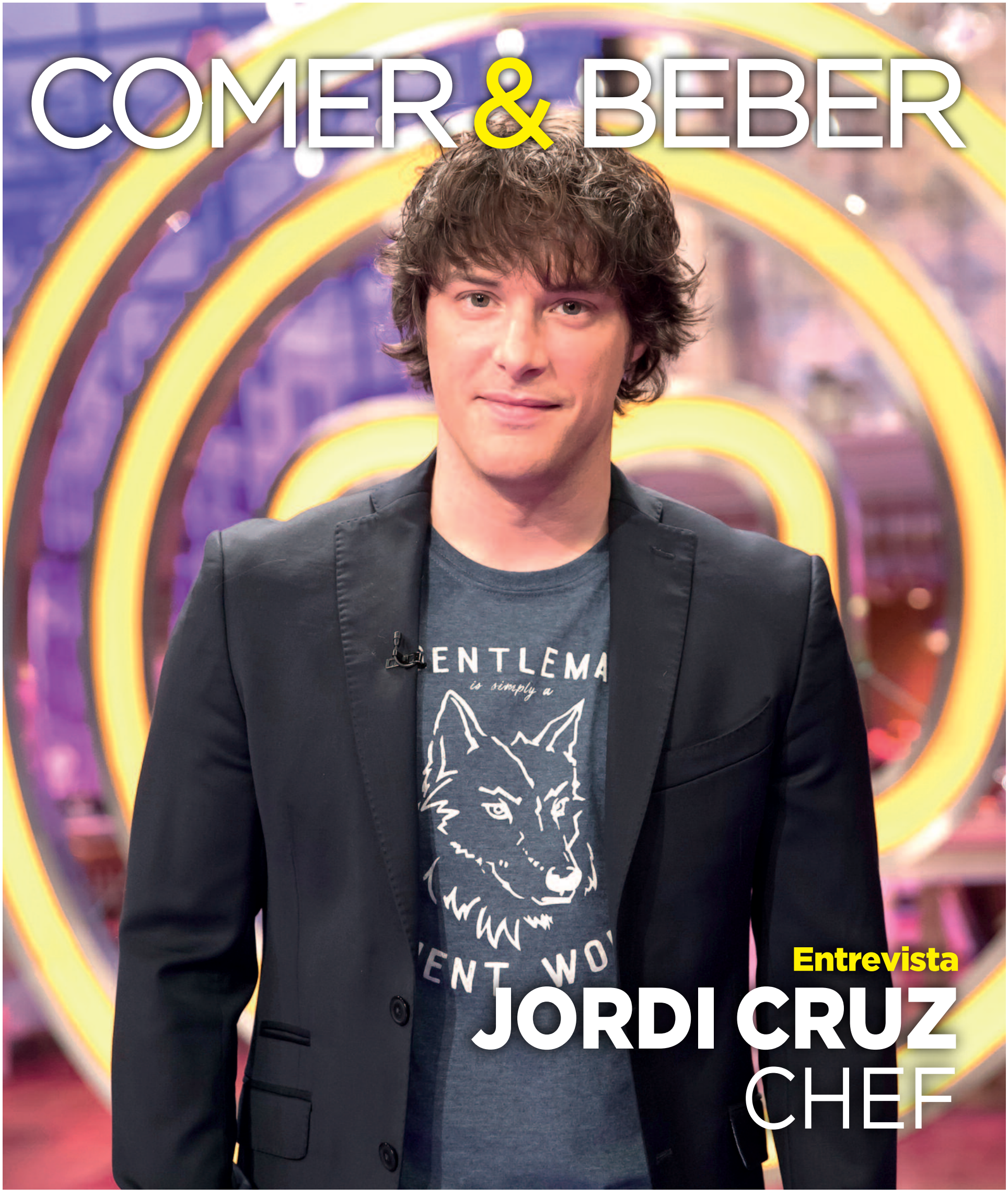
**SUPLEMENTO EDITADO Y PRODUCIDO POR GRUPO HORO** La Razón no se hace responsable de los contenidos publicados en este suplemento

GRUPO HORO 1994 - 2019 25 años

**SÁBADO, 1 DE JUNIO DE 2019**

# COMER & BEBER




**Entrevista**

## JORDI CRUZ
CHEF

## En portada...

3 “Las Estrellas Michelin se merecen y se ganan”

**JORDI CRUZ**
CHEF

## De Nuestra Tierra...

4 **Frutas José Moratinos** da un paso al frente con su producción propia

**ENRIQUE MORATINOS**
DIRECTOR GENERAL DE FRUTAS JOSÉ MORATINOS

6 “En DIQUESÍ desarrollamos productos sanos y nutricionalmente completos”

**RAÚL MEDINA**
DIRECTOR COMERCIAL Y MARKETING DE LA MARCA

7 **Sandía Fashion**
Sabor Saludable 12 meses al año

8 “El aceite de orujo posee unas cualidades únicas para la fritura y la cocina”

**ANTONIO GALLEGO DÍAZ**
DIRECTOR COMERCIAL DE ACOLSA

## Del Mar...

“Llevamos elaborando las mejores conservas desde 1869”

**PABLO DOMÍNGUEZ VIANA**
DIRECTOR DE MARKETING DE CONSERVAS ALBO

## Lácteos & Derivados...

1 **Angulo recupera la tradición**
Redescubre el sabor del auténtico queso fresco

1 “Los clientes saben que los quesos Pago Los Vivales mantienen su sabor de siempre”

**JOSÉ LUIS MORALEJO**
RESPONSABLE DE PAGO LOS VIVALES

## Nuestros Cárnicos & Derivados...

1 **Señorío de Montanera** abre camino a su producción ecológica

**FRANCISCO ESPÁRRAGO**
PRESIDENTE DE SEÑORÍO DE MONTANERA

1 “Valles del Esla aúna ganadería tradicional y tecnología para lograr la máxima calidad”

**LUIS CASTRO ROBLES**
RESPONSABLE DE CALIDAD E I+D+I

**PABLO MAQUEDA**
DIRECTOR COMERCIAL Y MARKETING

GuíadePrensa.com
Especialistas en gestión de monográcos en prensa.
Campañas publicitarias personalizadas

GuíadePrensa.com es una web de Grupo HORO, editora de monográcos para prensa nacional
Tel. 902 026 111

En Portada...

**ENTREVISTA Jordi Cruz** Chef

# “Las Estrellas Michelin se merecen y se ganan”

Presentar a Jordi Cruz con todos sus matices sería como intentar describir un plato de su carta con todos sus ingredientes sin haberlo cocinado: imposible. Pero tampoco hace falta, ni para aprender del uno ni para disfrutar del otro. Después de conseguir en diciembre la tercera Estrella Michelín para el ABaC (la cuarta sumando la del Angle), el xef Jordi Cruz nos recita el menú de su presente y de lo que está por venir.

***¿Terminar el año con la tercera Estrella Michelin para el ABaC es como si los Reyes Magos se hubieran adelantado y hubieses sido muy bueno?***

Te diría que no, porque los regalos a veces te los mereces y a veces no, es muy subjetivo. La Estrella Michelin te la tienes que currar mucho, es el resumen de mucho trabajo y da más responsabilidad que ilusión.

***¿Las Estrellas Michelin se buscan o te encuentran?***

Se ganan. Se merecen y se ganan.

***Llevas casi un año con la nueva aventura de A Tempo, ¿qué balance haces?***

Llevamos mucho tiempo preparándolo para que de inicio sea lo que queremos, estamos muy contentos, es un sitio espectacular y el concepto es maravilloso.

***A parte del D’Or…***

El D’Or intenta demostrar que se puede hacer una gran cocina súper accesible, y A Tempo es un gran restaurante como es ABaC donde queremos demostrar que es tan importante la sala como la cocina, es una gran casa.

***¿Hacia dónde caminan estos dos restaurantes?***

Como en ‘MasterChef’, buscamos la excelencia.

## “El cocinero es un artesano que, en ocasiones, los clientes nos ponen la etiqueta de artistas”

***Pongámonos filosóficos… ¿El cocinero es un artesano o un artista?***

El cocinero es un artesano que, en algunas ocasiones, los propios clientes nos ponen esa etiqueta de artistas.

***Los marcianos invaden la tierra, ¿cómo te definirías como cocinero para que vieran que les puedes ser útil y no te desintegraran?***

Les diría que los puedo llevar a conocer cosas que son maravillosas y que definen lo que es el ser humano. Al final, el ser humano es el único animal que transforma sus alimentos a otras cosas y que genera grandes platos. Estamos arriba en la escala evolutiva, uno de los motivos es porque somos el único animal que cocina.

***La leyenda dice que Arzak se pasa medio año en contacto con la naturaleza para crear las nuevas cartas, ¿de dónde sale tu inspiración?***

Yo creo que el cocinero está 24 horas al día dándole al coco. La inspiración sale de tus experiencias, de tu cultura, de tu historia, de tu tradición, de tu estrés, de tu relax, y sobre todo de perseguirlo, de estar enchufado.

***¿Te hace falta probar un plato para saber si es bueno, o la experiencia ya te da los sabores con solo pensarlo?***

La experiencia me dice muchas cosas, a veces puedo pensar por la experiencia que algo es de esa forma. Pero sería muy osado poder decir que un plato está bien o mal sin probarlo.

***¿En la cocina es más importante la inspiración o transpiración?***

Las dos cosas, sin una cosa no está la otra.

***¿Qué le dirías a la gente que cree que los menús de restaurantes como los tuyos no valen lo que cuestan?***

Que se equivocan. Es importante que el cliente tenga la sensación de que es así, el cliente es lo suficientemente sabio, en la mayoría de los casos, para evaluar si lo que come y lo que sirve y el trato que recibe vale lo que cuesta. Yo intento que salgan más que contentos.

