

AL ⁶¹ PUNTO

núm.

La Revista de los Chefs
DICIEMBRE 2014



¿Nuevos aires?

La espuma, innovación y elegancia a tu alcance

Editorial

Por JAVIER GUERRA

El 2014 se acaba con una conclusión positiva: el sector ha vuelto a coger carrerilla y, tras tiempos arduos, los frutos de una intensa labor de nuevo modelo de negocio y de mucho ingenio están empezando a dar resultados y se vislumbran años mejores por delante en los que habrá que seguir apostando por el trabajo, la creatividad, la calidad y una gestión eficiente de nuestros establecimientos.

En este número, podréis conocer de primera mano el balance que José María Rubio, Presidente de la FEHR, hace sobre esta realidad y la época en la que nos encontramos. También descubriréis citas y encuentros que permiten desarrollar y potenciar el sector y, como no, sus profesionales. Así nacen y se imponen tendencias como, por ejemplo, la espuma (tema que ocupa tanto el Reportaje Estrella como el recetario de esta entrega de *Al Punto*) que pasó de ser una creación innovadora nacida de la genial mente del Chef Ferran Adrià a convertirse en una de

las grandes protagonistas de todas las cartas de la cocina actual española, con utensilios y productos adaptados para su fácil y óptima preparación.

Y para poner un agradable punto y final a este año, os proponemos una escapada a una de las ciudades con más encanto de nuestro país: Córdoba. Es imprescindible recorrer sus calles, patios, monumentos históricos, y, como no, catar sus más preciadas especialidades culinarias.

“Con este buen sabor de boca despedimos este 2014 y os deseamos Felices Fiestas y un buen y exitoso comienzo de Año Nuevo”



Leader Chef Culinary Service
Unilever Food Solutions



Unilever España, S.A.
Calle Tecnología, 19 Edificio Unilever
Viladecans Business Park - 08840 Viladecans (Barcelona)
Telf. 93 681 22 00 - Fax 93 681 27 00
informacion.foodsolutions@unilever.com
www.unileverfoodsolutions.es

Menú

4

Córdoba

La ciudad seductora

8

Actualidad

Recetario, productos, agenda...

10

A la Carta

Protocolo copero

12

Entrevista

José María Rubio
Presidente de la FEHR

14

La Crónica

Fòrum Gastronòmic

16

Cesta de la Temporada

Jamón, jamón

18

Sube la espuma

De la cocina molecular a
una receta popular

22

Entrevista Estrella

Dani García,
artesano y mago

25

Nuestros Servicios

Cómete la cuesta de enero
Nueva normativa sobre alérgenos
Plan de marketing digital

28

Recetario

Platos de invierno

34

Club de Chefs

La Crème 2014

35

Publirreportaje

App ZeroMerms

CONSEJO DE REDACCIÓN

Ferran Moseguí
Ismael Valbuena
Cristina Guix
Esther Rivero
Javier Guerra
Alicia Fernández
Fábio Medeiros
Olga Pallàs
Alex Viñeta
Laia Zieger

COLABORADORES/AS

Laura Conde
Nerea Tomás
Alfonso Acedo
Aleyda Fuentes
Aitor García
Masu Hasegawa
Sergio González
Consorcio de Turismo
de Córdoba

COORDINACIÓN Y DISEÑO

Pro.
c/ Ganduxer 115, 1 Plta.
08022 Barcelona 93 219 66 20
procomunicacion.es

BUZÓN DEL LECTOR

Aquellos/as lectores/as que quieran compartir su opinión sobre los artículos de la revista o mandarnos propuestas de contenidos pueden enviarnos un e-mail a:
alpunto@procomunicacion.es

Esta revista recoge artículos y opiniones de diversos profesionales y expertos independientes a Unilever Food Solutions, artículos sobre el contenido de los cuales la empresa no participa ni se posiciona.

Córdoba

LA CIUDAD SEDUCTORA

Lleva varios siglos enamorando a todo aquel que la visita. Su herencia judía, musulmana y cristiana ha legado a Córdoba un porte monumental y cultural único, que bien merece su título de Patrimonio de la Humanidad. Si a ello le sumamos el olor a azahar de sus calles y una copa de vino de Montilla, es imposible no rendirse a ella.



Capital del mundo

Hace seis siglos, Córdoba era la capital del imperio Andalusí, pero también lo fue del mundo entero. Y es que esta ciudad exportaba tendencias y cultura, como si fuera el Nueva York de hoy en día. Como un imponente recuerdo de un pasado de esplendor, la Mezquita de Córdoba sigue presidiendo la ciudad y, con perdón de la Alhambra de Granada, es la gran joya de aquella época.

Con el paso del tiempo y el fin de Al-Ándalus, el emperador Carlos V la amplió y convirtió en catedral, pero respetando gran parte de la mezquita. Lo mejor para visitarla es llegar antes de las 9h30, ya que así la entrada es gratuita, y admirar sus famosos arcos en las Naves de Abderramán I y de su espléndido patio de los naranjos.

Después, se puede dar un salto en el tiempo para pasear por las estrechas calles del barrio de la Judería llenas de flores. De obligada visita es el Palacio de Viana, donde se encuentran dos de los patios más espectaculares de la ciudad.

Extasiados de tanto arte y arquitectura al aire libre, Córdoba nos sigue regalando los sentidos con actuaciones de flamenco y cante jondo en sus tablaos, como el Centro Gorgorito, una antigua posada que ahora alberga un santuario de este arte. Y si lo que buscamos es descansar, multitud de baños árabes nos permitirán relajarnos como lo hacían antiguamente los cordobeses del Califato Omeya. Si se aceptan propuestas, los baños Hamman Al-Ándalus, además de ser los más grandes y completos de toda Europa, son una experiencia para repetir.



JARDINES CORDOBESES
Desde los floridos patios del Palacio de Viana a los suntuosos jardines del Alcázar.

Donde el pasado se sienta a comer con la vanguardia

En los céntricos Jardines de la Victoria se esconde un oasis gastronómico en forma de mercado. Su impresionante arquitectura de hierro se debe a que se construyó allá por el 1877 de mano de la burguesía cordobesa. Con el tiempo, este espacio cayó en el olvido hasta que el año pasado se reinauguró como mercado gastronómico lleno de puestos y terrazas exteriores.

MEZQUITA DE CÓRDOBA
Arcos de la Nave de Abderramán I.



Aunar cultura, gastronomía y ocio es el objetivo de este mercado y allí podemos darle una alegría a nuestro estómago viajando de puesto en puesto por la cocina tradicional andaluza, española e internacional. Puestos de flamenquines, salmorejos y gazpachos se suceden por el mercado, e incluso uno de los Chefs más reconocidos de la nueva gastronomía andaluza tiene allí su puesto: Kisko García. Los más curiosos también se saciarán gracias a las demostraciones de cocina y catas que se organizan con regularidad.

Y para brindar por esta ciudad, qué mejor que hacerlo con una copa de su típico vino de Montilla y Moriles, hecho a partir de uva blanca. Cuenta con su propia Denominación de Origen y deja un sabor especial en cualquiera de sus etapas de maduración, ya que puede ser joven, fino, amontillado u oloroso.



DE ARRIBA A ABAJO

PATIOS CORDOBESES Y MERCADO VICTORIA

Punto de encuentro de los amantes de la gastronomía.

GASTRONOMÍA CORDOBESA

Salmorejo, flamenquines, rabo de toro...



El culto al salmorejo y otros sabores

Primo hermano del gazpacho, el salmorejo es toda una religión para los cordobeses. Esta sopa fría de aceite, vinagre, sal, tomate y pan se declina en un sinfín de variaciones; los hay de autor y de temporada; tradicionales o vanguardistas; con polvo de té y de maíz con caviar, o con guisantes y wasabi. En definitiva, hay más de un salmorejo para cada uno de nosotros.

Pero la gastronomía cordobesa no acaba aquí. Puedes comenzar el día desayunando jeringos, dulce similar al churro que toma su nombre de la jeringa de la que sale la masa para darle forma cilíndrica, acompañados con un buen chocolate o un café.

A la hora de tapear no hay que perderse el placer de probar los flamenquines: trozos de jamón serrano enrollados en lomo de cerdo y rebozados con pan rallado. Una vez fritos, adquieren su característico color rubio como los flamencos que llegaron a la ciudad de la mano del emperador Carlos V y que dieron nombre a esta delicia. Y si aún hay ganas de más, su típico estofado de rabo de toro acompañado con patatas te dejará sin palabras.

TEXTO S. GONZÁLEZ

FESTIVAL DE LOS PATIOS CORDOBESES



La fiesta de las flores

Desde hace casi 100 años, cada mes de mayo los vecinos de Córdoba abren las puertas de sus casas para enseñar sus patios centrales engalanados con flores. Todos compiten por llevarse el premio que da el ayuntamiento al patio más bonito, pero eso es lo de menos. Quien realmente gana aquí son sus visitantes al pasear entre paredes llenas de claveles y gitanillas. Además, un festival de folclore pone la nota musical con numerosas actuaciones de cantaores y bailaores. Y como el olor floral que te invade paseando por estos patios no se puede tocar, fueron declarados Patrimonio Inmaterial de la Humanidad en el año 2012.

