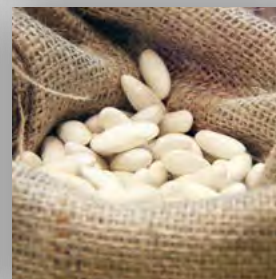


Alimentos de España

25 AÑOS PREMIANDO CALIDAD



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Alimentos de España

25 AÑOS
PREMIANDO
CALIDAD



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Madrid, 2014



Aviso Legal: los contenidos de esta publicación podrán ser reutilizados, citando la fuente y la fecha, en su caso, de la última actualización.

Autores:

Miguel Ángel Almodóvar y Víctor J. Martín Cerdeño.

Colaboradores:

Carlos Romero Herrera, Jorge Jordana, Ismael Díaz Yubero, Alfonso Jiménez Rodríguez-Vila, Rosa Vañó, Alfredo González Torres, María Ángeles Alarcón, Jesús Manuel Alonso Escuriz, María Mercedes Guerreiro Segade, Luis Lezama, Adolfo Muñoz, Custodio Zamorra, Koldo Royo, Mario Sandoval, Luis Pacheco, María Jesús Gil de Antuñano, Cristino Álvarez, Gonzalo Sol, Mandi Ciriza, Juan Echanove y María Zarzalejos.

Fotografías:

Joaquín Terán, ACEVIN, INPROVO, Protos, Borges, RTVE, fototeca alimentación.es.

Coordinación:

Ángel Juste Mata, Técnicos Magrama.



alimentación.es



MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Edita:

© Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
Secretaría General Técnica
Centro de Publicaciones

Diseño y maquetación:

Concepto Staff de Publicidad, S.A.

Impresión y encuadernación:

Gráficas Jomagar, S.L.

Distribución y venta:

Pº de la Infanta Isabel, 1
28014 Madrid
Teléfono: 91 347 55 41
Fax: 91 347 57 22

Tienda virtual: www.magrama.es
centropublicaciones@magrama.es

NIPO: 280-14-049-5

Depósito Legal: M-7163-214

ISBN: 978-84-491-1409-0

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:

<http://publicacionesoficiales.boe.es/>

Datos técnicos:

Formato: 22 x 29 cm. Caja de texto: 18,5 x 23 cm. Composición: Dos columnas y ladillo. Tipografía: Alegreya Sans con cuerpo 11 pt.

Papel: Interior en estucado con certificación FSC® de 150 g. Cubierta en cartulina gráfica de 350 g. con certificación FSC®.

Tintas: Interior 4/4, cubierta 5/4. Encuadernación: rústica.



El certificado FSC® (Forest Stewardship Council) asegura que la fibra virgen utilizada en la fabricación de este papel procede de masas certificadas con las máximas garantías de una gestión forestal social y ambientalmente responsable y de otras fuentes controladas. Consumiendo papel FSC promovemos la conservación de los bosques del planeta y su uso responsable.

Índice

Presentación	7
● Isabel García Tejerina Ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente	8
● Carlos Romero Herrera Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación desde 1982 a 1991	10
● Jorge Jordana Secretario General de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) entre 1977 y 2010.	11
● Ismael Díaz Yubero Premio Alimentos de España, año 1998	12
Testimonios de premiados	15
● Luis de Lezama	16
● Adolfo Muñoz	16
● María Ángeles Alarcó	17
● Custodio López Zamarra	17
● María Jesús Gil de Antuñano	18
● María Zarzalejos Nieto	19
● Koldo Royo	19
● Cristino Álvarez	20
● Mario Sandoval	20
● Gonzalo Sol	21
● Mandi Ciriza	22
● Alfonso Jiménez Rodríguez-Vila	22
● Francisco Vañó y Rosa Vañó	23
● Luis Pacheco	23
● Juan Echanove	24
● Juan M. Vieites Baptista de Sousa	24
● Marta Álvarez Quintero y Mercedes Guerreiro Segade	25
● Alfredo González y Rafael González	25
25 años de Premios Alimentos de España. La historia y sus protagonistas.	
● Miguel Ángel Almodóvar	28
¿Cómo hemos cambiado? Un cuarto de siglo no es nada y casi todo a la vez.	
● Miguel Ángel Almodóvar	60
25 años de alimentación en España. De dónde venimos y hacia dónde vamos en los hábitos de consumo de alimentos y bebidas.	
● Víctor J. Martín Cerdeño	88
25 años de Alimentos de España. Relación de premios y premiados entre 1987 y 2012.	120



Presentación





Un merecido homenaje

Isabel García Tejerina

MINISTRA DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

La alimentación es uno de los signos de identidad de la cultura de un pueblo. Y nuestro país, con un amplio territorio, condiciones geológicas, climáticas y medio ambientales diversas, y una rica biodiversidad, tiene a los Alimentos de España como uno de los principales elementos de su marca-país.

A lo largo de nuestra historia, se han producido numerosos intercambios con otros pueblos y culturas muy diferentes, lo que ha conformado un valioso patrimonio alimentario. Patrimonio que, en su conjunto, forma parte de la Dieta Mediterránea, distinguida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco desde 2010.

Nuestros alimentos han gozado siempre de un reconocimiento mayoritario, patente en numerosas fuentes testimoniales y en manifestaciones artísticas y culturales. En la actualidad, son muy apreciados por los millones de turistas que acuden cada año a España; y por los consumidores de todo el mundo, a cuyos países exportamos alimentos por valor de 38.000 millones de euros en 2013.

España fue pionera en proteger productos muy vinculados al origen, como los vinos, mediante el Estatuto del Vino de 1932, que ampliamos a otros alimentos, en las últimas décadas del siglo pasado, con la conocida Ley 25/1970, Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes.

Poco después de nuestra entrada en la Comunidad Económica Europea, se consideró necesario dar mayor visibilidad a la calidad de nuestros alimentos. Nació así, en 1987, el concepto Alimentos de España, seguido de la creación de unos premios específicos con el mismo nombre, que, en su primera convocatoria, se dirigieron a medios de comunicación, establecimientos de hostelería y restauración y trabajos escolares. Posteriormente, se han ido añadiendo muchas modalidades, en función de la evolución del sector agroalimentario.

Con estos premios se reconoce la labor extraordinaria de transmisión de conocimientos de muchas generaciones -las más de las veces, de forma anónima-, y el espíritu emprendedor en campos novedosos, en los que se ha alcanzado un desarrollo espectacular. Tienen, pues, una doble vertiente: la orientada al propio sector, por el trabajo bien hecho, y otra dirigida a hacer llegar a los españoles el sentimiento de orgullo de poder consumir alimentos de extraordinaria calidad, "lo mejor de nuestra tierra".

El libro que se edita en conmemoración de los 25 años de los Premios Alimentos de España constituye una crónica completa, precisa, y también literaria, de unos años que han sido apasionantes para nuestra historia agroalimentaria.

En primer lugar, a través de la opinión de tres personas que lo vivieron desde sus comienzos, siendo actores directos, como el ex ministro Carlos Romero que los instituyó, y que explica el consenso de todo el sector en torno al esfuerzo para pasar de la cantidad a la calidad. Jorge Jordana, con una larga vinculación con la industria alimentaria, realza el prestigio conseguido por los galardones y el sentimiento unitario de pertenencia al sector. Y, finalmente, Ismael Díaz Yubero relata la intrahistoria de la antigua Dirección General de Política Alimentaria, recuperando actuaciones pioneras dirigidas a valorar en su justa medida los alimentos de "un país privilegiado que ofrece al mundo su calidad y sabor para que puedan compartirlos con nosotros".

El libro recoge la lista completa de todos los premiados, cerca de 300; una diversidad que constituye por sí misma un gran patrimonio. Contamos con ilustres personalidades de las disciplinas más variadas: investigación, restauración, distribución, periodismo, literatura y fotografía, y un extraordinario elenco de empresas, asociaciones, medios de comunicación, consejos reguladores y colegios. En definitiva, un gran cuadro de honor de personas que, de manera individual o agrupadas, han sido impulsores del gran sector agroalimentario español.



Además, se ofrecen los testimonios de 16 de los premiados que, junto a su impresión personal sobre el reconocimiento recibido, transmiten opiniones cualificadas en torno a la evolución experimentada en nuestros productos y en la forma de presentarlos al consumidor. Gonzalo Sol, periodista y gastrónomo de gran experiencia, señala: "durante los últimos 25 años, España se ha convertido en eje mundial del hecho alimentario y gastronómico".

El libro incluye también un recorrido por todas las convocatorias, con una apreciación personal de uno de los autores, Miguel Ángel Almodóvar, sobre los detalles más significativos de algunos de los premiados, lo que constituye una forma novedosa y atractiva de contemplar este cuarto de siglo de nuestra alimentación.

Completan la publicación dos artículos que responden a una pregunta esencial, referida a los numerosos cambios experimentados en el ámbito alimentario en este período, administrativos, tecnológicos, económicos; y, lo que es más importante, los experimentados en los gustos y preferencias del consumidor.

El relato sociológico de esta transformación, realizado también por Miguel Ángel Almodóvar, se complementa con el análisis científico de Víctor J. Martín Cerdeño, co-autor del libro, basado en los datos del Panel de Alimentación del Ministerio -que también se puso en marcha hace 25 años-, y que le lleva a establecer conclusiones relevantes sobre el camino recorrido y lo que queda por delante.

Creo que podemos sentirnos orgullosos de la evolución del complejo mundo alimentario español. Y, en particular, de los profesionales que han trabajado con tenacidad para satisfacer al nuevo consumidor. Lo han hecho preservando, al mismo tiempo, las características y valores fundamentales de nuestras producciones, y nuestra cocina. Los galardonados en estos 25 años de los Premios Alimentos de España

son el mejor ejemplo de un saber hacer que nos señala el camino hacia el futuro.

