerezas secas, vainilla intensa, mermelada de piña y nueces caramelizadas seguidas de una suave entrada a un seco, pero afrutado, mediano y exuberante cuerpo con gran profundidad y equilibrio. Finaliza con un sabor a helado de pastel de zanahoria, nuez de cola, moca y un robusto sabor tostado.

Cómo servirlo
Ingredientes

- 9 cl. Barceló imperial
- 2 cubitos de hielo
- En un vaso corto añadir dos cubitos de hielo, luego Barceló Imperial y a disfrutar.

Ron Barceló Imperial Onyx

Ron envejecido en barricas de roble blanco americano con alto grado de tueste, cuidadosamente seleccionadas por expertos maestros toneleros. Posteriormente filtrado en auténticas piedras de Onyx, que le aportan el misticismo que le caracteriza.

Degustación: Degustar solo o a las roca.
Graduación: 38º
PVPR: 47,90€

Notas de cata
De color caoba ambarino, con un cuerpo robusto y estructurado, de gran carácter. Aromas tostados, con un sutil toque de cereza, café y frutos secos, notas profundas de madera y vainilla. En boca, sensaciones intensas que terminan con un retrogusto largo y persistente.

Cómo servirlo
Ingredientes

- 6 cl. Barceló Imperial Onyx
- 2 rocas de hielo (se puede sustituir por dos cubitos de hielo)
- Servir en un vaso bajo, tipo whisky.

Ron Barceló Imperial Premium Blend

El Barceló Imperial Premium Blend 30 Aniversario es el resultado del doble envejecimiento de las reservas antiguas del Imperial reposadas en barricas de roble blanco americano y barricas de roble francés con distintos grados de tueste.

Degustación: Degustar con soda con una cáscara de naranja o limón, o para cocteles especializados.
Graduación: 43º
PVPR: 120€

Notas de cata
De apariencia cristalina y ricos aromas con notas cítricas y pimienta rosada, recuerdos de vainilla y frutos secos con una entrada en boca agradable, con notado cuerpo cítrico y a eucalipto y toques dulzones.

Cómo servirlo
Ingredientes

- 6 cl. Barceló Imperial Premium Blend
- 2 rocas de hielo (se puede sustituir por dos cubitos de hielo)
- Servir en un vaso bajo, tipo whisky.

Coctelería "La Sastrería"

Fundada en 1990 en Talavera de la Reina

Local mítico con un ambiente tranquilo y relajado donde se puede disfrutar de una amplia carta de cocteles clásicos y de autor así como su gran variedad de destilados Premium seleccionados, cuidando el más mínimo detalle con su iluminación y la música.

Cocteleria La Sastrería, donde confeccionan tus copas a medida, es un local especializado en Cocktails y Destilados Premium, Rones, Whiskys, Ginebras, Vodkas ,Tequilas y Mezclas. Poseen el secreto de los mejores cócteles y la receta del Gin Tonic perfecto ofreciendo más de 60 referencias de ginebras.

Al frente de la Cocteleria La Sastrería está Domingo Martín Fraile, reconocido profesional de la coctelería.

Premio a la mejor Coctelería de Región

La emblemática Coctelería 'La Sastrería', en la avenida de la Constitución de Talavera, ha sido galardonada con el premio a la mejor coctelería de región, en el marco del V Campeonato de Coctelería de Castilla la Mancha organizado por ABCAM (Asociación de Barmans de Castilla-La Mancha), que tuvo lugar en el mes de mayo de 2019 en el Parador Nacional de Sigüenza (Guadalajara).

Un nuevo reconocimiento para su gerente, Domingo Martín, que atesora numerosos premios nacionales y actualmente se encuentra dentro del Top 50 del WORLD CLASS, máxima competición mundial.

'Domin', como se le conoce cariñosamente en la Ciudad de la Cerámica, abrió 'La Sastrería' en 1990 y su oferta de distinción y profesionalidad le ha permitido resistir los embates de las crisis y mantener una clientela fiel.

Cóctel "Chaqueta Roja"

La propuesta de Domingo Martín Fraile

Receta:

- 6 cl. Ron Camarón
- 2 cl. Oloroso Alfonso
- 3 Cl. Puré de melocotón Oxefruit.
- 1 cl. Infusión de Ron en miel de azafrán, café, vainilla y piel de naranja.

Elaboración:

En la coctelera, introducimos todos los ingredientes y el hielo. Agitamos y servimos en una copa de cóctel.

A continuación decoramos con piel de mango en forma de flor y arándanos.

Domingo Martín Fraile

Es el Barmanager/Propietario de Coctelería "**La Sastrería**" en Talavera de la Reina desde el año 1990.

Domingo Martín ha logrado multitud de reconocimientos en concursos a nivel Nacional de los que destacamos entre otros:

- Finalista World Class Zona Centro 2016.
- Campeón Coctelería Castilla la Mancha 2017.
- Campeón 1ª Gin Fashion Salamanca 2017.
- Campeón Nacional FABE TIKI 2017.
- Finalista TIO PEPE CHALLENGE 2018.
- Finalista Coctelería Castilla La Mancha 2018.
- Campeón Pasión Habanos 2018.
- Finalista Nacional Art Of Italicus 2018.
- Finalista TIO PEPE CHALLENGE 2019.
- Top 50 World Class 2019.
- Mejor Coctelería 2019 de Castilla la Mancha por ABCAM.
- Finalista en el Colegio del Brandy Carlos I 2019.
- Finalista #glenfiddichexperimentalserve 2020.
- Campeón Nacional 1º concurso Fritz kola 2020.