***¿Programas como MasterChef crees que están haciendo una labor didáctica en mostrar el trabajo que hay detrás de un plato?***

Sí, al final nos ponemos un poco quisquillosos, pero la cocina es un oficio en el que pasan muchas cosas en muy poco tiempo y tienes que estar muy organizado, y ser un poco militar. Intentamos demostrar esa exigencia, ese rigor que necesitamos para que todo salga perfecto, se necesita una actitud muy seria y profesional. Es lo que intentamos demostrar con un reloj y con la actitud del jurado, intentar reproducir lo que pasa en una cocina profesional, que no es fácil.

***Nandu Jubany contaba que después de un día en la cocina, cuando llegaba a casa comía judías tiernas con patatas… ¿Qué cocina un cocinero en casa?***

A veces pensamos que los cocineros somos animales extraños y que comemos solo lo que hacemos en los restaurantes. El cocinero es un hombre o una mujer que le gusta comer, y que le gusta comer de todo. A veces también nos gusta compensar lo que comemos en el restaurante con comida saludable. Yo intento en mi casa ser lo más saludable posible, cuando salgo a comer, ser lo más disfrutón posible, y cuando estoy cocinando, hacerlo lo más rico posible.

***El ingrediente que te llevarías a una isla desierta…***

Seguramente un kilo de harina de almidón de tapioca o cualquier producto que ocupe poco volumen y alimente mucho.

***En una entrevista pasada decías que el ingrediente que no te podía faltar era la motivación. ¿Sigue intacto en la despensa?***

Sí, yo creo que con ilusión se hacen muchas cosas, aunque nos hagamos mayores, aunque curremos muchos años, entiendo que es cansado, entiendo que te puede afectar de mil maneras. Pero no puedes perder la ilusión de un niño pequeño, eso que hace que los niños de ‘MasterChef Junior’ nos dejen alucinados. Creo que el inicio de la creatividad, y lo que alimenta esa creatividad, es la ilusión y esa capacidad de ser imaginativo y disfrutón. Es algo que yo no quiero perder.

***Avancemos en el tiempo y situémonos en diciembre, ¿cómo cerrarías el año satisfecho?***

Con dos Estrellas Michelin más.

De Nuestra Tierra...

ENTREVISTA **Enrique Moratinos** Director general de Frutas José Moratinos

# Frutas José Moratinos da un paso al frente con su producción propia

Con cuatro décadas de aval dedicadas a la comercialización de frutas y verduras, Frutas José Moratinos compagina ahora esa actividad con la producción propia, llevando al mercado la calidad de sus peras de conferencia, lechugas y su producto estrella: el tomate De pueblo, tomate de piel fina.

***¿Cuándo empezó la aventura empresarial de Frutas José Moratinos?***

Llevamos en el sector casi 40 años y, como Frutas José Moratinos, más de 20. La empresa se crea en La Bañeza, un municipio al sur de León, para dedicarse a la comercialización de frutas y verduras. Y allí continuamos.

Mi padre se dedicaba al pescado congelado. De hecho, tuvo uno de los primeros almacenes dedicados a ese producto, pero cada vez más clientes le pedían fruta. Eso le llevaba a tener que comprarla a otros almacenes de la zona para luego poder vendérsela. Así las cosas, se planteo por qué no comercializarla él mismo directamente desde los productores. Al tiempo, el negocio del pescado fue yendo a menos, así que nos quedamos solo con la fruta. Y en ello hemos seguido hasta hoy.

***Pero ahora también son productores…***

Efectivamente, ya llevamos unos años produciendo. Antes únicamente nos dedicábamos a vender, en León y Zamora, la fruta y verdura que otros producían, pero observamos el mercado, nuestro entorno y decidimos que había que dar un paso adelante: había que entrar también a producir para que nuestro negocio no fuera a menos.

Nuestra actividad se centra en una zona muy rural, cada vez más despoblada, de manera que vender ya no era suficiente. Había que producir para seguir evolucionando. Esa era la manera de ir a más.

**"Nuestro producto estrella es el tomate De Pueblo, tomate de piel fina, que producimos desde hace tres años"**

***¿Ahora compaginan la comercialización con la producción propia?***

Sí. Seguimos comprando a otros productores y cooperativas toda la gama de frutas y verduras que demanda el mercado. Esa sigue siendo la base de nuestro negocio, en un porcentaje de un 80%. El resto es producción propia.

***¿Dónde producen?***

Tenemos dos áreas de producción. Una hortícola, de unas 10ha, en La Bañeza (León), tanto en invernadero como al aire libre. Allí cultivamos hasta cinco tipos de lechugas, pimiento, coliflor, repollo y nuestro producto más preciado: el tomate De Pueblo, tomate de piel fina. También tenemos un área frutícola, de 12ha, que dedicamos al cultivo de pera conferencia, la mejor pera conferencia de El Bierzo.

Procuramos llegar a la máxima calidad, produciendo frutas y verduras que a nosotros nos gustaría comer. En el caso de la pera, hemos procurado que sea gorda, rica y sabrosa. Vistosa pero también con buen sabor.

***Además, están construyendo su propia central frigorífica para una mejor conservación de las frutas y verduras, ¿es así?***

Sí, era una necesidad. Al empezar a producir peras nos encontramos con el problema de que en El Bierzo no hay instalaciones con capacidad frigorífica suficiente como para garantizar la conservación del producto en óptimas condiciones.

La opción era llevarlas a La Rioja o a Lérida y allí sí, conservarlas hasta llevarlas al mercado, pero eso hubiera supuesto perder tiempo y dinero en transporte.

De manera que nos pusimos manos a la obra para crear nuestra propia central frigorífica, en la que además podremos guardar frutas y verduras de otros agricultores. Contar una buena cámara para la conservación del producto es fundamental en nuestro negocio.

***¿Cuándo estará operativa la nueva central?***

Estamos montando una central frigorífica con capacidad para un millón de kilos de producto, ya sea fruta o verdura, que estará operativa para esta campaña, a finales del próximo mes de agosto.

Lo más reseñable de esta cámara es que funcionará con Atmósfera Controlada Dinámica (ACD), lo que significa que reduce el nivel de oxígeno al límite para que se produzca menos oxidación en el producto. Como decía, en la próxima campaña ya trabajaremos con nuestra central frigorífica.

***Conservar la calidad, factor clave en todo alimento, adquiere especial relevancia en los perecederos…***

Sí, y en Frutas José Moratinos buscamos la calidad tanto en lo que compramos como en lo que producimos. Una calidad que, como dice, hay que conservar hasta que la fruta y la verdura llegue al consumidor final. Por eso estamos construyendo la central pegada a nuestra explotación, de manera que las peras, una vez recogidas, no tardarán más de media hora en entrar en la cámara para conservarse.

La logística en el sector de los perecederos es fundamental. De todo lo que distribuimos en nuestra zona nos ocupamos nosotros, garantizando así que el producto llegue a destino como tiene que llegar. Contamos con unas instalaciones de 800m² donde se preparan y envasan las frutas y verduras para su distribución.

***Pero la calidad empieza en el campo…***

Por supuesto, por eso contamos con técnicos especializados que son los que están a cargo de nuestra producción y, por otra parte, no escatimamos en nada de lo que pueda necesitar el cultivo, utilizando abonos de calidad y la menor cantidad de fitosanitarios posible. De hecho, para controlar las plagas utilizamos los recursos de la propia naturaleza: si unos mosquitos se comen un cultivo o pican un árbol, introducimos a sus depredadores naturales para que acaben con ellos. El objetivo, con todo ello, es conseguir que la fruta sea lo más natural que podamos.

***España es un gran productor de frutas y verduras… ¿es también un gran consumidor?***

La verdad es que no. En España se produce mucha fruta y mucha verdura pero en los hogares espa-

# De pueblo, tomates de piel fina

Para conseguir resultados diferentes hay que hacer las cosas de otra manera. Eso es precisamente lo que Frutas José Moratinos lleva a la práctica en la producción de sus tomates De Pueblo, tomate de piel fina.

Buscando la máxima calidad y sabor, el tomate se cultiva en un sistema denominado hidropónico puro, esto es, en canales de agua en lugar de en tierra. De esta manera, la raíz de la tomatera no tiene ningún tipo de sustrato: solo hay agua, raíz y aire.

La gran ventaja, explica Enrique Moratinos, "es que, de esta forma, la planta 'come y bebe' lo que quiere. Se trata de un cultivo muy técnico, que nos permite controlar mejor la planta que en tierra: durante los cinco minutos que se riega, la planta chupa el agua junto a los minerales; mientras que en los diez minutos que no, únicamente absorbe oxígeno del aire. Así podemos cultivar un tomate tradicional pero con las cualidades para ser manipulado industrialmente". Un tomate totalmente natural porque a la planta no se le aplican insecticidas ni herbicidas. No es necesario porque no le crecen hierbas al lado.

El resultado es el tomate De pueblo, tomate de piel fina, un tomate de ensalada, para comer crudo, que se caracteriza por su intenso sabor. "Quien prueba nuestro tomate ya no quiere otro. Por sabor y por textura, porque además es un tomate de carne muy suave y fiel fina, lo que le diferencia claramente de otros tomates del mercado".

Frutas José Moratinos lleva comercializando este tomate de producción propia tres años, principalmente en la provincia de León, Valladolid y Madrid. "Enviamos unas cajas de prueba a Mercamadrid y, desde entonces, las tiendas ya nos lo están pidiendo".

ñoles se consume poca. Los yogures, pastelitos y zumos vienen ganando terreno a la fruta natural, tanto para postre como en la merienda o como tentempié, de manera que es necesario seguir concienciando sobre lo importante y saludable que es comer fruta.

También es fundamental habituar a los niños desde pequeños a aceptar los sabores de las verduras. Obviamente, detrás de un niño que no come ni fruta ni verdura hay un problema educacional, que hay que trabajar. Es más fácil darle al niño una pieza de bollería que una pera, pero obviamente no es igual de sano y, además, cada vez que lo hacemos contribuimos a que interiorice esos hábitos y cuando sea mayor tampoco quiera fruta ni verdura, lo cual no será bueno para su salud.

