

Entrevista  
**JORDI CRUZ**  
CHEF  
pág. 3

# EL ARTE DE COMER & BEBER

LOS MEJORES MENÚS  
PARA **DICIEMBRE**  
EN COMPAÑÍA



*Tu otra cocina  
en casa*





## Entrevista RAFA Y ELENA SOLDEVILA RESPONSABLES DE LA FERMATA

# La Fermata: una parada obligada para los amantes de la pizza

Desde que se iniciara su andadura hace casi 6 años, La Fermata se ha convertido en un punto de encuentro de referencia en Barcelona dentro del sector de la pizza. Hemos hablado con dos de sus impulsores, Elena y Rafa Soldevila, para conocer las razones de su éxito.

### ¿Cómo y cuando nació la Fermata?

R.S.: La Fermata es una empresa familiar. Junto con mis hermanas Elena y Sofía Soldevila y Tomaso Brezzi, italiano, marido de Elena, quien nos introdujo en el mundo de la pizza al corte, decidimos poner en marcha este proyecto tras identificar que no había el modelo de pizza al corte gourmet en Barcelona.

E.S.: El primer local, en Sarrià, lo abrimos en abril de 2013. Mientras preparábamos la apertura, Rafa se trasladó a Roma para formarse en el tipo de producto que queríamos ofrecer. Tras comprobar la buena acogida de La Fermata de Sarrià, un año después abrimos La Fermata de Provença.

### La Fermata colabora con distintas Fundaciones, ONGs y Asociaciones contra el desperdicio de alimentos

#### Pizzas rectangulares, que se cortan con tijera y el cliente decide el tamaño de su pizza...

E.S.: Proponemos una forma de comer diferente y divertida. Vendiendo la pizza a peso, cada persona puede escoger el trozo y la cantidad que le apetece, probar distintos sabores a la vez, ya sea ha-

ciendo take away, recurriendo al servicio de delivery y catering en nuestra web o en nuestros locales, "La Fermata", que en italiano significa "la parada" ya se han convertido en un punto de encuentro para los amantes de la pizza.

#### ¿Un concepto de Fast Food Gourmet?

R.S.: Buscamos ofrecer calidad, tanto en nuestro producto como en el servicio, a un precio asequible y cambiar la percepción que la mayoría de personas tiene sobre la pizza. Tenemos expuestos más de 15 sabores y a medida que se van acabando vamos reponiendo e incorporando más variedad a nuestro expositor. De esta manera el cliente encuentra una gran selección de pizza recién hecha. Quien nos visite encontrará clásicos (margarita, jamón y quesos, cuatro quesos...) y también nuestras pizzas gourmet que recogen lo más puro de la cocina mediterránea y se inspiran en los sabores de nuestro país, como la de Pulpo a la Gallega o La Mallorquina con queso de cabra, sobrasada y un toque de miel, entre otras, además de recetas "sorpresa" de



temporada, como en estos momentos la de speck, trompetas de la muerte y camagros. También hemos incorporado a la carta las pizzas veganas y para acompañar nuestra oferta, contamos con refrescos, una amplia selección de cervezas y vinos (tanto locales como italianos), postres caseros, ensaladas y pasta, nuestra última novedad.

#### ¿Dónde está el secreto de vuestras pizzas?

R.S.: En La Fermata elaboramos la masa diariamente con una mezcla de harinas biológicas, de fuerza y baja moleculara (de manera que mantienen todas las características del cereal). Una vez elaborada, la dejamos fermentar hasta 48 horas, lo que nos permite obtener una masa muy fácil de digerir (ya que no fermenta en el estómago), esponjosa en el centro y crujiente en la base. Además, todos nuestros condimentos son frescos y los cocinamos a diario.

#### ¿Pizza después del Vals?

E.S.: ¡Sí, pizza a cualquier hora y para cualquier ocasión! Empezamos con nuestro servicio de catering hace algo más de 3 años y es un área que ha ido creciendo. Uno de los proyectos más recientes y divertidos son las pizzas de "resopón de boda". Una vez acaba el vals y arranca la fiesta, calentamos hornos y montamos una parada donde los invitados van degustando distintos sabores entre copa y copa. Entre ellos la pizza de Nutella, que ya es un clásico en La Fermata.

#### ¿Y vuestros retos para el futuro?

E.S.: Seguir creando nuevas recetas y otras propuestas elaboradas con nuestra masa, consolidar la oferta de Delivery y de Catering y, si surge la oportunidad, nuestro sueño es abrir nuevas "paradas" de La Fermata en los distintos barrios de Barcelona y, por qué no, en otras ciudades.

www.lafermata.es



## Entrevista ALBERT QUINTELA DIRECTOR GENERAL DE QUINTELA SERVEIS

# “No vamos a colocar sino a vender y la venta exige seguimiento”



Empresa de segunda generación, Quintela Serveis lleva desde hace más de tres décadas trabajando al servicio del sector HORECA al que ofrece un servicio integral de maquinaria y mobiliario a medida de alta calidad a un precio muy competitivo

#### ¿La evolución, a lo largo de los años, ha llevado a Quintela Serveis a ofrecer un servicio integral en su área de especialización?

Efectivamente. Quintela Serveis la crearon en 1985 mis padres, Joan Quintela y Neus Fusté, perfilada como una empresa de venta de productos de menaje y limpieza (químicos, papel celulosa...) para el sector de la hostelería. A partir de 1990 se abrió una nueva línea de

negocio dedicada a la maquinaria industrial para HORECA y, a partir de ese momento, la empresa ya toma otra envergadura puesto que implementamos también nuestro servicio SAT de la mano de personal con especialización técnica.

#### ¿Dónde empieza y dónde termina hoy el trabajo de Quintela Serveis?

Como decíamos, nuestro enfo-



que se basa en el servicio integral, con vocación de excelencia. De la mano del cliente, trabajamos desde el diseño de sus instalaciones (cocinas industriales), pasando por la fabricación del mobiliario, la instalación y, muy importante, el servicio postventa. Siempre decimos que "no vamos a colocar, vamos a vender" y la venta exige un seguimiento posterior y un servicio postventa muy cuidado. Nuestro SAT atiende al cliente los 365 días del año, 24 horas día.

#### “Nuestro SAT está a disposición del cliente los 365 días del año”

#### Ofreciendo maquinaria de primeras marcas y mobiliario propio...

Sí. Somos distribuidores en Catalunya de algunas marcas punteras en maquinaria para HORECA, como Rational, Charvet o Zanussi del Grupo Electrolux, entre otras. Por otra parte, contamos con un pequeño taller propio, muy artesanal, en el que fabricamos un magnífico mobiliario a medida en acero inoxidable, desde bajos mostradores a muebles neutros de trabajo, vitrinas frías, mesas, zonas d lavado... Todo con muy alta calidad y orientado a HORECA.

#### En el marco de HORECA ¿Cuál es su perfil de cliente?

Desde pequeños locales y restau-

rantes de barrio hasta grandes hospitales, grandes empresas de catering, hoteles, colegios públicos, grandes cocinas para empresas... Metric Market, Fragments Café, Pans&Company, Charcuterías La Garriga, los hospitales Can Ruti, HSJD, Vall d'Hebron y la empresa de catering Cuina Justa, con la que venimos trabajando desde hace 30 años, son algunos de ellos.

Además, hemos creado una e-commerce especializada en el sector, [www.ventahostelera.com](http://www.ventahostelera.com), desde la que ofrecemos todo el portfolio de productos que vendemos para llegar a nuevos clientes.

#### ¿Por qué cree que sus clientes apuestan por Quintela Serveis?

Nuestra gran diferencia está en la personalización. Tenemos un trato muy familiar con nuestros clientes, más de 500 en los 30 años de trayectoria de Quintela Serveis, a los que ofrecemos un seguimiento constante y un magnífico servicio postventa.

#### ¿Su operativa se centra en Catalunya?

Quintela Serveis está muy bien posicionada y cuenta con un buen reconocimiento en Catalunya, pero vendemos en todo el territorio nacional. Catalunya, Madrid y Baleares son nuestros mercados más fuertes. A tres años vista, tenemos previsto iniciar nuestra expansión internacional, empezando por Sudamérica.



MAQUINÀRIA | INSTAL·LACIONS | MOBILIARI | ESTRIS DE CUINA | HIGIENE INDUSTRIAL



Entrevista **JORDI CRUZ** CHEF

**“En su día,  
la tradición fue  
vanguardia. Creo  
en el equilibrio y  
que todo es  
bueno en su  
justa medida”**

**“Mi reto ahora es  
seguir motivado”**

Foto: www.joanvalerafoodphoto.com

# “Los productos más interesantes son los que viajan menos”

Con una propuesta gastronómica muy bien definida y merecido reconocimiento a su trabajo más allá de sus tres estrellas Michelin, Jordi Cruz se sitúa hoy al frente de un póquer de restaurantes: ABaC, Ten's, Angle y A Tempo.