Taberna Restaurante El Paseo

Pl. Cruz del Rastro, 3 - Córdoba
Telf. 957 41 15 30 - www.paseodelpilar.com



Tapas y carnes son las especialidades de este establecimiento que abrió sus puertas en 1968 a orillas del Río Guadalquivir. Dispone de una magnífica terraza desde donde se disfruta del frescor y de vistas privilegiadas a los alrededores.

Precio: entre 15 y 25 euros.

Restaurante Los 3 Califas

C/ Martínez Rucker, 6 - Córdoba
Telf. 957 94 92 18



Buena comida, con una carta repleta de platos del recetario tradicional andaluz. Buen ambiente, con espectáculos de flamenco y un servicio irreprochable en un local con encanto. Ubicación ideal, a dos pasos de la Mezquita-Catedral de Córdoba.

Precio: entre 15 y 25 euros.

SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA 2014

San Sebastián Gastronomika alcanzó su XVIª edición este año, consolidado como un congreso de referencia mundial en la alta gastronomía. Una cita ineludible que convirtió de nuevo a la ciudad vasca en la capital internacional de la alta cocina, con Italia como país invitado y la presencia de 24 Chefs italianos que suman 30 estrellas Michelin como Massimiliano Alajmo, Massimo Bottura y Niko Romito, Carlo Cracco, Gennaro Esposito, Davide Scabin, Norbert Niederkofler, Andrea Berton, Enzo Coccia, Cinque Raimondo y Enzo Piccirillo, entre otros. Ofrecieron un recorrido fascinante por la Italia del norte y del sur, con un programa que contó con ponencias, talleres, catas, 'street food' y la zona ferial del Market, con las últimas novedades en productos del sector.

Además, el congreso volvió a reunir a los mejores Chefs de Euskadi y España en su sección ALTA. No faltaron a la cita los vascos Juan Mari Arzak, Andoni Luis Aduriz, Martín Berasategui, Hilario Arbelaitz, Pedro Subijana, Eneko Atxa y Josean Alija. Y tampoco otros grandes de la alta gastronomía del país como Joan Roca, Carme Ruscalleda, Quique Dacosta, Francis Paniego, Paco Pérez, Ramon Freixa, Marcos Morán, Dani García y Ángel León.

Por otra parte, la cita acogió la segunda edición de las Wine Sessions, unas jornadas dedicadas íntegramente al mundo del vino. Moderadas por Ferran Centelles y David Molina, y con la presencia de figuras de la talla de Walter Speller, Luca Maroni, Josep Roca (El Celler de Can Roca) y Jane Hunt.



GASTRONOMÍA VIAJERA

Para quienes consideran la gastronomía como una parte fundamental de un periplo, geoPlaneta lanza en español su nueva colección de LonelyPlanet: *Mis recetas made in...* una forma fácil y sugerente de viajar desde la cocina de nuestro local. Se trata de una nueva saga de guías que arranca con cuatro gastronomías muy distintas y distantes: Tailandia, Marruecos, Estados Unidos e India. Cuatro libros llenos de especialidades locales, platos familiares, anécdotas sorprendentes, consejos culinarios, recetas organizadas temáticamente en función de la gastronomía del lugar, sección con las mejores direcciones para probar los platos in situ, glosario con las palabras clave de cada tipo de cocina, ingredientes, utensilios... que descubren los mejores sabores del mundo y permiten conocer de primera mano las gastronomías más ricas y variadas del planeta. Una gran fuente de inspiración de la que sacar partido para variar tu carta y dotarla de opciones originales y sorprendentes.



EL SECTOR HOSTELERO SE RECUPERA

El sector de la hostelería y la restauración generó 120.700 millones de euros durante el año 2013, lo que representa el 7,2% del PIB nacional. Además, emplea a 1,4 millones de personas, según el Presidente de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR), José María Rubio. También señaló que hay indicios contundentes de que este sector "está empezando a recuperarse de la crisis económica" y que desempeña un papel muy importante para que el turismo extranjero siga creciendo. Destacó que los bares, la gastronomía y el ocio nocturno constituyen "tres de las cosas por las que millones de turistas vienen y repiten". Y añadió que "aportamos valor al país, creamos empleo, colaboramos con la cohesión social y fidelizamos".

Por otra parte, según un estudio sobre perfiles de consumo Habits, elaborado por la consultora estratégica y financiera AIS, ocho de cada diez familias españolas destinaron parte de sus ingresos en comer fuera de casa en el 2013, con una media de 2.375 euros. El gasto en los restaurantes y bares supuso así un 95% del presupuesto de los hogares para actividades de ocio (sin contar los viajes o escapadas), ya que según los datos del estudio los hogares gastaron un total de 2.480 euros en su tiempo de ocio.



AGENDA 2014-15

12 al 14/12
QUÉ RICO DIOS MÍO
Cádiz

02 al 04/02
MADRID FUSIÓN
Madrid

21 al 23/02
GASTROALICANTE
Alicante

24 al 27/02
FRUYVER
Zaragoza

13 al 15/03
IFA SWEET FESTIVAL
Alicante

13 al 16/04
INTERSICOP
Madrid

13 al 16/04
CLUB DE GOURMETS
Madrid

21 al 24/04
BTA
Barcelona

6 VINOS PARA ESTA NAVIDAD

Para acompañar vuestras mejores recetas, os recomendamos seis caldos que nunca fallan:

- Semele 2011 - Bodegas Montebaco (D.O. Ribera del Duero). Precio: 8€. Es ciertamente uno de los mejores tintos en su categoría de precio. Con mucho cuerpo, es amable y fresco, con presencia de frutos rojos con menor intensidad que en nariz. Final medio y persistente.
- Sospechoso 2010 - Uvas Felices (La Rioja). Precio: 8€. Primero llaman la atención las etiquetas curiosas y originales de este vino tinto, fruto de la colaboración entre Uvas Felices de Vila Vititeca y la familia Eguren, y que se declina en seis categorías diferentes. Sabroso, amable y con la longitud justa. Buena copa de media tarde que también acompañará perfectamente embutidos, carnes rojas y roast beef.
- Enate Chardonnay 234 2012 - Bodegas Enate (D.O. Somontano). Precio: 7€. Algunos

expertos lo califican como uno de los mejores chardonnay nacionales. "Fruta blanca y tropical, cítricos, gran volumen, textura de vino grande y frescor encomiable, ¡una perla!", dice de este blanco el reconocido sumiller David Seijas. Muy apreciado por los amantes del vino.

• Libalis 2012 - Bodega Maetierra (V.T. Valles de Sadacia). Precio: 6€. Un diseño juvenil y fresco diferencian a este vino blanco elaborado con moscatel de grano menudo, viura y malvasía, ligeramente dulce y perfumado. Ideal para mesas con un público joven.

• Conde de Haro - Bodegas Muga (La Rioja). Precio: 14€. En nariz nos da principalmente notas de fruta ácida y flores, aunque también encontramos ligeros toques a miel y vainilla propios de la transformación en botella. En boca, este espumoso rosé es meloso y fresco.

• Costa Brut Nature - Cava Colomer (Sant Sadurní d'Anoia). Precio: 9,40€. Un cava con excelente frescura y un punto de elegancia con una burbuja muy integrada.



A la carta...

Protocolo copero

Siempre atentos al contenido, los amantes de las buenas mesas también valoran el continente. Para saborear un caldo, combinado, licor o refresco, hay que tomarlo en el recipiente adecuado que garantiza su óptima recepción y preservación. No obstante, la moda puede llevar a variaciones de formas, diseños, tamaños y colores.

También hay que velar al cumplimiento de un preciso ritual para garantizar el máximo disfrute del paladar.

Todo un protocolo que realizar, de la teoría a la práctica, para brindar.

1. VASO DE AGUA

Se llena, como mucho, hasta 4/5 de su capacidad.

2. COPA DE VINO TINTO

Solo se rellena hasta 3/4 de su capacidad.

3. COPA DE VINO BLANCO

Más pequeña y estrecha que la de tinto, para mantener el vino frío. Llenar a 3/4 de su capacidad.

4. COPA DE JEREZ

Para tomar los vinos dulces en general. No debe llenarse más que a 2/3.

5. FLAUTA DE CHAMPÁN

Su forma retiene las burbujas. Llenar hasta 4/5.

6. COPA DE VERMUT

Ancha en su boca, se estrecha al pie. Se llena hasta el 5/6 de su capacidad.

7. COPA DE COÑAC Y BRANDY

Pensada para abrazarla con la mano y mantener templado su contenido. No se debe llenar más de 1/3 de su capacidad.

8. COPA DE LICOR

Apta para todo tipo de licores, es una de las copas con más variantes de diseños. Se puede llenar hasta 4/5 de su capacidad.

9. VASO DE TUBO

Usar para refrescos y combinados. Se puede llenar hasta 5/6.

10. JARRA DE CERVEZA

Es recomendable que sea de cristal grueso y se debe llenar hasta que la espuma alcanza el borde. Muy apreciado servir previamente heladas en el congelador.



“La formación del hostelero es fundamental”

Conocer al cliente, adecuar la oferta a las necesidades actuales, formarse... son algunas de las claves de éxito para un negocio que apunta José María Rubio, Presidente de la FEHR (Federación Española de Hostelería y Restauración). Hemos hablado con él.