***¿El aumento de consumidores vegetarianos o veganos ha significado un aumento significativo en el consumo total de frutas y verduras?***

Por el momento no venimos notando un incremento en el volumen de ventas que pueda atribuirse a estos hábitos alimentarios, pero creemos que en el futuro sí que podría ser un revulsivo para el sector.

***Posicionados ya en el mercado no solo como comercializadores sino también como productores, ¿Cómo van a seguir trabajando a futuro?***

Somos una compañía familiar, de segunda generación, que encara el futuro con ilusión y ganas de llevar al mercado un producto diferenciado, sobre todo en el caso de nuestro tomate De Pueblo y de nuestra pera.

Ha sido duro el camino pero entrar a producir ha sido un cambio muy beneficioso para nuestra compañía. A muchos clientes se consigue fidelizarlos con la producción y eso es lo que estamos consiguiendo. Les damos un producto y eso hace que quieran seguir comprándolo. Al tiempo, esa mima calidad es la que hace que estemos ganando clientes nuevos. De manera que el gran objetivo a futuro es seguir abriéndole camino a nuestro tomate De Pueblo, tomate de piel fina.

**Calle Maria de Zapata, 20**
**La Bañeza - 24750 Leon**
**Tel. 987 640 340**
**Email:**
**frutasmoratinos@hotmail.com**

De Nuestra Tierra...

ENTREVISTA **Raúl Medina** Director Comercial y Marketing de la marca

# “En DIQUESÍ desarrollamos productos sanos y nutricionalmente completos”

DIQUESÍ es una línea de productos de IV Gamma de la multinacional Vegetales Línea Verde de Navarra, una empresa con espíritu familiar y de trabajo, dedicación y cuidado, fruto del esfuerzo de varias generaciones que han trabajado duro para visionar el presente y el futuro del sector hortofrutícola europeo. Entre su gama de productos destacan las cremas de verduras, las ensaladas o las hamburguesas veggi. Hablamos con Raúl Medina, Director Comercial de la marca.

***En estos tiempos tan locos, ¡se agradece una ayuda como la vuestra!***

Sí, la verdad es que con la vida tan ajetreada que llevamos, de tuppers y de noches sin ganas de cocinar, que te faciliten un poco la vida siempre se agradece, pero sobre todo, lo que más se agradece es poder tener a tu alcance una oferta de productos sanos y nutricionalmente completos, presentados de forma que faciliten a la gente la vida sana de acuerdo al estilo de vida actual. Y esto es lo que ofrecemos en DIQUESÍ.

***¿De dónde nace la empresa?***

La empresa nació en Manerbio, en un pequeño pueblo al norte de Italia con una larga tradición agricultora. Es una amplia zona de cultivo y experticia agrícola que está reconocida por la alta calidad de los alimentos que allí se cosechan. Este lugar es el origen de la idea, el motivo primero que inspiró a la familia Battagliola a crear la sociedad agrícola hace más de 40 años. Su objetivo no era otro que el de hacer llegar más lejos estos productos y facilitar el consumo de alimentos sanos y naturales al máximo número de personas posibles. Hace 25 años empezamos con los productos de IV gama y hoy por hoy, Diquesi emplea a mas de 1500 personas y servimos en más de 25 países. Como Vegetales Línea Verde Navarra, envasamos en nuestra planta de Tudela además de la nueva apertura de una fabrica en Murcia. Somos muy importantes en el mercado italiano, donde tenemos el 40% de la cuota de mercado, y somos el primer productor de Europa de brotes.

**“Este año contaremos con nuevas recetas étnicas así como novedades en productos on the go”**

***¿Y ahora, qué productos ofrecéis?***

Tenemos toda una gama de productos basada en los alimentos que salen de la tierra. Así, disponemos de cremas de verduras, como de calabaza o espárragos, que se pueden comer frías o calientes; nuestras hamburguesas vegetales, lo que denominamos veggi burguer o los veggi bites; brotes tiernos o lechuga, todas ellas lavadas y listo para emplatar. También tenemos una línea de platos más elaborados: verduras cocidas “estilo grill” o ensaladas completas, todas ellas de bowl y que permiten que te las puedas comer en cualquier lugar, ya sea en el trabajo o en casa.

***Y lo que es muy importante, conservando siempre la frescura…***

Sí, siempre productos frescos, es una de nuestras características más importantes. Aunque sabemos que tienen una distribución y caducidad más corta, preferimos los productos frescos ya que consideramos que merece la pena por su sabor, por la presentación, por la imagen y, por supuesto, por la salud. Y este hecho también lo valora muy positivamente el consumidor actual que trata de evitar conservantes, aditivos, azucares, gluten, etc.

***Tenéis productos ecológicos y vegetarianos, ¿son mercados que están ganando terreno?***

Son tendencias que cada día van arraigando más profundamente en la sociedad actual. Obviamente, por tratarse de alimentos de la tierra y naturales, la inmensa mayoría de productos son aptos para vegetarianos. Pero este target no es nuestro objetivo final (o no es el único), nuestro objetivo es democratizar el consumo entre el público en general, sea veggi, flexitariano, o de cualquier otra tendencia alimentaria.

Por supuesto también contamos con portfolio bio y de temporada, pues vivimos de lo que da tierra al final del día, y eso implica que en cada momento del año cosechamos diferentes materias primas que trabajamos para convertir en productos preparados y listos para su consumo.

***¿Qué es el compromiso Diquesí?***

El compromiso Diquesi son una serie de valores que tiene la compañía y que intentamos traspasar a todos nuestros productos, que se ven, asimismo, determinados por estos valores. Recogemos las verduras en su momento óptimo, lavamos cada hoja según su variedad o desarrollo, garantizamos su frescura con el envasado y el transporte en frío controlado… En resumen, podríamos decir que nuestros valores son el cuidado y respecto por el medio ambiente, por el campo, por lo que allí se produce, por uso correcto del agua… Pero todo el cuidado en cultivar las materias primas no serviría de mucho si no cuidásemos el producto final que ofrecemos a nuestros clientes, por eso también intentamos que el packaging sea el adecuado y que las buenas prácticas se sigan en toda la cadena de suministro, es decir, que no falle ningún eslabón para así poder garantizar este compromiso con nosotros mismos y con la sociedad.

**“Ofrecemos productos frescos ya que consideramos que, aunque tengan una distribución y caducidad más corta, merece la pena por sabor, presentación y salud”**

***¿Alguna novedad para este año?***

Siempre estamos innovando, pensando nuevos productos y nuevas maneras de hacerlos llegar a los consumidores finales, y por supuesto este año no será una excepción. Además de las tendencias algo más consolidadas en España, como es el caso del Poké bowl, contaremos con novedades en nuestra línea de recetas étnicas. También habrá algunas novedades en los productos on the go, que permitirán crear categoría y aumentar la presencia de este tipo de productos en general, pues entendemos que son el futuro de la alimentación en España, tal y como vemos en el resto de mercados europeos donde trabajamos y en los que se están imponiendo.

Diquesí
El bienestar nace de la frescura

VEGETALES LINEA VERDE
NAVARRA

www.diquesi.com

De Nuestra Tierra...

# Sandía Fashion

## Sabor Saludable 12 meses al año

El Grupo AGF, famoso por su Sandía Fashion sin pepitas, en un acuerdo de co-branding con la productora murciana Cool Vega Company, ha lanzado al mercado un nuevo zumo Vibs de sandia fashion (siendo la sandía la única fruta rica en L- Citrulina"), que ayuda en la recuperación después del ejercicio físico, además de todos los beneficios intrínsecos de la sandía. Con ello, consolida su objetivo de tener presencia en el mercado los 12 meses y apuesta por un producto que dará mucho que hablar, tanto entre los amantes del running como a quien se interese por su salud.

Que la fruta es una fuente natural de salud, lo sabemos todos. De hecho, la OMS (Organización Mundial de la Salud) lleva años insistiendo en su campaña "5 al día", que se resume en el consumo diario de entre 2 y 3 piezas medianas de fruta y complementadas con dos raciones de verdura en las dos comidas principales. Lo que no se conoce tanto son los efectos reales que este consumo provoca en el organismo ni los beneficios que nos comporta a los seres humanos.

Por eso, en Sandía Fashion han puesto en marcha el sello "Sabor Saludable". Un sello que figura ya en cada uno de los productos de la compañía junto a la característica etiqueta de corazón de Fashion, que pone de relieve la apuesta de su sandía por la salud. Con este sello Sandía Fashion pretende derrocar falsos mitos y alentar el consumo bajo la premisa de que lo sano puede también estar rico, y todos sus productores se encargan día a día de que así sea.

La Sandía destaca del resto de las frutas en beneficios para la salud porque es la fuente natural más importante de agua. Contiene fibra, es baja en calorías, aporta a la dieta calcio, fósforo, magnesio, potasio, hierro y vitaminas C, A, B1, B2 y B6 entre otros elementos beneficiosos; y también por su contenido en electrolitos (Na, K, Mg, P y Fe). Además contiene un alto porcentaje en Licopeno (2,3 – 7,2 mg/100g p.f.), un antioxidante natural, y L-Citrulina (0,7 – 6 g/Kg p.f.), que es ideal, junto con otros beneficios, para recuperarse del ejercicio físico.