**Con 14 años ya estabas trabajando en un restaurante ¿Qué fue lo que te llamó la atención para dedicarte a la gastronomía?**

Vi que mi hobby podía ser un trabajo y puse toda la carne en el asador.

**Con 26 años fuiste el chef más joven de España en recibir una estrella Michelin y el segundo del mundo. Al margen del orgullo por haberlo conseguido, ¿qué te ha enseñado ese premio?**

Ese premio es consecuencia del buen trabajo y significaba que si seguía siendo tenaz y con ganas de hacer cosas diferentes me llevaría lejos.

**El restaurante “ABaC”, dos restaurantes más en Barcelona, un nuevo proyecto en Girona y un programa de televisión ¿Qué te falta por hacer? ¿Cuáles son tus próximos retos?**

Mi reto es seguir motivado. Lo que vaya apareciendo y sea asequible, se pueda hacer y sea factible pues lo analizaremos y, si nos apetece y nos divierte, pues lo haremos.

**Hace menos de un mes que acabas de inaugurar el Restaurante “A**

**Tempo”, en Sant Julià de Ramis, en Girona, el cuarto bajo tu batuta y el primero fuera de Barcelona. Cuéntanos, ¿por qué te decidiste por La Fortalesa y la importancia del entorno para tu gastronomía?**

No teníamos pensado coger otra gestión pero como el sitio era muy singular y permite hacer un montón de cosas y crear muchas sinergias no podíamos negarnos. Lo hacemos encantados.

**¿Cómo definirías la cocina de “A Tempo”?**

Una gran cocina basada en el producto, que quiere ser singular y que quiere desdibujar la línea que separa la sala de la cocina.

**¿Cuál es su objetivo para “A Tempo”? En este nuevo restaurante le has dado un giro al concepto de camarero y cocinero ¿Cómo son esos nuevos roles?**

Es algo que nació en el ABaC y que hemos practicado allí. ABaC tiene dos menús y hacemos ese trabajo en el que el camarero y el cocinero se fusionan. Lo hacíamos en algunos platos de ABaC y en este nuevo

concepto estamos para hacerlo al 100%.

**Además de “A Tempo” dicho complejo cuenta con D’or, ¿Qué tipo de cocina predomina allí y a qué público va dirigida la propuesta?**

Queríamos hacer un menú de 15 euros para todo el mundo y demostrar que con ese dinero se pueden hacer grandes cosas. Es un menú maravilloso de cocina de proximidad a un precio increíblemente asequible.

**En tu cocina mezclas tradición y vanguardia ¿Cómo se consigue conjugar ambos conceptos y que la unión esté equilibrada y perfecta?**

Yo creo que no hay diferencia entre la tradición y la vanguardia. En su día, la tradición fue vanguardia. Creo en el equilibrio y creo que todo es bueno en su justa medida.

**¿Qué alimento que todavía no es conocido a nivel popular crees que es todo un descubrimiento?**

Los fermentados.

**A la hora de cocinar, haces mucho hincapié en la sostenibilidad, en utilizar productos de proximidad ¿Crees que las cocinas españolas deberían recuperar esas ideas? Antes se cocinaba más pensando en lo que había y ahora hay de todo en cualquier época del año...**

Está claro que los productos más

interesantes son los que viajan menos. Son los que están en su mejor momento y esos son los de estacionalidad. El mejor producto es el que se transporta pocos kilómetros y, por esa razón, lo lógico es pensar como dice la pregunta. Eso no quita que no puedas utilizar ajos negros del Japón u hojas de lima de Tailandia. Son también maravillosos productos pero, los tomates, si son del huerto de aquí al lado, mejor.

**¿Qué no debería faltar en una despensa?**

En una despensa mediterránea, aceite de oliva, entendiendo como despensa ese sitio en el que guardamos cosas por si acaso, no el frigorífico donde están los productos frescos. En una despensa tiene que haber, como decía, aceite de oliva, buenas conservas y productos con los que hacer cocina sana... por si acaso vienen visitas, tener recursos.

**Pensando en el otoño ¿Qué productos deberías tener en cuenta a la hora de hacer la compra? ¿Por qué platos hay que apostar?**

Hay diferencia entre hacer la compra para casa o hacerla para un restaurante. Para un restaurante evidentemente pensamos en caza, en setas, en trufa y en esos mariscos que se ponen en un momento maravilloso... en este tipo de productos. Y en verduras de invierno que también las hay y que son muy interesantes.

**¿Cómo hace la compra Jordi Cruz? ¿Cuáles son los trucos en los que hay que fijarse?**

Yo la compra la hago sin hambre para no comprar a capricho. Y procuro comprar cosas para cocinar saludable, para intentar llevar un control de mi alimentación coherente e intentar que sean productos estacionales.

**¿Qué consejo le das a la gente que cocina diariamente en su casa para que innove y arriesgue con nuevos platos?**

Más que nuevos platos, lo interesante es llevar una alimentación variada y hay que probar cosas, hay que practicar. Hay que ser curioso y pensar que la cocina es un regalo para uno mismo y entenderlo como algo divertido que puede ser un hobby muy interesante.

**¿Tu menú perfecto?**

El último que he hecho

**Al margen de ser un entretenimiento, ¿crees que Masterchef ha hecho que mucha gente vuelva a coger el gusto por cocinar o nunca se ha perdido? ¿Qué crees que aporta un programa como ese?**

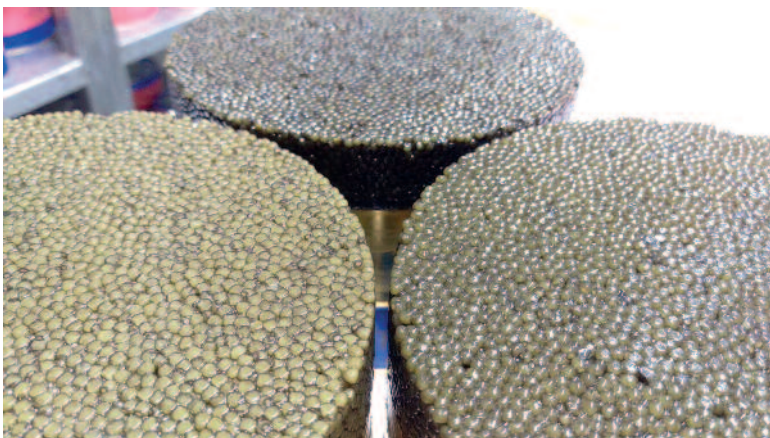
Sí creo que mucha gente ha cogido el gusanillo de cocinar gracias al programa y que también ha introducido a muchos niños a ello. Masterchef ha hecho pensar que el acto de comer no es solo eso, que es algo más.



# Caviar Sos

## Bienvenidos al lujo del caviar negro

El mundo de la gastronomía es magnífico. El arte de comer y beber no es un concepto que se reduce a una serie de productos, sino a la sensación de placer originada en cada alimento y bebida que ingerimos, disfrutándolo en su máximo esplendor. Hoy, desde Caviar Sos, les introducimos al mundo del caviar negro, el alimento de lujo por excelencia.



**D**elicatessen es el nombre asignado a 'los más codiciados' en el mercado gastronómico: alimentos exclusivos por sus características especiales, por ser exóticos, raros o por poseer una elevada calidad en cocina. Se trata de productos de alta gama y con

un prestigio socioeconómico. Todas estas características son propias del caviar, también conocido como "oro negro".

### El mejor oro negro

Caviar Sos es una marca de renombre dentro del mundo del caviar y su comercialización.

Una empresa con pasión por dicho producto y que, junto a una exhaustiva búsqueda, ha logrado que Barcelona sea, a día de hoy, la cuna del mejor caviar de España gracias a este negocio forjado hace casi una década en la Av. Pau Casals Nº5 de la capital catalana.

Son varios los tipos de "oro negro" que han surgido los últimos años; desde híbridos entre esturiones hasta tipos de caviar con 'Beluga' en su nombre. Y es que el caviar del esturión Beluga es el caviar supremo, el 'Messi del caviar', esto justifica el uso desmesurado de este nombre. Una estrategia comercial que se basa en el interés económico y en ofrecer un producto a una relación calidad/precio lejos de la realidad.

Olvidense. Ni híbridos ni Premium ni engaños comerciales. Los auténticos tipos de caviar, los clásicos y de verdadero sabor son los tres grandes: el caviar Sevruga, caviar Oscietra y el rey Beluga.