El Gobierno de la Nación trabaja para garantizar el mejor futuro, impulsando muchas iniciativas. A las leyes de Medidas para Mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria y de Fomento de la Integración de Cooperativas y de otras Entidades Asociativas de Carácter Agroalimentario, se unen la revisión y actualización de las normas de calidad de muchos de nuestros alimentos y, también, el proyecto de ley sobre Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas Supraautonómicas, entre otras muchas iniciativas ya implementadas o en curso de desarrollo.

Estas actuaciones normativas, algunas de ellas muy necesarias, dado el tiempo transcurrido desde la puesta en marcha de los sistemas de calidad, se complementan con una intensa labor de promoción de nuestros alimentos en el mercado interior de la Unión Europea y en países terceros.

Seguimos trabajando para, entre todos, mantener nuestro gran patrimonio, los Alimentos de España, y legarlo en las mejores condiciones a las generaciones venideras. Esta publicación quiere rendir un merecido homenaje a quienes nos han pasado este valioso testigo. Muchas gracias a todos los galardonados a lo largo de estos 25 años en los Premios Alimentos de España.



Alimentos de España: 25 años antes

Carlos Romero Herrera

MINISTRO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DESDE 1982 A 1991



Al comienzo de los años ochenta, por las consecuencias y recuerdos del síndrome tóxico del aceite -varios fallecidos y centenares de personas afectadas- junto con otros episodios alimentarios de menor calado, se había creado un clima de opinión poco favorable de nuestros productos alimentarios, que coloca en primer plano lo que sería la "Política Alimentaria". Le correspondía principalmente al Ministerio de Agricultura, que también lo fue de "Alimentación" desde 1981, dar una respuesta activa y se hizo en dos frentes:

1- Desarrollando y potenciando -durante los años ochenta- el Servicio de Fraudes en el control de los alimentos y vigilancia de los mismos: ampliando sus competencias, creando una importante red de laboratorios agro-alimentarios y aumentando notablemente sus recursos humanos y presupuestarios. Con ello se consiguió mejorar su eficacia y ampliar su actividad.

2- Potenciando una política de calidad alimentaria: estimulando a los productores y transformadores de alimentos, publicando diversos libros y lanzando campañas de publicidad sobre nuestros principales productos tanto agrícolas, como pesqueros.

Terminábamos de entrar en el entonces "Mercado Común Europeo", en el cual el intercambio y la competencia de productos alimentarios se aceleraría, tanto en España como en el conjunto europeo. Por tanto nuestra agricultura no podía estar centrada sólo en el incremento de las producciones, tenía que dar un salto hacia la "calidad". La diversidad de nuestra agricultura y de las industrias de transformación les permitiría realizar ese esfuerzo y ser competitivas en el nuevo marco de referencia europea. Nace así el concepto de "Alimentos de España", acompañado de toda una acción política del Ministerio en esta dirección, a la que se suman organizaciones agrarias, cooperativas, industrias agro-alimentarias, el comercio y la distribución, así como representantes de la pesca y la acuicultura.

Se realizan una diversidad de actuaciones en la dirección antes señalada: Se amplían las "Denominaciones de

Origen" de distintos productos más allá del vino -quesos, aceites, arroces, jamones- creando sus respectivos Consejos Reguladores. Se diversifican las presentaciones de productos alimentarios dentro y fuera de España. Se intensifica la acción sobre la industria de la alimentación, contando con la colaboración de sus patronales y, en este contexto, nacen los Premios "Alimentos de España".

La política de "calidad alimentaria" la sostiene reiteradamente España en los Consejos Europeos, reivindicando su importancia dentro de la agricultura europea introduciéndola en sus debates e intentando que se refleje en sus disposiciones normativas y presupuestarias. De hecho, durante la primera presidencia de la Unión Europea, que preside España y en el Consejo informal de Ministros -celebrado en Salamanca el año 1989-, constituye el contenido de documento sometido a debate, así como de las visitas realizadas por sus ministros y delegaciones.

Desde la Dirección General de Política Alimentaria, siendo su responsable Mariano Maraver -ya fallecido- se crean los premios anuales "Alimentos de España", para distinguir los méritos de personas, empresas, entidades e instituciones que cada año se han hecho acreedores de un reconocimiento especial en diversos campos en relación con la alimentación.

El hecho de que estos premios se hayan concedido durante 25 años es una muestra del reconocimiento a la contribución, divulgación y mejora de los "Alimentos de España".

Para mí es una satisfacción que estos premios, constituidos mientras dirigía el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, los hayan mantenido vigentes mis sucesoras y sucesores en el Ministerio. Esto es una muestra de la importancia que se sigue dando a los Alimentos de España.



Unos premios de prestigio

Jorge Jordana

SECRETARIO GENERAL DE LA FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB) ENTRE 1977 Y 2010. FIAB RECIBIÓ EN 2011 EL PREMIO EXTRAORDINARIO ALIMENTOS DE ESPAÑA.

Frente al "Food from Britain", acción puesta en marcha por el gobierno británico para favorecer la exportación de sus productos alimentarios, muchos nos preguntábamos, mediados los años ochenta del pasado siglo, la utilidad de una campaña publicitaria en el mercado interior, dedicada a informar a los españoles de que consumieran productos españoles, pues es lo que veníamos haciendo desde hacía unos milenios.

Es verdad que se podían encontrar otras justificaciones preventivas o políticas. Ante nuestro ingreso en la Europa comunitaria y la consiguiente caída de las defensas arancelarias, que por cierto no eran pequeñas (prácticamente hasta 1986 nuestro comercio exterior agroalimentario se encontraba tan fuertemente intervenido que no existía el comercio libre: todos las partidas importantes se sometían a comercio de Estado, comercio contingentado o saldos clearing), algunos responsables políticos podían temer una invasión de productos alimentarios foráneos diseñando una campaña publicitaria para "defender lo nuestro".

También pudo pensarse en una publicitación del extraordinario papel que desarrollaban los diferentes eslabones de la cadena, de escaso reconocimiento social, a la vez que se hacía propaganda "institucional" del gobierno de turno.

Comenzó la campaña y en 1987 se añadieron, como parte de ella, los Premios. Desde aquellos años hasta hoy, el universo agroalimentario ha cambiado muy profundamente. En estos 25 años se ha producido la rápida eliminación de las barreras al comercio, un transporte relativamente económico, el crecimiento de las rentas disponibles, la entrada en producción de los países emergentes y un avance significativo en la conservación de los alimentos, alentando, todo ello, la difusión de los productos agroalimentarios de todas las procedencias y su estandarización: se compete con el mundo. Para consolidar nuestros productos, obtenidos normalmente por pequeñas y medianas empresas, solo nos queda consolidar nuestras especificidades cualitativas, profundizar en la excelencia y consolidar la reputación de la marca.

Y en esta difícil labor nos han ayudado, con contundencia, los "Premios Alimentos de España". El prestigio de los premios se

basa en el de los premiados y, año tras año, se han sabido consolidar como un referente en la calidad de nuestras producciones y en el buen hacer de nuestros emprendedores. Hoy día es un honor estar en la lista de los premiados, donde son todos los que están, aunque no puedan estar todos los que son.

Los gestores de los mismos han sabido evolucionar también con los tiempos y con las necesidades del entorno. A lo largo de estos años, se fueron incorporando nuevas modalidades para impulsar actividades concretas y suprimiendo o red denominando otras: Trabajos escolares, prensa y distribución fueran las originarias, que apostaba también por la restauración, uno de nuestros referentes actuales. En la última edición había once modalidades, habiendo incorporado las tendentes a consolidar el ámbito rural con la incorporación de jóvenes empresarios o a destacar el papel de la mujer emprendedora. Otras se crearán en el futuro para incentivar el que se mantengan los recursos disponibles para la producción de alimentos o para alcanzar altos estándares de cuidado ambiental, minimizando los recursos o utilizando con eficacia la energía, a ser posible renovable.

La última modalidad incorporada fue el Premio Extraordinario, que en la edición del 2011 se otorgó a la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB); organización de la que fui su secretario general desde su fundación a finales de 1976 hasta mediados de 2010. Fueron treinta y cuatro años de ilusionado trabajo de todos los que fueron formando parte de la secretaria general de la organización y de los centenares de empresarios, directivos y técnicos de la industria alimentaria, que buscábamos consolidar un sector económico fiable (con la mayor seguridad alimentaria), competitivo (volcado a la exportación), renovado (con potentes iniciativas en investigación e innovación) y, sobre todo, con voluntad unitaria, para que todas las empresas se sintieran parte del mayor y mejor sector industrial de nuestra economía, fortaleza que cada dos años viene mostrando la Feria Internacional Alimentaria, también creada con la FIAB. Sentimiento unitario, de pertenencia, que también están consiguiendo los Premios Alimentos de España: que todos nos sintamos parte de este gran sector agro-mar-alimentario, pilar de nuestra economía y fortaleza de nuestro futuro.



Alimentos de España. El origen

Ismael Díaz Yubero

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA, AÑO 1998

Cuando en 1981 se le agregaron al Ministerio de Agricultura y Pesca las competencias de Alimentación, acabábamos de sufrir la más grave de las intoxicaciones alimentarias de la historia de España, el síndrome tóxico. Para conocer la valoración por el consumidor de los alimentos españoles se hizo una encuesta por la Dirección General de Política Alimentaria, que acababa de ser creada, y el primer resultado fue desolador, porque los que tenían un concepto malo o muy malo superaba a la mitad de los encuestados.