### UN ZUMO 100% ESENCIAL

Con ganas de demostrar los beneficios que la sandía aporta al organismo (y especialmente de la Citrulina), AGF, a través de Crisanto Ampuero, de Basf Semillas Hortícolas, partner tecnológico de AGF, y Responsable del dpto de I+D de AGF, han estudiado los efectos de la Citrulina a nivel científico. Junto a la UPCT, la doctora Aguayo y su equipo han demostrado los beneficios de la Citrulina en el organismo tras la práctica deportiva. Han comprobado en deportistas la funcionalidad del zumo de sandía enriquecido con L-citrulina, cuyos efectos ergogénicos mejoran el rendimiento deportivo tanto en esfuerzos aeróbicos como anaeróbicos. Las pruebas experimentales incluyeron estudios en vivo en diferentes modalidades de ejercicios físicos tanto anaeróbicos (levantamiento de pesas) como aeróbicos (media maratón), que afirmaron percibir menor esfuerzo y sufrir menos agujetas tras la realización de sus respectivas pruebas deportivas. Para las pruebas también se plantearon, en caso de que las concentraciones en el zumo de L-Citrulina no fuesen suficientes, extraerlo de la cáscara de la sandía, donde está mucho más presente.

Como ejemplo de alguno de los tests clínicos que llevaron a cabo, pusieron a prueba los efectos con varios deportistas que corrieron una media maratón: a unos se les dio zumo de sandía enriquecido con L-citrulina, a los otros, un placebo. Aunque tras la carrera no se encontraron diferencias significativas en el dolor muscular de inicio tardío (DOMS), a las 24 de la carrera se observó una menor percepción del dolor muscular en los voluntarios que ingirieron zumo respecto de los voluntarios que ingirieron el placebo. Estas diferencias se mantuvieron hasta los tres días posteriores de la carrera, donde el 95% de los voluntarios que habían corrido bajo los efectos del zumo reconocían estar completamente recuperados, mientras que sólo un 67% de los voluntarios que corrieron bajo los efectos del placebo estaban completamente recuperados a las 72 horas de la carrera.

Por todo ello, Grupo AGF ha lanzado al mercado el Zumo Fashion, zumo de sandía enriquecido con L-Citrulina. Es un zumo 100% natural con el que se podrá gozar de todos los beneficios de la sandía y del sabor Fashion durante los 12 meses del año. El objetivo principal del grupo Fashion era la elaboración de un zumo con una concentración de L-citrulina que sea capaz de mejorar el rendimiento físico deportivo. El zumo es un producto natural, con el que el consumidor se hidrata, disfruta y se nutre, muy lejos de la ingesta de formulados farmacológicos. Con esto, AGF hace una clara apuesta por la salud, da a los consumidores una fuente inagotable de bienestar, ayuda a la consecución del objetivo del programa de la OMS "5 al día" y crea un producto perfecto para los deportistas y para quienes quieran recuperar las fuerzas después del ejercicio físico o del cansado día a día.

**www.grupoagf.es**

## LOS BENEFICIOS DE LA L-CITRULINA

La Citrulina es un aminoácido no esencial, precursor metabólico de la Arginina (aminoácido esencial), que según los resultados de diversas y serias investigaciones científicas que han sido publicadas, está envuelto en los procesos de disminución de la fatiga y recuperación después de la práctica deportiva, aumentando el rendimiento y acortando el tiempo la recuperación del deportista después de hacer un alto esfuerzo. La inclusión de un aporte extra de Citrulina en nuestra dieta puede mejorar el rendimiento deportivo. En primer lugar, impidiendo la acumulación de lactato en el músculo (agujetas) y en segundo lugar, favoreciendo la eliminación del excedente del ión amonio procedente de la utilización energética de proteínas a través del ciclo de la urea. La Citrulina tiene también propiedades antioxidantes y cardioprotectoras, además de beneficios frente a arteroscleros y disfunciones eréctiles.

De Nuestra Tierra...

ENTREVISTA **Antonio Gallego Díaz** Director comercial de ACOLSA

# “El aceite de orujo posee unas cualidades únicas para la fritura y la cocina”

ACOLSA es una refinería de aceite de orujo de oliva cuyo objetivo es consolidarse como la mejor alternativa en el mercado para el suministro de aceites refinados para fritura y cocina. Nació en 1.985 en Dos Hermanas, Andalucía, donde sigue en la actualidad. Los socios fundadores fueron Antonio Gallego Romero y Antonio Astolfi Cuesta, que procedían de familias de tradición aceitera. Hoy hablamos con Antonio Gallego Díaz, Director comercial de ACOLSA.

***Tantos siglos de aceite y aún se sigue innovando…***

Efectivamente. Nosotros pertenecemos al sector orujero, un sector que no ha parado de innovar hasta permitir hacer sostenible toda la cadena de producción del aceite de oliva, valorizando todo el subproducto del olivar, el alpeorujo. Gracias a ello, ahora obtenemos, por un lado, aceite de orujo de oliva, y por otro, biomasa para las centrales eléctricas.

La labor de ACOLSA se centra en la refinación de ese aceite de orujo que producen las extractoras de orujo y que tras su proceso de refinación se obtiene el aceite de orujo refinado.

**“Estamos trabajando para que el consumidor nacional conozca el aceite de orujo como alternativa”**

***Habláis del aceite de orujo como ese gran desconocido, ¿por qué?***

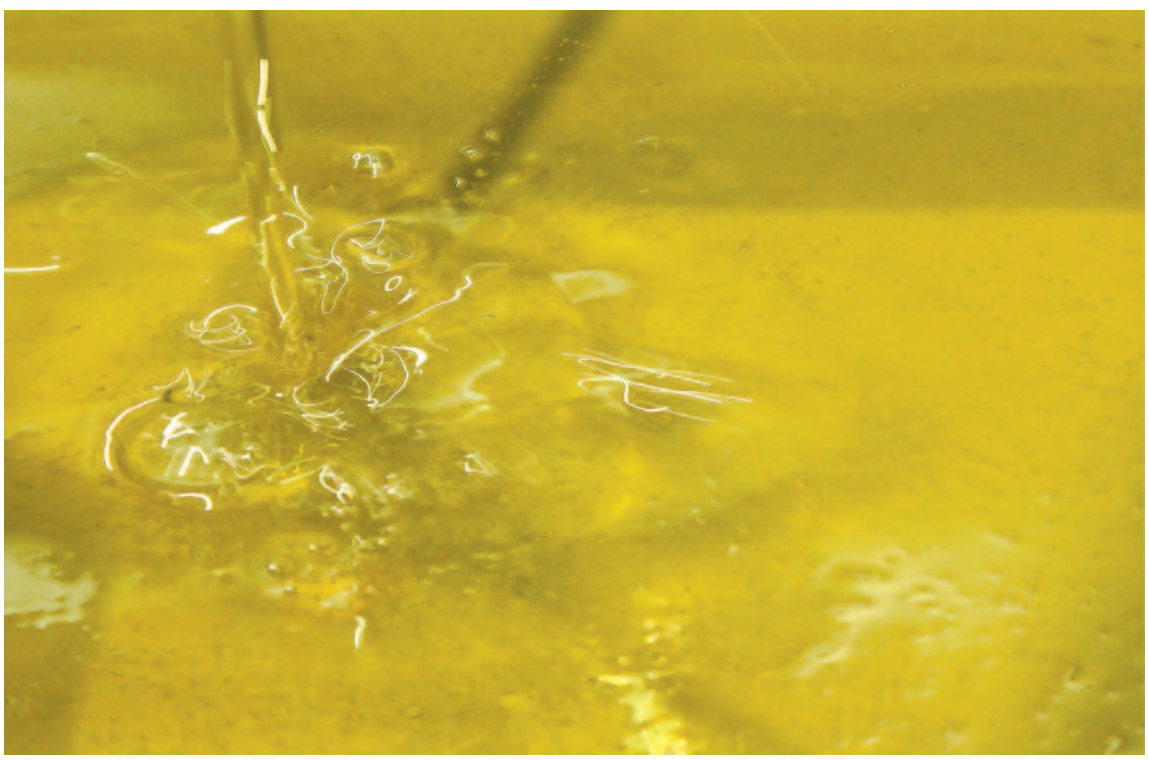
Porque se trata de un aceite que posee unas cualidades únicas para la fritura y la cocina, pero hasta hace muy poco no se le ha empezado a dar la difusión en el mercado, aunque es un producto de mucha calidad y se merecería desde hace tiempo esta difusión. Posiblemente el motivo de que no se haya popularizado antes sea porque no es un producto que abunde, ya que su producción anual no pasa del 5-6% de la producción anual de aceite de oliva.

***¿Qué cualidades tiene el aceite de orujo?***

Es un aceite muy resistente a la degradación por la temperatura elevada debido a su alto contenido en ácido oleico y que al tener un sabor neutro potencia el gusto original de los alimentos. Estas dos cualidades lo hacen muy recomendable como aceite para freír o cocinar. Otra ventaja que no debemos olvidar es que, al proceder del olivar, es un aceite sano por su composición en triglicéridos monoinsaturados y compuestos menores como el escualeno, fenoles y tocoferoles.

***¿Hacia qué mercados va destinada vuestra producción?***

Nuestra producción, actualmente, va destinada a los mercados exteriores como Estados Unidos, India, Reino Unido, Italia, Alemania, Rusia o los Países Árabes. En España se está llevando a cabo de un tiempo para esta parte una importante labor de difusión a través de ORIVA, la interprofesional del aceite de orujo, para trasladar al consumidor las cualidades de este aceite. Todo el sector espera que esta labor de promoción e investigación dé sus frutos para que el consumidor a nivel nacional conozca esta alternativa existente en el mercado. Lo que buscamos con ello es que la mayor parte del aceite de orujo se consuma en España en lugar de exportarse a los mercados exteriores.



***Pero el aceite de orujo no es el único producto que sale de Acolsa…***

Efectivamente. Durante la refinación del aceite de orujo se generan subproductos, como los ácidos grasos de orujo, que son tratados posteriormente para obtener el escualeno, que es un antioxidante con un alto valor para los productos cosméticos. También, y en una fase posterior, se obtienen las oleínas, que es un subproducto destinado a la alimentación animal.