Además Domingo Martín es creador de eventos y cartas de coctelería para locales impartiendo también formaciones en ellos. Igualmente es formador en escuelas de Hostelería. ◊

Transmitir agradables sensaciones | La importancia de una buena copa

Dkristal, es la marca especializada en cristal fino con más de 40 años de trayectoria. "En **Dkristal** las emociones son importantes y conseguimos transmitirlas a través de nuestros productos. Somos proveedores de experiencias".

Así entiende **Dkristal** el mundo del 'bartending', en el que confluyen diversos factores (la calidad de los ingredientes, la creatividad del bartender, el ritual de preparación, la predisposición del cliente...) para lograr la emoción final.

Dkristal trabaja para reivindicar la importancia de un buen vaso o una buena copa para lograr el combinado perfecto.

El secreto del bartender es conseguir que cada cliente encuentre en su barra el combinado que va buscando. Porque sólo así, podrá ser ese particular "objeto de deseo" que facilita el recuerdo del local, del barman, del cóctel y de aquella copa o vaso en cristal fino que le transmita agradables emociones, sensaciones.

Hoy se une la versatilidad del vaso Capri y los vasos Avant Garde con la elegancia de las nuevas copas de coctel: Copa Avant Garde, Copa Coupe, Copa Martini Elite o Copa Vintage donde se combina comodidad, funcionalidad y elegancia. Con todas las garantías del cristal fino: brillo, transparencia, alta resistencia y durabilidad.

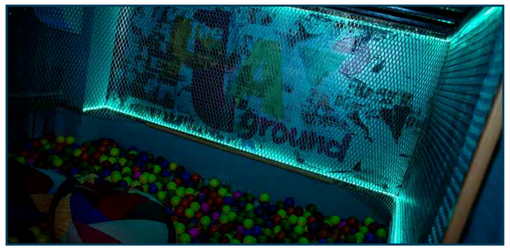
En **Dkristal** se ofrece un abanico de posibilidades que el bartender o barman exige a un vaso o copa de combinado, adaptadas a las necesidades del mercado actual. ◊

THE PLAYGROUND

Una experiencia única y memorable

Balancearse entre la tradición y lo urbano es encontrar la armonía, columpiarse entre la vida adulta sin perder de vista el niño interior es mantener el equilibrio. Así, bailando entre distintas aguas, está la coctelería The Playground.

Situada en la enigmática ciudad de Sanlúcar de Barrameda, al lado de la histórica plaza de abastos, se encuentra un sitio donde lo mismo puedes beberte un cóctel de autor, un Dry Martini, que sumergirte en su piscina de bolas. The Playground es un local, que a pesar de datar de 1869, se salta los estereotipos de la hostelería tradicional: su objetivo no es solo ofrecer un buen servicio, sino crear una experiencia única y memorable.



De sus techos y paredes cuelgan tuberías y ventiladores, dándole ese toque industrial que caracteriza al establecimiento. Su decoración underground refleja las ruinas que todo adulto lleva en su interior, sin embargo, si entras jugando a la rayuela pintada en el suelo en una de las puertas del local y subes hasta la primera planta, encontrarás un viaje a la infancia a través de sus columpios y una piscina de bolas.

The Playground es producto de dos jóvenes emprendedores que, cuando se decidieron a crear su segundo local, se vieron inmersos en una de las épocas más difíciles para la hostelería. Siguiendo el libro de El Principito, emprender en tiempos de covid es como cuidar "una rosa entre baobabs": hay que ponerle aún más mimo a lo que haces, invertir todo tu esfuerzo en el servicio y hacer que la pasión contrarreste a la incertidumbre que acecha cada día por la pandemia.

Sin duda The Playground no deja indiferente a nadie que lo visita y es que, al fin y al cabo, eso es lo que motiva este lugar: crear un espacio donde, además de tomarse una copa, sea un sitio para divertirse, salir de la monotonía y fabricar momentos únicos.

La propuesta de Alberto Rodríguez: Cóctel **"Castillos en el Aire"**

El cóctel "Castillos en el Aire" nace de un recuerdo de la infancia de Alberto, cuando pasaba horas jugando en una gran morera que tenía a la puerta de su casa. Un recuerdo fresco y afrutado, donde a pesar del color de la bebida no todo fue color de rosa, sino que también hubo momentos amargos que transmite a través del pomelo.