Para profundizar en el conocimiento e identificar la imagen de cada grupo de alimentos, se hizo otra encuesta y los resultados fueron mucho más prometedores, porque curiosamente los mismos que habían sido severos con los alimentos en general, creían que nuestras frutas eran excelentes, nuestros quesos los mejores del mundo, nuestro jamón maravilloso y nuestro aceite, a pesar del recuerdo del síndrome tóxico, francamente bueno.

Se decidió que una importante función de la nueva Dirección General de Política Alimentaria era revalorizar nuestras producciones y, para ello, se empezó a trabajar en muy variados aspectos, intentando integrar los alimentos que producíamos en nuestra alimentación y demostrar que la Dieta Mediterránea, que hacía poco que se había enunciado como tal, tenía su principal razón de ser en la calidad de los alimentos que consumíamos.

Hasta entonces, las funciones del Ministerio se habían centrado en las producciones, y mucho más en la cantidad que en la calidad, seguramente porque todavía no había pasado suficiente tiempo como para considerar que la política agraria tenía como principal objetivo el autoabastecimiento. El nuevo organismo inició la promoción de los productos españoles, entró en contacto con el sector restaurador, que también entonces estaba cambiando con arreglo a los nuevos tiempos, participó en la redacción de las normas alimentarias, que se fueron adaptando a la legislación del entonces llamado Mercado Común Europeo, a las que se

estaban elaborando por el Codex Alimentarius Mundii, creado conjuntamente por FAO y OMS y a las que los tratados de mercado internacional se estaban elaborando, se participó activamente en el recién creado Instituto de Fomento a la Exportación (INFE) que más tarde se convertiría en el ICEX, se escribieron diversos libros como "Una fuente de proteínas" dedicado a nuestras legumbres, "Las raíces del Aceite de oliva" para dar a conocer nuestros aceites, que habían sido postergados en alimentación con respecto a los de semillas, por tener estos mayor contenido en ácidos grasos poliinsaturados, se hizo el "Catálogo de embutidos y jamones curados" y "Una imagen de calidad de los productos del cerdo ibérico", aprovechando que con la carne de los animales de esta raza, que es única, se elaboran los mejores jamones y embutidos del mundo.

Hay que hacer constar que todas estas publicaciones, hoy consideradas como joyas de la literatura gastronómica española, se hicieron con la exclusiva participación de funcionarios del Ministerio, coordinados por un reducido grupo de personas de la Dirección General de Política Alimentaria, que incluso se reunía los sábados y domingos, en casa de alguno, para avanzar en la elaboración de los libros, por no poder dedicar el tiempo necesario durante los días laborables.

Se cambió el concepto del Servicio de Defensa contra Fraudes, que hasta entonces se había especializado en el control de los inputs del agricultor, es decir semillas, abonos, piensos compuestos y en los vinos, que siempre fueron el producto más vigilado. Se empezaron a controlar todos los alimentos y a vigilar la calidad, con el criterio de proteger a los consumidores y para ello se creó una red de laboratorios agrarios de un altísimo nivel, bien dotados y con personal especializado.

Sucedió, en 1982, que la producción de albaricoques fue muy buena y como por entonces la producción estaba muy concentrada en el tiempo, al disponerse de pocas variedades se intentó, y se consiguió, que mediante una campaña televisiva, no se produjese el temido hundi-

miento de precios. Fue la primera campaña institucional de un alimento y la aceptación fue tal, que ese mismo año se hizo otra para el melón y la sandía y otra para la leche pasteurizada, que por entonces había empezado a decaer en su consumo, aunque hay que reconocer que en este producto no se tuvo ningún éxito. Se sucedieron las campañas en los siguientes años y así nació el concepto de "Alimentos de España".

Se organizaron las primeras semanas gastronómicas y se fomentaron los concursos de calidad, colaborando con las recién creadas Comunidades Autónomas, de diferentes productos, como canales de cordero y de vacuno, quesos (manchego, cabrales, idiazábal, etc.), aceites, platos elaborados con materias primas autóctonas... Se participó en congresos de gastronomía y todo ello, que hoy es muy frecuente y natural, supuso una importante innovación en las actividades del Ministerio, en el que amistosamente se conocía a la nueva Dirección como la de las bodas, bautizos y comuniones, aunque andando el tiempo la actividad de la promoción de los alimentos se haya convertido en una de las principales actividades del Ministerio.

Se ampliaron las Denominaciones de Origen a productos distintos a los vinos y se otorgaron a quesos, aceites, jamones, etc., se crearon los respectivos Consejos Reguladores y la mejora de calidad se fue produciendo en todos los alimentos, porque aunque en abstracto pensemos que cualquier tiempo pasado fue mejor, cuando analizamos uno por uno la verdad es que no resisten la comparación ni los aceites, ni los vinos, ni los quesos, ni los arroces, ni las frutas, ni las hortalizas, ni casi ninguno, aunque es cierto que tendemos a hacer comparaciones heterogéneas, como la ya tradicional de contraponer los tomates, que en nuestra infancia comíamos en nuestro pueblo, recién cortados, con los que compramos en el mes de enero cultivados en invernadero, sin tener en cuenta que estos últimos son los que nos permiten, a nosotros y a casi toda Europa, disponer de esta hortaliza fresca durante todo el año.

Un poco más adelante "Alimentos de España" fue un lema que trascendió en publicidad y se pensó en la institución de unos premios anuales que distinguiesen los méritos de las personas o entidades que cada año se habían hecho acreedoras a un reconocimiento especial, por la calidad de sus elaboraciones, o por su labor en la promoción. Estos premios, que se han concedido ya durante veinticinco años, han contribuido de forma muy importante a que se conozcan mejor nuestros productos, a conseguir que, con la colaboración de los cocineros que han prestado una excelente ayuda a la promoción de nuestros alimentos, se hayan convertido en un referente mundial, que todavía por su calidad pueden mejorar en su imagen, porque tenemos muchos puntos fuertes que difundir en el mundo alimentario.

Somos el primer productor mundial de la mejor grasa, la más nutritiva y natural porque es la única que se obtiene sin la colaboración de disolventes ni de calentamientos, que destruyen vitaminas y otros oligoelementos, la única que en pureza debería llamarse aceite por proceder de la aceituna y la que gastronómicamente es preferida por la inmensa mayoría de los cocineros. Disponemos de una gran diversidad varietal, de arbequina, picual, cornicabra, hojiblanca, empeltre y otras doscientas cincuenta variedades más, lo que hace que se pueda elegir un aceite para cada plato, con el que armonice perfectamente.

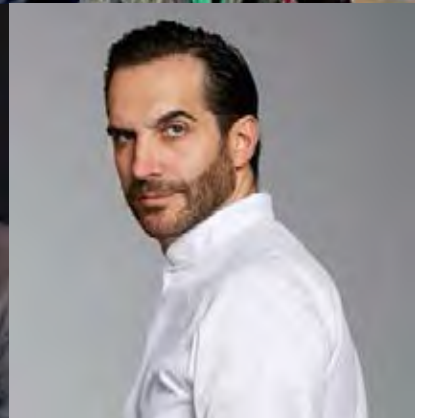
Somos los primeros productores de hortalizas de Europa y los primeros exportadores, nuestros cítricos son los mejores del mundo, somos la cuarta potencia mundial en producción de carne de cerdo, y el primer exportador europeo de carne de caza, tenemos costas en tres mares diferentes, lo que nos permite disponer de una gran diversidad de pescados y mariscos y tenemos un clima que nos permite disponer de frutas y hortalizas frescas y variadas durante todo el año, sin olvidar la presencia muy destacada de los vinos españoles en todo el mundo.

Somos, en definitiva, un país privilegiado, que produce unos "Alimentos de España", que ofrecemos al mundo para que puedan compartir con nosotros su excelente calidad y el placer de disfrutarlos.

Testimonios



de premiados





“Nuestros ex alumnos desfilan por el mundo como alabarderos. Son chefs y directores de hoteles en los países más variados. Más de 3.000 graduados que no están en el paro. Es nuestro orgullo.”

Luis de Lezama. Restaurantes “La Taberna del Alabardero” y “Café de Oriente”

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1987 DE RESTAURACIÓN (ACCÉSIT) AL RESTAURANTE “CAFÉ DE ORIENTE” DE MADRID

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1988 DE RESTAURACIÓN (ACCÉSIT) AL RESTAURANTE “LA TABERNA DEL ALABARDERO” DE MARBELLA (MÁLAGA)

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1998 DE RESTAURACIÓN AL RESTAURANTE “LA TABERNA DEL ALABARDERO” DE WASHINGTON (EE UU)

Cuando recibimos el Premio Alimentos de España en 1998, de manos de la Ministra Loyola de Palacio, de entrañable recuerdo, mis muchachos y yo nos sentimos verdaderos profesionales. La Taberna del Alabardero había nacido hoy hace 40 años, en los albores de la democracia, como una obra social empeñada en crear puestos de trabajo y emprendimiento para jóvenes marginados en un área como la restauración, que estaba más cerca del servicio doméstico que de la universidad. Descubrí un hueco para que mi gente ocupase su sitio en la sociedad.

Hoy la gastronomía es cultura. Nadie lo duda. Los alumnos de nuestras Escuelas Superiores de Hostelería de Sevilla, Zaragoza y Madrid son profesionales graduados en las Univer-

sidades de Pablo Olavide y San Jorge. Ahora abre sus puertas en el Palacio de Congresos de Málaga nuestra Escuela Costa del Sol. En la Escuela on line Seas estamos ya por 10.000 alumnos y hemos abierto oficinas en México D.F. y Miami.

El Premio Alimentos de España está en nuestra vitrina de la calle 17th. en la Taberna del Alabardero de Washington D.F., junto a la Casa Blanca, como testimonio del primer restaurante español de la capital de Estados Unidos de América.

Nuestros ex alumnos desfilan por el mundo como alabarderos. Son chefs y directores de hoteles en los países más variados. Más de 3.000 graduados trabajando. Es nuestro orgullo.