***Estáis en la mayor zona de olivos del mundo, Andalucía, no hay un mejor lugar para una empresa como la vuestra…***

Sí, creo que estamos en el sitio idóneo. La producción de aceitunas en el área andaluza se está multiplicando de manera exponencial los últimos años y por ello, el sector orujero responsable de recibir, procesar y valorizar todo el subproducto que genera la almazara tiene un papel esencial en la cadena de producción del aceite de oliva, ya que sin la existencia y el esfuerzo inversor del sector orujero no hubiera sido posible desarrollar el aumento en superficies de olivares en Andalucía. Y esto es por una sencilla razón, y es que el subproducto generado tras la molienda de aceitunas no sería tratable ni sostenible, por lo que se tiraría gran parte de su valor.

**“El sector orujero no ha parado de innovar hasta hacer sostenible toda la cadena de producción del aceite de oliva, valorizando todo el subproducto del olivar”**

***¿A quién dais servicio?***

Fundamentalmente nuestros clientes son plantas envasadoras que reciben el aceite de orujo refinado a granel en camiones cisternas y éstas lo envasan haciendo un coupage con un porcentaje de aceite de oliva virgen extra. La mezcla de estos dos aceites da lugar al producto que se comercializa con la denominación de “aceite de orujo de oliva”.

***¿Qué os diferencia de otras empresas que dan el mismo servicio?***

Desde los inicios de la compañía, los socios fundadores priorizaron la calidad del producto por encima de otros factores, lo que ha dado lugar a que la mayoría del esfuerzo inversor se ha focalizado en conseguir un proceso que ha permitido obtener un producto final estandarizado y superior en calidad al resto de refinerías de aceite de orujo. De hecho, somos una refinería con un proceso único en refinación que se ha perfeccionado tras el desarrollo de un proyecto I+D+I, con unos exigentes controles de calidad implantados y que con la ayuda de todo el equipo humano que integra ACOLSA logramos un resultado muy satisfactorio.

www.acolsa.es

Del Mar...

ENTREVISTA **Pablo Domínguez Viana** Director de Marketing de Conservas ALBO

# "Llevamos elaborando las mejores conservas desde 1869"

Qué tendrán las conservas que a todo el mundo le gustan, por qué son sinónimo de reuniones de amigos y celebraciones familiares, cuál es su secreto para que nunca falten en nuestra despensa… Y es que una buena conserva te puede alegrar el día. ALBO lleva 150 años "conservando lo bueno" y ha sabido adaptarse a los cambios de la sociedad a lo largo de todo este tiempo.

***¿Cuál es la historia de ALBO como empresa?***

Nacimos del sueño de un intrépido. De un hombre polifacético que en 1869 imaginó una pequeña empresa de salazón en uno de los puertos pesqueros más importantes del litoral cantábrico. Carlos Albo Kay, además de ser profesor de inglés, francés y matemáticas, decidió elaborar desde Santoña anchoas en salazón a pequeña escala y de forma artesanal. Una decisión que lo cambió todo.

A principios del siglo XX ya habíamos creado la auténtica conserva apertizada. Un paso que nos permitió desarrollar la producción. Por aquel entonces la falta de tecnología de frío obligaba a tener las fábricas cerca de los principales puertos. Así, en 1929 fundamos nuestra fábrica de Vigo, trasladando allí el grueso de nuestra actividad.

Durante todos estos años hemos conseguido llegar a más de 25 países, hemos innovado siendo pioneros con el abre fácil, hemos incorporado los platos preparados en nuestro catálogo con más de 100 referencias. Pero lo más importante es que hemos conseguido conservar lo bueno durante todo este tiempo.

***¿Qué variedades de conservas ofrecen actualmente?***

Actualmente ofrecemos más de 70 referencias de producto distintas, elaboradas en diversas presentaciones. Desde nuestros ya de sobra conocidos Túnidos, entre los que se encuentran el mejor atún claro y bonito del norte, mejillones de nuestros proveedores locales de las rías gallegas elaborados en diferentes salsas como el escabeche, ajillo, y salsa gallega; las anchoas del cantábrico con las que nacimos en 1869, las sardinas y sardinillas elaboradas tanto en aceite de oliva como en diferentes preparaciones entre las que se encuentran nuestra receta artesanal de salsa picantona, una de las más características de ALBO. También elaboramos pulpo, calamar y chipirones rellenos, una de nuestras delicatesen elaboradas a mano uno a uno. Bacalao, zamburiñas, huevas, caballa, en definitiva, llevamos conservando lo bueno desde 1869. Disponemos también de una amplia gama de platos típicos preparados, elaborados de manera totalmente casera entre los que se encuentran la mejor fabada, cocido, callos, caldo gallego, etc.

***¿Cuáles son los secretos para que sus conservas sigan gustando tanto después de tantos años?***

Uno de los pilares fundamentales que ha conseguido mantener a Conservas ALBO durante 150 años en el mercado ha sido la calidad de nuestros productos. La base siempre es la mejor elección de la materia prima, seleccionando siempre la mejor calidad. Otro de los puntos claves ha sido todo el aprendizaje obtenido durante estos 150 años, nuestro saber hacer en los procesos, mejorando continuamente para ofrecer los mejores productos siguiendo la tradición, pero sin dejar de evolucionar. Otro aspecto importante es el capital humano de nuestra empresa, mano de obra con una elevada especialización para desarrollar las labores necesarias para cada producto, mimando las diferentes etapas de la fabricación.

***¿La calidad de los productos que ALBO conserva es la clave de su éxito?***

Sin duda, la calidad de producto es la base de todo, sin un gran producto no se podría elaborar una gran conserva. Trabajamos con los mejores proveedores que nos proporcionan una materia prima excelente.

***¿Hasta donde ha logrado ALBO hacer llegar sus conservas?***

A la consolidada presencia en el mercado nacional se va sumando una paulatina presencia en el mercado internacional que llega a más de 25 países en los 5 continentes. Cada vez son más los consumidores que disfrutan y aprecian el gran sabor de nuestras conservas más allá de nuestras fronteras.

***¿Con qué infraestructura cuenta la empresa para dar servicio a toda su demanda?***

Actualmente contamos con 3 factorías ubicadas en Cillero, Tapia de Casariego y Vigo, cada una de ellas especializada en la elaboración de diferentes productos de nuestro catálogo. A ello sumamos una amplia red comercial con delegaciones en toda España que nos permite cubrir todo el territorio nacional e insular.

***¿En qué canales de distribución podemos encontrar los productos ALBO?***

Nos pueden encontrar en todo tipo de establecimientos de alimentación, desde la pequeña tienda de barrio hasta los hipermercados pasando por los supermercados de proximidad.

***Cumplir 150 años es un gran hito para una empresa. ¿De qué manera lo están celebrando?***

150 años no se cumplen todos los días, por lo que este año hemos dado varios pasos importantes para celebrarlo, desde la renovación completa de nuestra imagen mediante el cambio de logotipo y packaging; cambio de página web, celebración de actos especiales de conmemoración junto a nuestros empleados y clientes, etc.

Llevamos elaborando las mejores conservas desde 1869, que se dice pronto. Por ello también hemos celebrado este año con el lanzamiento de una campaña de publicidad a nivel nacional. Una forma de recordarle a la gente que ALBO sigue en el mercado con más fuerza que nunca, y todo bajo la misma idea: seguir, como mínimo, 150 años más conservando lo bueno.

**www.albo.es**

## Lasaña de atún Claro ALBO con espinacas

**Ingredientes para la lasaña**
- 10 hojas de lasaña
- 3 latas de atún Claro ALBO
- 1 kilogramo de espinacas frescas o congeladas
- 1 cebolla
- 1 pimiento pequeño
- 1 diente de ajo
- Una pizca de pimienta
- Una pizca de sal
- Aceite de oliva
- Queso rallado para gratinar

**Ingredientes para la bechamel**
- 1/2 litros de leche
- 2 cucharadas soperas de harina
- 1 cucharada de mantequilla
- Una pizca de nuez moscada

### Preparación de la lasaña de atún y espinacas

- El primer paso para preparar nuestra receta de lasaña de atún y espinacas es poner a cocer las hojas de pasta de la lasaña con agua y sal. Una vez estén listas las enfriamos con agua fría y reservamos a un lado.
  También lo puedes hacer con pasta fresca, así se cocinará en el momento de introducirlo en el horno.
- En un recipiente pon la cebolla bien picada y le agrega el pimiento, el diente de ajo picado y lo mezclas. Una vez listos los doramos en una sartén y cuando preparados agregas las cuatro latas de atún, es importante que esté bien escurrido para evitar que se queme. Una vez esté lista esta mezcla de cebolla, atún, pimiento y ajo, lo reservas a un lado y comenzamos con las espinacas.
- Para la preparación de las espinacas necesitarás una olla para hervirlas. Una vez listas, ponemos en una sartén con una cucharadita de aceite un poco de cebolla a freír y seguido le añadimos las espinacas bien escurridas para dejarlas rehogar. Debes salpimentar al gusto y reserva a un lado.
- A continuación, comienza a montar las capas de lasaña. Antes de todo, recuerda engrasar con un poco de mantequilla la fuente del horno. Coloca las primeras hojas de pasta de lasaña y extiende la primera capa de atún, después otra hoja de pasta y seguidamente la capa de espinacas. Repite estos pasos hasta que te quedes sin hojas de lasaña.
- Pon a precalentar el horno a unos 180º centígrados, mientras preparamos la salsa bechamel casera para completar nuestra lasaña de atún y espinacas.
- Para la salsa bechamel debes calentar mantequilla y rehogar en ella las dos cucharadas de harina, hasta que quede una pasta de tono dorado. A continuación, agrega poco a poco la leche, añade un toque de nuez moscada, salpimienta al gusto y déjalo a fuego lento sin dejar de remover hasta que se forme una suave crema.
- Una vez hayamos terminado nuestra bechamel casera, cubrimos la lasaña con ella. Agrega una capa de queso rallado para gratinar y deja que se prepare en el horno durante una media hora. Recomendamos que los últimos 10 minutos pongas el horno en la opción de gratinar para que el queso quede tostado.
  Y ya tenemos nuestra rica lasaña de atún con espinacas, ¡lista para que la disfrutes!
  Como puedes ver, es muy fácil preparar nuestra receta de lasaña de atún con espinacas. Es un plato completo y muy nutritivo, perfecto para cualquier ocasión. El atún es un pescado azul rico en ácidos grasos Omega 3, que ayudan aprevenir las enfermedades cardiovasculares evitando que se formen coágulos en la sangre, por ello es conveniente incluirlo de forma habitual en nuestra alimentación.