Caviar Sos lleva ya varios años dedicándose a la selección de los mejores caviars del mundo, siempre cuidando cada detalle para que nuestro público se sienta maravillado. Cada cucharada de nuestro caviar te transporta a un mundo de nuevas sensaciones.

Una fórmula simple, eficaz y basada ni más ni la degustación del caviar antes de decidir la variedad que se escogerá.

### Una experiencia gastronómica

En nuestra tienda en Av. Pau Casals, Nº 5 en Barcelona no se encontrará nunca una lata de caviar lista para ser comprada: todo es envasado ante la mirada de los clientes. No buscamos solo la seguridad y confianza de nuestros clientes sobre el producto, buscamos ir más allá ofreciendo una copa de champagne o un chupito de vodka junto a la cucharada del manjar gastronómico. Buscamos estrechar lazos de amistad.

Caviar Sos es una constante experiencia gastronómica. Un relajante Jazz de fondo, una cata de caviar, una decoración que atrapa la atención una vez dentro y una parte esencial y distintiva de la empresa número uno en caviar negro: se pone a disposición del cliente una sala privada con capacidad para 8-10 para llevar acabo catas, degustaciones y eventos de nuestros mejores productos y degustaciones con todas las garantías de calidad, envasado y transporte y siempre respetando la normativa CITES.

El comercio internacional del caviar está restringido y alta-

## Huevos fritos con caviar

### La receta clásica en Caviar Sos

No hay mejor forma de empezar el día que con las proteínas y vitaminas que este glorioso producto ofrece. Una lata de caviar, huevos fritos o su pasta favorita y olvídense de tener que buscar otro plato que supere sus expectativas.

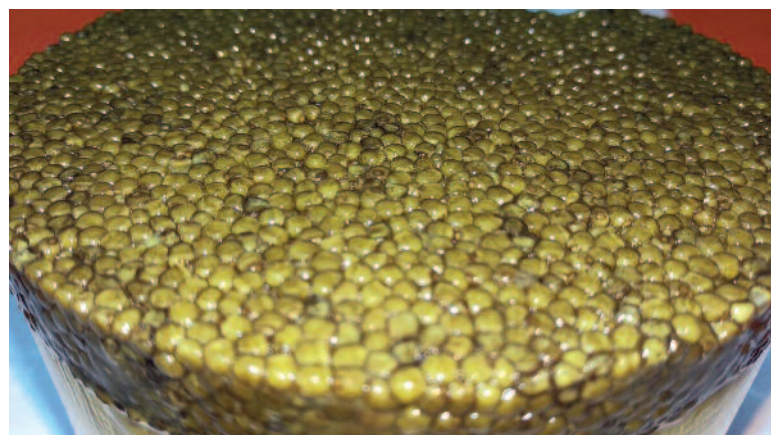
### Ideas exquisitas

Pese a que los amantes del caviar suelen preferirlo solo, es cierto que existen algunas recetas con caviar sencillamente maravillosas. Por ejemplo, acompañado de una patata cocida, o como decíamos, con huevos fritos, o con pasta, o sobre unos blinis con nata agria. Estos platos no van a requerir cantidades industriales de caviar: bastará un toquecito para cambiar su sabor y aportar autenticidad y exquisitez al plato.

En fechas tan señaladas como las navidades, es imprescindible la preparación de platos en las comidas y cenas familiares. Como bien es conocido, el caviar tiene una enorme fortaleza y es que combina perfectamente con muchos alimentos como la pasta o las ensaladas.

Una receta que recomendamos a nuestros clientes son los tallarines con caviar. Son muchos los que, habiendo probado esta receta anteriormente, han votado por repetir ya que es una combinación eficiente y complaciente.

Para mantener el caviar en perfectas condiciones, debe conservarse en frío entre -3°C y 3°C. Para consumirlo en condiciones óptimas, debe estar a una temperatura de entre 10° y 12°, de manera que tenemos que sacarlo de la nevera y dejarlo reposar a temperatura ambiente.



**Caviarsa 2010 S.L.U**  
Av Pau Casals, 5 08021  
Barcelona - España  
Tel: 932.005.050  
Fax: 931.180.225  
[www.caviarsos.com](http://www.caviarsos.com)  
[info@caviarsos.com](mailto:info@caviarsos.com)



Entrevista **SEBASTIÀ MAS** FUNDADOR Y DIRECTOR GENERAL DE CASA MAS

# CASA MAS Tu otra cocina en casa

Casa Mas es el gran aliado de muchas familias. Su éxito radica en ofrecer los platos preparados de máxima calidad. Hablamos de más de 40 recetas, todas ellas apetitosas y hechas de forma tradicional, como si hubieran salido de nuestra propia cocina. Hablamos con el artífice de esta propuesta culinaria, Sebastià Mas.

**Sebastià, ¿para Navidad el plato estrella que nos ofrece Casa Mas son los tradicionales canelones?**

Sin duda, los canelones caseiros de carne de Casa Mas es una de nuestras recetas más demandadas durante estas fechas, aunque también lo son otros productos. Durante las navidades, en general, ya hay un incremento considerable del consumo y, en el caso de los canelones, lo hay sobre todo en Catalunya.

No obstante, hoy en día esta receta se ha convertido en un producto consumido habitualmente, no solamente en Catalunya sino también en el resto del mercado nacional donde también han ido penetrando estas costumbres.

**¿Qué otras especialidades navideñas podemos encontrar en Casa Mas?**

A parte de los canelones caseiros de carne que presentamos tanto en formato individual como familiar, también incorporamos en el surtido navideño otras especialidades gastronómicas: los canelones de pato y foie con bechamel de "ceps" y queso parmesano, una crema de marisco, y unas vieiras rellenas.

Para aquellos consumidores vegetarianos que quieran disfrutar del consumo de los canelones tradicionales, ampliamos esta familia, con una especialidad vegetal, los canelones de espinacas con queso de cabra.



**“En Casa Mas tenemos tres ejes principales integrados en nuestro ADN: Gastronomía, Procesos y Personas que van orientados a satisfacer las necesidades del consumidor”**

**¿Qué “receta mágica” comparan todos los platos preparados que nos ofrece Casa Mas?**

En Casa Mas tenemos tres ejes principales integrados en nuestro ADN: Gastronomía, Procesos y Personas que van orientados a satisfacer las necesidades del consumidor.

**GASTRONOMÍA:** en nuestra cocina, elaboramos recetas tradicionales muy integradas a nuestras costumbres.

Desde nuestros departamentos de I+D y Marketing se trabaja muy intensamente en el desarrollo de nuevas recetas siguiendo los cambios constantes de tendencias y los nuevos hábitos del consumidor: recetas saludables y nutricionalmente equilibradas, vegano, vegetariano, etc.

**PROCESOS:** en Casa Mas nos regimos por las principales normativas europeas (ISO, IFS), que exigen unos controles exhaustivos (APPCC) y una metodología de trabajo durante todo su proceso con un objetivo principal: nuestro compromiso en calidad y seguridad alimentaria.

**PERSONAS:** detrás de cualquier departamento siempre hay

un equipo de personas en constante conexión para poder afrontar las exigencias propias de lo que significa trabajar en un producto fresco.

En Casa Mas somos especialistas en elaboración de platos preparados frescos percederos. Esto implica una dinámica de trabajo muy exigente que sin unos valores humanos y profesionales no sería posible. Nos basamos en metodologías de trabajo adaptadas a las dificultades de nuestro proyecto, en la mayoría de las cuales participan diferentes departamentos donde el compromiso y liderazgo de las personas son imprescindibles.

**¿Cuál es el origen de las materias primas que utilizan en las cocinas de Casa Mas?**

Para obtener la mejor calidad de nuestros productos es básico disponer de las mejores materias primas frescas y de un servicio a diario. Esto lo conseguimos gracias a nuestros proveedores de proximidad. Por ejemplo, las carnes y verduras son de productores que se encuentran a menos de 30 Km de nuestras instalaciones,

o la leche fresca que proviene de una explotación ganadera de la zona.

**¿Hablamos de más de 40 propuestas? ¿Hablamos también de recetas adecuadas a los productos de temporada?**

Efectivamente ofrecemos más de 40 recetas, disponibles en distintos formatos de consumo en función del canal de venta. Las principales familias de productos, basadas muchas de ellas en la cocina mediterránea, son: canelones y lasañas, croquetas, pasteles fríos (tipo sandwich), ensaladas, base carne, pastas y gazpachos.

