

ESPAÑAM[®]



REVISTA DE GASTRORESPONSABILIDAD

Cuando no te toca ni aunque te pongas, cuando te toca, ni aunque te quites

EL TRUCO DE LA HOJA DE LAUREL

BODEGA HACIENDO ALBAE, BUSCANDO LA SINGULARIDAD

LAS PUERTAS MÁGICAS DE LA COCINA

LA CULTURA DEL ORIGEN EN LA GASTRONOMÍA



SUMARIO

06

El truco de la hoja de laurel

Bodega Hacienda Albae, buscando la singularidad

22



08

Fernando Rodríguez de Rivera Cremades

El mundo START-UP y su encaje con las iniciativas agroalimentarias emergentes KMO I

24



12

Las puertas mágicas de la cocina

Amores que matan

30



14

Anchoas de Santoña, un refinado manjar

La cultura del origen de la gastronomía

32



18

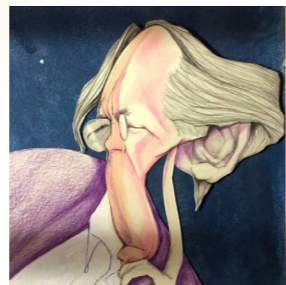
La miel ecológica que nace del Montgó

El búnker de la reserva

40



ESPAÑAM



Me apunto a esta suerte de columna, CERO, para recuperar una vieja idea aparcada en el tiempo aunque adaptada a mis días y a los conceptos que me han tocado vivir.

Con CERO pretendo convertir ideas, las mías, en una columna de opinión en la que tengan cabida toda suerte de hechos relacionados con "lo local" que, por cotidianos, muchas veces dejamos pasar y que quiero poder atreverme a apuntarles con luz de linterna para un oportuno análisis periodístico, gastronómico, económico y sociológico. Vivimos un mundo, sepultado por infundios, rumores, insidias, que dan vértigo sólo de pensarlas aunque también he encontrado en sus paredes, de papel, el refugio de la lealtad de quienes se me han declarado amigos y me han permitido encontrar el calor y el abrazo de la solidaria amistad. Eso tan difícil de encontrar, si quiera en Wallapop.

Con CERO, me gustaría perfilar un espacio, público y publicado, de mis reflexiones periódicas, tanto desde el punto de vista de la técnica de la comunicación, cuanto de lo que entiendo debe de ser un purgatorio de cuestiones que merecen la pena de abierta condena aunque sea en una imaginaria "cárcel" de papel. La cultura de la cancelación en España con todo lo que tiene que ver con el producto de proximidad es, sencillamente, brutal.

Así, quiero poder atreverme con esa gente dócil ante objetivos fotográficos que les presupone gloria. Con quienes blanquean su imagen a costa de la desmemoria aunque también desde la calumnia. Se bien que recibiré golpes de todas clases, por todas partes pero, me atrevo a sortearlos con espíritu legionario y con la convicción de que esta columna será puntual en sus afirmaciones por, precisamente, las convicciones y las ganas que tengo de recuperar el tiempo

Carlos Gimeno
CEO KMO SlowFood

perdido con mediocres grumetes de la opinión, si es que alguna vez la tuvieron.

Yo, a mis bastantes años, ya voy serenamente camino al vientre de la ballena. Por tanto, voy ligero de equipaje y no me ocupa la vanidad sino que, mas allá, me afana el trabajo por dejar, modestamente, algunos brotes de variedad opinativa.

CERO será pues, reflejo del parque temático en el que, unos, los fuertes y poderosos, y otros, los débiles y temerosos, han convertido nuestros barrios, nuestra cultura, nuestra economía, nuestra sociedad. Unos y otros, nos han vendido algodón comestible como chuches para edulcorar nuestras emociones y abaratar el instinto de supervivencia.

Afirma la ley de Imbesi sobre la conservación de la suciedad que "para limpiar algo, hay que ensuciar otra cosa". esta ley tiene una extensión (de Freeman) que añade "pero se puede ensuciar todo sin limpiar nada". esta ley, en relación con la conjetura de Sturgeon dice que "el 90% de todo es mierda". Y a mi edad, creo que me toca decir las verdades del barquero, las mías al menos, mientras ESPAÑAM me lo permita y ustedes, mis lectores, si es que los tengo, me animen a seguir comentando lo que desde mis ojos se aprecia con algo del modesto conocimiento y la experiencia que me ha otorgado la vida. Porque no es verdad que "todo sea mierda".

El producto local, la gastronomía, el turismo deben formar parte del ecosistema lógico de vertebración del territorio, por tanto, somos todo lo que no es producto de lineal. Somos CERO porque para hacer de Antón Pirulero ya existen otros baluartes.

Que 2024 nos aporte bendiciones y nos aparte del consumo lineal y nos acerque al consumo local. Al territorio ESPAÑAM.

ES

PA

ÑAM



EDITA: ESPAÑAM - CERTEX Instituto de Certificación SL
DIRECTOR: Carlos Gimeno
hola@kilometrozero.info

Consejo de redacción: Adolfo Miravet, Raquel Castillo, Joan Martín, Pedro Hernández, Sebastián Grimalt, Gonzalo Gimeno, y profesionales que escriben libremente bajo seudónimo. ESPAÑAM es una marca registrada que impulsa los mejores productos de España, restaurantes y turismo junto con todas las actividades periféricas que acompañan al producto artesano.

Mándanos tus comentarios y colaboraciones a :
kmzero@icloud.com

Por qué cada vez más gente lo pone en práctica

EL TRUCO DE LA HOJA DE LAUREL



“

Se trata de un remedio casero tremendamente eficaz

La hoja de laurel es una de esas maravillas que, una vez que se descubren, se quedan para siempre en nuestro hogar, convirtiéndose en un truco casero indispensable. Su utilidad se revela como esencial en la cocina, donde el laurel no sólo mejora el sabor de las recetas, sino que también te puede echar una mano a la hora de abordar determinados problemas.

Uno de ellos es el mal olor que a veces se desata en la nevera y que, por mucho que lo hayas

intentado, no consigues erradicar de manera definitiva. A partir de ahora, sí vas a poder conseguirlo: toma nota.

El truco de la hoja de laurel

El truco para aprovechar todas las bondades del laurel es sencillo y económico: basta con humedecer una hoja de esta planta y colocarla en un estante de la nevera. Este pequeño gesto conseguirá no solo absorber los malos olores, sino que también infundirá un agradable aroma en el refrigerador.

Este método no se limita a la cocina, puesto que puedes aplicarlo en cualquier rincón de tu hogar, ya sea en armarios, cajones o incluso en aquellos espacios que consideres que necesitan un toque de frescura, como por ejemplo el baño.

Además, el truco de la hoja de laurel es también una excelente opción para neutralizar los olores de tabaco si fumas en casa o convives con fumadores, así que no lo pierdas de vista.

Si buscas más alternativas, también puedes considerar estos otros trucos adicionales para eliminar los malos olores de la nevera:

- Limón partido: Clava algunos clavos aromáticos en un limón partido para dispersar su fragancia.
- Bicarbonato o carbón: Coloca un recipiente con bicarbonato o carbón en el interior de la nevera para combatir los malos aromas.
- Miga de pan con vinagre: Deja una miga de pan empapada en vinagre en un plato dentro de la nevera.