“Los españoles tenemos mucho apego a la hostelería, que suele ser nuestro centro de relación social”

JOSÉ MARÍA RUBIO
Presidente de la FEHR

¿Qué valores defiende la FEHR?

Procuramos que el sector mejore cada día en todos los aspectos: ser más profesionales, más eficientes y así ganar en prestigio ante la misma sociedad. Eso pasa por mantener e impulsar la innovación y fomentar la formación tanto en la vertiente empresarial, de gestión del negocio, como en una más profesional (camareros, maîtres, Chefs...). También garantizamos unas normas de competencia libres y honestas, porque queremos un sector perfectamente reglado con grandes empresarios y trabajadores.

¿En qué se diferencia el sector hostelero español respecto a otros países europeos?

En nuestro país los locales individuales representan el 80% del sector y la hostelería organizada un 20%. No hay ningún país en el mundo que tenga una proporción similar, sino que más bien suele ocurrir lo contrario. Eso significa que los españoles tenemos costumbres diferentes y mucho apego a la hostelería, que suele ser nuestro centro de relación social. Por otra parte, la oferta gastronómica española también difiere: cualquier bar ofrece restauración de calidad razonable, en general.

¿Es un sector potente de cara a la economía nacional?

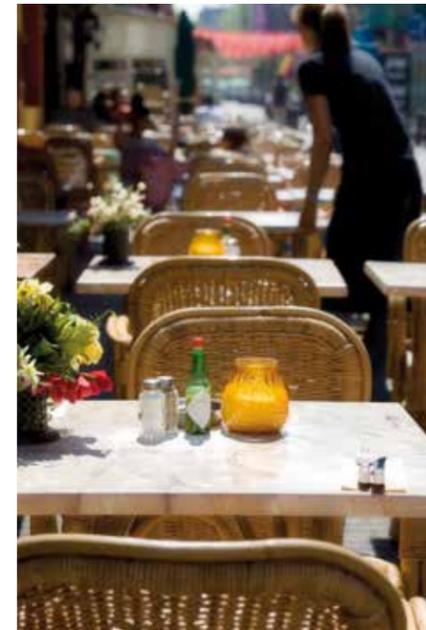
La hostelería está compuesta por la restauración (86%) y el alojamiento (14%). Representa el 7.4% del PIB nacional, más de lo que suman agricultura, ganadería y pesca juntas. Además, es un sector fundamental ya que contrata a más de 1,3 millones de personas.

¿Hay que potenciar el binomio turismo-gastronomía?

Por supuesto. Los numerosos turistas encuestados han destacado como principales motivos de visita a nuestro país la gastronomía,

ENCUENTRO DEL SECTOR

En la foto grupal, protagonistas del sector en el Congreso de Hostelería de la FEHR.



los bares y el ocio nocturno, tres vertientes de la hostelería. La FEHR potencia el turismo gastronómico con iniciativas como *Saborea España*, una asociación de ciudades destacadas como destinos turísticos gastronómicos.

¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta actualmente el sector de la hostelería?

La formación del hostelero en gestión de empresa, sin duda. Con la crisis, hay mucha más oferta en el mercado (competencia), y el cliente es más exigente (ya que está más informado a través de las nuevas tecnologías), menos fiel y gasta menos. Por todo ello, es importante que el hostelero, además de ser un buen profesional, sepa cómo gestionar el negocio: desde la planificación de los recursos, hasta la inversión en innovación, reducción de costes, herramientas de fidelización, etc. Y desde la Federación nos esforzamos para transmitir nuevas ideas.

En breve vuelve a celebrarse el Congreso de Hostelería de la FEHR.

El objetivo es que los profesionales compartan conocimientos y experiencias. Este año, el programa se mueve alrededor de “las claves de un nuevo entorno”, con un foco en las PYMES. El congreso ofrece diversas ponencias.



“La hostelería representa el 7.4% del PIB nacional, más de lo que suman agricultura, ganadería y pesca juntas”

cias lideradas por grandes expertos y útiles para el hostelero: cómo especializarse, comunicarlo, utilizar las redes sociales... Todo está pensado para seguir creciendo.

¿Cómo valora los programas de TV culinarios?

Todo lo que favorezca al sector, me parece muy bien. Estos programas aportan mucho

al consumidor, ya que hoy en día saben más de cocina y de sus procesos, por lo que valora más el trabajo que conlleva y es más agradecido. Además, crean vocaciones: en vez de ser astronautas, ¡los niños quieren ser cocineros!

¿Cuál es el balance del 2014 y las perspectivas para el año que tenemos por delante?

Existe una tendencia que llevamos observando en el último semestre del 2014: abren más negocios de medio y grande tamaño, lo que repercute positivamente en el número de gente empleada y las ventas. Parece ser que se está equilibrando la relación oferta-demanda del sector.

¿Cuál es su relación con Unilever Food Solutions?

Es una de las empresas de este sector que no se ha echado atrás ante la crisis económica, sino que ha seguido invirtiendo, apostando y apoyando a los negocios hosteleros y sus actores. Así, Unilever Food Solutions ha logrado establecer una relación de mutuo beneficio y está recogiendo los merecidos frutos de estos años de duro trabajo.

TEXTO L. ZIEGER

Éxito rotundo del FÒRUM GASTRONÒMIC

Se han superado todas las expectativas. Así de rotundos se han mostrado los organizadores de la primera edición barcelonesa del Fòrum Gastronòmic, haciendo hincapié en la plena ocupación del espacio así como en la muy positiva valoración por parte de los asistentes y en la internacionalización del evento, que ha tenido un alto porcentaje de visitantes del extranjero.



PRESTIGIOSO CARTEL

Arriba, Dani García, y abajo, Javier Guerra presentando las innovaciones de Unilever Foods Solutions.



Fòrum Gastronòmic se celebró del pasado 20 al 23 de octubre coincidiendo con Hostelco (Salón Internacional del Equipamiento para la Restauración, Hotelería y Colectividades). Ambos eventos sumaron fuerzas dando lugar a la Barcelona Hosting Week cuyo objetivo es proponer al profesional de la restauración una oferta completa y transversal y convertirse así en un referente obligado para la industria culinaria y de FoodService internacional. Se calcula que unos 57.000 profesionales han pasado por esta doble cita instalada en el recinto ferial de la Gran Vía de Barcelona y cuyas próximas ediciones se celebrarán en el 2015 en A Coruña, del 15 al 17 de marzo, y en Girona, del 15 al 17 de noviembre.

Con aires de una gran fiesta de la gastronomía, Fòrum Gastronòmic ha sido un escaparate del sector y una plataforma de intercambio y de negocio para los visitantes. Ha contado con más de 80 ponentes, cerca de 150 actividades y más de 200 expositores que representaron 400 marcas aproximadamente. A destacar el programa muy completo del Fòrum: hubo cocina popular y creativa, tradicional y del mundo, salada y dulce, productos artesanos y vanguardistas, ponencias y talleres con temáticas muy variadas pero, sobre todo, la presencia de grandes nombres de la cocina nacional e internacional, entre ellos: Carme Ruscalleda, Joan y Jordi Roca, Paco Pérez, Jordi Cruz, Nandu Jubany, Ángel León, Joan Bagur,...

El Fòrum ha sido un escaparate del sector y una plataforma de intercambio y de negocio

Cook Trends, un espacio de restauración, se convirtió además en el punto de reunión de ponentes, visitantes y periodistas. Este concepto ha estado formado por 17 propuestas culinarias de plena tendencia como son los 'food trucks' (de helados, gofres, pasta fresca, etc.) o las ofertas temáticas, siempre con producto de primera calidad.



STAND UNILEVER FOOD SOLUTIONS

'Showcooking', degustaciones y presentaciones ante numerosos profesionales



En esta ponencia destacaron que la esencia de una gestión de desperdicios eficaz radica en las tres 'R': Reducir, Reutilizar y Reciclar en varias fases del proceso de la cocina puede disminuir el margen de los desperdicios en todas las áreas del negocio. Para ello, se han centrado en 6 consejos para optimizar los pasos que generan más desechos:

- 1. Planificar la compra. Hace falta un control a tiempo real de las existencias del restaurante y de los productos vendidos.**
- 2. Almacenaje eficiente. Hay que tener una visión general de las existencias utilizando un mejor sistema de etiquetado de fechas.**
- 3. Preparación inteligente. La comida se debe preparar cuando se esté seguro que se va consumir y debe prepararse la cantidad adecuada.**
- 4. Control de los pedidos. Es recomendable utilizar los productos de manera inteligente, priorizando aquellos que acabarían desperdiciándose con antelación.**
- 5. Raciones adecuadas, para que no sobre comida en el plato. A la vez, implicará menos producción en cocina.**

Según Dani García, "para sacar adelante un restaurante, no solo hace falta cocinar bien y ofrecer un producto de calidad, también hay que prestar mucha atención a la gestión en cocina y aprender a reducir costes innecesarios. Un correcto control de los desperdicios puede ser una de las claves".