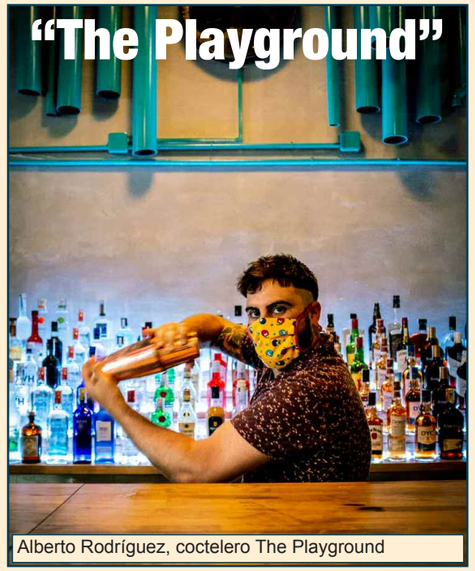
Receta:

- 45ml Mister Stacher´s Gin
- 10ml Marie Brizard Mure
- 10ml Sirope Marie Brizard Framboise
- 10ml Sirope Marie Brizard Canne sucre
- 1 Bola sorbete helado de limón
- 30ml Zumo de pomelo
- 1 Vaso coctelero de hielo picado

Triturar con batidora

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

Dos soñadores al frente del "The Playground"



Alberto Rodríguez, coctelero The Playground

Solo los soñadores mueven montañas, y esa es la idea principal de estos empresarios. Cesar Abad realiza la parte técnica junto a diversas gestiones de la empresa. Él se encarga de hacer magia con una cámara para mostrar a través del objetivo como es The Playground desde dentro. Alberto Rodríguez pone la imaginación y el servicio, es el coctelero de la casa y responsable de volcar su mundo interior tanto en el aderezo como en el producto.

Siendo muy joven, Alberto, se trasladó a Inglaterra, donde al principio se movía entre fogones, dedicándose únicamente a la cocina, hasta que la coctelería entró en su vida por casualidad. Empezó en una pequeña coctelería del pueblo inglés de Yeovil y, tras mudarse a Londres, encontró un hueco para seguir creando cócteles en Barts como Bar Manager, un icónico Speakeasy de la ciudad londinense, llevando a cabo una carta baja sin azúcar y con productos beneficiosos para la salud. En The Playground le da una vuelta de tuerca e inspira la carta en su niñez, que en gran parte se desarrolla en el campo, por lo cual tiene pinceladas de sostenibilidad y ecologismo, reutilizando las pieles de las frutas, el aceite de las freidoras o el café usado.

Más tarde se ha situado como mano derecha en su barra Alex Cabrera, un profesional con un gran recorrido en la industria coctelera (Le Cabrera, asesor en NH hoteles, Salmón Gurú o Viva Madrid) y que se unió al proyecto para asumir la gerencia del local. ◊

EL EXPOSITOR IDEAL PARA CUALQUIER BARRA

En **Toque** siempre estan pensando en la comodidad sin perder la elegancia, es por ello por lo que han diseñado este expositor para ocho cubos de metacrilato blanco y negro, ideal para facilitarle el trabajo a los mejores bármanes.

Para completar este expositor, desde **Toque** nos proponen ocho botánicos ideales para combinar con variados cócteles. El primero de ellos es el cardamomo, el cual aporta un aroma exótico muy característico y un sabor entre dulce y picante que combina perfectamente con ginebras secas o especiadas.

En segundo lugar, las bayas de enebro con un sabor un tanto amargo y matices cítricos y dulces es uno de los ingredientes clave. Continuando con una flor, la flor de hibisco que tiene una tintura rosácea que se pronuncia al infusionar la especia en la base alcohólica.

También proponen la pimienta jamaica, que ofrece una mezcla de sabor a canela, nuez moscada y clavo, con un toque de enebro y pimienta, es por ello que en inglés se denomina Allspice. Se añaden más flores: la flor de malva con aroma suave pero impactante color violáceo y la flor de azahar, con un ligero toque a miel. Para aderezar cualquier ron no podemos olvidarnos de los granos de café y por último, el jengibre, que aporta un sabor picante.

Estas son sus propuestas, pero además en **Toque** tienen una amplia variedad de botánicos para que todos los cocteles estén aderezados con la mezcla perfecta. ◊

Tendencias que marcan la Evolución del Cóctel

Por José Antonio Escuredo, presidente del Club del Barmans de Bilbao Bizkaia, gerente de Between Cocktails y Brand Ambassador de Zitromac

La coctelería está viviendo su nueva edad de oro pero con nuevas tendencias que marcan la evolución de las barras. Y es que la coctelería también crece e innova con el paso de cada año.

Por eso unos pequeños cambios se convierten en grandes aciertos. Unos que están generados no solo por los bartenders sino, también, por los paladares de los clientes que cada vez buscan bebidas más bajas en azúcar y algo más saludables. Así pues, las tendencias de coctelería se vuelven cada vez más exclusivas.

1. El té

Con el auge del gin tonic vinieron los Tea&Tonic que consistía en infusionar té en un destilado, ahora ya se está usando el té en forma de mixer. Un singular nuevo rumbo para esta bebida dispuesta a sorprendernos a todos.

2. El hielo

Cada vez se tiene más en cuenta la calidad del hielo, porque el tipo de agua del hielo es clave para el sabor que puede aportar a nuestro gin tonic o a nuestro cóctel.

3. Los vasos y copas

Al final siempre comemos y bebemos primero con los ojos. Por eso cada vez se mima más el tipo de vaso o copa en el que nuestra elaboración le esté incitando al cliente a tomarlo.