Dejar la nevera perfecta

Si persiste algún olor después de poner en práctica el truco de la hoja de laurel, es posible que algún alimento esté en mal estado. En este caso, realiza primero una limpieza a fondo de tu electrodoméstico. ¿No sabes cómo hacerlo? No te preocupes porque es sencillo:

Retira todos los alimentos de la nevera y verifica su estado.

Limpia exhaustivamente la nevera con productos desinfectantes.

Lava todos los contenedores y envases.

Si tu nevera cuenta con un filtro de aire, asegúrate de limpiarlo o reemplazarlo según las indicaciones del fabricante.

“

Además, el truco de la hoja de laurel es también una excelente opción para neutralizar los olores de tabaco si fumas en casa o convives con fumadores, así que no lo pierdas de vista.



Fernando Rodríguez de Rivera Cremades

DIRECTOR GENERAL DE PRADOREY

Pradorey refuerza su apuesta por la innovación y el I+D+i en la Ribera del Duero y en España al convertirse en la primera bodega de Europa en usar corchos ecológicos, según informa en un comunicado. En concreto, se trata de un tapón con Eurogreen Label y certificación en producto de proximidad kilómetro cero, que supone una gran innovación en todos los procesos.

«El uso de tapones de corcho ecológico para nuestros vinos no deja de suponer el cierre de un círculo a través del cual incidimos en nuestro compromiso con nuestra sociedad, así como profundizamos en nuestra filosofía de apostar por lo autóctono con la menor intervención humana posible», ha indicado Fernando Rodríguez de Rivera Cremades, director general de la bodega.

Quince años al frente

Rodríguez de Rivera Cremades, nieto del fundador Javier Cremades de Adaro y tercera generación al frente de nuestra bodega, asumió la dirección general en 2007.

A lo largo de estos quince años, el ejecutivo ha reforzado la visión de la marca, que se mantiene fiel a sí misma y no entra en guerras de precios; apuesta por productos de valor añadido enfocados al consumidor final; mantiene la inversión prevista en productos como la bodega de vinos blancos y nuevas plantaciones; sostiene, e incluso amplía, el número de empleados; diversifica y reequilibra canales; e invierte en su canal online desde 2016. Además, es profesor asociado en el Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Complutense de Madrid desde 2017, y, entre 2014 y 2017 fue profesor colaborador. En una etapa anterior, Rodríguez de Rivera Cremades ejerció como adjunto a la dirección general del Real Sitio de Ventosilla, Key Account Manager de Biotel y comercial de Biotoner (prácticas de fin de carrera). El directivo es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con un Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en Marketing y es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales en la especialidad de Marketing por el mismo centro.

“

Pradorey se convierte en la primera bodega de Europa en usar corchos ecológicos.

Denominación de Origen Ribera del Guadiana

Un Reflejo de la Excelencia Vinícola de Extremadura

David Gibello



La Denominación de Origen Ribera del Guadiana es una región vitivinícola situada en Extremadura, España, reconocida por su tradición vinícola arraigada en siglos de historia. Esta zona, bañada por el río Guadiana, abarca vastas extensiones de tierras fértiles que brindan un entorno óptimo para el cultivo de la vid y la producción de vinos de calidad excepcional.

Orígenes y Geografía

Los orígenes de esta denominación se remontan a la década

de 1990, cuando se oficializó su estatus como zona vinícola reconocida. La región se extiende por las provincias de Badajoz y Cáceres, abarcando una amplia diversidad de suelos y microclimas que influyen en la singularidad de los vinos producidos aquí.

La Denominación de Origen Ribera del Guadiana se distingue por la variedad de uvas que prosperan en sus viñedos. Entre las tintas, destacan la Lempianillo, Gaiñacha, Syrah y Cabernet Sauvignon, mientras

que en las blancas sobresalen la Pardina, la Macabeo, la Chaidona y la Sauvignon Blanc.

La diversidad de estas uvas permite la producción de vinos tintos, blancos y rosados de gran calidad y personalidad. Los tintos

suelen ser intensos, afrutados y equilibrados, mientras que los blancos destacan por su frescura y fineza aromática. Los rosados, por su parte, ofrecen una amplia gama de sabores frutales y frescura en cada sorbo.

Tradición y modernidad en su validación

La tradición vitivinícola en Ribera del Guadiana se fusiona con la innovación y la aplicación de tecnologías modernas en el proceso de elaboración del vino. Las bodegas de la región combinan métodos ancestrales con técnicas contemporáneas para preservar la autenticidad de sus vinos mientras buscan la excelencia en cada botella.

Turismo enológico y experiencias

La Denominación de Origen Ribera del Guadiana ofrece a los visitantes la oportunidad de sumergirse en el fascinante mundo del vino a través de experiencias enoturísticas. Las bodegas abren sus puertas para ofrecer catas, visitas guiadas a los viñedos y experiencias gastronómicas que muestran la riqueza cultural y enológica de la región.



LAS PUERTAS MÁGICAS DE LA COCINA

Sebastián Grimalt.

Embajador de KilómetroCero en las Islas Baleares



Existen puertas que van al cielo o al infierno, puertas giratorias, puertas traseras... Puertas y más puertas. Y, por supuesto, existen las puertas en la profesión de cocinero, de esas que podemos contar por miles. Las puertas de la cocina son invisibles para muchos ojos, pero se sienten y se notan, se echan en falta cuando no se abren, y crean problemas logísticos en los negocios de restauración si están oxidadas y atascadas. Esas puertas de la cocina de las que habla-

mos, incontables e inagotables, son las que permiten el paso a la creación, la salida al exterior de los deseos más profundos de los cocineros, de los sabores más exóticos, geniales, abstractos y novedosos que podamos imaginar. Y a su vez, dejan entrar en ella las incontables experiencias de los mejores gourmets, permitiendo mejorar a los chefs en sus creaciones. La magia de la cocina permite una multiplicidad de conocimientos que entran y salen sin descanso, los

Chefs tenemos suerte de poder estar a los dos lados de las puertas, dentro y fuera, creando e investigando, algo que permite que tengamos un conocimiento panóptico del complejo mundo de la gastronomía. Mediante esas puertas vemos entrar nuevas tendencias y a su vez, salir grandes creaciones, y también vemos entrar deseos de nuevas experiencias culinarias, que se expresan mediante fantásticos platos. Nos relacionamos con multitud de personas de ámbitos profesionales diferentes, desde proveedores a clientes, todos aportan su granito de arena para ir formando un saber en la cocina casi ilimitado. Esta magia que entra y sale mediante las infinitas puertas que habitan una cocina, son las que conforman la maravillosa creación del chef.