Lácteos & Derivados...

# Angulo recupera la tradición

## Redescubre el sabor del auténtico queso fresco

Presentes en nuestra alimentación desde siempre, los quesos frescos se llevan elaborando en los pueblos de España desde antaño, considerados durante generaciones como un alimento de exquisito sabor y excelentes propiedades. Sin embargo, la vida moderna y la oferta del mercado los ha ido posicionado como quesos para dieta o quesos sosos, de poco disfrute. Frente a ello, **Angulo recupera los quesos frescos de siempre** para que puedas redescubrir el placer de un buen queso fresco, como los de antes, **llenos de sabor, de matices y con texturas únicas**.

**Secretos Queseros de Angulo**

Hoy en día la falta de tiempo y la industrialización han separado a los consumidores de la tierra y de los productos locales. No obstante, se observa una tendencia y un interés creciente por redescubrir y recuperar los productos de siempre: pan pan (boom de pan de masa madre), tomates con sabor a tomate… y quesos frescos con sabor y textura.

Secretos Queseros de Angulo es una gama de quesos frescos tradicionales elaborados siguiendo recetas queseras de antaño. Una gama que reivindica y pone en valor **el saber hacer artesano, rescatando del pasado tres recetas únicas** - de vaca, cabra y mezcla de tres leches (vaca, cabra, oveja) -, caracterizadas por su proceso de elaboración con moldeado a mano.

El resultado son tres recetas únicas, con texturas y sabores específicos, **como los quesos de siempre, cuyos sabores ya se habían olvidado**.

**Queso fresco tradicional Angulo de los Pastos**
Elaborado con leche de vacas 100% españolas, alimentadas en verdes prados. Sabor suave y dulce a leche fresca con textura blanda y jugosa

**Queso fresco tradicional Angulo de la Sierra**
Elaborado con 100% leche de cabras autóctonas del sur de España. Sabor intenso con toque salado y textura tierna

**Queso fresco tradicional Angulo de la Llanura**
El primer queso fresco tradicional con mezcla tres leches del mercado. Sabor auténtico y campero y textura firme con grano mediano

### Conviértete al queso fresco con los quesos tradicionales de Angulo llenos de sabor

**Elaboración artesanal**

Angulo elabora esta gama de quesos siguiendo el **método artesanal**, con moldeado del queso a mano, lo que hace que cada queso sea único. No hay uno igual que otro: los quesos son irregulares, con sus especificidades, las marcas del prensado… y todo el sabor original.

Angulo utiliza los mejores ingredientes, con **leche de origen 100% español**, y se basa en recetas locales, respetando los ingredientes con los que se han elaborado siempre: leche de vaca para sabores más suaves y dulces; leche de cabras autóctonas del sur de España, que aportan al queso un característico sabor, intenso y sorprendente; y una mezcla de tres leches, como se hacían en Castilla usando las leches que había, dando como resultado un sabor campero y una textura firme.

### Parrillada de verduras y queso fresco Angulo De la Llanura

**Ingredientes (4 personas)**

Queso fresco Angulo de la Llanura / 2 tomates /
2 mazorcas de maíz / tirabeques
1 boniato /3 zanahorias / 2 chirivías /
2 calabacines / 2 cebollas moradas /
4 espárragos verdes
Hierbas: menta, romero y perejil picado

**Elaboración**

Para hacer nuestra parrillada lo ideal es elegir los tubérculos y verduras de temporada variados, de colores distintos y sabores del dulce al salado o amargo, esto hará que todo sea mucho más sabroso y auténtico.
Mientras calentamos la parrilla cortamos el queso fresco tradicional **Angulo De la Llanura** en trozos gruesos y alargados y reservamos. Lavamos, pelamos y cortamos las verduras y tubérculos. Pintamos todo con un poco de aceite de oliva virgen y metemos en la parrilla. Primero metemos la mazorca, después el boniato y chirivía. Por último, las zanahorias, los espárragos, los tirabeques, las cebollas moradas y el tomate.
Cuando nuestros tubérculos y verduras estén dorados los retiramos a una fuente o plato amplio. Entonces damos vuelta y vuelta a nuestro queso **Angulo De la Llanura** en la parrilla.
El sabor inconfundible a la mezcla de las tres leches (vaca, cabra y oveja), le aportará intensidad de sabor a la parrillada de verduras de toda la vida.
Sírvelo en una bandeja, añádele unos frutos secos al gusto y acompáñalo de la salsa romesco*.
Descubre todos los detalles de preparación en nuestra web secretosangulo.com

SECRETOS QUESEROS DE ANGULO 1949

www.secretosangulo.com

## Lácteos & Derivados...

ENTREVISTA **José Luis Moralejo** Responsable de Pago Los Vivales

# “Los clientes saben que los quesos Pago Los Vivales mantienen su sabor de siempre”

Baltasar Moralejo e Hijos es una empresa zamorana dedicada a la elaboración de queso de leche cruda de oveja. Hablamos con su gerente, José Luis Moralejo, para saber de primera mano cuál es la filosofía de una compañía que ha situado a la marca Pago Los Vivales entre las más premiadas y destacadas de España. El último ejemplo de ello lo encontramos en la concesión del sello “Tierra de Sabor - Sabor Gourmet”, que reconoce aquellos productos que representan los mejores valores de la despensa agroalimentaria de Castilla y León.

***¿Cuándo inició su andadura la empresa?***

Tal como la conocemos hoy, en el año 2003. Fue en esa época cuando decidimos comenzar a adquirir materias primas de primera calidad para alimentar las ovejas: cebada, soja, alfalfa… materias nobles que nos permitieran alimentar bien al ganado y obtener así una leche de calidad.

***Pero la tradición familiar se remonta más atrás en el tiempo…***

Así es. Todo comenzó con mis padres hace alrededor de sesenta años. En aquel entonces solamente se trabajaba la carnicería, el sacrificio y la sala de despiece de ganado ovino. El cambio en el rumbo de la empresa que dimos hace quince años nos llevó a centrarnos en producir leche para elaborar queso. Por eso en 2004 comenzamos a trabajar con las ovejas y al año siguiente, a elaborar nuestros primeros quesos.

***¿Cuáles fueron las razones que motivaron ese cambio?***

Porque quisimos aportar valor añadido a la leche, que por sí sola no era un producto comercialmente viable. Creímos que convertirla en queso era la forma adecuada de conseguirlo y pienso que, después de todo este tiempo, la decisión fue más que correcta.

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

Baltasar Moralejo e Hijos es una empresa familiar que dirigimos mi hermano Juan Ángel, que es el maestro quesero, y yo mismo, además de mi sobrino que representa ya a la tercera generación de la familia. En conjunto, contamos con un equipo humano formado por 32 personas que se ocupa del cuidado de las ovejas, de la fabricación del queso y de las labores de administración.

***¿Cuál es el secreto del éxito del queso Pago Los Vivales?***

Hay varios aspectos que hacen que nuestros quesos hayan sido tan bien aceptados por el público. El primero de ellos, como le decía al principio, es la alimentación que ofrecemos a nuestras ovejas y que consiste en productos naturales como la alfalfa, el maíz, la soja, la cebada y la

## Calidad reconocida
## Los premios

A lo largo de los años han sido muchos los premios que Pago Los Vivales ha cosechado. Se trata de reconocimientos a nivel europeo y mundial que han situado a la marca como una de las referencias en la categoría de los quesos de leche cruda de oveja. El último ejemplo de ello lo tenemos con el premio “Tierra de Sabor - Sabor Gourmet”, pero no es el único.

Desde 2008 hasta hoy han sido diversos los quesos de elaborados por esta empresa zamorana que han recibido el reconocimiento de los principales certámenes de la industria. Así, los “World Cheese Awards” han premiado varios quesos de la marca prácticamente cada año desde 2011, logrando medallas de oro, plata o bronce productos como el ‘Tierno Etiqueta Azul’, el queso de oveja de leche cruda ‘Semicurado Etiqueta Verde’ o el ‘Queso de Oveja de leche cruda curada Etiqueta Negra”, el cual fue reconocido con la medalla SUPER GOLD como Mejor Queso del Mundo de su categoría en el año 2015.

Además, desde hace más de una década los quesos de Pago Los Vivales han acumulado otros premios como el ‘Cincho de Plata’, el ‘Botiguero de Oro’ o el tercer premio del VI Campeonato de Mejores Quesos de España Gourmet-Quesos 2015.

El pasado año, Pago Los Vivales volvió a citarse con el éxito en los “World Cheese Awards”, donde los quesos de la marca obtuvieron dos medallas de oro (Etiqueta Negra Curado y Etiqueta Burdeos Reserva), una de plata (Etiqueta Plata Gran Reserva) y otra de bronce al Pata de Mulo, en este caso en la categorías de nuevo queso de leche de oveja.

paja. Los animales comen eso durante los 365 días del año, lo que nos permite lograr una gran homogeneidad en las características de la leche.