4 Los azucares

Cada vez es menor el uso de azúcares procesados, sustituyéndolos por otros de origen natural. Por este motivo los bartenders se están enfocando a realizar cada vez más sus propias elaboraciones y jugar con ingredientes de origen natural y menos azucarados.

5. Conciencia con el medio ambiente

Ser cada vez más sostenibles es una de las tendencias que hace que el cliente tenga más confianza. No es sólo sustituir las tradicionales pajitas de plástico por otras metálicas o de bambú o fécula de patata. Esta es una de las tendencias en coctelería que ha venido para quedarse.

6. Ser conocedor de lo que ofreces

El amante de la coctelería no busca solo crear un cóctel rico, también tiene la curiosidad de conocer más a fondo el mundo de los destilados y de las mezclas. El saber cómo están elaborados los ingredientes que va a utilizar, buscar nuevos productos y sobre todo que sean naturales y exóticos, como sucede con el yuzu o la pitaya que cada vez está más extendido su uso.

7. El kefir y la kombucha

Cada día son más los bartenders que usan kéfir y kombucha para sus creaciones.

La propuesta de José Antonio Escuredo: **'Cóctel Binait'**

Receta:

- 3 cl gin basandere
- 2 cl de licor de naranja
- 3 cl de zumo de jengibre y flor de saúco mon limón
- 5 cl de txakoli bizkaino macerado con cereza amarena
- 3 cl clara de huevo

Decoración:

Ramita de hierbabuena y limón deshidratado Zitromac

José Antonio Escuredo

Su trayectoria, en primera persona

"La hostelería me ha gustado desde niño, con 12 años ya hacía mis pinitos en un bar que tuvieron mis padres. Con 16 años empecé oficialmente en una cafetería de Bilbao y fue cuando descubrí el mundo de la coctelería y los campeonatos, así que con 17 años participé en mi primer campeonato provincial y aunque en varias ocasiones conseguí estar entre el segundo y el tercer puesto no consegui llegar a un campeonato nacional hasta el años 2011. Fue desde entonces cuando me fui involucrando un poco más en el mundo de la coctelería tras haber quedado en ese nacional **Campeón de España de Long Drink**, tercero en aperitivo y tercero en la clasificación general. En el 2017 al ver que mi hijo Markel Escuredo quedó subcampeón de España en Jóvenes Barmans con 17 años es cuando decidí montar Between Cocktails y dedicarnos a los eventos de coctelería.

En 2019 tras clasificarme a la vez que mi hijo para el campeonato nacional y poder disfrutar de algo tan grande como competir contra tu hijo y aprovechando que en ese momento se iban a celebrar las elecciones a la presidencia del Club del Barmans de Bilbao Bizkaia, decidí dejar de competir y presentarme a las elecciones, así que ahora me centro en apoyar a toda esta nueva generación de bartenders que vienen pegando fuerte con sus nuevas creaciones". ◊

¡SUSCRIPCIÓN!

a la revista

revista PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

¿Quieres recibir la edición impresa de la revista Paladeando?

Recíbe la revista cómodamente en tu domicilio por sólo 20 euros.

(*Suscripción para 4 números incluidos gastos de envío para la peninsula*).

Para más información y/o solicitud de suscripción, escríbenos al mail:

paladeando@revistapaladeando.com

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

Lilith & Sons, en Barcelona, es el proyecto personal de 4 jóvenes emprendedores que han dado el gran paso e invertido su dinero en cumplir su sueño. Tener su propio oasis donde desarrollar su pasión y el proyecto de sus vidas. “Cuando abrimos el local eramos 3 socios (Baptiste Etcheverry, Pol Mas y Roman Vilá) , más tarde se unió a la familia (Aquiles Moya). El concepto de comunidad es transversal a nuestro proyecto. El arte y la cultura nos definen, y nos apasionan las relaciones humanas”.

Lilith & Sons

Signature cocktail bar

Lilith & Sons abre sus puertas como un signature cocktail bar, con una pequeña carta de slow street food bien presentada, combinando la coctelería creativa con su pasión por los clásicos y sus reinterpretaciones. Pretenden ofrecer un nuevo espacio donde experimentar con tus sentidos. Esta es, solo, la actividad comercial principal de L&S, como negocio de explotación hostelera.

Nacido de tres viejos amigos y compañeros de profesión que volvieron a coincidir en el espacio-tiempo para empezar el proyecto de sus vidas y dar el mismo paso al mismo tiempo. Más tarde se une al equipo Aquiles Moya.

La construcción de este prisma, y el posterior desarrollo, hará que L&S, a parte de un bar novedoso, atractivo y ‘trendy’, sea un espacio polivalente donde sucederán multitud de eventos temáticos con diferentes estilos de música, pequeños conciertos acústicos, stand-up shows, exhibiciones de arte y live painting, pop up shops de ropa,...

Tomando por bandera conceptos como la irreverencia, el descaro, la transparencia y el empowerment personal. L&S tiene como objetivo a largo plazo crear, juntando sus allegados, amigos y clientes, una comunidad de gente liberal, moderna y activa en la vida Barcelonesa que busca hacer y vivir las cosas desde un diferente ángulo:

“Community over compe- tition”, o, lo que es lo mismo, la comunidad es más fuerte que la competencia.