En cuanto a la segunda pregunta, hemos hablado de producto específicamente de temporada navideña, pero hay otros que su temporalidad viene marcada por la disponibilidad o calidad de las materias primas. Por ejemplo, dentro de la familia de verduras, ahora estamos empezando la temporada del “trinxat”. El ingrediente principal de este producto es la col y en concreto la col de invierno, por lo que solamente se incorpora en nuestro portafolio en temporada de invierno. Hay otros productos estacionales, como el salmorejo y el gazpacho donde la estacionalidad va relacionada con la maduración del tomate.

**¿Dónde podemos comprar los platos preparados de Casa Mas?**

Los productos de Casa Mas se pueden adquirir tanto en los principales canales de distribución moderna como en el canal tradicional o bien en el canal Horeca. Tenemos presencia en las principales tiendas y supermercados nacionales y de Andorra.

En resumen, en Casa Mas queremos ser el proveedor global del mercado. Internamente tenemos integrado que aportamos nuestro granito de arena a la sociedad. Entendemos esta función social en el sentido de que estamos aportando calidad, tiempo y soluciones gastronómicas en el día a día de las personas.





**Entrevista** SAMUELE GAGLIARDI FUNDADOR DE LA CAPRICCIOSA

# “Comer en La Capricciosa es recuperar el espacio social que siempre fue la mesa”



Samuele Gagliardi abrió su primer restaurante en Barcelona en el año 2011. Desde entonces, La Capricciosa ha ido creciendo y ganando un público fiel gracias a plasmar en sus locales la filosofía y la visión personal que su fundador tiene del negocio de la hostelería.

## ¿Qué pretendía cuando abrió el primer restaurante La Capricciosa?

Desde siempre había tenido la inquietud de emprender. La tuve mientras trabajé en diversos países y finalmente pude convertirla en realidad en 2011. Mi idea no era otra que reproducir y poner a disposición del público de Barcelona las antiguas recetas de la cocina italiana que había vivido en casa.

## ¿Cuál es la foto actual de la empresa?

Hoy en día tenemos nueve locales abiertos, todos ellos en la ciudad de Barcelona. Seis son restaurantes propios y los otros tres son franquicias, un modelo de expansión que pusimos en marcha hace ahora cuatro años. Hoy trabaja en La Capricciosa un equipo formado por 90 personas.

## ¿Por qué debemos visitar La Capricciosa?

Soy de los que piensan que cuando alguien decide ir a comer o a cenar a un restaurante, necesita tener un espa-

cio para desconectar y retomar lo que ha sido siempre la mesa en la cultura mediterránea: un espacio social. En La Capricciosa encontrará una amplia carta de cocina italiana de calidad a un precio asequible para todos los bolsillos, pero sobre todo hallará un trato exquisito, la máxima educación y todo lo necesario para sentirse como en casa. El secreto del éxito de la hostelería es que el cliente abandone el restaurante satisfecho y pensando que ha estado en un lugar donde merece la pena volver. En eso nos esforzamos a diario en todos nuestros restaurantes.

## Parece algo de sentido común...

Sí, pero coincidirá conmigo en que muchas veces no ocurre eso y hay lugares donde vas a comer y parece que te hagan un favor. Nosotros cuidamos todos los detalles, lo que nos ha llevado a tener una clientela fiel a la que llamamos por su nombre. La gente quiere comer bien y sentirse a gusto, y ambas cosas puede lograrlas en La Capricciosa.

## Direcciones de La Capricciosa en Barcelona

Viladomat, 261 - 93 410 20 40  
Viladomat, 265 - 93 322 60 13  
Viladomat, 267 - 93 348 60 55  
Provença, 99 - 93 494 26 05  
Comte d'Urgell, 188 - 93 510 05 94  
Comte d'Urgell, 196 - 93 514 07 94

## ¿Seguirán ampliando la carta?

Continuaremos agregando aquellas cosas que puedan colaborar a crear más conocimiento de la gastronomía italiana, pero sobre todo de la zona centro y norte del país, que es donde nació y la que conocemos bien.

## ¿Cuáles son los planes de futuro de la empresa?

Mi principal reto es no caer en la rutina, porque la rutina lleva al aburrimiento y perjudica el negocio. Me siento afortunado con lo que hago y no descarto a medio plazo trasladar el modelo de La Capricciosa a otros países. Eso sí, manteniendo siempre esa filosofía de calidad y respeto al cliente que le he comentado.

[www.lacapricciosa.info](http://www.lacapricciosa.info)

**Entrevista** HERMANOS CROUS LAURA Y TONI

# “El secreto: cuidar el producto”

Masa delgada y crujiente; comprar buenos productos y tratarlos bien; hacer que el cliente se sienta como en casa; precios razonables. Estos son algunos de los secretos de la Pizzería 1900, la cadena de restaurantes italianos que des de Cànoves se está convirtiendo en referencia gastronómica en las principales ciudades catalanas. Hablamos de ello con Laura y Toni Crous, propietarios.

## ¿Por qué 1900?

Es el año en el que se construyeron las antiguas cuadras de la casa familiar donde decidimos empezar con el primer restaurante.

**Esto fue en Cànoves en 2013, des de entonces has abierto pizzerías en Puigcerdà, la Garriga, Granollers, Vic, Manresa, Mataró, Sant Cugat... hasta llegar a 18.**

Sí, pero sólo 16 son pizzerías, L'Amagatall y El Mercadal, los dos en Vic, son diferentes. El primero es de cocina de autor y el otro es de tapas. Y, de hecho, estamos a punto de abrir el 19º local, que será el tercero en Granollers.

## ¿Una pizzería?

Sí. La comida italiana es nuestro negocio principal. Disponemos de un menú con una amplia variedad de cocina tradicional italiana: pizza y pasta, pero también carnes, ensaladas, postres, etc. Todo ello con una buena selección de vinos, tanto catalanes como espa-

ñoles e italianos. Ahora vamos a introducir pizzas y pasta para celiacos y también una masa hecha con carbón activo, una receta milenaria que es de color negro, tiene propiedades medicinales y es más fácil de digerir.

## ¿Cuál es el secreto para crecer tanto y tan rápido?

No hay demasiado secreto: ganas de trabajar y un poco de suerte, que nunca viene mal. Cuida-



mos el producto, que debe ser de calidad; también cuidamos al máximo la cocina: hervimos la pasta



al momento y la salteamos en la sartén; las pizzas las hacemos, en la mayoría de restaurantes, en hornos de leña; los postres son hechos por nosotros; la carne, con brasa de encina... Ahora hemos acabado un obrador para homogeneizar el producto, como las lasañas y los canelones.

## Pero todo esto, ¿a qué precio?

Nuestra máxima es ajustar los precios y no ser escasos con los clientes. Cuando alguien viene a cenar, esa mesa es suya, no intentaremos echarlos para llenarla en segundo turno. Queremos que la gente se sienta a gusto, que disfru-

ten de la comida, del postre, que sigan con la sobremesa y se vayan cuando les apetezca. Es por eso que buscamos locales que tengan espacios para grupos, para que puedan celebrar ocasiones especiales sin miedo a que el restaurante cierre. Nosotros no hacemos comida rápida, queremos que nuestros clientes disfruten de la pizza. Por Navidad, tenemos menús cerrados para empresas de 20, 25 y 30 euros, pero el resto del año, en la Pizzería 1900, se puede cenar por entre 15 y 18 euros, además de los menús diarios y de fin de semana.

## Esto en los restaurantes, ¿y a domicilio?

Excepto en Puigcerdà, en el resto de locales se ofrece el servicio a domicilio, y es uno de los puntos que queremos potenciar. Como novedad, estamos considerando hacer los repartos en patinete eléctrico. No podemos hacerlo en todas partes, bien sea porque las distancias son largas y la pizza se quedaría fría, bien porque la orografía de la ciudad no lo permite, pero esta idea está sobre la mesa y no creo que tardemos demasiado en ponerla en marcha.



[www.pizzeria1900.cat](http://www.pizzeria1900.cat)



Entrevista **ÒSCAR SALA** GERENTE DE BLAI 9

# “Bares de pinchos como el Blai 9 son un lugar ideal para socializar y salir de la rutina”

El Poble Sec es uno de los barrios de Barcelona que ha experimentado una mayor transformación en los últimos años. Acogedor, humilde y cosmopolita, el auge de la zona lo ha convertido en uno de los puntos de encuentro para quienes desean acceder a una amplia oferta de pinchos y tapas, elementos que Manuel Vázquez Montalbán definía como “felicidades plurales, breves, pero continuadas para el paladar”. Y ahí, en pleno centro del Sec –como conocen sus habitantes al barrio– se encuentra el Blai 9, una propuesta creada por Simona y Òscar que en cinco años se ha convertido en una referencia. Hemos hablado con él.