Y dentro de esas puertas es donde se produce la magia de elegir aquel producto maravilloso de proximidad; aquel que fomenta la economía del sector primario. Cuando llega a producirse esta ma-

gia es cuando encontramos el maravilloso concepto de gastroresponsabilidad. Este concepto, que definimos en anteriores artículos como definición basada en la combinación de las palabras “gastro” (relacionado con la gastronomía y la comida) y “responsabilidad” (la obligación o deber de cumplir con ciertas expectativas o normas). Por lo que, una de las entradas que se deben tener en cuenta son las puertas de las cocinas. En este santuario de sabores y creatividad, la gastroresponsabilidad cobra un papel fundamental, y es necesario profundizar en cómo estas puertas no solo conectan ingredientes y personas, sino también la cocina con el compromiso ético y sostenible. La elección de productos de proximidad no solo responde a la búsqueda de sabores auténticos y frescos, sino que también refleja la responsabilidad que los chefs asumen hacia el medio ambiente y la comunidad local. La conexión entre las puertas de la cocina y la selección de ingredientes locales se convierte en un acto consciente de apoyo a los productores regionales, promoviendo la economía local y reduciendo la huella de carbono asociada con el transporte de alimentos a largas distancias.

“ La conexión entre las puertas de la cocina y la selección de ingredientes locales se convierte en un acto consciente de apoyo a los productores regionales

La gastroresponsabilidad se manifiesta en la cuidadosa elección de ingredientes que respetan los ciclos naturales de producción, privilegiando la temporada de cada producto. Esto no solo garantiza una calidad superior, sino que también contribuye a la sostenibilidad y al equilibrio ecológico. Las puertas de la cocina se convierten así en portales que conectan directamente con la tierra y sus frutos, estableciendo una relación armoniosa entre el acto de cocinar y el entorno natural.

Además, la magia de estas puertas también radica en la capacidad de los chefs para educar a sus comensales. Al abrir las puertas hacia la transparencia en la procedencia de los ingredientes, se crea una experiencia culinaria enriquecedora. Los chefs pueden compartir historias detrás de cada ingrediente, destacar el trabajo de los agricultores locales y fomentar la apreciación por la diversidad de productos que ofrece la región.

La gastroresponsabilidad trasciende las puertas de la cocina y se proyecta hacia la mesa, donde los comensales se convierten en partícipes de una cadena ética y sostenible. La conciencia sobre la procedencia de los alimentos no solo enriquece el paladar, sino que también nutre la mente con un conocimiento más profundo sobre la importancia de apoyar la producción local y respetar los recursos naturales. Por tanto, las puertas de la cocina no solo son el acceso a la creatividad culinaria, sino también a la responsabilidad social y medioambiental. Los chefs, al cruzar estas puertas, no solo dan vida a exquisitas creaciones, sino que también abrazan la oportunidad de influir positivamente en la forma en que percibimos y nos relacionamos con la comida. La gastroresponsabilidad, guiada por la elección de ingredientes de proximidad, se erige como un faro que ilumina el camino hacia una gastronomía más ética, sostenible y apasionante.



Anchoas de Santoña, un refinado manjar elaborado a partir del bocarte del Cantábrico

Las Anchoas de Santoña son un refinado manjar elaborado a partir del bocarte del Cantábrico, un pescado azul de carne firme y sabor intenso. Se distinguen por un meticuloso proceso de salazón y limpieza artesanal, que les confiere una textura suave y un aroma inconfundible. Todo comienza con la selección cuidadosa de las mejores anchoas frescas, capturadas en el momento óptimo de su temporada. Estas son sometidas a una limpieza manual que implica la eliminación de espinas y piel, dejando solo los lomos enteros y limpios. Luego, se colocan en barriles de madera con sal marina, donde reposan durante un tiempo específico, que puede variar según el tamaño y la calidad de las anchoas. Posteriormente, se procede al lavado y secado de los lomos, antes de su envasado en aceite de oliva extra virgen de alta calidad, que les aporta un sabor extra y los conserva en perfectas condiciones. La limpieza manual, una tarea laboriosa que requiere destreza y paciencia, implica la meticulosa eliminación de piel, espinas y tripas de las anchoas frescas, preservando únicamente el cuerpo limpio y fresco. Este proceso artesanal

garantiza la máxima calidad y exquisito sabor de las anchoas, ya que evita que se rompan o se mezclen con restos indeseados. Además, permite apreciar el color rosado y brillante de los lomos, así como su jugosidad y ternura. En cuanto a la sostenibilidad, las anchoas de Santoña se capturan mediante prácticas de pesca sostenible durante la primavera, período en el cual el bocarte presenta un balance óptimo de grasas para su conservación. Se utiliza el método de cerco, que consiste en rodear el banco de peces con una red y cerrarla por debajo, evitando así dañar el fondo marino o capturar especies no deseadas. Además, las anchoas de Santoña cuentan con el respaldo de un sello de calidad IGP (Indicación Geográfica Protegida) que certifica su origen y excelencia, garantizando que cumplen con unos estrictos requisitos de elaboración y trazabilidad. Anchoas Gourmet, una destacada tienda en línea, se distingue por ofrecer una amplia gama de anchoas de Santoña y conservas del Cantábrico, elaboradas por las mejores conserveras de la zona. Renombrada por la calidad y diversidad de sus productos,



ADQUIERE ANCHOAS DE SANTOÑA DE ALTA CALIDAD: ANCHOASGOURMET.COM

La tienda brinda opciones que van desde anchoas artesanales hasta aquellas destinadas a la alta restauración, pasando por formatos familiares o individuales. Su portal web no solo destaca por su eficiente servicio de envío en 24 horas y la opción de pago con Bizum, sino también por proporcionar una sección de recetas, inspirando a los amantes de la gastronomía a explorar nuevas formas de

disfrutar de sus productos, ya sea como aperitivo, entrante o plato principal. Las anchoas de Santoña, versátiles en la cocina, ofrecen diversas posibilidades culinarias, que se adaptan a los gustos y preferencias de cada comensal. Algunas sugerencias incluyen disfrutarlas con pan tostado, preferiblemente aún caliente, acompañadas de queso fresco o untadas con mantequilla para realzar su delicioso

sabor. Otra opción es combinarlas con pimientos rojos y verdes asados, añadiendo un toque saludable y equilibrado. Asimismo, se pueden maridar con una fritada de tomate, perfecta para untar en pan tostado o como acompañamiento en el plato. También se pueden elaborar ensaladas, pizzas, empanadas, croquetas o canapés con las anchoas de Santoña, dando rienda suelta a la creatividad y el paladar.



Si buscas adquirir anchoas de Santoña de alta calidad, te invitamos a explorar la página web de Anchoas Gourmet (www.anchoasgourmet.com), Instagram o Facebook o ponerte en contacto llamando al +34 645300241, atención personalizada de Rosa.

Allí encontrarás una gran variedad de productos, precios y ofertas, así como información detallada sobre las características y beneficios de las anchoas de Santoña. ¡Que tengas un día lleno de delicias culinarias.

La miel ecológica que nace del Montgó

Eduardo Fernández

La montaña del Montgó de Xàbia es uno de los paisajes más atractivos de la zona y conocido por todos. Además, es el escenario donde se lleva a cabo la apicultura y la miel Montgó. Allí habitan miles de abejas que tienen sus colmenas. Eduardo Fernández, apicultor y dueño, junto a su pareja, de Miel Montgó, comenzó a cargo de 6 colmenas tras acabar la cuarentena provocada por la covid-19, y en la actualidad ya tiene 20 colmenas. Desde entonces, cada año aumenta 4 colmenas para “devolverle a la tierra alguna cosa positiva, ayudar con la biodiversidad y fomentar la polinización de esta especie endémica”.