“Hemos definido dos posibles territorios asociables con nuestra “marca” con los cuales basaremos nuestro posicionamiento tras un analisis de las oportunidades y las fortalezas de nuestro bar”:

Territorio1. “Comunity over Competition”. Concepto de comunidad como base para crecer a partir de un apoyo mutuo.

Territorio 2. “UnChain the dark side”. Concepto que hace referencia a la desconexión, la irreverencia, el humor...

Brand Ambition

La visión que plantean tiene un carácter que les permite abrir L&S como una entidad en sí misma, como refugio de personas inquietas, gente con una mentalidad abierta, interesada en el mundo de las artes gráficas, de la música, de la moda, la cultura street y underground, la cultura del tatuaje....

La presencia audiovisual está muy cuidada, y significativa, donde el mismo cliente recibe toda su actitud y sienta sus valores durante su experiencia en el bar, además de tener toda la información al día mediante un contacto vía redes sociales donde cuentan con gran presencia.

Compromiso

Homenajear a todos los valientes que se atreven a vivir su propia vida, tomando sus propias decisiones. Un recordatorio para la gente ‘despierta’ de que no está sola. Siendo así un estímulo para los que todavía no han “despertado”.

La propuesta de L&S: **Cóctel “Alex Kills it on Tinder”**

Receta:

- Brandy Fundador
- Licor de café Marie Brizard
- Licor de Cacao Brun Marie Brizard
- Amaretto Marie Brizard
- Coldbrew Café (infusión en frio de café)
- Garnish. Canela y granos de café

“Este coctel que te presentamos es parte de una pequeña carta nueva que sacamos después del primer confinamiento. Se trata de un menú de tragos ‘low ABV’, de baja graduación alcohólica, que quisimos empujar para seguir las nuevas tendencias y también para adaptarnos a los nuevos horarios y restricciones impuestos por la pandemia y promocionar la cultura del ‘day-drinking’ (beber en horas más tempranas pero de una forma más asequible y relajada), así como también poder ofrecer bebidas menos alcohólicas, que maridan mejor con nuestra comida. El menú, de 8 cocktails en total, lo quisimos dedicar a nuestros clientes más asiduos, ya que gracias a ellos, a su apoyo incondicional y su cariño por nuestro pequeño templo, hemos seguido en pié en este terrible contexto de crisis para la hostelería. Así pues, cada cocktail lleva el nombre de uno de estos clientes, con un pequeño guiño o chiste, como el de nuestro vecino, cliente y ahora amigo Alex, que desde que abrimos hizo de nuestro bar su lugar de referencia, donde venía con todas sus citas (de ahí sale este divertido nombre)”, nos cuenta Baptiste Etcheverry. ◊

El Águila

Para los amantes de la buena cerveza

Con más de un siglo de historia, cerveza El Águila siempre se ha caracterizado por su espíritu inconformista y pionero. Su fundador, un artista bohemio y emprendedor que después de viajar a numerosos países europeos, decide romper las reglas del mercado de bebidas en España en un momento en el que la cerveza era menos popular y el vino era uno de los grandes protagonistas en las tabernas.

Así nace en 1900, en un barrio obrero en Madrid, El Águila, una cerveza, que, gracias a su sabor característico y reconocible entre el resto de lagers del mercado, se extendió poco a poco por toda España, llegando a ser una de las cervezas más conocidas y vendidas en nuestro país, contribuyendo de manera importante al auge del consumo de la cerveza en España.

El Águila sin filtrar, es una cerveza inspirada en los métodos tradicionales de elaboración de cerveza de principios del siglo XX en los que no se filtraban las cervezas y se mantenía toda la levadura tal como está en el tanque de fermentación, porque un sabor genuino no necesita filtros ni distracciones. Al no ser filtrada, se realza especialmente el carácter de sus lúpulos Perle y Lemondrop® el cual se añade a través de la técnica de late hopping, que consiste en añadir lúpulo al final del proceso de cocción.

El Águila 1900, para aquellos que buscan esa misma cerveza, pero filtrada, tienen a su disposición una lager especial, de 5,5% vol., muy equilibrada y fácil de beber, con un sabor característico, que combina intensidad de la malta caramelizada junto con la frescura de su mezcla de lúpulos, al que se añade una nueva variedad, Lemondrop®. Es una cerveza de color dorado brillante y espuma blanca consistente gracias a su perfecta combinación de maltas. Al beberla se perciben aromas frescos con un toque cítrico aportados por sus lúpulos cuidadosamente seleccionados.

Esta variedad de la marca ha acumulado numerosos premios desde su lanzamiento en 2019, entre ellos: un Gold Award otorgado por el Instituto de Calidad Monde Selection, una estrella en los premios Taste Superior Awards, considerados por algunos Guía Michelín de los alimentos y bebidas, y premio Plata Lager en los World Beer Awards.