TEXTO L. ZIEGER

LAURA CONDE
PERIODISTA



EL FÒRUM MÁS HUMANO

Buscar un denominador común entre las diversas empresas de alimentación que se dieron cita en la pasada edición del Fòrum Gastronòmic, que se celebró en Barcelona del 20 al 23 de octubre, no era en principio tarea fácil, dada la diversidad de productos y sensibilidades que aglutinó la Fira Gran Vía. Pero un primer paseo por sus stands nos sirvió para detectar enseguida en vinos, cavas, infusiones, aceites, panes, arroces o cafés un elemento en común, una tendencia que va cobrando fuerza en los últimos años, muy presente en Europa y aún tímida en España: la preocupación por la sostenibilidad y el medio ambiente, por el comercio justo, el compromiso de las empresas con el entorno social, el regreso a lo artesanal, al km 0... En definitiva, una responsabilidad social corporativa creciente, en ocasiones mucho más intuitiva que de manual, cuyo auge, intuimos, no va a hacer más que consolidarse en los próximos años.

Y no podemos más que celebrar la progresiva consolidación de un fenómeno que se sustenta, en líneas generales, en tres pilares: por un lado sostenibilidad y respeto al medio ambiente; en segundo lugar un compromiso social que se traduce, en muchas ocasiones, en la inserción laboral de los más desfavorecidos y, por último, un respeto por el consumidor final que se refleja en la elaboración de productos naturales, que huyen en la medida de lo posible de químicos y aditivos.

¿Algunos ejemplos? Los chicos de Vendrell, dos hermanos valencianos que convencieron a su padre agricultor de la necesidad de elaborar naranjas ecológicas y, con ellas, su popular Génesis, una cerveza artesana bio de naranja. O el café de la gente de 1000 cups, una cafetería recién abierta en Madrid a punto de estrenarse en Barcelona cuyo café -excelente, por cierto- procede íntegramente de fincas de comercio justo. También pudimos disfrutar de una cata de vinos naturales por parte de Joan València y comprobar que el compromiso social y ambiental es una característica común a pequeñas, medianas y grandes empresas. En este sentido, Unilever Food Solutions es también un buen ejemplo del auge de estas políticas. Prueba de ello es el compromiso de la compañía con la sostenibilidad de la materia prima empleada para elaborar sus productos, que alcanzará el 100% en 2020, así como sus políticas de reducción de desperdicios y residuos de embalaje.

Estamos, en definitiva, aunque para ello nos haya hecho falta una crisis de la que probablemente no vamos a salir siendo los mismos, ante un retorno ya imparables a los valores del pasado como la única manera de avanzar en el futuro.

Jamón, jamón

la cesta de la temporada

Emblema de la gastronomía española, hechiza al paladar. Pezuñas y muñeca fina, caña estrechita y larga; y color pasión. Las Denominaciones de Origen (DO) nacionales son el sello de calidad y distinción del jamón ibérico: Jamón de Huelva; Los Pedroches (Provincia de Córdoba); Jamón de Guijuelo (Provincia Salamanca); Dehesa de Extremadura; Teruel y Trevélez.

El carácter, sabor y la textura de este manjar varían al son del clima y del sol del origen de crianza, y según el tipo de alimentación recibido. Creciendo, de menor a mayor calidad, está el jamón de cebo (alimentado con pienso); el de recebo (con bellota y si no alcanza los 150 Kg se ceba con pienso) y el de bellota, criado en libertad y con una dieta a base de raíces, hierbas y frutos silvestres. La calidad suprema que se disfruta hasta la puntita, pasando por:

LA MAZA. Zona superior, con más infiltración de grasa es una de las más jugosas.

LA CONTRA Y BABILLA. Partes más finas que han tenido una mayor curación, razón por la cual es preferible consumirlas cuanto antes para que no se sequen.

PUNTA. Esta zona es mucho más jugosa que la maza.

JARRETE. También llamado codillo o bocado de la reina, es una parte muy tierna y muy preciada.

CAÑA. Textura más dura y fibrosa, se utiliza para extraer taquitos.

Espuma: aquella textura cremosa y suave al paladar, que logramos introduciendo una cierta cantidad de aire en un preparado líquido con una cantidad de grasa determinada. De consumo ligera, esta creación culinaria reviste cualquier producto, cualquier receta, con un nuevo 'look'. Herencia de la vanguardista gastronomía molecular, hoy tiene cabida en todas las cocinas.

Sube la Espuma



Cocina molecular

En tan solo 10 años, la extrovertida cocina molecular ha pasado de limitarse a fogones vanguardistas y exclusivos a, gracias a su desarrollo y difusión, asentarse en locales populares que aplican sus técnicas más cómodas, rentables y exitosas para aportar un soplo de aire fresco a las recetas de siempre.

Entre otras cosas, a esta cocina moderna le debemos la introducción de nuevos inventos como evaporadores rotativos, sifones, etc., que permiten lograr con mayor facilidad resultados sorprendentes y que entran por los ojos. Pero, sobre todo, le debemos la investigación del funcionamiento de las moléculas y su interacción durante experiencias culinarias, para su posterior explotación a casos culinarios concretos. Permite modificar el aspecto de una preparación, su color,

su textura, consistencia... a través de procesos como la gelificación, emulsión, aires, etc.

Las virtudes de la cocina molecular quedan evidentes en platos tan célebres como sorprendentes tal y como son el merengue humeante, el caviar de granada, el mousse de chocolate sin huevo, la menestra de verduras en texturas, gelatina de albahaca, ejemplos de las creaciones directamente sacadas de las mentes geniales y extravagantes de los máximos exponentes de la vanguardia creativa culinaria, entre ellos: Pierre Gagnaire, Denis Martin o Albert y Ferran Adrià. Hoy en día, este movimiento sigue centrado en cocineros españoles como Quique Dacosta, Joan Roca, Carme Ruscalleda o Dani García.



Legado: discípulos, técnicas y globalización

Podríamos decir que el legado de la gastronomía molecular es, ante todo, la diversión, sorpresa, investigación e innovación en el plato. En definitiva, a esta disciplina se debe en la actualidad una cocina más extrovertida, original, sorprendente y sin límites para la experimentación, a la que el destacado periodista gastronómico, Pau Arenós, acuñó el título de 'tecnoemocional'. Es decir, una cocina que, con la ayuda de la tecnología, crea nuevas sensaciones, emociones.

Pero, más concretamente, su máxima herencia reside en su globalización. En efecto, esta corriente gastronómica cuyo concepto, estilo y filosofía solo se observaba en las cocinas de más alto voltaje, se ha extendido gracias a una armada de discípulos de los referentes mundiales que han difundido su teoría y práctica a niveles más accesibles, poniendo la creatividad culinaria al alcance del gran público y, con ella, una de sus creaciones de más éxito: la espuma.

EL LEGADO DE LA GASTRONOMÍA MOLECULAR ES LA DIVERSIÓN, SORPRESA, INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN EL PLATO



CARNES Y PESCADOS
Platos con aires modernos,
gracias a su espuma decorativa.

Espumas revolucionarias

Aunque siempre ha existido en su variante clásica, la nata, Ferran Adrià propulsó la espuma al rango de nueva textura junto con otras de sus invenciones: nubes, aires, esponjas, etc. Partiendo de dos grandes familias relativas al gusto, el dulce y el salado, y en función de la combinación entre la temperatura y la base utilizada para su elaboración, las espumas se inspiraron en el concepto francés de 'mousse', elaboradas con unas mezclas ligeras realizadas a base de un puré o una crema, que se airean añadiendo nata o merengue.

Por su parte, las espumas, de fácil elaboración, solo implican poner purés, cremas, líquidos o aguas ligeramente gelatinadas en un sifón de espumas (patentado por Ferran Adrià en 1985 y hoy presente en la mayoría de los locales). De esta manera se obtiene de forma casi instantánea una espuma que contiene únicamente el producto base, ligera y con una textura suave.



Ferran Adrià propulsó la espuma al rango de nueva textura junto con otras de sus invenciones: nubes, aires, esponjas...



POSTRES
Elegancia y originalidad.



Versatilidad

El sifón permite elaborar espumas de numerosos ingredientes, prácticamente de todas las familias de productos que revisten con elegancia y originalidad cada plato: aceites, cereales, confitados, flores, infusiones, legumbres, setas, quesos,... Así han logrado introducirse en cualquier elaboración que se beba o se coma, ya sea como decoración o protagonista de la carta.

Y como buena muestra de ello, solo cabe echar un ojo a las cartas de restaurantes y recetarios, donde se descubre desde mousse de coliflor, de maíz, de remolacha con almendras intercaladas, de parmesano, de huevos con beicon, de aceite de oliva virgen, de mojito, de foie gras caliente, de melón...

La densidad de las espumas dependerá de la formulación y del reposo. En efecto, variando el grado de gelatina, grasa, claras o féculas se logrará un producto más o menos espeso o fluido, permitiendo jugar con diversas texturas de espumas. Por ejemplo, introduciendo en el sifón tu preparación a base de Krona Original, la crema láctea con grasa vegetal líder en el mercado, conseguirás unas espumas untuosas, que no se cortan y se mantienen firmes hasta 48 horas.

TEXTO L. ZIEGER



LA REVOLUCIÓN DEL SIFÓN: ¿Cómo usarlo?