“Ahora, más que nunca, veo en mi profesión gente que valora el buen hacer de los agricultores y ganaderos”

Adolfo Muñoz. Restaurante Adolfo (Toledo)

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1991 DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN



Recibir el Premio de Alimentos de España desde el Ministerio de Agricultura fue para mí un honor y un gran reconocimiento a mi labor como cocinero. Mis orígenes, como hijo de agricultor, y mi propio oficio como restaurador me han llevado a tener una gran pasión por los alimentos naturales y orgánicos, las legumbres, los vegetales, el queso, el azafrán, la miel, el jugo de aceituna convertido en aceite de oliva virgen, los embutidos, los pescados, el vino y todos los alimentos extraordinarios que tenemos como Alimentos de España.

Este premio me ha ayudado todavía más a valorar y ver en el horizonte este impulso que me respaldó a seguir mimando nuestra materia prima y apostar por lo nuestro. Ahora más que nunca, veo en mi profesión gente que valora el buen hacer de los agricultores y ganaderos. Me enorgullezco de cómo el vino, para mí un alimento fundamental en la Dieta Mediterránea, tiene a los sumilleres como pieza fundamental en cualquier restaurante. Cartas de jugos de aceituna o tablas de quesos de toda España. El respeto por los productos de la huerta y del mar. Mucho ha florecido la hostelería en España hasta convertirse en el referente mundial de la gastronomía. Y mucho tienen que ver los Alimentos de España.



“La oferta gastronómica es un elemento básico en la gestión de los Paradores de Turismo, por ello ofrecemos los mejores alimentos y bebidas de nuestro país”

María Ángeles Alarcó. Presidenta de Paradores de Turismo de España

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1992 DE HOSTELERÍA

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1998 DE RESTAURACIÓN, COMO MEJOR ESTABLECIMIENTO UBICADO EN TERRITORIO NACIONAL



Los Paradores de Turismo son, sin duda, uno de los referentes básicos de la imagen de la excelencia de España en materia de hostelería y restauración. Así ha venido siendo tradicionalmente y esta realidad se refuerza en la actualidad con el impulso de renovación en el que están inmersos los Paradores.

Por ello, es motivo de orgullo formar parte del elenco de gran prestigio que suponen los Premios Alimentos de España en sus 25 años de historia, en el caso de Paradores de Turismo con doble motivo, porque fuimos premiados en 1992 en la modalidad de Hostelería y en 1998 en la de Restauración.

La oferta gastronómica de los Paradores es un elemento básico en la gestión de nuestros establecimientos. Los clientes

nacionales e internacionales que nos visitan esperan, evidentemente, encontrar el mejor alojamiento, la máxima calidad en el servicio y disfrutar de edificios singulares en entornos excepcionales. Pero también, y en primera estancia, esperan y desean comer bien y gozar de la variedad y calidad de los alimentos de España.

Ese es nuestro objetivo. Por ello ofrecemos en nuestras Cartas lo mejor de la variada y extensa gama de alimentos y bebidas de nuestro país, adaptadas en cada caso a las especialidades de cada comunidad autónoma, de cada territorio. Un objetivo que se ve apoyado por el aval que suponen los Premios Alimentos de España.

“Se ha producido un cambio muy relevante en el origen de la elaboración del vino, que se ha trasladado de la bodega al viñedo, logrando así una mayor vinculación del vino con la tierra”

Custodio López Zamarra. Sumilier del Restaurante Zalacaín desde 1973 hasta su jubilación en enero de 2014

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1997 DE RESTAURACIÓN, MODALIDAD ENOLÓGICA



Recibir en 1997 el Premio Alimentos de España, con su gran prestigio, me suscitó un enorme placer y satisfacción. En mi larga trayectoria de más de 40 años vinculada al mundo vinícola he visto la evolución tan espectacular e inimaginable que ha experimentado el sector, y más si cabe en estos últimos 25 años. Muestra de ello ha sido la aparición de numerosas denominaciones de origen que han sabido adaptarse y mejorar los vinos que empezaron a comercializar. De la misma manera se han extendido con éxito variedades de uva foráneas pero conservando y potenciado a su vez las variedades nacionales.

Asimismo, se ha producido un cambio muy relevante en el origen de la elaboración del vino, que se ha trasladado de la bodega al viñedo, logrando de esta manera una mayor vinculación del vino con la tierra y obteniendo vinos más finos y elegantes. Esta mejora constante de nuestros vinos es fruto del interés y conocimiento por parte de un consumidor cada vez más informado. Espero y deseo que los Premios Alimentos de España se sigan celebrando muchos años más. Felicidades por estos 25 años de premios.



© Julieta E. de Zulueta

El Premio Alimentos de España me hizo mucha ilusión. Me lo entregó nuestra querida y desaparecida Ministra de Agricultura, Loyola de Palacio, a la que yo admiraba mucho por sus conocimientos y su modo de resolver situaciones que parecían insolubles. Cuando lo recibí en el lucernario del Ministerio, me emocioné y recordé a mi padre, ingeniero agrónomo, que habría disfrutado mucho esa tarde. Me crié rodeada de agrónomos que me hacían vivir la naturaleza y sus productos como si perteneciera al cuerpo.

En estos años la cocina ha evolucionado mucho y hoy tenemos a mano productos de todos los países, para poder hacer

“Se debe premiar el trabajo de tantos investigadores, agricultores, ganaderos y cocineros que han logrado que España esté a la cabeza de la gastronomía mundial”

María Jesús Gil de Antuñano. Periodista y gastronoma

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1997 DE PRENSA, A LA MEJOR LABOR CONTINUADA

cocinas diferentes. Eso es bueno, pero yo seguiré escribiendo y hablando de nuestros productos, aun mezclándolos con otros foráneos, en una cocina de fusión, que gracias a los viajes y a los muchos restaurantes extranjeros que tenemos, han dejado de ser exóticos para nosotros.

Últimamente veo una vuelta a la tradición, a nuestra cocina clásica puesta al día y, si es posible, con los productos llamados “kilómetro cero”, es decir, los más cercanos en el tiempo y en el espacio, que son los mejores y más frescos, además de que se producen o se elaboran con mucho cuidado y alta tecnología.

No hay más que ver la calidad de nuestros vinos y aceites de oliva, o los quesos y los cárnicos, así como el esmero que se pone en cultivar las verduras, hortalizas y frutas. Al igual que hemos conseguido que pescados reservados antes a banquete de lujo estén a diario en nuestras mesas gracias a las piscifactorías. Este sí que es un trabajo que se debe premiar, el de tantos investigadores, agricultores, ganaderos y cocineros que han logrado con estas excelencias, que esté hoy España a la cabeza de la gastronomía mundial.

María Zarzalejos Nieto. Periodista y escritora
 PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1999 DE COMUNICACIÓN AL MEJOR
 REPORTAJE PUBLICADO



“Los pueblos que olvidan sus tradiciones crecen débiles y esto no está reñido con evolucionar. Tenemos una riqueza cultural e histórica única que se refleja en nuestra gastronomía y nuestros vinos”

Cuando me concedieron el Premio Alimentos de España en 1999, por el libro “Parada y Fonda para el peregrino. La gastronomía del Camino de Santiago”, fue una gran alegría, no sólo porque reconocían un trabajo realizado con mucha ilusión, sino porque recibía un apoyo a dos de mis pasiones; el Camino de Santiago y la gastronomía ligada de forma inseparable al vino.

Un recorrido jacobeo con presencia ineludible de peregrinos y hospitales (albergues en los que se acogía a los peregrinos), recetas, productos de la huerta y el campo, y las elaboraciones tradicionales que nos hablan de una geografía, clima, historia, cultura y de una forma de vivir. El vino, amigo y compañero de la gastronomía, aparece no sólo como bebida para los peregrinos, sino como fiel reflejo del esfuerzo y la creatividad.

Han transcurrido quince años y la gastronomía tradicional española, no así el vino, ha sufrido desplantes por omisión, aunque parece que se está volviendo a recuperar. Los pueblos que olvidan sus tradiciones crecen débiles y esto no está reñido con evolucionar. Tenemos una riqueza cultural e histórica única que se refleja en nuestra gastronomía y nuestros vinos. Sólo falta que nos lo creamos y sepamos transmitirlo.

“Los Premios Alimentos de España representan el apoyo necesario para las buenas ideas, para las personas que abren caminos y los desarrollan en nuestro país”



Koldo Royo. Cocinero

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 1999 DE PRENSA, ACCÉSIT AL MEJOR REPORTAJE PUBLICADO

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2002 DE RESTAURACIÓN, AL RESTAURANTE “KOLDO ROYO” DE PALMA DE MALLORCA, COMO MEJOR ESTABLECIMIENTO UBICADO EN TERRITORIO NACIONAL

Un premio tan importante, nacional, que reconoce el espíritu emprendedor siempre alegre, reconforta y te hace sentir acompañado; pero tener dos premios así es más de lo que uno puede imaginar y, desde luego, constituyen un buen presagio.

Cada uno de los Premios Alimentos de España que he tenido el honor de recibir llegó en cada uno de los dos siglos que estoy teniendo el privilegio de vivir (en 1999 y en 2002). Al escribir estas líneas los he cogido entre mis brazos y puedo asegurar que me han devuelto la misma cálida energía que cuando me los concedieron, porque representan ese apoyo necesario para las buenas ideas, para las personas que abren caminos y los desarrollan en nuestro país, un estímulo siempre necesario. ¡Felicidades, Premios de España!