Por su parte, El Águila sin Filtrar ha sido reconocida por los principales premios del sector, siendo la única cerveza española que ha ganado el Premio Internacional Grand Gold Quality. Ha recibido dos estrellas en los premios Taste Superior Awards, y podio a la mejor Hoppy Lager Pilsener en España dos años consecutivos, World Beer Awards (Oro en 2019 y plata en 2020). ◊

NOTA DE CATA:

EL ÁGUILA SIN FILTRAR

Cerveza tipo lager especial ligeramente turbia testimonio de su carácter distintivo.
Su procedencia directa de bodega le confiere frescor y fácil de beber. Al no ser filtrada se realza especialmente el carácter de sus lúpulos exquisitamente seleccionados y se intensifican sus aromas.
Acompaña muy bien con pescados azules, ahumados y mariscos de concha.
Combina también perfectamente con quesos fuertes y carnes marinadas.
Graduación alcohólica: 5,5% en volumen.
Temperatura de servicio: 2 - 4 ºC.

EL ÁGUILA CERVEZA 1900 ORIGINAL

Es una cerveza tipo lager de color dorado brillante y espuma blanca consistente gracias a su perfecta combinación de maltas. Al beberla se perciben aromas frescos con un toque cítrico aportados por sus lúpulos cuidadosamente seleccionados. En boca es una cerveza de cuerpo medio destacando su equilibrio entre un amargor suave y matices de malta que otorgan una gran bebestibilidad.
Acompaña muy bien carnes de ave, ceviches y ensaladas. Además, es ideal para combinar con platos picantes y tapas tradicionales como la ensaladilla rusa y la tortilla de patata.
Graduación alcohólica: 5,5% en volumen.
Temperatura de servicio: 2 - 4 ºC. ◊

PALADEANDO
Hostelería, Restauración y Bebidas Premium

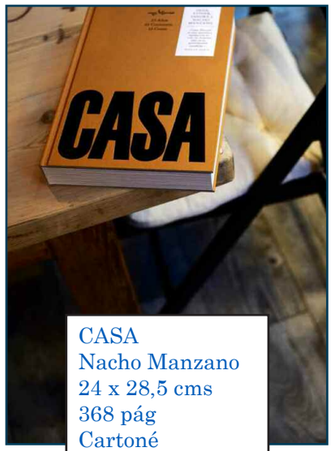
CASA

Libro conmemorativo del 25 aniversario de Casa Marcial

A través de la páginas de este libro conmemorativo del 25 aniversario el lector está invitado a participar de este homenaje a través de doce cenas con la crème de la crème de la cocina de nuestro país, repasando la evolución y la trayectoria de uno de los grandes templos gastronómicos por excelencia.

Nacho Manzano comenzó con sólo quince años como ayudante en el restaurante de un amigo de la familia en Gijón. Desde siempre tuvo la ilusión de tener su propio restaurante, ya que sus padres tenían un bar con casa de comidas.

Con su brillante trabajo en Casa Marcial con el que ha reinventado la cocina asturiana de toda la vida, se ha convertido en una de las referencias de la cocina española de vanguardia, con dos estrellas Michelin y tres soles de la Guía Repsol, entre otros reconocimientos nacionales e internacionales. Además, ejerce como chef en el restaurante Ibérica de Londres, un espacio para la comida española que a pasos de gigante está consiguiendo abrirse un prestigioso hueco en la gastronomía del país británico. También tiene su propio catering para eventos: La Salgar. ◊

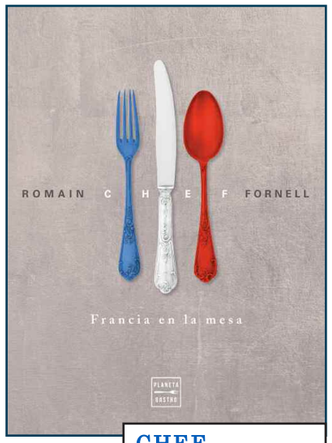


CASA
Nacho Manzano
24 x 28,5 cms
368 pág
Cartoné
PVP: 45,00 €

CHEF

El libro de la cocina francesa en España

Romain Fornell es uno de los referentes ineludibles de la nueva cocina francesa desde que a los 22 años fue coronado con su primera estrella Michelin. En España es el mejor embajador de la cocina gala, sin ningún género de dudas. En Chef, Fornell reflexiona sobre el peso de la gastronomía de su país y como esta forjó su andadura de Francia y España.



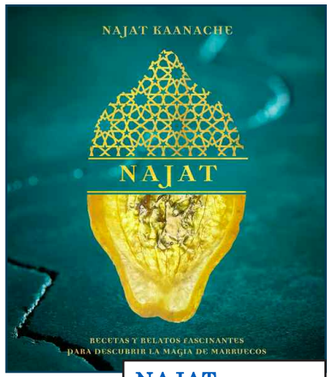
CHEF
Romain Fornell
21,5 x 28 cm.
235 páginas
Cartoné
PVP: 28,50 €

El libro se articula en doce capítulos basados en los elementos y productos más emblemáticos de la cocina gala e incluye las recetas básicas de su cocina. ◊

NAJAT

Recetas y relatos fascinantes para descubrir la magia de Marruecos

NAJAT es un viaje por la cultura culinaria y la personal cocina marroquí de la chef mundialmente aclamada, Najat Kaanache. El libro nos transporta a través de sus coloridas recetas, profundos relatos y maravillosas fotografías a las montañas marroquíes, a cosechar morillas, al mar a atrapar pulpo y sardinas, y a la medina de Fez para encontrar hierbas y especias para sus adobos, para construir una cocina llena de sabores, colores y aromas que representan a su país, entretejiendo anécdotas culturales, personales e históricas para dar un sabor completo a la cocina marroquí. ◊



NAJAT
Najat Kaanache
24x28 cm.
312 páginas
Cartoné
PVP: 34,00 €

Bimbo se une a la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería

José Luis Saiz, director general de Bimbo Iberia, nombrado nuevo Vocal de la Junta Directiva de ASEMAC.