El sifón es un utensilio que puede ayudarnos mucho en la cocina, ya que permite conseguir emulsiones y texturas con gran rapidez. Unilever Food Solutions pone a tu disposición el Sifón Lacor de 1L, que ofrece la posibilidad de trabajar fácilmente espumas frías o calientes que se distinguen básicamente por la base de elaboración: grasa, gelatina o con claras y yemas de huevo.

Pasos clave:

1. Introducir el líquido con el que queremos hacer la espuma en el recipiente del sifón. Debemos asegurarnos que el líquido está bien colado y que no introducimos cuerpos sólidos. Cerrar bien la tapa a rosca.
2. Introducir una carga de gas en su compartimento y enroscar bien para que éste entre en el sifón. Oiremos un ruidito que indicará la salida del gas. Agitar bien el sifón y refrigerar en la nevera durante al menos 30 minutos.
3. Elegir el tipo de boquilla más adecuada para la presentación que buscamos. Haremos una primera prueba aparte para ver cómo sale la espuma. Una vez tengamos una salida estable, servir al gusto en el plato.

Consejos de Chefs...



A ADEGA AVENIDA DAS CALDAS, 11, OURENSE. TLF. 988 374 906 - WWW.ADEGAOURENSE.COM

Un entorno acogedor y con encanto, para un restaurante cuyas paredes tienen más de 100 años de historia. Una de las prioridades de A Adega es brindar el mejor producto a sus clientes, procedente de la fantástica "despensa" que brinda Galicia: pescado fresco, mariscos de las Rías, carne de ternera gallega, así como verduras y hortalizas de pequeños productores de proximidad. De Unilever Food Solutions destacan particularmente Krona Original, "que usan tanto para la elaboración de salsas como de postres debido a su gran textura". En la carta conjugan platos tradicionales y otros más novedosos, como pueden ser elaboraciones con pasta fresca y arroces. Todos los gustos tienen cabida aquí.

Luis Puente, Jefe de Cocina

ASADOR CORUÑA PLAZA ALCALDE JOSÉ CRESPO LOPEZ MORA, 4 - A CORUÑA TLF. 981240157



Conocido como buena mesa, especializado en la elaboración de carnes rojas braseadas con leña de roble y pescados y mariscos de temporada de la rías gallegas. Además, dispone de una amplia bodega con más de 300 referencias de caldos nacionales. El restaurante Asador Coruña es ideal para comidas de empresas y reuniones familiares.

Cuenta con un reservado para 30 personas. De Unilever Food Solutions destacan la Krona Original con la que elaboran, sobre todo, revueltos, repostería y su famosa espuma al vapor de mejillón.

Alberto Méndez Rodríguez, dueño del asador.



Dani García

Artesano y Mago

Es un hombre de cocina. Y también de su tierra. Aúna estas dos pasiones en el recetario del restaurante marbellí que lleva su nombre, creativo y brillante, con sabores y aromas andaluces marcados a golpe de pinceladas de todo el mundo. Todo genio y figura. Hemos charlado con Dani García.



Con una trayectoria repleta de éxitos como la suya, no le debe quedar sitio para más premios... ¿alguno le ha hecho especial ilusión?

Siempre es agradable recibir un premio y estoy muy orgulloso de todos los conseguidos, aunque no hay que vivir para las recompensas sino convivir con ellas, haciendo especial ilusión las que vienen de tu tierra, por el valor sentimental de saber que tu gente te quiere. Sin embargo, creo que el homenaje más grande lo recibo a diario viendo a mis clientes sonriendo y rebañando el plato al acabar una comida. Es lo mejor de todo.

¿Cuál es su concepto de la 'gastronomía'?

Al haber nacido en un sitio como Andalucía, a orillas del Mediterráneo, estoy muy condicionado por las materias primas de mi tierra, enriquecidas con productos y técnicas de fuera, descubiertos en distintas culturas del mundo a través de mis numerosos viajes. Así es mi cocina.

¿Y qué pretende lograr con su oficio?

La felicidad del público. Mi profesión consiste en ofrecer magia de una forma artesana.

¿Cómo es posible cocinar con humo de nitrógeno, gafas y guantes de seguridad, pero considerarse un cocinero artesano y tradicional?

No hay que darle tanta importancia a la técnica. Lo único que cuenta es que lo que comen mis clientes sea bueno y sano. Mi filosofía es sacar partido de la tecnología y que esté al servicio del gusto. En eso soy muy tradicional.

¿Cree que la llamada cocina 'tecnoemocional' se asentará en el recetario nacional?

De hecho, creo que no se debe considerar como una tendencia. Ya está muy bien asentada y se ha convertido en una corriente nacional con ramificación mundial con sus técnicas, su trayectoria, sus máximos representantes y un sólido bagaje. Podríamos considerarla una especie de 'nouvelle cuisine' española, un concepto de alta gastronomía que tiene interés tanto por su arte como por nuestros productos. Cuando viajas fuera, te percatas del interés que suscita y de su puesta en práctica en todo el mundo.

¿De dónde saca la inspiración?

La inspiración está en todos lados. Incluso allá donde menos te la esperas. Significa estar al loro, trabajar de forma continua, viajar, ir a otros



DANI GARCÍA
RESTAURANTE

sitios, hablar y compartir con otras personas.

Alguna cocina con la que le gustaría experimentar...

Muchísimas. El mundo es infinito y me quedan tantas cosas por descubrir... Por ejemplo, me falta por conocer en profundidad la cocina de muchos países asiáticos como Corea o Tailandia.

¿Con qué ingrediente disfruta más trabajando?

Con todos, aunque tengo devoción por el tomate: su olor, su color, su sabor, su textura... en rodaja, en salsa, en frío, en caliente... ¡es perfecto para todo!

“La inspiración está en todos lados. Incluso allá donde menos te la esperas”

¿Destacaría algún producto de Unilever Food Solutions? ¿Por qué?

Hay muchos, pero valoro especialmente la gama de Salsas Líquidas Concentradas de Knorr porque es un producto de altísima calidad, pensado para ayudar a los profesionales a trabajar mejor.

Un restaurante que le gustaría probar...

Alguno del Chef francés Alain Ducasse, que admiro profundamente.

Un cocinero con el que le gustaría compartir fogones...

En España tenemos algo muy grande: se comparte mucho entre quienes nos movemos en este sector y, por ello, he tenido el honor de cocinar, para una ocasión u otra, con todos

los grandes Chefs del país. Por esto mismo, si pudiera elegir, quizá miraría fuera y me decantaría, por ejemplo, por Joël Robuchon.

Últimamente los programas de cocina han proliferado en televisión. ¿Le gustaría embarcarse en una aventura de este tipo?

Ya me lo han propuesto y no me importaría participar de forma puntual, porque considero que son plataformas que potencian la gastronomía. Pero no quiero dedicarme a ello durante una larga temporada porque mi sitio, y donde disfruto más, es en la cocina y viviendo el día a día del restaurante.

¿Cuáles son sus próximos proyectos?

Tras haber trabajado en muchas cocinas, con 38 años tengo por fin mi propio restaurante,

tal como lo quiero y donde puedo expresar mi creatividad culinaria. Estoy feliz y lo disfruto. Lo que me toca ahora es asentarse y asentarme en este restaurante.

Y a ello se suma que ha sido elegido como imagen de la campaña Knorr para Andalucía...

En efecto, es un proyecto que me motiva mucho porque es propio a mi tierra. Pero también porque creo en los productos de Unilever Food Solutions: mejoran el plato y hacen más fácil la vida de los profesionales de este sector. Es la máxima expresión de que la técnica puede estar al servicio del gusto.

TEXTO L. ZIEGER

CUPCAKES DE ZANAHORIA Y BACALAO

INGREDIENTES

ESPUMA DE BACALAO

Bacalao desmigado	200	gr.
Bacalao ahumado	200	gr.
Puerro	200	gr.
Queso de cabra	70	gr.
Aceite de oliva	50	gr.
Nata	1,5	l.

ESPUMA DE BACALAO

Y ZANAHORIA		
Crema de bacalao	700	gr.
Zanahoria cocida	300	gr.
Xantana	2	gr.

TARTAR DE ZANAHORIA

Zanahoria	200	gr.
Alcaparras picadas	50	gr.
Pepinillos picados	50	gr.
Sal	1	c/s
Vinagre de Jerez	1	c/s
Salsa HP	1	c/s
Tabasco	1	c/s
Licuado de zanahoria (texturizado)	50	gr.
Aceite de oliva	1	c/s

ENVOLTORIO DE ZANAHORIA

Obulato con forma de magdalena	1	pq.
Manteca de cacao	200	3gr.
Corante blanco laca en polvo	10	gr.
Zanahoria liofilizada	1	c/s



ELABORACIÓN

Espuma de bacalao: Fondearemos el puerro con el aceite sin que coja nada de color y añadiremos los dos tipos de bacalao y rehogaremos unos minutos. Después verteremos la nata y el queso y dejaremos reducir hasta la mitad. Reservar.

Espuma de bacalao y zanahoria: Triturar todo junto con 70°C de temperatura y pasar a un sifón. Cuando esté frío, meter dos cargas de gas y mover hasta que tenga la textura deseada.

Tartar: Mezclaremos como si se tratase de un tartar y reservaremos.

Envoltorio de zanahoria: Fundiremos la manteca de cacao y cuando enfríe a 26°C la meteremos en el recipiente de la pistola de pintar y pintaremos las magdalenas una a una. Rápidamente, le pondremos un poco de lio de zanahoria con la ayuda de un colador. Mantendremos en un cuarto frío.