## ¿Cómo definiría el Blai 9 para quien no lo conozca?

El Blai 9 es un bar diferente en el corazón del Poble Sec, un rincón nacido para ofrecer a quien decide visitarnos una amplia y creativa variedad de pinchos, para ser disfrutados en un espacio acogedor y con encanto.

## Pero no es uno más dentro de la oferta del barrio...

Eso es cierto. Cuando hace cinco años decidimos abrir el bar, lo hicimos con la intención de ofrecer algo distinto. Ya hay muchos locales en el Poble Sec que ofrecen buenos pinchos y tapas, de modo que hacer lo mismo no tendría demasiado sentido. Por eso decidimos dar una vuelta al concepto de pincho y crear los nuestros sin utilizar ni una sola rebanada de pan.

## ¿Por qué?

Porque pensamos que era necesario aportar valor añadido al pincho y disfrutar de lo que verdaderamente los hace únicos, que son el resto de ingredientes y el modo en que los combinamos. En lugar de la rebanada de pan, que puede llegar a resultar repetitiva, nuestros pinchos incorporan una plural variedad de elementos como los pancakes, las piadinas o las crêpes, elementos que nos permiten conferir al pincho un diseño diferente y, sobre todo, un sabor único.

## ¿De dónde surge ese enfoque?

A la hora de poner en marcha el concepto Blai 9 aprovechamos la experiencia acumulada en Bocrep, una cocina central que creamos en 1989 y

años abiertos al público y no hemos dejado nunca de darle vuelta a aquellos conceptos que puedan desembarcar en nuevos pinchos para nuestros clientes. Creo que en el Blai 9 hemos hecho realidad otra de las frases de Vázquez Montalbán cuando definía a la tapa y al pincho como “una comida itinerante, de originales propuestas imaginativas y de libertad”.

## Un modo de reivindicar el pincho.

Eso es algo en lo que llevamos trabajando desde el primer día y que en los últimos tiempos se ha traducido en diferentes iniciativas. La última de ellas, que estamos desarrollando junto a cuatro restaurantes más de la Calle Blai y que pondremos en marcha en breve, es una ruta gastronómica que pretende demostrar que es posible comer pinchos gourmet, muy elaborados y preparados con productos seleccionados y de gran calidad, a unos precios muy razonables. Y con este mismo grupo de cinco restaurantes ya hemos iniciado la ruta del vermut, que se celebra el segundo fin de semana de cada mes, y la ruta del pincho, pensada para que los estudiantes puedan disfrutar de una excelente propuesta de un pincho más un zurito a 2€ a partir de las 18 h. de los jueves.

## De esta forma, Blai 9 se implica en el día a día del barrio, ¿no es así?

Para nosotros, estar en el Poble Sec es un privilegio. Es un barrio con encanto en el que hemos sido muy bien acogidos y a cuyos vecinos estamos muy agradecidos. Por esa razón, además de las rutas que le he comentado, colaboramos en diferentes iniciativas culturales. Una de ellas es la decoración de las persianas de nuestro restaurante, de la farmacia vecina y de otros locales con grafitis que se han convertido en una especie de exposición urbana permanente y que muestran imágenes de diferentes artistas vinculados al Poble Sec o a la ciudad, como Vázquez Montalbán, Mayte Martín, Colita, els Castellars del Poble Sec, Cesc Gelabert, Maria Aurèlia Capmany o Joan Manuel Serrat. Con acciones como esta hemos querido agradecer a los vecinos su comprensión y hacer evidente nuestro compro-

miso para respetar su descanso y hacer más agradable el barrio.

## ¿Se ha traducido la filosofía Blai 9 en una clientela fiel?

Sin duda. Lo vemos cuando la gente repite habitualmente y nos elige como lugar de referencia, y también por el feedback que nos llega a través de las redes sociales. En esto tiene mucho que ver tanto la oferta gastronómica, con una carta que adaptamos en función de la temporada y que está siempre en evolución, como la implicación de nuestro equipo humano, a quien cuidamos mu-

cho para que se sienta a gusto y transmita esa sensación en el trato al cliente.

## ¿Cuáles son los retos de futuro de Blai 9?

El reto es seguir innovando y haciendo las cosas bien, para mantener viva la relación con nuestros clientes, con nuestros vecinos y con el barrio y consolidar así el Blai 9 como uno de los puntos de referencia del Poble Sec. A medio plazo nos gustaría abrir otro local en Barcelona, pero por el momento vamos a disfrutar de lo que tenemos hoy, que no es poco.



# Blai 9

T A P A S

C. Blai, 9 (esquina con Calle de Salvà, 35)  
Poble Sec - 08004 Barcelona  
[www.blai9.com](http://www.blai9.com)  
Tel. 933 297 365 y 662 477 607





**M**arca Premium, Montesquius está comprometida con una viticultura exigente, artesana y respetuosa con el terroir, lo que le permite obtener unos vinos y cavas de gran autenticidad. El pasado mes de mayo celebraba su 100 aniversario en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, cumpleaños que el presidente de la firma, Ramón Giné París, destacó como el principal hito en la historia de la bodega y una gran ocasión para “echar la mirada atrás y valorar lo que se ha logrado”.

Ramón Giné París señaló además la importancia que tiene el paso del tiempo, a la hora de aportar bagaje y experiencia, destacó sobre todo el apoyo y respeto por la tradición como uno de los puntos fuertes de Montesquius: “mantener una idea de vitivinicultura ancestral y un total respeto por un legado que ha ido pasando de generación en generación”.

**–Además de un orgullo ¿Diría que el centenario de Montesquius es, al tiempo, una responsabilidad para la marca?**

–Por supuesto, se trata de ser consecuentes con la vitivinicultura ancestral, el legado de nuestros antepasados, como única manera de expresar en botella la consideración y cuidado por la tierra aprendido de ellos. Montesquius es hablar de carisma, elegancia y sutileza en el ensamblaje de vinos y cavas.

**–¿Cuál es la hoja de ruta de Montesquius a futuro?**

–Seguir haciendo las cosas como hasta el momento, consecuentes co-

## Montesquius

### La máxima expresión de la elegancia en cava



En el año de su 100 aniversario, la marca ha presentado sus dos nuevas joyas enológicas: Blanc de Blancs y Rosé Doré, dos cavas Gran Reserva, Brut Nature, cosecha de 2015, sublimes y exclusivos, lanzados en conmemoración de su centenario.

mo lo han hecho las generaciones que nos han precedido, invirtiendo en modernización de maquinaria, buscando más espacio para las largas crianzas, apostando por cavas adaptados al mercado, teniendo como referente prioritario e ineludible

el conseguir dejar la mínima huella en el ecosistema. Sabemos que los consumidores eligen productos de gran calidad, ahora sólo hace falta que prueben nuestros cavas y vinos. Estamos seguros de que, cuando lo hagan, los apre-

ciarán y disfrutarán como hacemos nosotros y otros profesionales de prestigio. Porque los grandes productos apenas necesitan explicación, son reconocidos por todo el mundo, aunque uno no sea un entendido.

#### Cavas de lujo

Los cavas Montesquius marcan una gran diferencia por su elegancia, su fina burbuja y su larga crianza, entre otros aspectos. Todos sus cavas son de añada y se degüellan en caliente, lo cual ya es un símbolo de calidad. La otra gran diferencia de estos cavas está en la viña: el trabajo con la uva y en parcela es clave para conseguir un gran cava. El resultado son cavas gastronómicos, tan buenos tras el degüello que no se les añade azúcar, con acidez equilibrada y que sientan maravillosamente.

**Los grandes productos apenas necesitan explicación. Son reconocidos por todo el mundo**

Aparte de los cavas ya mencionados, disponen en el mercado otras añadas en curso como la 2014 (en blanco y rosado, extra brut) y añadas o vintages más viejos, como el blanco 2008 y rosado 2009 (con una década de crianza). Para los amantes de los grandes formatos, Montesquius magnum añada 2004, con 14 años de crianza, otra joya enológica llena de complejidad y matices.

Por supuesto, no se olvidan de los entusiastas de lo natural, con vinos y cavas perfectos para beber en cualquier momento, bajo el nombre de “NATURELOVERS”. Un estilo original, fresco y frutado, tanto de cava como de vinos, blanco, rosado y tinto.

[www.montesquius.com](http://www.montesquius.com)

**Entrevista** MANUEL ARIAS PROPIETARIO DE DELCABO SELECTION

# Pedacitos de Galicia en Catalunya



“...gallegos de lluvia y calma, catalanes de firmeza...” decía Miguel Hernández en su poema Vientos del pueblo. Catalunya y Galicia siguen unidas hoy, igual que en esos versos, de la mano de Delcabo Selection, una Pyme creada por un gallego afincado desde hace más de 30 años en Catalunya, que trabaja para acercar productos gallegos de primera calidad a establecimientos y hogares catalanes.

