



Es el momento de arriesgar, salir de las clásicas bravas, croquetas y aceitunas para ofrecer tapas y raciones a buenos precios



EL APERITIVO DE SIEMPRE RESURGE Y SE SOFISTICA

Momento por excelencia de tabernas y bares, el aperitivo retrotrae a aquellos domingos de barrio donde clientela de diverso tipo y condición se reunía en torno un alegre sarao de vermús, aceitunas y encurtidos. La oferta clásica se destapa ahora con propuestas acordes con el nuevo consumo, más caprichoso y entendido, que sigue valorando como antes que lo compartido sabe mejor.

Trasciende el mero hecho de comer y es por ese simple y tan efectivo motivo por el que la hora del vermú, sagrada hace unos años por los consumidores más devotos de tabernas y bares, resurge de nuevo como espacio de convivencia, ocio y gozo. Aceitunas, frutos secos y patatas constituyen la receta de la felicidad. Las conclusiones del último estudio de Nielsen sobre el consumo de estos productos lo anuncian: en torno al 60% de los encuestados reconoce tomar el aperitivo por placer. “Estos productos tienen un importante papel como vehículo de sociabilización vinculado a momentos de convivencia y ocio”, apunta Alfonso Delgado Sánchez, New Business Channel Manager de Nielsen. A pesar de que los datos apuntan que el tentempié se hace más en casa que fuera del hogar en los tres grandes tipos de producto (patatas fritas, frutos secos y resto de aperitivos), los resultados de este análisis dejan una puerta abierta a los establecimientos hosteleros que buscan resucitar la costumbre dominguera.

El poder de persuasión de los bares se apoya en las nuevas propuestas gastronómicas donde los alimentos, acompañados con cerveza, vino y, el rey de estos saraos, el vermú tienen un papel más que protagonista. Lo vemos en la bodega 1900 de Albert Adrià y los hermanos Iglesias (en el Paral·lel de Barcelona) que aspira a convertirse en el nuevo templo del aperitivo. Entre su oferta, mojama con almendras acompañada de un Izaguirre Reserva, patatas chips caseras con salsa de vermú o lomo de bonito confitado en salsa catalana. Con

Ibéricos deluxe by Ramón Freixa y Fisan

El chef Ramón Freixa e Ibéricos Fisan se han aliado en la creación de unos platos que suponen una revolución gourmet en la manera en que se consumen los ibéricos de bellota en la alta cocina. Unos simples huesos de jamón permiten crear un consomé gelé de jamón con caviar y espuma de coliflor (imagen inferior) que reinterpreta el clásico mar y montaña en una versión deluxe muy ibérica. Se prepara un caldo con los huesos y se clarifica. El propio colágeno de los huesos permite que el consomé cuaje y obtener así un gelé de sabor intenso. Sobre este gelé se sitúa el caviar de esturión, el punto exacto de mar y untuosidad, que logra intensificar el sabor del jamón. El plato se completa con una delicada espuma de coliflor, que produce un toque aterciopelado en boca.



Para crear el millojas crujiente de salchichón de bellota con dátiles (imagen superior), el chef catalán ha utilizado la técnica de la deshidratación, logrando crujientes láminas que mantienen intacto el sabor del embutido. Con ellas construye este millojas de toques asiáticos. El resto se compone de berenjena escalibada y una ligera crema de dátiles.

El cronut de tomate con jamón gran reserva ahumado de bellota, los espárragos a la carbonara, lasca de papada y yema de huevo curada y la coca de ibéricos en su punto completan el menú ideado por Freixa, que se puede degustar en sus restaurantes de Madrid y Barcelona.

un menú de esta categoría es fácil hacer salibar las papilas gustativas del cliente y sirve de ejemplo de cómo trasladar la alta cocina al nivel de tasca de barrio.

Los bares de toda la vida “siguen tirando más de bravas, croquetas y aceitunas típicas, pero hay muchos restaurantes que han evolucionado en su oferta con nuevos sabores”, reconoce Aleix Cañellas, quien desde su página web tuaperitivo.com distribuye a restaurantes y particulares alimentos artesanales y gourmet seleccionados. Su proyecto hace llegar a los establecimientos productos exclusivos difíciles de encontrar para el cliente en otro lugar. Conservas espectaculares, patatas fritas gourmets o frutos secos elaborados con la ‘azuleta’, el azúcar de violeta creado por los Adrià... Se podría decir que éstos son ingredientes de un picoteo de lujo.

Los proveedores de alimentación han evolucionado favorablemente en los últimos años, aportando valor añadido a sus productos. Uno de los más utilizados, y que mayor rentabilidad puede aportar, son las conservas. Óscar Sobrino, de Conservas La Brújula, explica que éstas son cada vez más apreciadas por el cliente, “siempre, por supuesto, si están bien presentadas y son de calidad”. Entre sus principales ventajas destaca la facilidad de su preparación, el hecho de no producir mermas y su larga caducidad.

En la preparación de un aperitivo ‘de estrella’ en poco tiempo y con un presupuesto ajustado, también dan buen resultado los productos naturales y artesanales, fáciles de consumir, que van un paso más allá. Así por ejemplo, de

las clásicas olivas se ha pasado a los patés de aceitunas, una receta que combina a la perfección con un gran número de snacks y ahorran tiempo en las cocinas. “Nuestros productos evitan que el restaurante tenga que preparar un triturado y son totalmente naturales, no llevan nada que no sea aceituna”, apunta Carlos Hernández, de Aceitunas José Lou.

Además de facilitar el trabajo, la oferta se ajusta a la demanda de un productos más saludables. Y aquí es importante señalar que los consumidores asocian estos tentempiés a una alimentación sana: más de la mitad los consideran que comer aperitivos ocasionalmente está perfectamente integrado en una dieta sana y equilibrada. De hecho, la industria de la alimentación lleva tiempo trabajando en la reformulación de snacks y patatas fritas, en su compromiso con la salud. Según los datos manejados por la Federación Española de Industrial de la Alimentación y Bebidas, Fiab, más del 75% de esta categoría de productos se elaboran ya con aceites con alto contenido en ácidos grasos insaturados como el de oliva, girasol alto oleico o maíz. “El consumidor reconoce el rol de la categoría dentro de una alimentación equilibrada”, apunta Agustín Gregori, de la Asociación de Fabricantes de Aperitivos, Afap.

La constante innovación en composición, formato y variedades se asocia así a una fórmula infalible que despierta la curiosidad del cliente, sin olvidar un componente importante, el disfrute y el placer que a éste le proporciona reunirse con familia y amigos a la hora del vermouth. H