“El panorama de la gastronomía española es hoy el mejor de la historia, no sólo por el triunfo de nuestros cocineros, sino sobre todo por el reconocimiento de la calidad en la materia prima”

Cristino Álvarez. Periodista

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2000 DE COMUNICACIÓN A LA MEJOR LABOR INFORMATIVA CONTINUADA

El Premio Alimentos de España a la mejor labor continuada en comunicación, que obtuve el último año del pasado siglo, representó para mí una gran satisfacción. Recuerdo lo que me alegró que ese año estuviese entre los premiados mi buen amigo Pedro Subijana; y me honró ingresar en un club en el que ya estaban personas a las que traté y quise en vida y añoro tras su tránsito: Nines Arenillas, Francisco Grande Covián, Néstor Luján, Concha García Campoy...

Era un premio importante, porque reconocía, como rezaba su enunciado, una labor continuada, tenaz. Bien es verdad que me sentí incluido en el que se otorgó en la primera edición (1987) a la Agencia EFE, en la que he desarrollado,

hasta hoy mismo, la mayor parte de mi actividad en este terreno.

Un terreno que he visto cambiar mucho, y para bien, en este cuarto de siglo. Gracias al esfuerzo de muchos (Administración, productores, hosteleros y, por supuesto, comunicadores), el panorama de la gastronomía española es hoy el mejor de la historia. No sólo por el triunfo de nuestros cocineros, sino sobre todo por el reconocimiento de la calidad en la materia prima que en algunos casos es inigualable. El público ha tomado conciencia de ello y exige esa calidad, porque se ha acostumbrado a ella. Iniciativas como estos premios son un acicate para quienes defendemos esa excelencia de los fabulosos Alimentos de España.

“Los Premios Alimentos de España se han convertido en un reflejo fiel del buen hacer de los profesionales, las empresas y las iniciativas individuales para alcanzar la excelencia en todos los sentidos”



Mario Sandoval. Restaurante Coque

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2003 DE RESTAURACIÓN, COMO MEJOR ESTABLECIMIENTO UBICADO EN TERRITORIO NACIONAL

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2006 DE RESTAURACIÓN, COMO MEJOR CARTA DE VINOS

La alimentación y la gastronomía ocupan un lugar muy importante en la historia de mi familia desde hace más de 60 años. Nuestra vinculación con el sector de la gastronomía data del año 1949, cuando nace el primer Coque de mano de mis abuelos y que sirve de base de la cocina que aún hoy se ve en el actual Coque. Esta es una de las tres etapas en las que dividimos nuestra evolución y que denominamos “materia”. La segunda etapa es la denominada “arqueología de sabores” que nace en el año 2000 y es la que estamos experimentando ahora, en la cual nos hemos centrado en la investigación como “exploradores gastronómicos” que nos consideramos, pero sin perder las raíces. Y la tercera y última etapa, que es hacia dónde caminamos, es la llamada “ebullición”, el futuro, la búsqueda de otros conceptos.

Todos estos años y gracias al esfuerzo y dedicación de nuestra familia hemos visto cambiar tanto nuestro negocio como el sector de la alimentación y la gastronomía en España. Hemos intentado, y creo que conseguido, evolucionar hacia mejor, recogiendo como fruto de nuestro trabajo numerosos galardones. Entre todos ellos recibimos el Premio Alimentos de España en 2003 y 2006, que nos supuso una gran satisfacción y del que estamos muy orgullosos. Ahora, cuando se conmemoran 25 años de historia de estos premios, nos felicitamos todos de una trayectoria que se ha convertido en un reflejo fiel del buen hacer de los profesionales, las empresas y las iniciativas individuales para alcanzar la excelencia en todos los sentidos en torno a los Alimentos de España.

“Durante los últimos 25 años España se ha convertido en eje mundial del hecho alimentario y gastronómico”

Gonzalo Sol. Periodista y gastrónomo

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2003 DE COMUNICACIÓN A LA MEJOR LABOR INFORMATIVA CONTINUADA

La ventaja de ir cumpliendo años es que, casi sin advertirlo y siempre por razones más o menos justificadas, uno va acumulando premios por unas u otras labores. De joven, cuando entre otros deportes yo practicaba tres de íntima relación con nuestro medioambiente -muy bien mantenido hoy por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente-, los gané en esquí, montañismo y escalada, premio éste que consiste en vencer a hermosísimas piedras verticales,... como por cierto hizo Achille Ratti en los Dolomitas antes de alcanzar la cima de la Iglesia como Pío XI.

Ya maduro, los que he venido recibiendo siempre han estado relacionados con las actividades inicialmente exigidas por mis “Guías Gastronómicas Sol” desde 1972, las cuales, a modo de “esnórquel”, me permitieron bucear sin riesgo por el profundo hecho gastronómico de España.

Español como me siento -de ahí mi interés por el viñedo, el olivar, la dehesa y las sabias cocinas de nuestros territorios-, los premios que más me han complacido han sido los dos que me concedieron sendos Ministros: el “Nacional de Gastronomía” que me entregó Pío Cabanillas en 1978



precisamente por mis “Guías Gastronómicas”, y el Premio “Alimentos de España” que en 2003 recibí de Miguel Arias Cañete por mi “contribución a la divulgación de nuestra cultura gastronómica y vinícola a lo largo de mi dilatada trayectoria en la comunicación”.

Hoy, con una trayectoria once años más dilatada, me complace un nuevo Premio: poder felicitar al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente por celebrar con éxito estos 25 años durante los que España se ha convertido en eje mundial del hecho alimentario y gastronómico.





Canal Cocina siempre ha defendido la calidad y la gran variedad de la materia prima española. Podemos presumir de ser prescriptores no sólo de una alimentación saludable, sino también del producto de temporada y de pilares fundamentales de nuestra dieta como el aceite de oliva virgen.

A lo largo de sus 15 años de trayectoria, Canal Cocina ha conseguido acercar la cocina a todos los perfiles sociales de la mano de los mejores cocineros internacionales, los jóvenes talentos de la cocina y más de una treintena de estrellas Michelin.

Gracias a novedosos formatos que se basan en la falta de tiempo, de conocimientos o de presupuesto, hemos conse-

“Canal Cocina siempre ha defendido la calidad y la gran variedad de la materia prima española. Podemos presumir de ser prescriptores no sólo de una alimentación saludable, sino también del producto de temporada”

Mandi Ciriza. Directora de Canal Cocina

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2004 DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN A LA MEJOR LABOR INFORMATIVA CONTINUADA

guido despertar la pasión por la cocina en todos esos sectores de la población que nunca antes habían sentido interés por la gastronomía.

Además de nuestros programas, hemos completado nuestra labor informativa, por la que fuimos premiados en 2004, con una página web que recoge todas nuestras recetas y otras tantas de nuestros espectadores y con la aplicación de recetas para móviles número uno en descargas. Como bien dice nuestro lema, “La comida nos une”.

“El Premio Alimentos de España supuso para nuestra empresa un gran apoyo en el proceso de internacionalización, porque se convirtió en una inmejorable carta de presentación”

Alfonso Jiménez Rodríguez-Vila, Gerente de la Industria Gastronómica Cascajares, S.L.
Dueñas (Palencia)

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2008 DE JOVEN EMPRESARIADO

Además de mucho prestigio, el reconocimiento del Premio Alimentos de España supuso para nuestra empresa un gran apoyo en el proceso de internacionalización, que por aquella época estaba dando sus primeros pasos en Canadá.

El premio se convirtió en una inmejorable carta de presentación, que nos ayudó a abrir camino en un mercado tan competitivo como el americano.

En el sector donde Cascajares trabaja, el de platos elaborados y productos de IV y V gama, la evolución en los últimos años ha sido vertiginosa. Hace una década éramos pioneros y muchos nos llamaban locos por pretender que la gente en



Nochebuena cenara un capón ya cocinado. Hoy en día, vendemos más de 30.000 platos elaborados para que la gente no cocine en esos días de fiesta.

Se trata de un ejemplo más de apuesta por la innovación que demuestra, también una vez más, que en alimentación sigue habiendo margen para la imaginación y las iniciativas novedosas, siempre que se trabaje con calidad y se acierte con las necesidades y los gustos de los consumidores.

“Nuestra familia ha tenido la fortuna de ser testigo directo e, incluso, actor destacado en los grandes cambios estructurales del olivar y el aceite de oliva”

Francisco Vañó y Rosa Vañó. Castillo de Canena Olive Juice, S.L. Canena (Jaén)

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2009 DE PRODUCCIÓN AGRARIA

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2012 DE INTERNACIONALIZACIÓN ALIMENTARIA



Si hay un sector agroindustrial en el que se han producido cambios estructurales muy acusados en los últimos 25 años, ése ha sido el del olivar y el aceite de oliva, y nuestra familia ha tenido la fortuna de ser testigo directo e, incluso, actor destacado, en esa profunda evolución que ha transformado los cimientos de esta importante parcela del sector agrario andaluz y español.

La profesionalización de los olivareros, la apuesta por el conocimiento, la mecanización de las labores agrícolas, la inversión en investigación, las mejoras tecnológicas significativas en la industria, la concienciación en las políticas sostenibles y medioambientalmente correctas han tenido como consecuencia directa un potente incremento en las calidades de los aceites de oliva españoles que, de esa manera, han podido competir en los mercados exteriores con unos niveles de éxito hasta ahora desconocidos.

En el caso de Castillo de Canena, recibir en 2009 el Premio Alimentos de España a la Producción Agraria y en 2012 el de Internacionalización es un buen ejemplo del éxito de un binomio basado en la excelencia de un producto sostenido por acertadas políticas comerciales y de marketing.