**¿Con qué vocación crea Delcabo Selection en 2010?**

Principalmente con la de promocionar productos de calidad gallegos en Catalunya. Generalmente productos de pequeños productores que, de otra manera, no podrían abrirse mercado. Nosotros somos su pie en Catalunya, donde ofrecemos una gama exclusiva de

**“Somos el pie de pequeños productores gallegos en Catalunya”**

productos gourmet de Galicia distinguidos por su alta calidad. En un principio les representábamos pero ahora ya comercializamos también con marcas propias.

**¿Cuáles son esas marcas?**

En honor al poema de Miguel Hernández, Vientos del Pueblo, tenemos nuestra marca Gallegos de lluvia y calma, con la que llevamos al mercado dos vinos: un godello D.O. Rías Baixas y un albariño D.O. Rías Baixas.

Con nuestra marca Regueiro, comercializamos vinos de mesa y licores gallegos elabora-

dos con orujos y aguardientes, en siete sabores (orujo, licor de hierbas, licor café, licor tostado, crema de licor, limonciño y pacharán). Y con la marca Delcabo, acercamos a Catalunya empanadas gallegas, tarta de Santiago, tarta de castañas y tarta de nueces.

**¿Se orientan al consumidor final?**

Tenemos tienda online, desde la que se pueden adquirir todos los productos que comercializamos, pero nos orientamos mucho también al cliente de restauración. En Catalunya hay muchos restaurantes que reconocen el producto gallego de calidad y saben que tiene gran aceptación entre el público. Desde Delcabo Selection trabajamos para servir a cualquier establecimiento, ya sea restaurante o tienda, que quiera incorporar productos gallegos a su gama.

<https://delcabo.es> - [info@delcabo.es](mailto:info@delcabo.es)





# Rovellats

## una historia de amor a la tierra, las personas, el cava

Desde hace más de tres generaciones, Rovellats es uno de los referentes en el mundo de la elaboración de cava. Desde que Josep Vallès Rovira iniciara la producción de cava en la década de los años 20 del siglo pasado, Rovellats ha ido evolucionando a partir de una filosofía de trabajo basada en la calidad.

La segunda generación, representada por Rosa Vallès y Joan Cardona, se ocupó de realizar innovaciones tecnológicas en la bodega y en las más de 140 hectáreas de la finca, un viñedo con el que se elabora toda la producción de la marca.

### Pasión por el trabajo bien hecho

Rovellats ha sido siempre una bodega singular a todos los niveles. Singular por poseer la única cava en forma radial del

Penedès, por utilizar una marca que a priori tiene connotaciones negativas (rovellats significa en catalán 'oxidados' y tiene su origen en un topónimo local, desde el S. X) y por mantener una filosofía basada en el control de todos los factores que repercuten en la consecución de un buen cava. Josep Cardona, responsable de la empresa en su tercera generación, explica que "Rovellats es una historia permanente de amor a la tierra, al vino y a las personas. Nuestros vinos y ca-

vas se elaboran únicamente a partir de las uvas que vendimiamos en nuestra finca, lo que nos permite controlar al detalle su punto de maduración y disponer de una materia prima de primer nivel sobre la que trabajar".

Hoy en día, Rovellats cultiva las variedades Macabeo, Parellada, Xarel•lo y Chardonnay para la elaboración de sus cavas; Garnacha para los cavas rosados y Cabernet, Merlot y Syrah para sus vinos. Cardona, que se considera "un privile-



giado por hacer algo que adoro", explica que Rovellats tiene en el mercado nacional el principal destino de sus ventas, aunque en los últimos años ha crecido el porcentaje de exportación a países como Japón, Estados Unidos, Dinamarca o Suecia, entre otros.

### Reivindicar el cava

A pocos años de celebrar su primer si-

glo de elaboración de cavas, los responsables de Rovellats mantienen intacta su visión acerca de la realidad de un producto que "merece ver preservada su identidad y su personalidad", cuenta Josep Cardona. "Siempre hemos optado por una producción limitada precisamente para respetar la esencia de la tierra y plasmarla en unos cavas capaces de transmitir emociones a quienes los beben y de satisfacer a los paladares más exigentes", añade.

De cara al futuro, Rovellats –que solo elabora Cavas Brut y Brut Nature– pretende mantener ese espíritu y el vínculo que siempre ha ligado a la familia, una de las más antiguas de la industria del cava, al vino, a la tierra y a sus gentes. "Continuaremos aprendiendo y disfrutando del milagro que es la evolución de la viña y las lecciones que nos da cada año para elaborar productos fáciles de beber y que sean agradables al paladar", concluye Josep Cardona.

[www.cavasrovellats.com](http://www.cavasrovellats.com)



## Entrevista TOMÁS FERNÁNDEZ DIRECTOR COMERCIAL DE BENFUMAT

# “El salmón es el producto ideal para compartir en los buenos momentos”

Benfumat es una de las marcas de referencia en el mundo de los ahumados desde hace casi 40 años. Para conocer cuál es la filosofía que ha posicionado a la empresa en la vanguardia del sector, hablamos con su Director Comercial, Tomás Fernández.

### ¿Cuál es la foto actual de Benfumat después de varias décadas en el sector?

Desde hace muchos años, la marca Benfumat se ha asociado a los ahumados de calidad, sobre todo al salmón. Ese posicionamiento ha sido posible gracias a que hemos logrado dar un enfoque diferente a los ahumados para crear una experiencia gastronómica atractiva y que sorprenda al público.

### ¿De qué manera?

A través de la innovación, que nos ha llevado a ampliar nuestra gama de ahumados con varias referencias. Además del salmón, que es el producto por el que más se nos conoce, también disponemos de bacalao, atún, pez espada, sardina, anguila, trucha, pulpo y hasta 10 variedades diferentes, todas ellas con un denominador común: una cuidada selección de la materia prima para garantizar la máxima calidad y un proceso de producción artesanal.

### ¿Se puede innovar en el mundo del salmón?

Sin duda, y nosotros lo hacemos constantemente. Cada lunes recibimos

el salmón fresco de Noruega y lo ahumamos siguiendo métodos tradicionales y artesanales, pues de ninguna manera queremos renunciar a que el producto Benfumat tenga una textura y un sabor que respeten su auténtico origen. Con ello ofrecemos los formatos "naturales" para aquellos que disfrutan del salmón en su estado original. Sobre esta base de producto, hemos incorporado diferentes recetas que permiten disfrutar de una experiencia gastronómica única. Hablo, por ejemplo, de variedades como el salmón ahumado trufa blanca bañado en oro (...oro comestible!), suave crema de wasabi con alga nori, soja y 5 especias, el de jalapeño y semillas de cilantro o el de cítricos y semillas de girasol. Todos ellos permiten realizar maridajes singulares y disfrutar de toda la plenitud del producto.

### También trabajan el concepto de superalimento...

Así es, de hecho el salmón ya es un super alimento. Únicamente combinamos los lomos de salmón con otros superalimentos que ya están presentes en este tipo de dietas para crear tres solu-



ciones concretas: Detox, compuesta por salmón ahumado con té Matcha; Energy, que incorpora cacao y chía; y Antiox, que combina el salmón con el sésamo y el jengibre.

### ¿A qué perfil de cliente se dirige Benfumat con estas propuestas?

Hemos creado una gama de productos elegante y de calidad que se dirige a la restauración selecta, a las empresas



de catering y a las tiendas delicatessen. A los primeros les ofrecemos no solo calidad, sino también formatos y presentaciones que les permite una fácil operativa y la eliminación de mermas. Además, las diferentes variantes proporcionan al chef la posibilidad de maridar nuestros productos con diferentes bebidas para potenciar la experiencia gastronómica de sus clientes.

### ¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

El reto es seguir ofreciendo a nuestros clientes una oferta de calidad que les permita disfrutar del salmón y del resto de ahumados en cualquier ocasión y, en especial, a la hora de compartir buenos momentos. Con ese espíritu continuaremos desarrollando nuestra gama de productos, tanto con nuevos sabores como a través de productos de alta gama como Nature, el salmón que se sala con una combinación de sal y azúcar moreno que le confiere un gusto y una textura únicos...una experiencia para los 5 sentidos!