Fernández eligió el Montgó porque es el escenario con más biodiversidad en Europa y con variedad de plantas autóctonas, con más de mil flores que dejan rastro en la miel, además de encontrarse rodeado por casi todo el Mediterráneo. Allí, cuida a las abejas, una especie endémica, y la “más importante de la tierra, ni las personas ni las plantas” por la labor que tiene en la cadena trófica: poliniza tres cuartas partes de los cultivos que ingerimos cada día. Por este motivo, decide hacer todos los tratamientos artesanales, ecológicos y sin sobreexplotarlas.

Asimismo, apuesta por el ‘apiturismo’, una de las formas más sostenibles de viajar. El entorno acompaña: hay flora autóctona, diversas especies, 3 kilómetros que recorren las abejas en el perímetro del colmenar, los huertos de lo que era el monasterio de Nuestra Señora de los Ángeles, donde antiguamente se fundó la orden de San Gerónimo, y bancales, proclamados Patrimonios de la Humanidad. Otra de las iniciativas en las que están trabajando es “ser un apicultor por una mañana”, visitas organizadas por dentro de las colmenas con informa-

ción e historia para acercarse a las abejas. También han creado un proyecto para apadrinar colmenas: pagas y obtienes una serie de beneficios.

“Consideramos que la educación es un valor muy importante para nosotros y tenemos que enseñar a la sociedad y al público general la importancia de las abejas por lo que hacen por la tierra”, añadió Gómez. Por el entusiasmo, esfuerzo y trabajo que le dedican hace 3 meses recibieron por parte de la Comunitat Valenciana el sello de Calidad de la marca Parques Naturales, que certifica que son un modelo de mantenimiento y desarrollo. Además, esta marca avala que están haciendo un uso sostenible de los recursos naturales y buscan modelos innovadores del eco-desarrollo y un modelo sostenible, que es el atributo de calidad de la marca.

“

El apicultor apuesta por acercar la apicultura a la sociedad

No es oro todo lo que reluce



El trabajo de apicultor no es fácil. Menos si cabe si tratas la especie de manera sostenible. Apenas hay subvenciones de las comunidades, algunos apicultores explotan a las abejas, existen multitud de enfermedades que afectan a la especie, y de tantos tipos que coexisten, algunos son invasoras. Por no hablar de la polución, la contaminación y el cambio climático. “El año pasado por ejemplo fue un mal año, tuvimos pérdidas de cerca del 50% de las colmenas cada apicultor”, explica. “Eso en ganadería es muchísimo porque lo habitual son pérdidas del 4% o 5%”, añade y aclara que aun así compensa.



Bodega Hacienda Albae, buscando la singularidad

Raquel Castillo



Los viñedos rodean una bodega concebida como un châteaux francés

Al lado de Argamasilla de Alba (Ciudad Real) y próximo a las Lagunas de Ruidera, la bodega representa una apuesta por la tierra, la tradición y el conocimiento del vino y su enorme potencial turístico, aún pendiente de desarrollar en una región como ésta. Por eso Hacienda Albae está concebido como un complejo enoturístico que sus propietarios, la familia Carpintero –vinculada al mundo inmobiliario y el sector energético– quieren di-

namizar y poner en valor. En buena medida es un proyecto romántico que arrancó en 1990 cuando adquirieron los primeros viñedos. Habrían de pasar aún 15 años hasta que los primeros vinos vieron la luz. Los viñedos rodean una bodega concebida como un châteaux francés, donde las viñas se sitúan en torno a las propias instalaciones de elaboración y crianza, junto a las que se levanta un agradable hotel desde hace 10 años.

La Mancha ha sido siempre una zona dedicada a la producción de vinos a granel y de bajo coste. De hecho es la región vitivinícola del mundo con mayor superficie de viñas cultivadas, unas 300.000 hectáreas, que necesariamente tiene una enorme capacidad productiva. Pero en Hacienda Albae han optado por otro modelo. Son conscientes de que no tiene sentido competir en volumen (a su lado hay una cooperativa que ella sola vinifica 250 millones de kilos de uva, el tripe de toda la DO Ribera del Duero), pero sí en calidad. Y la calidad está en los vinos embotellados que reflejen el paisaje y el terruño.

Un modelo vinícola diferenciador

“Empezamos haciendo viticultura, fuimos comprando parcelas y plantando viñedo poco a poco, porque eran terrenos con un enorme potencial”, cuenta Adrián de Pablo director técnico de la bodega. El hecho de estar en Argamasilla de Alba, sobre el acuífero más grande de España, les permite cultivar determinadas variedades que requieren más agua, y de este modo diferenciarse produciendo vinos menos habituales en la zona, blancos y tintos monovarietales cuyo mercado está sobre todo en la exportación a países como Canadá, EEUU e Inglaterra, entre otros muchos. El mercado español, menor en ventas, también ocupa sus preferencias. Para la produc-

ción disponen de 220 has de viñedo, asentadas, como decíamos, sobre el acuífero 23, uno de los más grandes de España y de Europa. Un privilegio que les permite abastecerse con gran cantidad de agua en una región seca y de escasa pluviometría. “Es desde luego una ventaja que nos permite cultivar variedades que requieren más humedad, agua que en otros viñedos manchegos no se da”, aclara Adrián. Él, como enólogo de la bodega busca frescura, “vinos con buena acidez, que se diferencien de las sobremaduraciones imperantes en la zona por el calor”.



Empezamos haciendo viticultura, fuimos comprando parcelas y plantando viñedo poco a poco, porque eran terrenos con un enorme potencia





Campo y bodega

Todo el viñedo está plantado en espaldera, se vendimia con máquinas y se trabaja en ecológico. Las viñas se controlan directamente por el equipo técnico, y el hecho de estar tan cerca de la bodega (ya hablábamos de ese concepto châteaux) les permiten vendimiar por la noche, evitando las altas temperaturas y posibilitando que en sólo 10 minutos la uva esté en la bodega. “De esta forma no perdemos aromas y conservamos muy bien la calidad de las uvas”, explica el enólogo.

Hacienda Albae es una bodega pequeña, con una producción que no llega a las 200.000 botellas. No obstante elaboran una gama amplia de vinos, centrada dos blancos y cinco tintos. Todos son monovarietales de viognier y chardonnay (ambas viníferas blancas) y en uvas tintas, tempranillo, cabernte sauvignon, merlot, malbec y syrah. Únicamente 100% varietales; no elaboran ningún coupage. En las contraetiquetas figura la calificación IGP vinos de la Tierra de Castilla. No quieren adscribirse a la DO La Mancha

porque su reglamento veta ciertas uvas y prácticas enológicas, algo que no encaja con la filosofía de la bodega: “las variedades que trabajamos las hemos elegido por su acidez, por su frescura. Por eso no tenemos arién o viura, tan típicas en La Mancha”, apunta el De Pablo.