“Las últimas décadas han sido muy duras para el pequeño comercio especializado hasta dificultar en muchos casos la supervivencia. Por ello, recibir el Premio Alimentos de España supuso un gran espaldarazo”

Luis Pacheco. Gold Gourmet

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2010 DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO ALIMENTARIO



Gold Gourmet es una empresa humilde, una pyme auténticamente familiar, que con mucho trabajo, un gran esfuerzo y sobre todo una enorme ilusión por lo que hacemos, ha conseguido poco a poco consolidar un modelo propio de comercio minorista de proximidad, especializado en su oferta de alimentos frescos y en la calidad del servicio que ofrece a sus clientes.

Dicho así, parece evidente, porque estos principios deben ser los básicos en cualquier actividad comercial, pero la evolución de las últimas décadas ha sido muy dura para el pequeño comercio especializado hasta dificultar en muchos casos la propia supervivencia. Por ello, en nuestro caso, recibir el Premio Alimentos de España supuso un gran espaldarazo porque era el reconocimiento a nuestro esfuerzo y se convirtió en un acicate más para seguir mejorando día a día.

Sin duda, la alimentación en España ha evolucionado a mejor en cuanto a controles y seguridad en la cadena alimentaria. Este es el camino con un objetivo añadido: la educación alimentaria de los niños y jóvenes. No bajar la guardia en la preocupación por orientarles en los buenos hábitos de alimentación.



“La comida no es solo sustento y hábito. También es cultura, territorio, placer y arte. Producto, manejo, técnica. Tradición y modernidad. Combinado todo ello termina convirtiéndose en gastronomía”

Juan Echanove. Actor

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2010 DE COMUNICACIÓN PARA EL PROGRAMA DE TVE “UN PAÍS PARA COMÉRSELO”

La comida no es solo sustento y hábito. También es cultura, territorio, placer y arte. Producto, manejo, técnica. Tradición y modernidad. Combinado todo ello termina convirtiéndose en gastronomía, en ciencia; en belleza en la cazuela, en el plato y en la boca. Con esta filosofía nos enfrentamos en su día al reto de “Un país para comérsele”. Además de disfrutar trabajando, todos los que participamos en esta serie conseguimos la mayor satisfacción posible, un buen respaldo de la audiencia; pero también poner ante los ojos de esa audiencia a muchas familias de pequeños productores, a artesanos que miman y aman sus elaboraciones, a restauradores que ofrecen

magia en la mesa desde rincones perdidos en nuestra geografía, lejos del mundanal ruido de las pasarelas gastronómicas.

Queríamos dejar claro que sin tierra no hay producto, y sin productores no hay alimentos; y sin alimentos no hay comida. Por eso agradecemos tanto el Premio Alimentos de España a “Un país para comérsele”, porque era un reconocimiento extensivo a todos los hombres y mujeres que fueron pasando por el programa. Ellos y ellas son los que con su trabajo y su ilusión nos despiertan el hambre cada día para comernos nuestro país.



“Todos debemos seguir poniendo nuestro granito de arena para que la industria alimentaria española continúe siendo un referente y un motivo de orgullo para nuestro país”

Juan M. Vieites Baptista de Sousa. Secretario General de ANFACO-CECOPECA

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2011 DE PROMOCIÓN ALIMENTARIA

Para ANFACO-CECOPECA fue una gran satisfacción recibir el Premio Alimentos de España en 2011, en la modalidad de Promoción Alimentaria, por la campaña de promoción de las conservas de pescados y mariscos “Una Lata Solidaria”; y lo fue por la vertiente social de esta campaña, mediante la cual los internautas pudieron donar de forma virtual una lata de conservas de sardinas, mejillones o atún, a la vez que interactuaban conociendo sus propiedades, de tal forma que una vez finalizada la campaña, las latas donadas fueron repartidas en todo el territorio nacional a través de 52 Bancos de Alimentos; y por otra parte, por el reconocimiento implícito que supone a la trayectoria de nuestra organización en el ámbito de la promoción de los intereses sectoriales de la industria conservera y transformadora de productos del mar.

Los orígenes de ANFACO-CECOPECA se remontan a 1904, por lo que en 2014 cumplimos 110 años de vida, a lo largo de los cuales hemos visto cómo nuestra industria alimentaria en general, y el sector conservero y transformador de productos del mar en particular, se han modernizado y adaptado a la evolución de los tiempos, hasta conformar uno de los sectores más competitivos de la economía española y que contribuye de forma decisiva a posicionar la “Marca España”.

Para alcanzar este reto es imprescindible que, como hasta la fecha, continúen yendo de la mano el sector alimentario español y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, apostando por fomentar su competitividad mediante aspectos clave como la internacionalización y la innovación.



Marta Álvarez Quintero y Mercedes Guerreiro Segade. Productos Ecológicos Granxa Maruxa. Monterroso (Lugo)

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2011 DE MUJER EMPRENDEDORA

“El Premio Alimentos de España nos ha ayudado en momentos de incertidumbre como piedra de apoyo para seguir luchando y creciendo”

Recibir un premio siempre es gratificante porque es reconocimiento de un trabajo bien hecho, y más si procede de los Premios Alimentos de España, de tan prestigiosa y prolongada trayectoria. Este premio nos ha ayudado en momentos de incertidumbre como piedra de apoyo para seguir luchando y creciendo por nuestro proyecto por lo que agradecemos enormemente ser uno de los premiados.

Desde que empezamos con el proyecto “Productos Ecológicos Granxa Maruxa” hemos sido partícipes de la evolución que ha tenido el sector ecológico en España, lo que nos hace sentir muy satisfechas por ayudar a potenciar un sector tan necesario para el mundo en el que vivimos.

Esperamos que los Premios Alimentos de España sigan cumpliendo muchos años reconociendo el trabajo de este sector, el de la alimentación, con el mismo éxito que hasta ahora.

“Tenemos unas condiciones inmejorables para la producción de alimentos de calidad, que enriquecen nuestra cultura y nos hacen más fuertes y menos vulnerables a la competencia de otros países”

Alfredo González y Rafael González. Copropietarios de Suerte Ampanera, S.L. (Colmenar Viejo, Madrid)

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA AL MEJOR QUESO DEL AÑO 2011



Todos los que trabajamos en la empresa Suerte Ampanera sentimos un gran orgullo tras recibir el Premio Alimentos de España 2011 al mejor Queso del año. Lo sentimos como un reconocimiento a tantos años de trabajo dentro del sector de la ganadería y quesería ecológicas y, aunque es difícil calcular la influencia que ha podido tener en nuestra empresa este premio, lo cierto es que la repercusión, a todos los niveles, de este galardón es enorme, tanto en prestigio de la marca como en logros comerciales. Por ello, agradecemos al Ministerio de Agricultura que apueste por la calidad de los alimentos de España y por ayudar a que sepamos valorar cada vez más los excelentes alimentos que producimos.

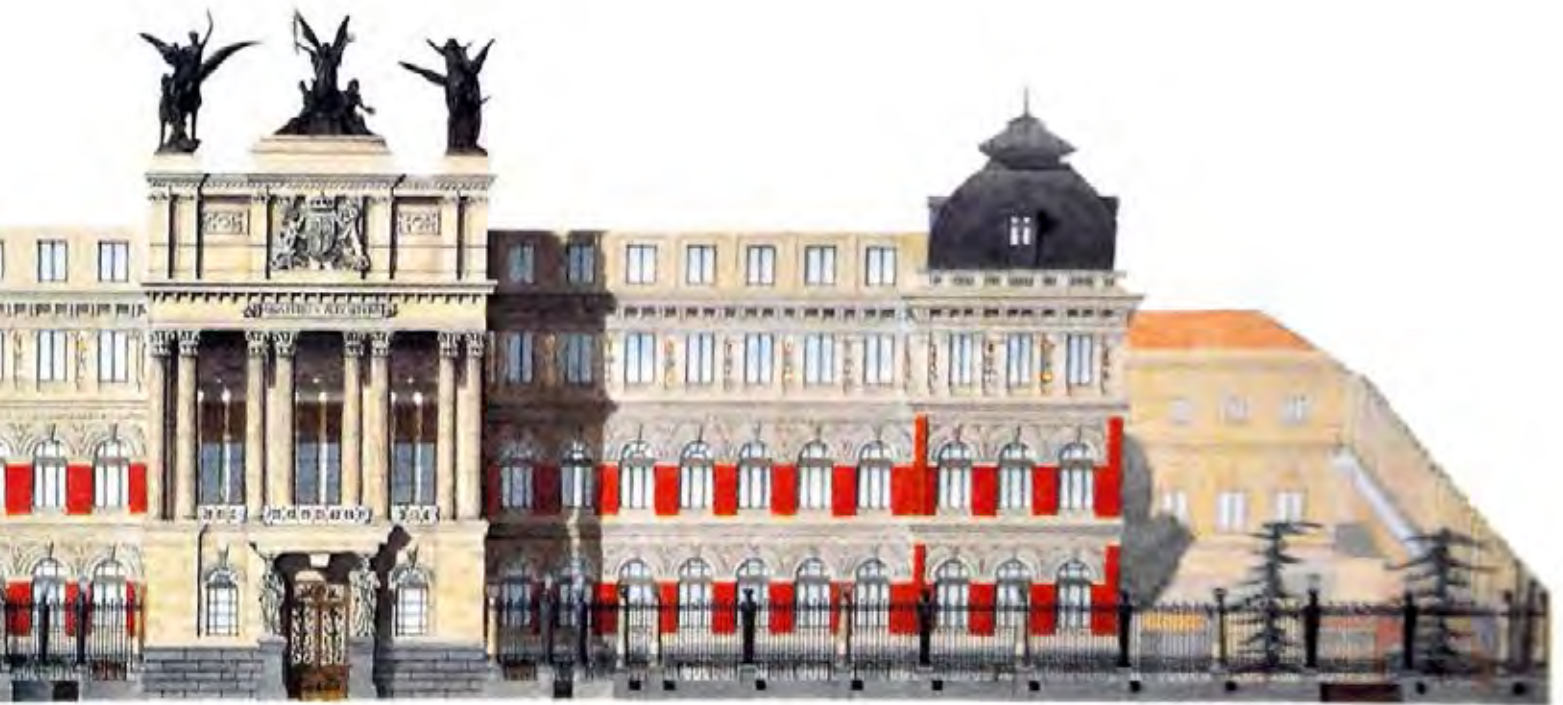
En los 25 años de historia de los premios, la sociedad española ha evolucionado mucho en sus hábitos alimentarios, sobre la

base de nuestra rica Dieta Mediterránea han surgido tendencias de nueva cocina moderna, mucho más rica y diversa, y a la vez tradicional. El mundo del queso no ha sido ajeno a esta evolución y el panorama quesero nacional se ha visto enriquecido de manera notable. Gracias también a iniciativas como los Premios Alimentos de España, el consumo de queso ha aumentado de manera increíble en los últimos años, en especial de quesos artesanos de calidad.