[www.benfumat.com](http://www.benfumat.com)



**Entrevista** JAUME JUNYENT GERENTE DE PA ARTESÀ DEL VALLÈS

## El éxito de Pa Artesà del Vallès, la masa madre y larga fermentación, para que el pan sea sano y más sabroso



Pa Artesà se ha convertido, por méritos propios, en sinónimo de pan de calidad en toda la comarca del Vallès. El artífice de ello es Jaume Junyent, quien desde que se hizo cargo de la empresa apostó con fuerza por la calidad y las cosas bien hechas, ofreciendo productos de pan, bollería, pastelería y catering.

**Probando su pan se nota que no es un producto pesado de digerir...**

Porque utilizamos masa madre, que tiene muchos beneficios, sobre todo para la salud. El pan con masa madre y larga fermentación nutre más que los elaborados por métodos industriales, y aporta minerales como el zinc, el hierro o el magnesio. También, como dice, es mucho

más ligero en la digestión. La razón es que la principal misión de la masa madre es predigerir el almidón de los granos para que el proceso de fermentación no se haga en el estómago, de modo que el cuerpo tarda menos en procesarlo. A todo esto hay que sumar que el pan elaborado de esta forma dura varios días en buen estado y, si se guarda en un lugar apropiado, no genera la aparición de moho.

**¿Y esa es la apuesta de Pa Artesà?**

El éxito de nuestros panes y pastas es la masa madre y una fermentación larga, que siempre será de un mínimo de 16 horas. La reaparición del pan de masa madre tiene relación con una cultura que busca alejarse de los métodos industriales. Su proceso es mucho más artesanal y necesita más tiempo. La masa madre es un cultivo simbiótico que nade de las levaduras presentes de manera natural en alimentos como los cereales y creo que su uso es la manera más apropiada de hacer el pan.

**¿Eso se nota en el sabor?**

Sin duda. A nivel gustativo, las masas o panes fermentados con masa madre tienen un sabor más intenso y un olor más específico. Desafortunadamente, el pan que se comercializa en España no es de muy buena calidad, y únicamente el 15% del pan que se consume en este país está elaborado de forma tan artesanal. Por eso en Pa Artesà del Vallès utilizamos este proceso para lograr la calidad, el sabor y el prestigio en todos nuestros productos.

### LAS TIENDAS DE PA ARTESÀ DEL VALLÈS

#### BARCELONA

Juan Torras, 7-9  
Pablo Iglesias, 42-44 Locales 1-2  
Gran de Sant Andreu, 262 Local 1  
Palomar, 44-46 Bajos 1ª  
Río de Janeiro, 93 Local 1

#### CALDES DE MONTBUI

Pi i Margall, 97  
Pi i Margall, 39  
Lleida, 49 Bajos

#### MONTCADA I REIXAC

Rambla Països Catalans, s/n  
Reixagó, 72 Tienda 4

#### PARETS DEL VALLÈS

Avda. España, 9  
Avda. Catalunya, 104 Local 1A  
Avda. Pedra del Diable, 2  
Mayor, 23

#### SANTA PERPÈTUA DE MOGODA

Rambla, 27 Bis  
Pablo Picasso, 8-10 Bajos  
Vidal i Barraquer, 1 Bajos

#### LA LLAGOSTA

Avda. 11 de Setembre, 51 Local 2  
Estación, 11 Local  
Pintor Fortuny, 4 Bloque 1

#### BARBERÀ DEL VALLÈS

Ronda del Este, 87 Bajos  
Dr. Moragas, 260

#### BADIA DEL VALLÈS

Avda. Burgos, 2 Local 73  
Avda. Burgos, 42 Local 40

#### MOLLET DEL VALLÈS

Jaime I, 49  
Avda. Gaudí, 12 Local 3

#### RIPOLLET

Rambla Sant Jordi, 50

#### MARORELLES

Avda. Piera, 53 / Esclat, 1

[www.paartesadelvalles.com](http://www.paartesadelvalles.com)

**Entrevista** TONI AULET JEFE DE VENTAS DE JUAN AULET

## “Aulet traslada al público el sabor de los productos de toda la vida”



Hablar de Juan Aulet Torrent, S.L. es hacerlo de una de las firmas con más tradición en la elaboración de embutidos en Catalunya. Se trata de una empresa centenaria que está dirigida hoy por la tercera generación familiar, representada en las figuras de Agustí, Joana y Toni Aulet. Hablamos con este último para conocer cuál es su filosofía de trabajo.

**¿Cuáles son los orígenes de Aulet?**

Aunque seguramente es anterior, la documentación más antigua que tenemos sitúa los inicios de la empresa en 1920, cuando mi abuelo comenzó a trabajar en un matadero propio y a vender los productos frescos en su carnicería. Fue mi padre quien, unos años más tarde, comenzó a fabricar embutidos y a consolidar la marca.

**¿Dónde radica el éxito de esa larga trayectoria?**

En algo tan simple como mantener la elaboración de nuestros productos como se ha hecho siempre. Naturalmente, la tecnología se ha ido abriendo paso para poder tener una mayor capacidad de producción, pero todo se sigue haciendo como lo hacía mi padre hace 50 años. Un buen ejemplo de ello es el jamón cocido, que elaboramos mediante la técnica del baño maría, que tarda más que otras alternativas más modernas pero que confiere al producto un gusto único e inimitable. Esa forma tradicional de trabajar y el uso de materias primas de primera calidad son nuestra principal carta de presentación.

**¿Cuál es la oferta actual de Aulet?**

Tradicionalmente, Aulet ha sido reconocida en el mercado nacional por la calidad de sus productos cocidos, que eran el producto estrella de la marca hasta

hace unos años. De un tiempo a esta parte, el crecimiento de la exportación a Europa y algunos países latinoamericanos ha hecho que la tendencia se invierta y sean los curados (sobre todo el fuet) quienes alcancen un mayor volumen de producción y venta. Hoy producimos un millón de kilos de curados al año y medio millón de cocidos. Eso sí, los cocidos –sobre todo el producto de lata– se consumen mayoritariamente en el mercado nacional.

**¿Qué diferencia a la marca de sus competidores?**

Además de la forma de producir que le he comentado, hay otro aspecto que nos define muy bien: nuestra capacidad para adaptarnos a las necesidades del cliente, algo que no está al alcance de los grandes productores. Gracias a esa filosofía contamos con una clientela fiel que adquiere los productos Aulet a través de los establecimientos de alta charcutería.

**¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?**

Aulet es una empresa que siempre ha apostado por elaborar productos de alta calidad, y esa es la línea que queremos mantener en los próximos años. Para ello, tenemos a nuestro favor que el público es cada vez más exigente y busca algo más cuando adquiere un embutido o uno de nuestros jamones cocidos. Paralelamente, tenemos la intención de potenciar aún más la exportación, un mercado que nos aporta un plus en términos económicos y que nos permite reforzar nuestra imagen de marca.

[www.aulet.com](http://www.aulet.com)





**Entrevista** CRISTINA EXPÓSITO CONSEJERA DELEGADA DE FRUMEN

# “Frumen tiene un pan rallado para cada tipo de alimento”

El pan rallado es uno de los ingredientes que no falta en ninguna cocina, un aliado perfecto para dar más sabor o mejorar una presentación. Desde hace más de 40 años, la marca Frumen nos ofrece pan rallado de la más alta calidad para el consumo doméstico, canal horeca y para la propia industria de la alimentación. Hablamos con Cristina Expósito, Consejera Delegada de la empresa.



## ¿Cuáles fueron los orígenes de Frumen?

En 1978, un grupo de panaderos de Madrid y de Cataluña detectaron que existía un déficit en el mercado de pan rallado y decidieron elaborar pan expresamente con esa finalidad. Hasta entonces, los usuarios de este tipo de producto se encontraban con el problema de que se utilizaban solo los excedentes de pan, cuyo comportamiento en términos de conservación y durabilidad no era el adecuado.

## Y decidieron fabricar pan solo para ser rallado...

Así es. Nos dedicamos únicamente a la fabricación de pan rallado y de encolantes que sirven a la industria para adherirlo a las piezas que empana.

## ¿Cuál es la composición del pan rallado Frumen?

Nuestro pan rallado no tiene secreto: está elaborado con harina, agua, sal y levadura. Eso sí, lo fabricamos en dos plantas de producción

(Azuqueca de Henares en Madrid y Rubí en Barcelona) cuyos procesos están totalmente automatizados para garantizar la máxima calidad del mercado y controlar todos y cada uno de los procesos que intervienen en su producción: amasado, fermentado, horneado, carrusel de enfria-

miento, secado y molienda. Disponemos de la certificación ISO y somos líderes del mercado en España y Portugal.

## ¿Con qué estructura cuentan en estos centros de producción?

En Azuqueca trabaja un equipo

formado por 50 personas, mientras que en Rubí lo hacen otros 25 trabajadores. En estas fábricas elaboramos toda nuestra producción y destinamos alrededor del 20% de ella a la exportación.