ACABADO Y PRESENTACIÓN

Pondremos un poco de tartar de zanahoria en el fondo de la magdalena y un poco de espuma de zanahoria dándole forma de relleno de magdalena. Pondremos un poco de lio de zanahoria por encima.

tu MENÚ



Después de las fiestas, empieza el año con una etapa delicada conocida como la 'cuesta de enero'. Para seguir atrayendo a clientes y facturar, hay que renovarse con nuevas fórmulas 'low cost'. Un precio competitivo y márgenes ajustados, combinado con una amplia carta de calidad media permite a muchos establecimientos aguantar a pesar de la difícil coyuntura actual.

CÓMETE LA CUESTA DE ENERO

CLAVES 'LOW COST' EN HOSTELERÍA PARA LA 'CUESTA DE ENERO':

Una oferta básica, precios dinámicos y, preferiblemente, presencia en Internet es el núcleo de cualquier 'low cost'. La fórmula es sencilla: se trata de ajustar costes para ser competitivo. Pero ponerlo en práctica es algo más complicado. La estrategia exige ajustar absolutamente las áreas del negocio para que todo encaje:

~ PRODUCTO: Aproveche los productos del día en oferta. Tengamos en cuenta que bajo coste no necesariamente implica mala calidad. Y el cliente nunca va a estar dispuesto a renunciar a una mínima parte de calidad.

~ OFERTA: Es muy importante plantear una propuesta básica a nuestros clientes. Ello nos permite reaccionar con rapidez, ajustarla y, en definitiva, ahorrar costes. Además, así ayudas al cliente a comprender mejor la oferta y a valorarla rápidamente, en función tanto de su demanda como de la competencia.

~ NECESARIO VS. SUPERFLUO: Tenemos que descubrir a qué está dispuesto a renunciar el cliente y transmitirle que, en muchos casos, menos es más. Se trata de analizar en profundidad en torno a cuáles son las características que el cliente exige al producto o servicio. Ir a la esencia de cada mercado para descubrir aquello a lo que el cliente no va a renunciar.

~ FIDELIDAD: Si los clientes acuden a nuestro negocio por nuestros precios, en general, no son fieles. Es por ello que hemos de ir renovando la carta y hacerlo basándonos en nuestra ventaja competitiva en costes para que el modelo se convierta en sostenible.

~ TECNOLOGÍA: Aunque la regla de oro para ser un 'low cost' pase por realizar un exhaustivo control de los gastos, hay una clara excepción cuando se trata de invertir en tecnología para el negocio. Las empresas han conseguido una racionalización de todos sus procesos

introduciendo la tecnología. En nuestro canal podemos destacar aspectos como la presencia en Internet, el implicar a nuestros clientes para abaratar costes (comanda 'online', tablets...).

~ ESTABLECER PRECIOS: El concepto básico en 'low cost' es el de pagar por lo que se consume. Hay que hacer una labor exhaustiva de descomposición de los costes y utilizemos, en la medida de lo posible, una estrategia de precios dinámicos en función de la demanda de cada momento.

EJEMPLO DE MENÚ LOW COST CUESTA DE ENERO:

Para empezar: Sopita de pescado y marisco, ensaladita verde.

Primeros: Ensalada griega con queso feta, espárragos con salmón marinado, canelones de carne al gratén, croquetas de merluza al Jerez, calamares a la romana, mejillones a la marinera, boquerones fritos a la andaluza.

Segundos: Taquitos de solomillo a la espalda con patatas fritas y pimientos de padrón, Escalopines de pollo a la milanesa con patatas fritas, espaguetis a la marinera, salmón noruego a la naranja, nuestros arroces y paellas "personalizadas" (mínimo 2 personas).

Postres: Tarta tatin de manzana, helado de vainilla, macedonia de frutas, flan de huevo casero con nata.

Bebida: Copa de vino de la casa o caña de cerveza o refresco.

Pan de chapata y aceitunas.

10 € IVA INCLUIDO / PRECIO POR PERSONA

tu COCINA



El 13 de diciembre del 2014 entrará en vigor el nuevo Reglamento EU 1169/2011 que trata sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. En dicha fecha, todos los operadores del sector de la alimentación -hospitales, escuelas, cantinas, cafés, bares, restaurantes, locales de comida rápida, etc.- deberán informar de la presencia de alérgenos en sus productos mediante etiquetas, carteles, en la carta y/o de forma verbal. En España se exigirá probablemente además que siempre aparezca en un soporte escrito o electrónico.

NUEVA NORMATIVA SOBRE LA PRESENCIA DE ALÉRGENOS

Esta medida pretende reforzar la información y seguridad de los consumidores alérgicos que podrán, de este modo, identificar en todo momento qué alimentos contienen los alérgenos señalados en el reglamento. La aplicación del mismo representa una especial ventaja para las personas que sufren alguna intolerancia o alergia alimentaria (se estima que entre el 2 y 4% de adultos y el 6% de la población infantil están afectados).

LOS 14 ALÉRGENOS A DESTACAR EN LAS ETIQUETAS Y CARTAS SON LOS SIGUIENTES:

- 1 Huevos
- 2 Leche
- 3 Mariscos
- 4 Moluscos
- 5 Pescado
- 6 Cacahuetes
- 7 Sésamo
- 8 Soja
- 9 Dióxido de azufre
- 10 Nueces
- 11 Cereales que contienen gluten
- 12 Apio
- 13 Mostaza
- 14 Altramuz

CON EL FIN DE PREPARARSE A ESTE CAMBIO, REPASAMOS LAS PAUTAS QUE DEBERÁ GARANTIZAR CUALQUIER OPERADOR A PARTIR DEL 13 DE DICIEMBRE:

- Facilitar la información requerida sobre 14 alérgenos, y tener para ello un soporte escrito, como pueden ser cartas de locales, etiquetas de productos y platos precocinados, soporte electrónico...
- Poder responder a dudas y consultas de los consumidores sobre la presencia de alérgenos en la carta.

- Garantizar un correcto procedimiento en la cocina para manejar correctamente los alérgenos y evitar posibles contaminaciones cruzadas.

- Formar al personal de cada establecimiento sobre las cuestiones previamente mencionadas.

POR SU PARTE, EL CLIENTE TIENE LA RESPONSABILIDAD DE:

- Informar al personal del establecimiento de sus intolerancias y/o alergias alimentarias y tomar decisiones de acuerdo a la información presentada.



ALERGIA ALIMENTICIA

Ocurre cuando el sistema inmune produce IgE y ataca a una proteína alimentaria por error. Varía en severidad, provocando la aparición de síntomas como problemas



estomacales, erupciones cutáneas, inflamaciones diversas, dificultades respiratorias... En algunos casos, puede ser fatal.

INTOLERANCIA

Es una reacción adversa a los alimentos producida por otros mecanismos y que no tienen una reacción tan severa.

tus CLIENTES



¿Tiene mi restaurante presencia en la red? ¿Estoy sacando el máximo provecho al canal digital? ¿Tengo una estrategia clara? ¿Por qué el canal online es un factor clave de éxito de un restaurante? El cliente está cambiando. Cada vez son más los comensales que buscan, opinan, localizan, eligen o reservan su mesa en restaurantes a través de plataformas de Internet. Es indudable que nos encontramos ante un nuevo marco de relación entre el establecimiento y el cliente.

IMPULSA TU NEGOCIO CON UN PLAN DE MARKETING DIGITAL

En Estados Unidos, más del 80% de los restaurantes utilizan las redes sociales para comercializar sus servicios, además de los demás canales digitales (mailing, publicidad online...). En nuestro país, también es una tendencia en auge: aumentan los locales que se suman a portales que ofrecen la modalidad de 'entrega a domicilio'. También son cada vez más activos en las redes Chefs, cadenas de restauración y locales particulares.

Es fundamental contar con una estrategia de posicionamiento online bien definida, para llegar a más personas, y ser más accesibles ante los nuevos comportamientos del comensal. Hay 6 pasos principales a seguir:

1. DEFINIR OBJETIVOS Y RECURSOS

En función del objetivo, desarrollaremos un plan de acción (interactuar, incrementar ventas, contar con una web y/o redes sociales...).

2. CREAR WEB Y/O BLOG

- Diseño atractivo alineado con la imagen y el posicionamiento del local.
- Accesible desde diversos dispositivos: móvil, web, tablet.
- Generar contenido de calidad, especial énfasis en las palabras clave (SEO).
- Interactividad: redes, formularios...
- Promoción: tarjetas de visita, cuenta del cliente, publicaciones impresas.

3. CREAR CUENTAS EN REDES SOCIALES Y ACTIVARLAS

- Crear un perfil profesional.
- Incluir fotografías y vídeos.
- Interactuar: preguntar y responder.
- Actualizar y promocionar.
- Trato preferencial para los fans.

4. NEGOCIAR Y ENTRAR EN WEBS GENERALISTAS, ESPECIALIZADAS Y APLICACIONES

Hay que integrarse en plataformas que ayudan a vender más (Ej.: eltenedor.es; tripadvisor.com, etc.).