***Y eso se traslada también al queso.***

Eso es. Proporcionar a las ovejas una alimentación igual durante todo el año hace que el queso que elaboramos también lo sea. Eso es algo muy apreciado por los consumidores, que saben que cuando compran un Pago Los Vivales va a tener el sabor y la curación que esperan y conocen. Además, todos nuestros procesos están amparados por estrictos controles sanitarios y de calidad. Y eso es fundamental cuando se trabaja, como hacemos nosotros, con leche cruda de oveja sin pasteurizar.

***¿Eso incluye la trazabilidad?***

Sí. Tenemos instalado un sistema de trazabilidad por lotes con análisis de puntos críticos que nos facilita la labor a la hora de saber el camino que ha seguido la leche hasta convertirse en queso, incluyendo el seguimiento de los fermentos y del cuajo. Nuestra metodología combina lo mejor de la elaboración tradicional con las ventajas que nos aporta la tecnología más moderna.

***¿Con qué cabaña cuentan hoy en día?***

En nuestra finca, que se llama Pago Los Vivales y da nombre a nuestros quesos, contamos con una superficie de 200.000 metros cuadrados que albergan tanto la granja como la zona de producción. En conjunto, disponemos de 4.000 madres que nos permiten producir unos dos millones de litros de leche al año para elaborar nuestros quesos.

***¿Qué tipo de quesos elaboran?***

Hoy en día elaboramos tres tipos de queso. Para empezar, tenemos nuestros quesos de pasta prensada, los cuales ofrecemos con 5 curaciones diferentes: El queso Tierno tiene un proceso de curado de entre 15 días y un mes; el Semicurado, de 2 a 3 meses; el Curado, de 6 a 8 meses; el Reserva, de 12 meses y el Gran Reserva, superior a los 18 meses. También elaboramos un queso Pata de Mulo, prensado a mano, con dos curaciones diferentes, de 3 meses y de 7 meses de curación. Nuestra última incorporación es un Queso Cremoso, con una curación entre 15 y 30 días, que ha tenido una gran acogida entre nuestros clientes y en el pasado Salón Gourmet de Madrid. Todos ellos cumplen con las condiciones de homogeneidad que le comentaba antes, puesto que solo utilizamos la leche de nuestra cabaña de ovejas para elaborar las distintas variedades de queso. Ovejas que sabemos qué han comido y la calidad de leche que nos pueden ofrecer.

***¿A través de qué canales distribuyen los quesos Pago Los Vivales?***

Siempre hemos apostado por el canal tradicional, las charcuterías especializadas y las tiendas gourmet o de delicatesen. A nivel geográfico, el 95% de nuestro mercado es nacional, aunque realizamos algunas operaciones de exportación.

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

Recientemente ampliamos la cabaña de ovejas hasta alcanzar las 4.000 madres he hicimos lo mismo con la fábrica, lo que nos ha permitido ampliar la producción. De cara al futuro, el reto es seguir incidiendo en la calidad a todos los niveles, desde la alimentación y el bienestar animal hasta los procesos de elaboración del queso, pasando por las condiciones de higiene y seguridad en el tratamiento de la leche cruda de oveja. No descartamos abrirnos a nuevos mercados, pero siempre lo haremos manteniendo la apuesta por la homogeneidad de nuestros productos que esperan los consumidores de los quesos Pago Los Vivales, que quieren recibir su sabor de siempre.

**www.pagolosvivales.com**

## El **Gran Reserva de "Los Vivales"** obtiene el distintivo **Sabor Gourmet,** concedido por **Tierra de Sabor**

El queso de leche cruda de oveja "Gran Reserva" de Pago Los Vivales, uno de los que elabora Baltasar Moralejo e Hijos S.R.L., ha sido distinguido con el sello "Sabor Gourmet" por la marca "Tierra de Sabor". Dicha mención es la que diferencia a los productos premium dentro de "Tierra de Sabor", el sello que aglutina a los productos de la máxima calidad elaborados en la comunidad de Castilla y León.

El sello "Tierra de Sabor - Sabor Gourmet" es la enseña de los productos que representan los mejores valores de la despensa agroalimentaria de Castilla y León, y tiene como objetivo establecer una categoría de productos de alta gama que permita atender a las necesidades de un consumidor cada vez más exigente y que demanda más especialización.

"Este reconocimiento nos ha sido concedido tras una cata sensorial realizada el pasado mes de marzo en la Escuela Internacional de Cocina Fernando Pérez, por un grupo de expertos seleccionados de entre los que conforman la Mesa del Sabor, y en la que han sabido valorar nuestro mimo a la hora de elaborarlo, utilizando solamente leche cruda proveniente de nuestro propio rebaño, explica José Luis Moralejo.

El galardón se suma a la treintena de premios conseguidos anteriormente en diferentes certámenes nacionales e internacionales durante los trece años de andadura del queso Pago Los Vivales.

Nuestros Cárnicos & Derivados...

ENTREVISTA **Francisco Espárrago** Presidente de Señorío de Montanera

# Señorío de Montanera abre camino a su producción ecológica

Con extensa tradición en la producción de productos del cerdo ibérico de bellota y, desde hace varias generaciones, gestionando y protegiendo más de 60.000 hectáreas de dehesa en Extremadura y el Alentejo portugués, Señorío de Montanera amplía su línea de productos con una nueva gama de ibéricos de bellota de producción 100% ecológica: una firme apuesta por el desarrollo de jamones y embutidos más sanos y naturales.

***Hablar de Señorío de Montanera es referirse a más de 70 ganaderos dedicados a la cría del cerdo ibérico de bellota…***

Sí, Señorío de Montanera nace en 1992, de la iniciativa de 5 ganaderos de Extremadura que en su día vimos claro que no podíamos seguir avanzando solos porque éramos muy pequeños. De manera que buscamos nuevos socios, dedicados igualmente a la cría del cerdo ibérico de bellota y a la elaboración de productos derivados. Hoy Señorío de Montanera agrupa a 70 ganaderos de Extremadura, Andalucía y Portugal. Entre todos, cubrimos todo el proceso productivo, de principio a fin, apostando por el cerdo ibérico de bellota en pureza (tanto el padre como la madre también son 100% ibéricos puros), con DOP Dehesa de Extremadura.

***Y ahora han dado un paso más para entrar en la producción ecológica…***

Efectivamente. Nos dimos cuenta de que hay un nicho de consumidores, cada vez más amplio, que demanda productos mucho más naturales y, más aún, 100% ecológicos, así que en Señorío de Montanera decidimos prepararnos para poder dar también esa respuesta al consumidor.

Hemos tenido que pasar por una fase de transformación ecológica, un periodo transitorio para poder adaptar la cría de los animales y todos nuestros procesos a la certificación ecológica, pero lo hemos conseguido. Hace 5 años sacrificamos a nuestros primeros cerdos ibéricos de bellota ecológicos y sus primeros jamones salieron en 2017.

***¿Primero fueron los jamones de cerdo ibérico de bellota y ahora los embutidos?***

Sí, el éxito obtenido en 2017 con el lanzamiento del jamón (avalado con una estrella en los Premios Great Taste de Londres) y la paleta ibéricos de bellota ecológicos, Señorío de Montanera amplía ahora su catálogo con embutidos, igualmente ibéricos de bellota ecológicos: lomo, chorizo y salchichón. Hemos recuperado embutidos tradicionales, como el lomo doblado o el chorizo sarta, hecho con carne de ibérico de bellota pero más picado y más especiado, con más pimentón picante, además de otros productos como el lomito o presa embuchada o el lomo blanco receta tradicional de Extremadura.

Todos ellos son productos de elaboración 100% natural, libres de aditivos y conservantes artificiales, y cuentan con el certificado ecológico de la Unión Europea.

***¿En qué ha consistido esa transformación hasta llegar al ecológico?***

El proceso de adaptación lo ha abarcado todo, desde la alimentación de los cerdos en la dehesa, a base de bellotas, pastos naturales y piensos ecológicos, la transformación de las propias fincas, a los procesos de producción y hasta las especias que utilizamos para la elaboración de nuestros embutidos.

En el caso de la producción ecológica, los animales no pueden ingerir, antes de su entrada en montanera, ningún pienso que no esté certificado como alimento ecológico, lo que supone que tienen que estar libres de organismos modificados genéticamente (OMG). El bienestar animal es esencial en este tipo de producción, de ahí que los cerdos ibéricos ecológicos disfruten de cuatro hectáreas por animal frente a las tres hectáreas de las que goza un cerdo ibérico tradicional de Señorío de Montanera.

Y por supuesto, también ha habido que adaptar la tecnología. La elaboración de los productos ibéricos ecológicos se realiza en una línea separada en tiempo y espacio del resto de productos ibéricos tradicionales.

***Ha habido que invertir en I+D+i...***

Sí, tiempo y recursos, para conseguir mantener sabores quitando aditivos y que el proceso productivo sea menos agresivo que el industrial: un largo y exhaustivo proceso de I+D con el objetivo de eliminar todos los aditivos y conservantes artificiales, manteniendo toda la calidad y el sabor a ibérico puro característico de Señorío de Montanera.

Para la conservación de los productos, el sector cárnico ha apostado tradicionalmente por los aditivos, pero si hace 80 años eran capaces de elaborar productos sin utilizarlos, nosotros también teníamos que ser capaces de hacerlo. Esa la fue la inquietud y el punto de partida de nuestra I+D+i para desarrollar esta línea de productos ecológicos. El reto era eliminar los nitritos y conseguir que el producto siguiera llegando al consumidor en perfectas condiciones de consumo.

Además, los nitritos aportan a las carnes y embutidos un color rojo muy característico, por lo que al quitarlos podría quedar un producto poco atractivo a la vista. Nuestra sorpresa fue que el jamón ibérico de bellota sale rojo aunque no contenga nitritos porque su carne tiene mucha hemoglobina. En otros productos, el pimentón actúa como un magnífico bactericida.