Objetivo, la frescura

Trabajan con tantas variedades puede resultar dificultoso. Se vendimian en momentos diferentes, con lo cual todo el proceso de vinificación es desigual. Cosechan y fermentan cada variedad por separado en acero inoxidable, con pequeñas micro fermentaciones, para elaboraciones muy especiales. En general, los blancos no hacen fermentaciones en barrica, pero sí crianza sobre lías del orden de 3 o 4 meses, que le otorga potencia e intensidad, porque la acidez, la frescura, ya la tienen intrínsecamente variedades como la viognier y la chardonnay. Con los tintos tratan de obtener vinos muy frutales, con buena acidez, fáciles de beber, en los que los taninos no resulten agresivos, pero cada uno con su personalidad. “En la cabernet sauvignon se busca más extracción, más potencia y cuerpo. La malbec se vendimia antes para que tenga más fruta roja y sea más fresco, y lo descubran antes de que ter-

mine la fermentación para evitar exceso de taninos...” aclara el enólogo.

Una característica común es la crianza en barrica de los tintos, que en general están alrededor de 6 meses, algunos puede que 12 o 15, según los casos, para configurar una gama que denominan Gran, como el Gran Chardonnay. Son partidas limitadas que suelen ir al mercado norteamericano.

Enoturismo, cerrando el círculo

Desde hace 10 años dentro de la finca, junto a las instalaciones de la propia bodega, instalaron un pequeño hotel de 15 habitaciones que también disponen de restaurante.



Una característica común es la crianza en barrica de

Todo está pensado para un turismo interesado por el vino. Por eso han establecido distintas actividades entre las que no falta una visita detallada a la bodega y una cata dirigida de los diferentes blancos y tintos. Son charlas amenas en la que los asistentes se adentran en el mundo de la elaboración envejecimiento y los secretos de una cata sencilla. En este sentido la bodega cuenta con un pack enoturístico específico que incluye una noche de hotel, visita a bodega, cata, cena en el restaurante de cocina manchega y desayuno. Además asesora sobre las posibilidades y visitas turísticas imprescindibles en la zona, como los molinos de viento de Campos de Criptana o el avistamiento de aves en el parque natural de las Tablas de Daimiel.

Pensando en verde

Hacienda Albae acaba de conseguir el lábel de calidad Bodega Responsable EuroGreen, que avala su compromiso con el medio

ambiente en sentido amplio, lo que implica que va más allá de las normativas y leyes en vigor. Es decir, demuestra adoptar medidas para reducir el impacto ambiental, la sostenibilidad y la responsabilidad.

Vinifican en ecológico. El cultivo y prácticas de laboreo en ecológico en todas las parcelas y viñedos. **Vino vegano** (clarificación sin ingredientes de origen animal)

Corcho: huyen de plásticos y siliconas, y buscan un tapón que respeta la sostenibilidad de los bosques. Así, trabajan con corcheras nacionales y de Portugal, y acaban de firmar un acuerdo con Espadán Corks (Castellón), empresa fabricante de corchos artesanales.

Vidrio: han bajado el gramaje de la botella mapa minimizar la huella de carbono.

Packagin: usan cartón, que actualmente es el sistema de almacenaje más sostenible. No utilizan tintan en los embalajes, lo hacen en cartón directo. Y prácticamente han abandonado los estuches de madera.

DESPIECE: Así son los vinos Hacienda Albae

LOS BLANCOS. Precio: entre 8 y 9 euros

• Viognier 2022

Un vino muy intenso en nariz, con aromas florales y de fruta de hueso. En boca es glicérico y persistente, con gran acidez y verticalidad.

• Chardonnay 2022

Nariz muy frutal con recuerdo a frutas de hueso y exóticas. El envejecimiento con sus lías le otorga volumen y estructura. Magnífica acidez. Potente y persistente.

LOS TINTOS: Precio: entre 8 y 9 euros

• Malbec 2021

Un tinto con crianza en roble francés, que mantiene potentes aromas a frutos rojos con matices de violetas y especiados de la barrica en segundo plano. En la boca es sorprendentemente fresco y frutal. Taninos muy suaves y sedosos.

• Tempranillo 2021

Se ha criado en barricas de roble americano 6 meses. De característica e intensa nariz, aromas de frutos rojos perfectamente equilibrados con los aromas tostados y vainilla de la crianza. Fresco en boca con taninos suaves y un final especiado.

• Syrah 2021

Con una crianza de 6 meses en barricas de roble, destacan en nariz los aromas de frutos maduros, moras y arándanos, bien ensamblado con notas tostadas de madera. Entrada potente en boca, donde se muestra envolvente, con caracteres frutales que van evolucionando a notas tostadas de chocolate negro y toffe. Muy equilibrado.

• Merlot 2021

Tiene aromas a frutos rojos y negros maduros sobre un fondo de roble tostado. Elegante en boca, maduro, sabroso y persistente. Su paso de 6 meses por roble francés le dota de aromas elegantes que se integran perfectamente con la fruta madura.

• Cabernet sauvignon 2020

En la nariz aromas a frutos rojos y negros maduros sobre un fondo de roble tostado. Elegante en boca, maduro, sabroso y persistente, con toques minerales. Su paso por roble francés le confiere aromas elegantes que se integran con la fruta madura. Gran estructura, volumen y persistencia.



EL MUNDO START-UP Y SU ENCAJE CON LAS INICIATIVAS AGROALIMENTARIAS EMERGENTES KM.0 (I)

Sterling Upright

Aprovechando mi experiencia como mentor de “start-ups”, mi formación como “Business Angel” (ya veremos a continuación el significado de estos términos) y mi interés personal por las iniciativas agroalimentarias y culinarias emergentes, he considerado que pudiera aportar un análisis somero y accesible del encaje entre ambos “mundos”. A nadie se le escapa la difusión y atractivo que emana del mundo del emprendimiento y de las empresas de reciente creación (“start-up” en inglés), merecedoras de múltiples menciones o, incluso mejor, de financiación, tanto por lo público como por lo privado, así como su paso por incubadoras, programas de aceleración, etc. Toda una jerga indescifrable para el dileitante, que pudiera aparecer como la cresta de una gran ola que aparenta llegar a la dimensión de un tsunami.

El sonido que emerge de esta flauta de Hamelín que

todo lo permea y es sin duda embriagador, hace que a los y las valientes que están empezando o consolidando sus iniciativas empresariales agroalimentarias, les surjan las siguientes dudas: ¿Podría este mundo darme el apoyo que necesito? ¿Es el momento adecuado para darme a conocer? ¿Cuáles son los diversos roles en este ecosistema? ¿Debo de contactarlo todo sobre mi iniciativa, como me piden y parece que todos hacen? ¿Qué es lo que realmente establecen los contratos para poder participar en determinados programas?.

Las posturas más habituales de nuestros jabatos y jabatas suelen ser dos: O bien “a la parálisis por el análisis”, es decir, permanecer expectante y esperar “el momento”, o “tirarnos a la piscina” y ver qué es lo que nos pasa. Y las dos son malas, porque primero hay que tener una estrategia y, a continuación, dar los pasos adecuados en

los momentos idóneos para nuestros intereses.