Bimbo, una de las mayores organizaciones del sector alimentario en España y cuyos productos llegan a diario a millones de hogares, formará parte de la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC). Así se ha ratificado durante la última reunión de la Junta Directiva de ASEMAC.

"Formar parte de ASEMAC nos permite participar de forma más activa en la defensa de los intereses del sector, promover la innovación y la calidad de nuestra industria, y fomentar su desarrollo como motor económico de nuestro país", *afirma José Luis Saiz*, director general Bimbo Iberia y nuevo Vocal de la Junta Directiva de ASEMAC.

"Los objetivos básicos de una asociación como ASEMAC son conseguir la máxima representatividad de ese sector ante cualquier foro y ante la Administración, así como contar con la colaboración y el conocimiento de todos los operadores y sus magníficos equipos humanos. La integración de Bimbo consolida este proyecto, que actualmente agrupa a la moderna industria de panadería, bollería y pastelería de todo el país", explica *Felipe Ruano*, presidente de ASEMAC.

ASEMAC agrupa al 80 % de las empresas y más del 90% de las ventas del sector español de masas congeladas de panadería y bollería, y está presente en todas las comunidades autónomas. Su función principal, como organización profesional de carácter sectorial, es la de velar por los intereses empresariales de la industria alimentaria que la integra.

Entrando a formar parte de ASEMAC, Bimbo participará en las decisiones que se acuerden en este foro empresarial, además de establecer una relación más cercana con el resto de las compañías del sector que también forman parte de esta asociación. ◊

Las donaciones de los supermercados en 2020

Más cantidad, más cercanía, más agilidad, más diversificación y más digitalización

El incremento de las donaciones de alimentos y productos de primera necesidad fue intenso en los meses de abril, mayo y junio.

Las donaciones de productos de primera necesidad por parte de las empresas de ASEDAS, Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados, a bancos de alimentos y diferentes organizaciones sociales han batido récords en el año 2020. Pero, más allá de las cifras, las propias características del supermercado en cuanto a integración en su entorno y capacidad de reacción han permitido responder con rapidez a las necesidades específicas surgidas durante el año de la pandemia, destacando el apoyo a los hospitales durante los primeros meses de confinamiento.

La actividad de ayuda social de los supermercados durante el pasado año se define en base a cinco ejes fundamentales: más cantidad, más cercanía, más agilidad, más diversificación y más digitalización.

Se calcula que el incremento de las donaciones en especie de alimentos y productos de higiene ha pasado de 20.000 toneladas de alimentos a unas 30.000 durante ese año. Las entidades beneficiadas de estas ayudas son, básicamente, los Bancos de Alimentos, Cáritas, Cruz Roja y otras organizaciones que trabajan a nivel local, como comedores sociales. En total, se colabora con más de 200 comedores sociales, más de 60 bancos de alimentos y más de 100 entidades sociales. ◊

Nace el primer portal especializado en servicios jurídicos para la hostelería

Hostelería de España, con la colaboración de sus asociaciones, lanzan un portal especializado en servicios jurídicos.

El portal web, que lleva como nombre Horeca Jurídico puede visitarse en: http://www.horecajuridico.es/ e inicia su oferta para los asociados con un servicio especializado en reclamaciones patrimoniales, a través de las diferentes ofertas de tres despachos: Cremades & Calvo-Sotelo, Écija e Indemniza, debido al contexto actual en el que se encuentra la hostelería.

La reclamación de las pérdidas económicas sufridas desde la declaración del Estado de Alarma, el pasado 14 de marzo de 2020, es una de las acciones principales que, junto con la reclamación de las ayudas directas, ahora mismo está desarrollando el sector hostelero para poder hacer frente a la situación generada por la pandemia que ya ha supuesto el cierre de más de 85.000 negocios y la pérdida de facturación de más de 67.000 millones de euros. En concreto, los tres despachos con los que en este momento tiene convenios de colaboración Hostelería de España, abren distintas vías de demanda para reclamar, mientras que Écija e Indemniza se centran en la vía judicial para reclamar a las Administraciones públicas los daños y perjuicios ocasionados con motivo de las medidas adoptadas, desde Cremades & Calvo-Sotelo se abre la posibilidad de la vía de reclamación y negociación administrativa previa, para intentar acortar los plazos lo máximo posible, y en segunda instancia iniciar la vía de demandas ante el Tribunal Supremo y los Tribunales Superiores de Justicia de las CCAA. El espacio web busca ofrecer una asistencia especializada, en el que cada hostelero pueda informarse de las posibilidades que tiene e incluso contratar el servicio que más se ajuste a sus necesidades mediante formularios específicos para cada despacho. ◊

Twin Stones, o la nueva era del conchado

Presente cada vez en más restaurantes y pastelerías, esta técnica ha llegado para quedarse.