5. GENERAR CONTENIDOS Y LANZAR CAMPAÑAS Y PROMOCIONES

Actualizar. Interactuar. Crear y promocionar.

6. MEDIR RESULTADOS Y TOMAR DECISIONES

La línea lógica es evaluar, aprender y revisar el plan de acción. El digital es un canal relativamente barato para experimentar, pero tiene que acabar siendo efectivo. Por ello, hay que contabilizar reservas y ventas que entran por cada canal o actividad; Imputar el coste a cada actividad; Evaluar la rentabilidad de cada acción; Amplificar las acciones con mayor rentabilidad...

4 CONSEJOS CLAVE PARA UN RESTAURADOR

1. EXISTIR

Significa tener presencia en Google.

2. ATRAER A NUEVOS CLIENTES

Participa en promociones de centrales de reservas como Eltenedor.es o Atrapalo.com para hacer crecer tu negocio (las reservas online ya suponen el 40% del total) y hacerlo visible en Internet.

3. LA REPUTACIÓN

- Dar de alta el restaurante en Tripadvisor.com
- Incluir fotos
- Invitar a los clientes a dejar una opinión cuando salen satisfechos
- Dar respuesta cordial a las quejas
- No poner falsas opiniones

4. INTERACTUAR EN REDES SOCIALES

- Dar de alta el restaurante
- Perfil empresa, no de persona
- Incluir información relevante
- Invitar a clientes a hacer 'like'
- Informar del menú del día

Recetario

Precio por ración

Entrante

Aspic de marisco al brandy con vieiras y verduras **1,52 €**
Caldo Líquido Concentrado de Marisco Knorr

Primeros

Crema de ave al Jerez con fondo **0,73 €**
Fondo de Ave Knorr

Judías pochadas con confit y calabaza **1,80 €**
Caldo de Pollo Knorr

Segundos

Presa ibérica lacada **1,91 €**
Salsa Demiglace Knorr

Solomillo de ternera **3,55 €**
Krona Original

Lomo de besugo con fondo **1,88 €**
Caldo Líquido Concentrado de Marisco Knorr

Calamar con aire **1,89 €**
Krona Original

Postres

Mousse de frambuesa **0,79 €**
Mousse de Frambuesa al Agua Carte d'Or

Nido de crema de yogur **1,00 €**
Crema Sabor Yogur Carte d'Or

Coste menú de 3 a 6 €

RECETA FÁCIL Y SABROSA



Desde 1,52 € por ración

ASPIC DE MARISCO AL BRANDY CON VIEIRAS Y VERDURAS

(para 10 pers.)



CALDO LÍQUIDO CONCENTRADO DE MARISCO KNORR

Gusto natural con alto rendimiento. Sin gluten.

Tronco de vieira	800 gr.
Caldo Líquido Concentrado de Marisco Knorr	40 ml.
Cebolla blanca	200 gr.
Yemas de espárrago blanco	250 gr.
Zanahoria	180 gr.
Brandy	70 ml.
Hoja de gelatina	3 uds.

Decoración: Perejil hojas

1. Blanquear la cebolla, la zanahoria, los espárragos bien pelados, dejar enfriar y reservar.
2. Hacer un caldo con 1,2 litros de agua y el Caldo Líquido Concentrado de Marisco. Reducir durante 5 minutos, añadir el brandy y flambear.
3. Añadir las láminas de gelatina y dejar diluir en el caldo caliente. Salpimentar al gusto.
4. Por otra parte, laminar los troncos de las vieiras, plancharlos y reservar.
5. Dosificar el caldo gelatinoso en copones, poner la verdura en precipitación para hacer el aspic.
6. Colocar encima una lámina de vieira planchada y dejar enfriar en cámara durante 30 minutos. Decorar con una hoja de perejil.

ENTRANTE Y PRIMEROS INVERNALES



Primeros con todo el sabor del invierno, para calentar el cuerpo y seducir a los paladares ávidos de experiencias intensas. ¡Buen provecho!



Desde 0,73 € por ración

CREMA DE AVE AL JEREZ CON FONDO

(para 10 pers.)



FONDO DE AVE KNORR

Sabor, textura y aspecto perfilado y redondo a pollo.

Fideos finos	400 gr.
Jamón ibérico	150 gr.
Pechuga de pollo cocida	300 gr.
Fondo de Ave Knorr	35 gr.
Pan	200 gr.
Sal	15 gr.
Pimienta	10 gr.
Puerro baby	400 gr.
Vino blanco seco Jerez	200 ml.
Roux Blanco Knorr	40 gr.

Decoración: Puerro baby laminado

1. En una cazuela, poner a hervir 3,5 litros de agua, añadir el Jerez y dejar hervir 5 minutos. Agregar el Fondo de Ave Knorr y dejar hervir otros 5 minutos. Añadir los fideos finos y continuar el hervor otros 10 minutos. Añadir el Roux Blanco Knorr y dejar otros 2 minutos.
2. Picar el jamón ibérico y las pechugas de pollo y añadir en los últimos 5 minutos de hervor.
3. Una vez en reposo, decorar con los costrones de pan frito en cuadraditos y las rodajitas muy finas de puerro baby.
4. Salpimentar al gusto.



Desde 1,80 € por ración

JUDÍAS POCHAS CON CONFIT Y CALABAZA

(para 10 pers.)



CALDO POLLO KNORR

Elegido el mejor caldo de pollo del mercado.

Caldo de Pollo Knorr (preparado)	1500 ml.
Judías pochadas	800 gr.
Calabaza	150 gr.
Muslos de pato confitados	700 gr.
Puerros	200 ml.
Ajos	100 gr.
Cebolla	50 gr.

Decoración: Cilantro

1. Preparar el Caldo de Pollo Knorr, dejar enfriar y reservar.
2. Sudar en un poco de grasa de pato la cebolla, los puerros, los ajos y las calabazas troceados.
3. Escurrir las judías, previamente remojadas en agua, y añadirlas a la verduras.
4. Cubrir con el Caldo de Pollo Knorr, tapar y cocer a fuego lento 1h30.
5. Rectificar el sabor con el Caldo de Pollo Knorr. Servir con cilantro picado.



SEGUNDOS CARNES

Confía en la gama de productos de Unilever Food Solutions para conseguir este toque de gracia que convierte una simple receta en un gran plato, listo para triunfar.

Desde 1,91 € por ración



PRESA IBÉRICA LACADA EN LÁMINAS CON BOLETUS, ACHICORIA Y CALABAZA

(para 10 pers.)



SALSA DEMIGLACE
KNORR
La mejor Salsa Demiglace del mercado*. Fácilmente personalizable.
Lista en 3 minutos.

Preso Ibérica de cerdo	1300 gr.
Calabaza	400 ml.
Boletus	500 gr.
Tomate seco	200 gr.
Ajo	80 gr.
Aceite de oliva	100 ml.
Hojas de achicoria	50 uds.
Perejil	30 gr.
Salsa Demiglace Knorr	100 gr.
Krona Original	200 ml.

1. Hornear la pieza de preso ibérica con una aguja durante 30 min. a 160 °C hasta conseguir una temperatura interior de 55°C. Dejar enfriar y lonchear en láminas de 1 cm de grosor. Reservar.
2. Realizar la Salsa Demiglace Knorr (100 grs) con 700 mls de agua fría para conseguir más densidad. Sumergir las piezas laminadas en la salsa y dejar cocer durante 5 min., hasta que se empapen bien, de manera que al montar el plato queden lacadas.
3. En 1 l. de agua con 200 mls de Krona Original, poner a cocer la calabaza con un poco de sal y pimienta durante 20 min., una vez cocida triturar hasta conseguir un puré. Reservar.
4. Saltear en una sartén con aceite los ajos laminados, el perejil picado, los tomates secos y los boletus troceados. Reservar.
5. Montar colocando el salteado de boletus y tomate por encima de la presa, y decorar con el puré de calabaza y hojas de achicoria.

Desde 3,55 € por ración



SOLOMILLO DE TERNERA CON FOIE Y ESPUMA DE BOLETUS

(para 10 pers.)



KRONA ORIGINAL
KRONA
Eficacia garantizada tanto en montado como para cocinar. No se corta. No se separa. No suera.

Solomillo de ternera	1,20 kg.
Pan	300 gr.
Foie Micuit	400 gr.
Tirabeques	500 gr.
Zanahoria baby	400 gr.
Aceite de oliva virgen extra	120 ml.
Boletus	200 gr.
Agar-agar	10 gr.
Krona Original	150 ml.
Agua	150 ml.

1. Con el pan, realizar tostas en mitades que nos sirvan de base.
2. Porcionar el solomillo de ternera, pasar por la plancha y reservar en caliente. Lonchear el foie micuit, pasar por soplete y reservar en caliente.
3. Blanquear los tirabeques y las zanahorias baby peladas, reservar.
4. Preparar la espuma mezclando la Krona Original, los boletus salteados y bien triturados (papilla), el agua y el agar-agar, salpimentar al gusto, mezclar bien y pasar por un colador. Introducir dentro del sifón. Poner 2 cargas de gas (moviendo entre cada una), dejar reposar en cámara 10 min. y mover bien antes de incorporar al plato.
5. Montar colocando sobre la tosta el solomillo acompañado de las lonchas de foie, los tirabeques y las zanahorias. Por último, una rose-ta de la espuma de boletus.