Centrémonos ahora en el mundo de los emprendedores agroalimentarios. Innegablemente es muy rico, e intentar cristalizar un retrato robot es una tarea harto compleja, pero hay que intentarlo.

Personas que, después de sus estudios, o de una fase laboral por cuenta ajena, o de una prejubilación temprana, deciden dedicarse a dar forma a una idea que les ronda desde hace tiempo. Quieren ser sus propios jefes, están dispuestos a meter todas las horas que hagan falta y quieren lograr que esa iniciativa sea su proyecto de vida, su “leit motiv”.

Continuará....

NOTA: Agradeceré todo tipo de comentarios que me ayuden a aportar lo que más necesitéis, escribiendo a sterling.upright@gmail.com





AMORES QUE MATAN

Por @sanchoplanca



Soy de la adoración nocturna de la tortilla de patata, sin cebolla y allá donde puedo, no me resisto a pedir un pincho con una copa de vino.

Hoy, en Valencia, en un barrio de los de pata negra y junto al mejor horno que conozco, el Forn de la Fonteta, me he urgido a reposar unos instantes de mi agitada mañana y he seguido la liturgia de mi conciencia: "pincho de tortilla - sin cebolla- y copa de vino". Me han servido la tortilla, la de las fotografías, que seguramente es la misma que le dan a los presos para que hablen. Las secuencias, tras ver "la castaña", se me han ido sucediendo como en la escena de un crimen. El vino lo han sacado en

una copa de cava, sin duda de algún retrasado menaje de la cena de Nochebuena o Navidad. He pedido, en mi precipitación por digerir tan escueto ágape, un poco de pan y... han tenido que peregrinar al horno para abastarlo al almuerzo con lo que la tortilla ha quedado huérfana de apoyo durante ... 8 interminables minutos que es lo que ha tardado en arribar la barra de pan gallego, ciertamente insuperable y que ha permitido que el atropello del almuerzo haya sido de intensidad medio baja.

Se hace preciso agitar el árbol de la tolerancia y decir las cosas como son, lugares como este de cuyo nombre no quiero acordarme, hacen que los

bares españoles pierdan cachos de la reputación que por derecho tienen. Lo de hoy no era un bar, era un abrevadero de instintos básicos, muy básicos y además la tortilla era más mala que la del Mercadona que ya es decir bastante. Ni para acertar en la compra ha tenido tino el agresor culinario.



GELATINA DE TOMATE CON QUESO DE CABRA

INGREDIENTES

- Cuatro o cinco tomates maduros de los de verdad, de cosecha local
- Sal
- Pimienta
- Un chorrito de aceite de oliva virgen extra
- Un sobre de gelatina neutra (Royal)
- Queso de cabra fresco

PREPARACIÓN

- Escaldar y pelar los tomates.
- Batir los tomates con el minipimer y añadir la sal, la pimienta y el aceite.
- Separar un vaso de tomate, colarlo en un cazo y añadir la gelatina. Mezclar bien.
- Cuando este a punto de hervir lo apartamos y lo añadimos al resto del tomate.
- Vertemos en un molde rectangular y dejamos enfriar en la nevera durante 24 horas.
- Desmoldamos y servimos poniendo el queso de cabra entre dos porciones tal como se muestra en la foto.

LA CULTURA DEL ORIGEN EN LA GASTRONOMÍA

El autor explica la creación de las denominaciones de origen como garantía de la producción alimentaria y la gastronomía, en armonía con el medio. Fue premiado en ese año con el premio nacional de Literatura gastronómica Juan Mari Arzak 2005.

Joan C. Martín es un veterano escritor y enólogo, que desde 1981 ha escrito 15 libros más de 3.000 artículos en diversos medios (Levante, El País, Cartelera Tura, Informacion, Gran Reserva, Sobremesa, Las Provincias, El Temps, Sao, Que y Donde. Y colaborado en 16 libros colectivos de Editorial Anaya, Ruzafa Show, Museu d'etnologia, Institut Juan Gil Albert, MARQ (museo de arqueología de Alicante) Universitat d'Alacant y otras.

DIARIO EL PAÍS
Joan C. Martín.
Enólogo y escritor.



La cultura alimentaria de los cazadores recolectores, fue la primigenia interpretación del ser humano sobre su hecho vital y su relación con el entorno. La otra, la del mito de los hechos sobrenaturales incomprensibles no les dio el ritual pero; cazar, domesticar especies, cultivar, cosechar, elaborar, intercambiar y comerse un alimento si. Estos procesos dieron al ser humano la primera cultura (su etimología viene de cultivo) y dos axiomas del espíritu de la especie: ¿quién soy, de donde vengo, adonde voy? y ¿qué hay para cenar esta noche?. Esta influencia en la condición humana Brillat Savarin la sintetizaría diciendo “un pueblo es lo que come”



“

La creación de las denominaciones de origen

Pero la cultura alimentaria abasta mucho que el agrícola y alimentario, incluye el físico: comerciar, conservar, comer y el metafísico: la gastronomía: es decir la apreciación espiritual del comer con placer. Pero si la gastronomía es lo metafísico de la alimentación esta no puede existir sin la identidad del origen del alimento, transformado o natural. El origen identitario confiere a los productos gastronómicos diferenciación y garantía y en definitiva originalidad y autenticidad. Esto se basa en los factores naturales (clima, suelo, orografía) históricos (asentamientos humanos y su interrelación con el medio, incorporación de especies). Y culturales (el conjunto de creencias pensamientos del grupo humano productor).

“

En armonía con el medio

Podemos verlo en los elaboradores de queso de Roquefort de las planicies del departamento del Herault y del Idiazabal de Euskadi. Dos quesos de la misma latitud de distinto clima y producidos de especie diferente, pero elaborados por gentes de acendrado individualismo montañés de frontera, marcados por los refugios de las viles perches y los pirineos cuando la invasión musulmana, dos productos gastronómicos consecuencia del hecho cultural, dos quesos fermentados en refugios por individuos solitarios, porque el factor cultural es determinante en la producción de los alimentos con origen, como lo es en el cocinero y mucho más importante que su técnica. Es por ello que el cocinero es la clave de la gastronomía que soporta todas sus piezas. Hay por ahí cientos de chefs poseedores de una gran técnica que nunca alcanzaron la excelencia porque abandonaron el factor cultural, al mimetizar las técnicas de los grandes cocineros sin interpretar porque ellos, hacían lo que hacían.