No debemos olvidar nunca que España es un país con unas condiciones inmejorables para la producción de muy diversos alimentos de calidad, que enriquecen nuestra cultura y nos hacen más fuertes y menos vulnerables a la competencia de otros países.



25 años de Premios Alimentos de España.
La historia y sus protagonistas.



25 años de Premios Alimentos de España. La historia y sus protagonistas.

Miguel Ángel Almodóvar

Periodista y escritor

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2003 DE COMUNICACIÓN, ACCÉSIT A LA MEJOR LABOR INFORMATIVA CONTINUADA.

En 1987, bajo el impulso público del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (nomenclatura del momento), comenzaron a andar los premios Alimentos de España. Se iniciaba así un recorrido ininterrumpido que en 2012 cumplió 25 años, engrosando en este periodo una amplia relación de premios y premiados, en cuyo repaso se deja sentir el momento presente de cada año y el retrato continuado de un amplio periodo de evolución y cambios en España a todos los niveles, con un reflejo evidente y muy notable en la producción, la industria, el comercio, la restauración y el consumo de alimentos. En definitiva, en la economía, la sociología y la cultura alimentaria.

En la parte final de este mismo volumen conmemorativo se recoge la relación completa de premios, modalidades, premiados y premiadas, con imágenes incluidas, muchas de ellas entrañables, de los ministros y ministras entregando los galardones, pero con este relato, en forma de crónica que se pretende amable, vamos a inten-

tar marcar algunos hitos básicos del recorrido de los Premios Alimentos de España, con una iluminación de amplio espectro que lo encienda todo, pero poniendo un foco especial en algunos ejemplos especialmente paradigmáticos, con el agravante de que en algunos casos (seguramente más de los deseados) muchos de los premiados y premiadas que vamos a destacar son ya historia, porque nos han dejado.

Los primeros galardones concedidos por Alimentos de España en el año de su lanzamiento, 1987, se establecían en tres grandes categorías y cuatro subcategorías, que a su vez contemplaban premios y accésits: Trabajos escolares; Hostelería y Restauración, dividido en dos epígrafes, Hostelería y Restauración; y Prensa, en este caso en dos niveles, Mejor labor continuada y Mejor reportaje publicado. En trabajos escolares el premio fue para C. P. "Font de la Pólvara", de Gerona, y el accésit quedó desierto. En Hostelería, el premio fue para H. "Flamenco", de Cala Millor, Mallorca, y los accésits para H. "Maspalomas Oasis", de Maspalomas, Gran Canaria, y para *Cadena Hotelera Iberotel*. En el apartado de Restauración los galardones se repartieron así: Premio para "Solaire-2" de Segovia, y accésits para Restaurante "Café de Oriente", de Madrid, al frente del cual se sitúa el sacerdote y empresario restaurador Luis Lezama, "el cura Lezama" que ya empieza a destacar, y Restaurante "Cenador del Prado", de Madrid. Por último, el premio a la Mejor labor continuada se le otorgó a la *Agencia Efe*, y el de Mejor reportaje publicado a Manuel Hermógenes, de la revista *Tiempo*.

El Café de Oriente, situado frente al Palacio Real, es un lugar singular y enclave privilegiado a un paso del centro histórico de Madrid.





Un café singular en un enclave de privilegio

Situado en un extremo de la panza de la Plaza de Oriente, frente al Palacio Real y a la estatua ecuestre de Felipe III que se mantiene en equilibrio a través de los siglos gracias a los cálculos de Galileo Galilei, está El Café de Oriente, construido sobre los restos del antiguo Convento de Franciscanos Descalzos o Convento de San Gil del siglo *XVI*, remodelado por Felipe II en 1613 y demolido a principios del siglo *XVIII* por deseo de José Bonaparte para abrir en su lugar la Plaza de Oriente. En 1983 se erigió su actual versión de aire romántico con ínfulas de gran café vienes y café literario parisino, pero morigeradas por un peinado castizo y fetén.

Amplia y sosegada terraza, larga barra de bar, cálidos salones de té, y acomodados restaurantes con bóvedas de ladrillo en los sótanos, su oferta aperitiva y gastronómica es extremadamente flexible y en consonancia con los deseos y preferencias del variopinto público que

lo visita y transita. Lugar pues singular y enclave privilegiado a un paso del centro histórico, de la Catedral de la Almudena y de los ruborosos jardines de Sabatini que invitan al paseo sosegado antes y después del yantar.

Reforzando su vitola de mito, cuenta con una mesa, la número 9, donde habitualmente desayunaba el primer alcalde democrático de Madrid tras la transición, Enrique Tierno Galván, que fue heredada por el dibujante y cronista de la villa Antonio Mingote.

Al año siguiente, Lezama repitió accésit, está vez para *La Taberna del Alabardero* de Marbella, un casi clon del establecimiento que con el mismo nombre venía triunfando en Madrid desde mediados de la década de los setenta.

Además, el repertorio de premios aumenta y aparece un nuevo apartado correspondiente a Empresas de Distribución y Comercio en el que, en función de su superficie, obtienen el galardón *Alcampo*, *Supermercados "Claudio"*, de La Coruña, y el *Centro Comercial "La Paz"*, de Madrid.

La Taberna del Alabardero es otro de los establecimientos del Grupo Lezama, levantado por el sacerdote y empresario restaurador Luis Lezama.

Un vestigio del XIX engalanado para el XXI

El Mercado de la Paz, ubicado en el castizo y elegante barrio de Salamanca, es el último de los mercados que se construyeron en Madrid durante el siglo XIX. De esa época solo se mantienen en pie el de San Miguel, remodelado como espacio gourmet y el de la Paz que mantiene su actividad tradicional, aunque remodelada en una línea acorde, y de largo, a los requerimientos del presente milenio.

Tradicionalmente, en la capital del reino los mercados se fueron estableciendo al aire libre en plazas o calles donde se alineaban los pue-

tos que exigían el producto de acuerdo a las vigentes normativas de cada momento. Así fueron creciendo los de la Plaza de la Cebada, del Carmen, de los Herradores, de los Mostenses o del Humilladero, pero justo en la mitad del siglo XIX ya existían cinco mercados cubiertos, aunque no por disposición municipal sino por obra y gracia de la iniciativa privada: el de San Ildefonso, el de San Felipe Neri, el de Caballero de Gracia, el de los Tres Peces y el de las Cuatro Calles. En 1868, el Ayuntamiento decide por fin la construcción de mercados cubiertos en las plazas de los Mostenses y de la Cebada, que se inauguran en 1875, el de Chamberí, que lo hace en 1876, y, finalmente, el de la Paz que abre sus puertas en 1882.

Actualmente, el Mercado de la Paz, gestionado por la Asociación de Comerciantes del Centro Comer-



cial La Paz, empeñada en un proyecto de renovación generacional, cuenta con puestos impecables y producto de gran calidad a buen precio.

Los premios de 1989 llegaron con otro galardón a una conocida cadena de supermercados, *Establecimientos Alfaro*, y el Premio a la mejor labor continuada en Prensa a un crítico gastronómico, José Carlos Capel, llamado a ostentar un protagonismo decisivo en el movimiento renovador de la cocina española.

Licenciado en Ciencias Económicas, José Carlos Capel sintió de pronto la llamada de la selva coquinaria y en muy poco tiempo pasó a ser, y de largo, uno de los críticos gastronómicos españoles de mayores prestigio y recorrido. Sus artículos en el diario *El País*, y los que van apareciendo en su blog *Gastronotas de Capel* son seguidos y escrutados atenta y pormenorizadamente por los profesionales de la restauración y por los tantos aficionados a la buena mesa. Creador y presidente del congreso internacional *Madrid Fusión*, acontecimiento anual de máxima proyección internacional, también ha sido el impulsor de una escuela en el periodismo gastronómico nacional.

Responsable de diez ediciones de la Guía de la Buena Vida de *El País*, cabeza visible de la sección gastronómica de la guía de *El País Aguilar*, director de cursos de cocina en la Universidad Menéndez Pelayo (UIMP) y miembro de varias cofradías gastronómicas españolas y europeas, es autor de casi medio centenar de libros de cocina y literatura gastronómica, entre los que destacan *Pícaros, ollas, inquisidores y monjes*, *La gula en el Siglo de Oro*, *Cocina de autor*, *Las mejores recetas con huevos*, *La cocina de la modernidad*, *De tapas por Madrid*, *El gran libro de la tortilla de patatas*, y el que firma en colaboración con Julia Pérez y Federico Oldenburg, *101 experiencias gastronómicas que no te puedes perder*.