Twin Stones es una refinadora para cocina y pastelería, de tamaño reducido y que permite preparar ingredientes como chocolates saborizados, chocolate directamente desde la baya, pralinés, mostazas, salsas, emulsiones y mucho más.

¿Qué es el proceso de conchado?

Uno de los procesos más importantes en la elaboración de productos como el chocolate, pero también aplicable a muchos otros productos. Consiste en tomar ingredientes líquidos o remojados previamente y reducir las partículas, como los aglomerados, separándolas o reduciéndolas en tamaño mediante presión generada por piedras de granito.

¿Para qué sirve?

Si bien las conchadoras de tamaño industrial son un producto estandarizado, Twin Stones permite acceder al mismo proceso utilizando una máquina que cabe en la encimera de una cocina. Con Twin Stones puedes elaborar una infinita gama de deliciosos y originales chocolates saborizados con liofilizados, especias, etc... Las posibilidades de personalización son infinitas.

¿Cómo Funciona?

Su mecánica es sencilla y muy resistente. Sus anchos rodillos giratorios de granito negro (10 cm de diámetro) trabajan con una presión regulable, según elección, sobre una base también de granito, refinando los ingredientes sin sobrecalentarlos. Su deflector dirige el fluido bajo las piedras, creando una mejor aireación /conchado especialmente para la fabricación del chocolate.

La capacidad de trabajo es de 2 litros para productos espesos o sólidos y hasta 3 litros en cremas. Se puede inclinar para vaciar el producto sin necesidad de retirar las piedras.

Twin Stones se vende en España a un precio recomendado de 192€. ◊

www.100x100chef.com

CROQUETAS MAKRO PREMIUM

Galardonadas por segundo año consecutivo como **"Sabor del Año Restauración"**

Un jurado compuesto por 10 reputados chefs y dirigido por la Máster Chef Ángeles Puntas, ha seleccionado las croquetas de MAKRO entre los tres mejores productos destinados al canal Horeca.

Las croquetas son una de las principales y más reconocidas tapas que podemos encontrar en bares y restaurantes. Por ello, MAKRO, como socio de la hostelería, pone todos sus esfuerzos en conseguir la mejor receta y elaboración de las mismas. Así, las croquetas receta casera de la marca MAKRO Premium han sido galardonadas como producto **"Sabor del año Restauración 2021"**.

Las croquetas MAKRO Premium han sido reconocidas, por segundo año consecutivo, entre los tres mejores productos destinados al canal Horeca por criterios como su interés, practicidad, sabor y satisfacción global. Así lo ha decidido un jurado compuesto por 10 reputados chefs y dirigido por la Máster Chef del Premio, Àngels Puntas, formadora de chefs y directora de la escuela de cocina La Patente.

Un producto estrella que no falta en ninguna cocina y al que MAKRO se ha encargado de potenciar y orientar hacia la comodidad del hostelero. Las croquetas MAKRO Premium nacieron como respuesta a la necesidad del canal HORECA de contar con una gama de alta calidad de este alimento gastronómico tan popular. Así, están enfocadas hacia el consumo en hostelería, con packs de 1kg congelado, para evitar el desperdicio alimentario, en siete variedades: jamón, rabo de vacuno, boletus, pulpo, chipirón, bacalao y angus.

La receta de las croquetas MAKRO Premium surge tras un proceso de investigación y elaboración, buscando conseguir un producto de alta calidad incorporando además unas materias primas de excepción. Para ello, se han cumplido requisitos que garantizasen altos estándares, con pruebas de diferentes ingredientes, temperaturas y utensilios. El resultado es un exterior crujiente, gracias al pan panko japonés, y un interior cremoso, además de un sabor intenso. Una combinación a la altura de los paladares más exigentes. ◊

Las croquetas MAKRO Premium son el resultado de un exigente proceso de elaboración que ha dado como resultado un producto estrella disponible en siete variedades: jamón, rabo de vacuno, boletus, pulpo, chipirón, bacalao y angus

BARMANS cumbre
Fórum de Coctelería en Asturias
IV Edición
OVD2021_19 de Octubre
Hotel AC Oviedo Fórum

II Edición
Concurso de Cócteles
Barmans Cumbre
El arte de mezclar Ingenio, Técnica y Creatividad
info@working-comunicacion.com

Fuensanta me cuida
175 años de pura salud
0 CALORÍAS Y SIN GLUTEN
CON VITAMINA C
EL REFRESCO 100% SALUDABLE
FUENSANTA Plus
NARANJA
AGUA MINERAL NATURAL CON BURBUJAS
EL REFRESCO 100% SALUDABLE
FUENSANTA Plus
LIMÓN
AGUA MINERAL NATURAL CON BURBUJAS
Nuevo refresco saludable
con agua minero-medicinal
www.FuensantaPlus.es
FUENSANTA Plus