“

Aprendí a cambiar la estructura del plato para aquellos con intolerancias, sin perder la identidad y el sabor, sin dejar de pensar también en el resto. Un “win-win”

La filosofía del origen para un producto agroalimentario es una creación genuinamente europea, se basa en la originalidad de un producto de una determinada indicación geográfica. Nació con la revolución francesa al igual que el concepto moderno del restaurant, y se concretó en la obra de Brillat Savarin la Fisiología del Gusto, publicada en 1825 y que subtítulo Meditaciones de gastronomía transcendente y su construcción teórica, histórica y a la orden del día. El comer y beber llegaba a una trans-

cendencia que superaba al alimenticio por los valores añadidos de la cultura y autenticidad de un producto con origen (ostras de Marennes, bogavante de Bretaña, foia de Perigord, hortalizas del Lenguadoc, queso Cantal de Auvernia, tinto de Vougeot) y el arte culinario del chef de un restaurante. Anselme Brillat Savarin eligió cuidadosamente el nombre del nuevo arte nacido con la caída de l'ancien regim escogió el neologismo creado por el poeta Josep Berchoux en su poema gastronomie ou l'homme des champs a table publicado en 1801, en curiosa referencia al agricultor como autor de los productos en los que se basa la gastronomía. Para Brillat Savarin la identidad y origen de los elementos con los que se hacía la gastronomía conferían a los platos elaborados con ellos una autenticidad y notoriedad que se apreciaban además de su sabor específico, por su valor polisémico.

La visión cultural de Brillat Savarin se unió a la espiritual de los románticos y naturalistas alemanes e irlandeses preocupados por las amenazas que el medio natural sufría debido a la industrialización



La visión cultural de Brillat Savarin se unió a la espiritual de los románticos y naturalistas alemanes e irlandeses preocupados por las amenazas que el medio natural sufría debido a la industrialización, la emigración de los campesinos a las ciudades industriales, la negritud de estas, y la alteración de los hábitos alimentarios y familiares. El romanticismo alemán que creó el amor al país, la vuelta a la naturaleza y la defensa del medio fue un movimiento revolucionario que impregnó de valores cívicos y democráticos la vida social

Europea y conecto muy bien con los girondistas de la revolución francesa. No es de extrañar que la obra de Brillat Savarin tuviera su primera traducción al alemán y que el gran escritor Stael, Schlegel y Hoffman considerara la Fisiología del gusto como “la obra social europea definitiva”. El encuentro de románticos alemanes con Brillat Savarin en Francia en 1803 dio una cognición a toda la filosofía del origen alimentario que contó con el apoyo del movimiento naturalista alemán Sturm und Drang liderado por Herder. Pero la idea de un producto con origen amparado institucionalmente no era nueva, en 1510 el Rey Ferran II de la corona de Aragón creó una institución foral que se puede considerar la 1ª DO alimentaria de Europa. La Junta d'Inhibició del vi foraster d'Alacant. En aquel tiempo Alacant era el principal centro vinícola europeo porque producía vinos de gran calidad uno un tinto, apreciado por su color, grado y sabor, y el rancio Fondillon de gran prestigio y alta cotización.





Estos vinos fueron el producto de la relación del medio natural (l'horta d'Alacant) con una variedad traída de Grecia (la monastrell) y la repoblación cristiana, del Regne de Valencia en el siglo XIV. A la de Alacant le siguió otra indicación geográfica protegida de gran fama, la Companhia general da vinhas del Alto Douro creada en 1756 para proteger la calidad y personalidad de los vinos de Oporto. Estos antecedentes de las actuales DO no se pueden confundir con los edictos proteccionistas que surgieron en Europa durante en la edad media y el renacimiento como el decreto del Duque de Borgoña Philip le Hardí en 1395 o el de la reina Leonor de Aquitania en 1195

para los vinos del Haut Pays, que eran proteccionistas arancelarios. Las Alacant y Porto fueron instituciones protectoras de la autenticidad y la calidad no solo de la economía. La de Alacant contaba con los organos (la junta de semaners), reglamentos (Capitols per l'observancia de la inhibicio del vi foraster) y documentos (el manifest del vi) semejantes a los modernos consejos reguladores. Esta filosofía del origen fue reforzada por el edicto de la familia de los Medici de Florencia al delimitar en 1716 un territorio estricto y reducido del centro de la Toscana, como los mejores de una zona, y asociando este concepto a las pequeñas explotaciones vitícolas y sus bodegas (cantinas) ela-

boradoras. El método para definir la tipología de un producto con origen se definió en la Champagne, que reclama por la especificidad de su proceso, el methode Champenoise, la primigenia de esta filosofía, pero como dice Hugh Jhonson en su Atlas Mundial del Vino, el proceso que convirtió a un vin de pays en la primma donna de los vinos franceses duro mucho e influyeron factores como el envejecimiento en botellas que se hacia en Londres. La Borgoña aportó a esta idea su herencia de las explotaciones vitícolas comunales los lieu dit con su larga tradición de viñedos monásticos como el Clos de Vougeot, el vidueño mas antiguo del mundo (1338). Con la famosa clasificación

del vinos de Burdeos de 1855, los cru classe que realizó la ordenación territorial y clasificación de los vinos producidos por los chateau y domaines (pequeñas propiedades vitivinícolas), se alcanzó la cima de esta filosofía, configurando el concepto moderno de las denominaciones de origen que del vino se han ido extendiendo a los demás productos alimentarios y son una de las bases de la gastronomía. Toda esta filosofía y experiencia acumulada en los productos gastronómicos con garantía de origen se ha visto enriquecida con la aparición de la agricultura ecológica como respuesta a la amenaza de la producción alimentaría industrializada sin respeto a los procedimientos

y los ciclos naturales. Recordemos el caso de las vacas locas (por el cambio de la ingesta natural de la especie) el síndrome de la SART y la gripe del pollo por la anarquía pecuaria de las granjas asiáticas que amenazan convertirse no ya en crisis sanitarias (se han detenido "in extremis) sino en verdaderas plagas bíblicas para la humanidad. Por eso los románticos europeos (Shelley, Byron, Herder, Hoffman) denunciaron el peligro que para el hombre moderno significaba la destrucción del medio natural, por la producción industrial sin orden ni control. Shelley en El monstruo de Frankstein (una metáfora sobre el hombre moderno que venia y que ella vislumbro una noche en una

playa del Adriático) denunciaba que la destrucción de la naturaleza destruiría al hombre, convirtiéndolo en un monstruo para si mismo, las demás especies y la tierra. La filosofía del origen para un producto y la gastronomía nacieron para decirle al ser humano que es posible ordenar la producción alimentaría en armonía con el medio y que su calidad natural sea general.