SEGUNDOS PESCADOS

Lo mejor del mar para tus comensales. Dos platos que mezclan tradición y vanguardia para entrar por los ojos y el paladar.

Desde 1,88 € por ración



LOMO DE BESUGO CON FONDO DE MARISCO AL POMODORO

(para 10 pers.)



**CALDO LÍQUIDO
CONCENTRADO DE
MARISCO**
KNORR
Gusto natural con alto rendimiento. Sin gluten.

Lomo de besugo	1200 gr.
Langostinos	300 ml.
Cebolla blanca	150 gr.
Ajo	80 gr.
Tomate pera pequeño	350 gr.
Couscous	120 ml.
Caldo líquido Concentrado de Marisco Knorr	30 uds.
Aceite de oliva virgen extra	60 ml.
Perejil	60 gr.

Decoración: Hojas de perejil

1. Trocear los lomos de besugo y cocinar en horno a 150°C durante 10 min. Reservar.
2. Pelar los tomates pera pequeños y cocer en 800 ml de agua con aceite de oliva durante 15 min. Extraer los tomates, añadir 1 l. de agua más y el Caldo Líquido Concentrado de Marisco. Dejar hervir durante 20 min. más.
3. Hidratar el couscous y reservar.
4. Pelar los langostinos, cortar por la mitad y saltear. Reservar.
5. En un plato hondo, colocar en el centro los lomos de besugo, bañar con el caldo resultante, colocar los tomates alrededor del besugo.
6. Poner sobre el besugo el couscous hidratado y una lámina de langostino. Decorar con una hoja de perejil.

Desde 1,89 € por ración



CALAMAR CON AIRE DE MEJILLONES Y CRUJIENTE DE GAMBAS

(para 10 pers.)



KRONA ORIGINAL
KRONA
Eficacia garantizada tanto en montado como para cocinar. No se corta. No se separa. No suera.

Calamar n°3	1800 gr.
Couscous sémola	250 gr.
Mejillón	300 gr.
Zanahoria	250 gr.
Pimiento verde	200 gr.
Cebolla	200 gr.
Lecitina de soja en polvo	2 gr.
Gambas	400 gr.
Aceite de oliva	100 ml.
Agua	1000 ml.
Krona Original	200 ml.

1. Cortar los calamares en forma de flor, extrayendo y limpiando la cabeza previamente. Pasar por la plancha la flor hacia abajo, de manera que se abra. Reservar.
2. Hidratar la sémola y dejar reposar. Sofreír la cebolla, el pimiento y la zanahoria, saltear el couscous. Reservar.
3. Pelar las gambas y meter entre papel sulfurado, pasar un rodillo y hornear a 130°C durante 15 min. Reservar.
4. Cocer los mejillones en 1 l. de agua, filtrar el caldo resultante, mezclar con la lecitina de soja y la Krona Original, pasar por un colador. Introducir dentro del sifón y poner 2 cargas, moviendo entre cargas. Dejar reposar en frío al menos 15 min.
5. Colocar el calamar sobre una base de couscous. Rematar con el aire de mejillones y el crujiente de gambas.



POSTRES IRRESISTIBLES

Queremos una temporada muy dulce y lo vamos a conseguir gracias a estas deliciosas recetas de postres que combinan una textura untuosa con un sabor muy original.
¡Tus clientes quedarán conquistados!

Desde 0,79 € por ración



MOUSSE DE FRAMBUESA CON GALLETAS, SIROPE DE CEREZAS Y SALSAS VAINILLA

(para 10 pers.)



MOUSSE DE FRAMBUESA AL AGUA CARTE D'OR

Preparación con agua.
Fáciles, rápidos de
preparar y personalizar.

Mousse Frambuesa Carte d'Or	1 gr.
Galleta Lotus triturada	600 gr.
Margarina Tulipán 250 grs.	1 ud.
Sirope de Cereza Carte d'Or	80 ml.
Salsa de Vainilla Carte d'Or	80 ml.
Frambuesas	40 gr.
Arándanos	40 uds.

Decoración: Hoja de menta

1. Montar el Mousse de Frambuesa Carte d'Or con agua bien fría y reservar en una manga.
2. Triturar las galletas tipo Lotus y mezclar con la Margarina Tulipán y realizar una pasta. Poner en la base del molde de tarta.
3. Sobre esta base poner la Mousse de Frambuesa Carte d'Or.
4. Decorar cada porción con unas frambuesas y arándanos frescos.
5. Añadir una cucharada de Salsa de Vainilla Carte d'Or.
6. Rematar con el Sirope de Cereza Carte d'Or en líneas.

Desde 1,00 € por ración



NIDO DE CREMA DE YOGUR MIEL-ALMENDRA CON FRUTA DE LA PASIÓN

(para 10 pers.)



CREMA SABOR YOGUR CARTE D'OR

Disolución instantánea
en frío. Permite crear 5
aplicaciones distintas:
natural, estilo griego, con
sabor, bebible o salado.

Crema Sabor Yogur Carte d'Or	100 gr.
Krona Original	250 ml.
Cabellos de arroz dulce deshidratado	200 gr.
Miel	150 ml.
Almendra laminada	100 gr.
Almendra pulverizada	200 gr.
Fruta de la pasión	5 uds.
Leche entera	750 ml.

1. Realizar la crema de yogur en batidora (tipo Kitchen Aid) con medio sobre (100gr), leche fría, Krona Original, miel y almendra dulce pulverizada. Montar durante 2 minutos a máxima velocidad. Meter el conjunto en la manga y dejar reposar durante 30 minutos.
2. Para los nidos y las ramas de arroz dulce, hidratar los cabellos de arroz en agua durante 5 minutos, secar y realizar sobre papel sulfurado 10 nidos y 10 ramas. Hornear a 150°C durante 4 minutos hasta que queden dorados; retirar y reservar.
3. Hacer una roseta de crema de yogur almendrado con miel en cada nido y decorar cada uno con una rama de arroz.
4. Colocar media pieza de fruta de la pasión en cada plato exprimiendo un poco a modo de decoración.



“¿Sabías que el 87% de los consumidores
pagaría más por un yogur casero?”*



Ofrece un postre de aspecto CASERO con la
CREMA SABOR YOGUR
en 3 pasos ¡y listo!



Descubre el resto de gama
de postres instantáneos
en www.ufs.com



www.unileverfoodsolutions.es
902 101 543

LA CRÈME

club de chefs

A lo largo del año 2014, el selecto grupo de clientes del Club La Crème ha podido recibir una colección de guías de formación que tratan los temas más relevantes para garantizar la gestión más eficiente del restaurante.

Los temas tratados en estas herramientas han sido los siguientes:

1. Marketing digital para restaurantes
2. Gestión de mermas
3. Organización en cocina
4. Planificación del menú

Esta última guía ha cerrado el ciclo La Crème 2014, siendo entregada el pasado mes de noviembre. Los principales puntos desarrollados respecto a la Planificación del Menú son los siguientes:

1. Diseño del menú

- a) El estilo del menú en función de los clientes
- b) Atributos clave para el éxito del menú del día

2. Rentabilidad del menú

- a) Cómo asegurar la rentabilidad del menú
- b) Cómo planificar menús
- c) Herramientas: la plantilla de escandallo y el planificador de menús

3. Planificación de las compras del menú

- a) Previsión de ventas y determinación de necesidades de compra
- b) Gestión de imprevistos y climatología

Además de estas formaciones, los clientes de La Crème se han podido beneficiar a lo largo del año de numerosas promociones, concursos, herramientas de gestión para su negocio, materiales de cocina exclusivos, etc.

¡Volvemos en el 2015 con más ideas y materiales para facilitar el día a día de los Chefs del Club La Crème!

INICIATIVA



PUBLIRREPORTAJE

35



Ahorra con la App ZEROMERMAS

En los restaurantes españoles se desperdician más de 63.000 toneladas de alimentos anualmente y la mayoría de las mermas provienen de las mismas cocinas. Estas cifras representan una pérdida de 3.000 € de media anual que, por lo tanto, se puede evitar.



La compañía Unilever Food Solutions ha lanzado una aplicación pionera: ZeroMermas, que se puede descargar gratuitamente en Apple Store para dispositivos Apple y en Google Play para Android.

Esta herramienta permite realizar una auditoría de desperdicios para detectar cómo, cuánto, dónde y por qué se están generando las mermas. De esta manera, podrás identificar en qué proceso se producen y saber con exactitud cuánto dinero podrías ahorrarte reduciéndolas.

A través de la aplicación podrás además descargar recetas para reaprovechar las mermas, vídeos y una guía informativa sobre la gestión de los desperdicios, entre otras herramientas destinadas a llevar a cabo un control inteligente del desperdicio.



Web version



Descubre el secreto de los profesionales



Estable tanto para montar como cocinar.
Aguanta montada hasta 48h.
No se corta.

Eficacia garantizada tanto en montado como para cocinar

Unilever Food Solutions
www.ufs.com



No se separa.
Alto poder espesante.



Alto rendimiento (hasta 2,5L.)
No suera.



Firmeza imbatible tanto en frío como en caliente



Descubre todo lo que Krona puede hacer por ti en www.ufs.com



www.unileverfoodsolutions.es

☎ 902 101 543