También hemos tenido que hacer muchas pruebas y trabajar los sabores hasta conseguir el punto que queríamos, puesto que habíamos cambiado las especias que veníamos utilizando. Hemos tenido que encontrar un pimentón ecológico, ajo ecológico… Y hemos tenido que mejorar mucho el envasado porque el ibérico de bellota es un producto que se oxida muy fácilmente y se pega mucho cuando está loncheado. Hemos creado, por tanto, una nueva forma de envasarlo con éxito.

***¿No hay muchos productos en el mercado que les hagan la competencia?***

Hay muy pocas empresas que los elaboren porque hay poca producción de cerdo ibérico de bellota ecológico. Hay que tener seriedad y no engañar al consumidor: o el producto es ecológico o no lo es. En Señorío de Montanera, estos jamones y embutidos exclusivos los trabajan menos de 10 ganaderos, que producen unos 100 cerdos al año. De hecho, la producción ecológica representa solo el 8% del total de Señorío de Montanera, aunque el objetivo es que cada vez vaya a más.

***¿Su producto se comercializa en España o se exporta?***

Exportamos un 40% al extranjero, cifra bastante elevada para un producto tradicional como es el ibérico de bellota. Nuestro principal mercado exterior es Japón, donde vendemos carne cuyos cortes adaptamos a sus preferencias, como es el caso de la presa ibérica cuadrada. El siguiente es Francia, donde vendemos básicamente producto curado; e Inglaterra, que consume nuestros jamones, morcones y chorizos. También estamos presentes en Italia, Benelux, en Escandinavia estamos entrando ya con el producto ecológico, vendemos en Canadá, en Corea y, en Sudámerica, sobre todo en Chile.

La acogida de la nueva línea ecológica está teniendo muy buna acogida en el extranjero, donde existe más concienciación en esta materia. Esperamos poder tener estos productos pronto también en el mercado alemán.

**Estos productos se pueden encontrar en tiendas gourmet o en la tienda online de Señoría de Montanera ww.tienda.senorio.es**

SEÑORIO DE MONTANERA

http://senorio.es

Nuestros Cárnicos & Derivados...

ENTREVISTA **Luis Castro Robles** Responsable de Calidad e I+D+i y **Pablo Maqueda** Director Comercial y Marketing

# "Valles del Esla aúna ganadería tradicional y tecnología para lograr la máxima calidad"

Valles del Esla es una compañía especializada en la producción de carne de buey de primera calidad. Hablamos con Luis Castro Robles, Responsable de Calidad e I+D+i y con Pablo Maqueda, Director Comercial y Marketing.

***¿Con qué intención empezó la aventura empresarial de Valles del Esla?***

La iniciativa del proyecto integral Valles del Esla parte de la familia Álvarez, originaria de la Montaña de León, cuya apuesta por productos y servicios de la máxima calidad (Bodegas Vega Sicilia) conforma el denominador común de sus diferentes proyectos empresariales. Valles del Esla nació con vocación de convertirse en un instrumento dinamizador de la Montaña de León.

***Carne de buey de primera calidad y compromiso con la comarca…***

Valles del Esla nace con el compromiso de aunar ganadería tradicional con las nuevas tecnologías, integrar a las ganaderías de la Montaña de León bajo un paraguas común que permita fijar población rural, el mantenimiento sostenible del entorno y potenciar la producción de animales en régimen extensivo. Todo ello unido a una firme apuesta por garantizar el bienestar animal mediante el cuidado de su alimentación para obtener unos productos exigentes y con la máxima garantía de calidad.

***¿De qué extensión de terreno y de número de bueyes estamos hablando?***

Contamos con una cabaña de bueyes en torno a las 2.500 cabezas, distribuida en pequeñas explotaciones ganaderas a lo largo de la vertiente meridional de la Cordillera Cantábrica perteneciente a la provincia de León, que cuenta con pastos de alta calidad. El atractivo de la idea determinó la creación, por parte de esas pequeñas empresas ganaderas familiares, de una asociación, la "Agrupación de Empresarios Ganaderos de la Provincia de León", para la defensa de sus intereses ante la empresa y administraciones (precios, pastos, saneamientos, etc.). Actualmente pertenecen a esta agrupación 64 ganaderos.

***¿Hablamos de bueyes criados en libertad?***

Desde su nacimiento, uno de los objetivos de Valles del Esla fue la recuperación del sistema tradicional de manejo y crianza en extensivo del buey. Hoy somos una de las únicas explotaciones de bueyes en régimen de ganadería extensiva en Europa. El buey Valles del Esla es un macho vacuno castrado, de raza Parda de Montaña, cuya crianza comienza con un periodo de lactancia natural durante 5-7 meses, después se alimenta en los pastizales de La Montaña de León en manejo extensivo hasta los 42-44 meses, ejercitándose a más de 1.000 m de altura. Son bueyes criados de una forma absolutamente natural, primero con sus madres y posteriormente en libertad durante la mayor parte de su vida.

***¿Qué beneficios y propiedades reúne la carne de buey del Valle del Esla?***

Nuestra carne de buey aporta altas concentraciones de hierro hemo, de fácil absorción, siendo especialmente recomendable en la alimentación de personas con estados carenciales, deportistas y mujeres embarazadas. Es una excelente fuente de minerales esenciales (hierro, zinc, cobre, yodo, magnesio…) entre los que destaca el hierro o el selenio, que se encuentra principalmente en productos cárnicos.

***¿Cómo podríamos definir la carne del buey de raza Parda de Montaña?***

El pasto de alta montaña contribuye a un mayor depósito en su carne de ácidos grasos polinsaturados de cadena larga, tan valorados hoy en día por sus propiedades cardiosaludables. También contribuye a una reducción en la proporción de ácidos grasos saturados.

***¿Y en cuanto a la trazabilidad del producto qué nos puede decir?***

Una de las innovaciones de mayor importancia en este proyecto consiste en el exhaustivo control de los animales desde su nacimiento, controles que incluyen alimentación, sanidad, programa de control de residuos toxicológicos y ritmo de crecimiento de los animales. Hemos sido pioneros en el uso de un sistema de marcaje electrónico de rumiantes mediante bolos digestivos, que permite que todos los animales estén identificados de forma individual. Por otra parte, con este sistema, se consigue que todas y cada una de las piezas de carne de vacuno posean una filiación capaz de garantizar la trazabilidad de la carne desde su origen hasta el consumidor final. Aquí juega un papel importante el hecho de contar con matadero y sala de despiece propios. Situadas en la localidad de Sahelices de Sabero, estas instalaciones nos permiten no solo asegurar la trazabilidad, sino también mantener un control integral de todos los procesos de sacrificio.

***¿De qué forma controlan todas las partes del proceso?***

Por un lado, mediante la implementación de un sistema de gestión de calidad certificado por la ISO 9001. Por otro, la trazabilidad no acaba en el sacrificio, sino que se extiende también a los procesos de distribución y comercialización.

***¿En qué presentaciones llega la carne al consumidor?***

En Valles del Esla estamos muy identificados con la problemática que entraña los diferentes canales de comercialización, e intentamos y conseguimos ser competitivos en todos y cada uno de ellos mediante diferentes formatos y envases que se ajustan a sus necesidades. A nivel de distribución, somos una marca comercial con prestigio, de modo que procuramos estar en todos los canales de distribución en los que nuestros productos tengan sentido (horeca, canal tradicional y gran consumo), tanto a través de nuestra red de ventas directa o a través de nuestros distribuidores locales.

www.vallesdelesla.com

## Tataki de vacío de buey, con costra de sésamo negro sobre papada ibérica a baja temperatura

**Ingredientes para el Vacío de buey:**

- 1 lingote de Vacío de buey, Valles del Esla.
- 1 diente de ajo.
- 100 cl. de aceite de oliva.
- Sal gruesa.
- 1 cucharadita de orégano.
- 1 cucharadita de tomillo.
- 1 cucharada de vinagre.
- Semillas de sésamo.
- Espaguetis de calabacín crudo.
- Patatas.
- Polvo de chile ancho.
- Un poco de papada para dar untuosidad.

**Preparación del Vacío de buey:**

El trozo de papada se hace a baja temperatura, se enfría y se corta en láminas muy finas que se van colocando como en un acordeón en papel de cocina, para después congelar y reservar.

Cortar un buen trozo rectangular de vacío de unos 7 cm. por 20 cm (unos 220gr.)

Para macerar la carne: en un mortero hay que majar un diente de ajo con un poco de sal gruesa, se añade una cucharadita de orégano y otra de tomillo, y se trabaja añadiendo un chorro de aceite. Añadir una cucharada de vinagre e incorporar al majado, después incorporar aceite y trabajar intentando ligar el conjunto hasta que quede una pasta.

Untar bien el lingote de vacío por todas partes con la pasta del mortero y dejar que repose en la nevera entre 6 y 12 minutos.

A la hora de servir, en un plato se colocan las láminas de papada sobre las que luego se pone el vacío caliente. Se limpia el adobo del lingote de vacío con un papel, y se sala y coloca en una sartén muy caliente para que se selle unos segundos cada cara, aprovechando para poner el sésamo en la cara superior según se va girando.

Se coloca la pieza sobre la papada para que con el calor se derrita.

Como guarnición, podéis utilizar los espaguetis de calabacín crudo y unos troncos de patata frita, adobados con polvo de chile ancho.

**EDITADO POR:** Guia de Prensa, S.L.. c/ Metalurgia, 38-42. 1ª Planta
08038 Barcelona. Tel. 902 026 111 - Fax: 93 390 13 51. www.guiadeprensa.com

Guia de Prensa, S.L. no comparte necesariamente las opiniones que puedan expresarse en artículos y entrevistas. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, grabada en sistema de almacenamiento o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de Guia de Prensa, S.L.

PIZZA
PAPA JOHN'S

NUEVA PIZZA
PREMIUM
POLLO
CAPRESE

LO MEJOR
DE LO MEJOR

PAPAJOHNS.ES