“

El método para definir la tipología de un producto con origen se definió en la Champagne



da vinhas del Alto Douro creada en 1756 para proteger la calidad y personalidad de los vinos de Oporto. Estos antecedentes de las actuales DO no se pueden confundir con los edictos proteccionistas que surgieron en Europa durante en la edad media y el renacimiento como el decreto del Duque de Borgoña Philip le Hardí en 1395 o el de la reina Leonor de Aquitania en 1195 para los vinos del Haut Pays, que eran proteccionistas arancelarios. Las Alacant y Porto fueron instituciones protectoras de la autenticidad y la calidad no solo de la economía. La de Alacant contaba con los organos (la junta de semaners), reglamentos (Capitols per l'observancia de la inhibicio del vi foraster) y documentos (el manifest del vi) semejantes a los modernos consejos reguladores. Esta filosofía del origen fue reforzada por el edicto de la familia de los Medici de Florencia al delimitar en 1716 un territorio estricto y reducido del centro de la Toscana, como los mejores de una zona, y asociando este concepto a las pequeñas explotaciones vitícolas y sus bodegas (cantinas) elaboradoras. El método para definir la tipología de un producto con origen se definió en la Champagne, que reclama por la especificidad de su proceso, el methode Champenoise, la primigenia de esta filosofía, pero como dice Hugh Jhonson en su Atlas Mundial del Vino, el proceso que con-

virtió a un vin de pays en la primma donna de los vinos franceses duro mucho e influyeron factores como el envejecimiento en botellas que se hacia en Londres. La Borgoña aportó a esta idea su herencia de las explotaciones vitícolas comunales los lieu dit con su larga tradición de viñedos monásticos como el Clos de Vougeot, el vidueño mas antiguo del mundo (1338). Con la famosa clasificación del vinos de Burdeos de 1855, los cru classe que realizó la ordenación territorial y clasificación de los vinos producidos por los chateau y domaines (pequeñas propiedades vitivinícolas), se alcanzó la cima de esta filosofía, configurando el concepto moderno de las denominaciones de origen que del vino se han ido extendiendo a los demás productos alimentarios y son una de las bases de la gas-

tronomía . Toda esta filosofía y experiencia acumulada en los productos gastronómicos con garantía de origen se ha visto enriquecida con la aparición de la agricultura ecológica como respuesta a la amenaza de la producción alimentaria industrializada sin respeto a los procedimientos y los ciclos naturales. Recordemos el caso de las vacas locas (por el cambio de la ingesta natural de la especie) el síndrome de la SART y la gripe del pollo por la anarquía pecuaria de las granjas asiáticas que amenazan convertirse no ya en crisis sanitarias (se han detenido "in extremis) sino en verdaderas plagas bíblicas para la humanidad. Por eso los románticos europeos (Shelley, Byron, Herder, Hoffman) denunciaron el peligro que para el hombre moderno significaba la destrucción del medio natural,



por la producción industrial sin orden ni control. Shelley en El monstruo de Frankstein (una metáfora sobre el hombre moderno que venia y que ella vislumbro una noche en una playa del Adriático) denunciaba que la destrucción de la naturaleza destruiría al hombre, convirtiéndolo en un monstruo para si mismo, las demás especies y la tierra. La filosofía del origen para un producto y la gastronomía nacieron para decirle al ser humano que es posible ordenar la producción alimentaria en armonía con el medio y que su calidad natural sea general. Estos productos no son un lujo de la alta cocina, sino una necesidad de la salud y felicidad pública que la buena restauración garantiza con su know how y la cultura de los grandes chefs. Es la responsabilidad social del cocinero, que está en el origen de

esta figura y del restaurant moderno en la revolución francesa, como escribieron los grandes teóricos Tayllerand y Jean Jacob Regis, y especialmente madam Merigot en la Cuisiner republicaine y el gran chef Carême en Art de la cuisine francaise del XIX siecle. Esta responsabilidad del cocinero no acaba en el restaurante sino que transmite su beneficio a la sociedad por la influencia que el comer y beber ejerce en el ser humano. Yo siempre recuerdo con orgullo y placer, la motivación que el disfrute gastronómico produce en la gente, cuando al mando de una pequeña unidad de la infantería de marina hicimos una larga marcha desde Carboneras (Almería) a los montes de Málaga. Para animar a aquellos conscriptos les contaba la historia y magnificiencia de los vinos de los montes de Málaga

donde la Pedro Ximenez y el Moscatel producían los mas sabrosos y naturales, cuando por fin llegamos, tuvimos la recompensa anunciada, pues los nos recibieron en sus humildes casas dándonos asiento a la lumbre y de beber el preciado néctar. Tuvimos la satisfacción mientras paladeábamos con fruición aquel caldo generoso, dulce pero a la vez añejo, de recibir la hospitalidad y el candor del alma del pueblo andaluz, y todo ello; los pequeños viñedos junto a la casa-bodega, los montes, el clima, la vecindad del mar y la cultura de esos viticultores montañeses es lo que hacia y aun hoy hace, que el vino de los montes de Málaga sea uno de los grandes cru del mundo, y que demuestra que la gastronomía tiene en la producción con origen la base cultural de su filosofía.

El día a día de una empresa alimentaria implica diversas actividades, no todas directamente relacionadas con la elaboración de alimentos. En este entorno competitivo, es crucial contar con aliados. Así como muchas empresas confían en gestorías para temas fiscales o asesoramiento legal, cada vez más consideran la opción de delegar el control de calidad y la gestión con organismos de sanidad.

En Q2A Consultoría, nos presentamos como ese aliado discreto y efectivo que forma parte integral de tu empresa, fortaleciendo las prácticas de seguridad e higiene. Colaboramos estrechamente con empresas, desde queserías hasta panificadoras y restaurantes, ofreciendo asesoramiento personalizado.

Nuestra labor en consultoría alimentaria abarca desde la formación hasta la realización de análisis para confirmar las correctas pautas de limpieza y desinfección, así como la ejecución de auditorías. Estas auditorías nos permiten anticiparnos a futuras inspecciones de sanidad e identificar oportunidades de mejora, reforzando procesos que garantizan la seguridad de los productos.

En Q2A Consultoría, reconocemos que la seguridad e higiene alimentaria son fundamentales para la confianza del consumidor y la imagen de tu marca. Al elegirnos, optas por la satisfacción de tus clientes, la reducción de riesgos y gastos innecesarios. Descubre cómo Q2A Consultoría puede ser tu socio en la excelencia, garantizando la seguridad y calidad que deseas para tu marca.

info@q2aconsultoria.es

607 23 329



CONSULTORIA
AMBIENTAL Y ALIMENTARIA

EL BÚNKER DE LA RESERVA

Gonzalo Gimeno

Los productos de Guisos el Lobo tienen el sabor de la comida casera, la honestidad de los guisos sin conservantes ni colorantes, la contundencia del producto natural sin necesidad de disfrazarlo con salsas o especias.

Es cierto que una imagen vale más que mil palabras, en este caso las palabras podrán avalar, quizá, las imágenes.

No hay señales de tráfico para ayudarnos en estos menesteres de encontrar excelentes

productos locales españoles. Y, de hecho, nadie ha determinado aún de qué lado del camino se supone que deberemos estar para encontrarlos, más allá de ser capaces de seguir la estela de aquellos que como los artesanos de Guisos el Lobo, le ponen alma, corazón y vida a todo lo que hacen.

Son una herramienta fundamental de la vida cotidiana, calentarlos, si se quiere, y comerlos. Anda ahora Jesús hincándole el diente a la serie

premium, la más sofisticada de la quinta gama, la paletilla de lechal, la carrillada, las manitas de cerdo, la costilla ... cualquiera de sus elaboraciones merece mármol. Están tratadas con el aplomo profesional de quien se sabe ungido por los óleos sagrados del buen hacer. Jesús sabe lo que hace y además lo hace, muy bien. Yo sé que tardará en nacer, si es que nace, otro personaje como él.

Fundamental en el Búnker de la Reserva si queremos sobrevivir a un cataclismo mundial.



2024
ESPAÑA®