## ¿Qué diferencia a Frumen de sus competidores?

Creo que hay un aspecto que nos define muy bien: la innovación. Contamos con un departamento de I+D+i formado por cinco personas que trabaja día tras día para lograr mejoras en nuestros procesos, para adaptarnos a los constantes cambios en las normativas técnicas y legislativas del sector alimentario y para ampliar la gama de referencias de Frumen. Para que se haga una idea, hoy en día disponemos de más de 300 referencias de pan rallado a disposición del mercado.

## “La novedad mantiene las características del empanado tradicional pero sin las grasas de freír en aceite”

## ¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Tenemos tres canales principales. A través del canal horeca nos dirigimos a establecimientos de restauración; el canal industrial nos permite llegar a fabricantes de productos congelados, frescos y refrigerados; y el canal doméstico hace que Frumen llegue también al gran público.

## ¿Existe un pan rallado para cada alimento?

Sin duda. De ahí la gran variedad que le comentaba. Hay un pan rallado para cada tipo de alimento. No es lo mismo el que necesita un filete de pollo empanado que el que precisaríamos para una tempura con verduras, un cachopo o un filete ruso. En estos años hemos perfeccionado las

recetas que elaboramos para dar una respuesta a cada necesidad.

## ¿Sabe el cliente qué variedad necesita en cada caso?

El cliente es profesional y acostumbra a saber lo que necesita, pero nosotros siempre estamos dispuestos a escuchar sus propuestas y a indicarle cuál es el pan rallado que mejor se adapta a lo que está buscando o al proceso al que va a someter al producto.

## Fabrican incluso pan rallado con diferentes sabores...

Un buen ejemplo de ello es el pan rallado con especias, que tiene muy buena aceptación en el canal doméstico. En este sentido, disponemos de un pan rallado con ajo, perejil y pimienta en diferentes proporciones que permite al usuario preparar unas albóndigas añadiendo solamente la carne picada, puesto que el pan rallado ya viene condimentado.

## ¿Cuál es la última novedad que han presentado al mercado?

Acabamos de presentar en Conxemar, la feria de Vigo, nuestra línea industrial de pan rallado especial para horno. Se trata de un producto que permite preparar los alimentos rebozados en el horno en lugar de freírlos en la sartén. Este pan rallado puede ser utilizado de diversas formas, tanto para horneado directo tras el empanado, como para el horneado de piezas empanadas y congeladas o para las piezas que se han mantenido en refrigeración después del empanado, siempre que no acumulen exceso de humedad en superficie. La acogida que ha tenido entre los profesionales ha sido muy buena, porque ofrece unas características perfectas de textura, aspecto y mordida, pero sin las grasas que aporta la fritura.

## ¿Cuáles son los retos de futuro de Frumen?

El reto es seguir creciendo. Hace ahora cinco años que modificamos la línea de producción para sustituir un horno que nos permitió duplicar la capacidad de la planta y nos vemos en la situación de volver a ampliar para dar respuesta a la demanda, algo para lo que hemos contado con la gran implicación de nuestra plantilla. Si mantenemos la dinámica de los últimos años, la intención es crecer tanto en España como fuera de nuestras fronteras, donde pensamos que nuestra innovación tiene mucho que aportar.

**Frumen ha sido galardonada con el premio PYME año 2018 de Guadalajara que concede la Cámara de Comercio de España**

**FRUMEN**  
pan rallado

www.frumen.com

**“Frumen acaba de presentar el primer pan rallado para rebozar en el horno”**





Entrevista **MARC GUIU** GERENTE DE IMPULSA SALVAESCALERAS

# “Impulsa tu calidad de vida”

Impulsa Salvaescaleras es una empresa catalana especializada al 100% en la venta, instalación y mantenimiento de sillas salvaescaleras. Fiabilidad y eficacia siguen siendo las señas de una compañía que aporta soluciones personalizadas para cada cliente. Hablamos con su gerente, Marc Guiu.

## Se puede instalar una silla Salvaescaleras Impulsa en la escalera de mi casa?

Fáciles y rápidas de instalar, nuestros productos son un sistema universalmente aceptado y con muchos años de historia. Prácticamente cualquier escalera -sea recta, curva o dividida en diferentes segmentos- tiene un modelo de silla que puede adaptarse a ella. si el usuario tiene cualquier duda, en Impulsa le ofrecemos asesoramiento técnico sin compromiso: nuestros expertos valorarán las diferentes opciones, tomarán medidas exactas de su escalera o hueco y le aconsejarán sobre el salvaescaleras que mejor se adapta a sus necesidades.

## ¿En cuánto tiempo se instala una silla salvaescaleras?

Dependiendo de las características de su hogar, la instalación del salvaescaleras puede conllevar desde un par de horas, para escaleras rectas, hasta varias horas más en escaleras con curvas o cambios de inclinación. De todas maneras, en Impulsa intentamos que el tiempo de montaje sea el mínimo posible para que usted pueda disfrutar de su nuevo salvaescaleras. Antes de salir de su casa, nos aseguraremos de que su salvaescaleras funcione perfectamente y le haremos una demostración del funcionamiento hasta estar seguros de su completa satisfacción. Evidentemente, nos comprometemos a dejar la estancia tan limpia co-



**“Impulsa Salvaescaleras, líder en Catalunya ofrece las mejores soluciones para la escalera de su hogar”**

mo la hemos encontrado al llegar.

## ¿Qué soluciones brindan a sus clientes?

Siempre tratamos de ir un paso por delante del resto de empresas en materia de calidad y servicio, de ahí que trabajemos únicamente con las mejores marcas. Nuestro trabajo ha ayudado a que muchas personas consigan la libertad de movimientos que se merecen en su vida diaria doméstica. somos especialistas en salvaescaleras y ofrecemos una amplia gama de soluciones a todas aquellas barreras arquitectónicas exteriores e interiores que impiden la accesibilidad, tanto de los mayores como de personas con movilidad reducida.

## ¿Cuánto cuesta un Salvaescaleras Impulsa?

Lejos de ser un producto de lujo, los salvaescaleras Impulsa están al alcance de todos. Sabemos que disponer de estas ayudas en casa es vital para muchas personas en nuestro país, de ahí que dispongamos de soluciones para todos los bolsillos. dado que nuestros productos se adaptan a necesidades concretas, los precios varían dependiendo de las características específicas de cada proyecto, de los modelos y las opciones elegidas. Quien lo desee puede disfrutar de una silla para moverse entre las diferentes plantas de su vivienda a partir de sólo 2.700 €.



## ¿Qué garantía ofrecen en sus productos?

Todos nuestros salvaescaleras tienen 2 años de garantía directa del fabricante. No obstante, nuestros productos son instalados y manipulados por contrastados profesionales de la materia y disponemos de un servicio de mantenimiento rápido y eficaz que le permitirá estar tranquilo y seguro con el buen funcionamiento de su salvaescaleras. somos un equipo comprometido, nos gusta nuestro trabajo y sabemos cómo atender las necesidades de cada uno de nuestros clientes, porque en la mayoría de los casos, de nosotros depende su calidad de vida.

En Impulsa podemos ayudarle a encontrar la mejor solución para las escaleras de su hogar, si usted tiene todavía alguna pregunta o no le ha quedado claro algún concepto, por favor visite nuestra web o llame a uno de nuestros expertos al teléfono 902 050 250.

## Testimonios satisfechos

### Nuria (Gavà, Barcelona)

“Estoy muy contenta con esta solución. La habitación está en la segunda planta y ahora podemos movernos por la casa de una forma fácil y segura”.

### Joan (Palafrugell, Girona)

“Probamos con un salvaescaleras recto y estábamos tan contentos y satisfechos que hemos decidido instalar uno curvo para subir todas las escaleras”.

### Antonio (Reus, Tarragona)

“Antes no podía salir de casa debido a las escaleras de entrada, desde que tengo mi salvaescaleras Impulsa puedo disfrutar mas de la vida”.

### Roser (Agramunt, Lleida)

“Son muy profesionales y el salvaescaleras funciona de maravilla. Si los necesitamos para cualquier consulta siempre nos atienden muy gustosamente”.

### Montserrat (Ripoll, Girona)

“El acabado es fantástico, la guía se adapta perfectamente a la escalera. A penas se nota, y ocupa muy poco espacio. Ahora tengo un salvaescaleras a medida y sin obras.”



**IMPULSA**  
SALVAESCALERAS



Más información  
Telf. 902 050 250  
www.impulsa.cat  
impulsa@salvaescalas.cat