A lo largo de su fulgurante trayectoria ha recibido una veintena de premios y reconocimientos nacionales e internacionales, entre los que destacan, además del de Alimentos de España, el Premio Nacional de Gastronomía a la mejor labor periodística, el Premio Nacional de Gastro-



nomía a la mejor publicación, el Premio Canal Cocina por la organización del mejor acontecimiento gastronómico del año (Madrid Fusión), el de Hombre del año según la revista *Sibaritas*, el Premio de la Academia Internacional de Gastronomía y *World Cook Award*, o el Premio de la Academia Española de Gastronomía.

El gran escaparate en papel de la gastronomía española

Novedad reseñable en la edición de 1990 fue la concesión del Premio de Prensa a la Mejor Labor Continuada a la revista *Spain Gourmetour*, el gran escaparate en papel de la gastronomía española. *Spain Gourmetour* es la revista que desde 1986 edita el que entonces era Instituto Nacional de Fomento de la Exportación (INFE), después Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y a partir de julio de 2012 ICEX España Exportación e Inversiones con el objetivo de promocionar la gastronomía española en todo el mundo; una publica-

El Mercado de la Paz, ubicado en el castizo y elegante barrio de Salamanca, es el último de los mercados que se construyeron en Madrid durante el siglo XIX.

ción trimestral que se edita en español, francés, inglés y alemán, cuya distribución, gratuita, se realiza a través de las oficinas económicas y comerciales de las embajadas de España en el extranjero, junto a otros medios de comunicación, para hacerla llegar a los profesionales de la comunicación nutricional y gastronómica, restauradores, chefs, distribuidores comerciales, y otros ámbitos implicados en el sector.

El gran aldabonazo internacional para esta publicación llegó en 2010, cuando *Spain Gourmet* fue galardonada como Mejor Revista Gastronómica del Mundo, *Best Food Magazine*, en los premios *World Food Media Awards* a los que concurrían otros setecientos candidatos en sus distintas categorías y que concede la organización de la red internacional de investigación, desarrollo y formación de artes culinarias *Le Cordon Bleu*.

A destacar en la edición de 1991 el Premio en la categoría de Hostelería y Restauración al Asador "Adolfo" de Toledo, cuya cabeza visible es el cocinero de Belvís de la Jara, Adolfo Muñoz. Propietario y chef de un imperio gastronómico, del que forman parte los restaurantes *Adolfo* y *La Perdiz*, en Toledo, y el *Palacio de Cibeles*, en Madrid, un potente obrador de panadería y pastelería, la *Escuela de Cocina y el Vino*, que ha formado a más de 1.700 alumnos desde que abrió en Toledo en 1997, y el *Cigarral Santamaría*, donde, entre otras actividades, produce el internacionalmente afamado vino *Pago del Ama*, Adolfo Muñoz, rodeado de un sólido y pretoriano entorno familiar del que forman parte su esposa y sus tres hijos, hace decenios que se convirtió en referente sumo e indeleble seña de identidad de las cocinas española y castellano-manchega, que ha difundido y enseñoreado por más de treinta países.

Su obsesión por la saludabilidad en el plato le ha llevado a cultivar biológicamente sus propios productos, a diseñar emplatados y fórmulas coquinarias donde las grasas saturadas brillan por su ausencia y a convertirse en martillo de herejes frente a los riesgos hipertensivos de la sal.

Adolfo es un tipo cordial, de fácil y franca sonrisa, archivo de la cortesía y correspondencia grata de firmes amistades, que en alguna ocasión ha definido a la gente de su profesión y oficio, cocineros y chefs, como: "... *guerreros absolutos que salen a luchar todo los días bajo la premisa de que cada cliente es un mundo (...)* Igual que el torero sale a la plaza, nosotros salimos, a mediodía y por la noche, para hacerlo bien, regular o mal, pero intentando siempre que salga lo mejor posible".

En la edición de 1992 se reconoce por primera vez la Fotografía y el premio pionero le corresponde a Ricardo Santana, acompañado de Jorge Luis Ramos, que obtiene el segundo premio. Además, el Premio a la Mejor Labor Continuada en el ámbito de la comunicación se le otorga a Néstor Luján, una de las cimas en este género, y el Premio para empresas de distribución y comercio alimentario con superficie superior a 2.500 metros cuadrados recae en el mítico mercado barcelonés *La Boquería*.

El gran Pickwick

Néstor Luján y Fernández nació en Martaró y en 1943 comenzó a escribir una columna de temas gastronómicos, Carné de ruta, en la revista *Destino* y bajo el pseudónimo de Pickwick. Premio Nacional de Gastronomía en 1976, sus más de veinte mil artículos rivalizan en hondura e interés con cinco libros esenciales en la reflexión histórica de la culinaria y gastronomía hispanas, junto a alguna ocasional inmersión en la coquinaria internacional.

Por orden cronológico, el primero, *Libro de la cocina española*, lo escribió en colaboración con Juan Perucho y se publicó en 1970. A este siguieron otro del mismo título, pero redactado en solitario, *Viajes por las cocinas del mundo*, *La cocina moderna con su Tim Lujan*, y el *Diccionario de gastronomía catalana*, que vio la luz en 1990.

Días antes de su muerte, en diciembre de 1995, ganó el Premio Sant Jordi por *Els fantasmes del Trianon*, una novela de trasfondo histórico.

Mercado total e itinerario humano

En cuanto al mercado barcelonés de La Boquería o más propiamente de Sant Josep, tuvo su origen en los extramuros de la antigua ciudad, en la explanada del Pla de la Boquería, pero en 1840 se trasladó a su actual ubicación en la Rambla de Barcelona, el corazón de la urbe, donde antes había estado el convento de los carmelitas descalzos, los *Josepets*, que le dieron nombre formal. Su actual cubierta metálica, aunque modificada arquitectónicamente en el 2000, se inauguró en 1914, el año en el que los tambores de la Gran Guerra estremecían Europa, las tropas de Pancho Villa derrotaban al ejército federal del general Victoriano Huerta y Barcelona se llenaba de espías y proxenetas de altos vuelos, al calor de la neutralidad hispana y el fácil acceso marítimo a la ciudad por mar.

Actualmente es una superficie de bastante más de dos kilómetros cuadrados donde se refugian tres centenares largos de puestos y donde late con fuerza el pulso de la urbe. Lugar recurrente en la obra de Manuel Vázquez Montalbán, traducida a todos los principales idiomas del ancho mundo, es, en su propia voz, un mercado total y también: *“... un itinerario humano en el que vendedores y compradores posan para la retina del mirón que les sorprende en los mejores gestos, en las mejores interpretaciones de vendedores y compradores”*. Escenario pues por donde pasa, pasó y seguirá pasando la vida, pero siempre mucho más. Como escribió el gran chef Ferrán Adrià: *“... un templo de la gastronomía, un lugar donde se concentran todos los pasos de la cadena alimentaria: desde los productores, recolectores, carniceros, pescadores que proporcionan los alimentos, hasta los clientes, sean particulares o profesionales, pasando obviamente por esta raza magnífica, tan característica, los comerciantes que hay en todas las paradas”*.

La Boquería es un gran espectáculo rimbombante y colorista donde el espectador, además de contemplar la función puede participar en ella, adquirir productos o comérselos *in situ*, como tantas veces hicieron en *Pinotxo* el ya

mentado Vázquez Montalbán, su *alter ego*, el detective Pepe Carvalho, o Joan Manuel Serrat con su amigo *Capgròs*, *Cabezón*. Allí se puede mojar abundante pan en cap i opta, una suerte de callos a la catalana, embaularse un pescado a la plancha recién sacado del mar o deleitarse con un revuelto de garbanzos y morcilla. Allí,

El mercado barcelonés de La Boquería es “un templo de la gastronomía”.



como dejó dicho la cocinera, escritora y presentadora televisiva británica Thomassina Miers: *“La gente come, compra y chismorrea haciendo juntos aquello en lo que los españoles destacan por encima de todo: vivir la vida y disfrutar del sentimiento de comunidad”*.

Premio para Francisco Grande Covián

En la siguiente convocatoria de 1993 otro gran personaje, Francisco Grande Covián, se sumó al listado de galardonados en la misma categoría de Mejor Labor Continuada en Prensa.

Francisco Grande, “don Paco” para sus amigos y admiradores, es considerado por muchos el padre de la dietética. Formado junto a Severo Ochoa en el laboratorio de fisiología del doctor Juan Negrín. De aquella época es uno de sus trabajos pioneros, *La alimentación en Madrid durante la guerra*, un estudio de la dieta suministrada a la población civil madrileña durante los diecinueve meses de guerra que mediaron entre agosto 1937 a febrero de 1939. Finalizada la contienda continuó sus formación por varios países europeos y finalmente recaló en la universidad nor-

teamericana de Minnesota, donde, entre 1953 y 1975 realizó interesantísimos trabajos para el ejército estadounidense, centrados básicamente en los efectos de la dieta sobre los líquidos plasmáticos, en los factores hormonales que regulan el metabolismo de las grasas, en la relación del tejido adiposo con la termorregulación, y en los efectos del hambre o la obesidad en las personas. Acabada la dictadura regresó a España para ocupar la Cátedra de Bioquímica y Biología Molecular de la Universidad de Zaragoza. En 1981 publicó un libro, *Alimentación y Nutrición*, de gran calado divulgativo. Murió en 1995, dos años después de haber recibido el Premio Alimentos de España.

El alter ego del detective Pepe Carvalho

Otro de los grandes de la divulgación en los ámbitos de los alimentos y aún más de su culinaria, Manuel Vázquez Montalbán, fue galardonado en la misma categoría el siguiente año, 1994. Escritor, novelista, periodista, poeta, ensayista, antólogo, crítico, prologuista, humorista, culé y prolífico en tantos ámbitos, la vertiente alimenticia y gastronómica de Manuel Vázquez Mon-



talbán, alcanza su máxima expresión a través de sus sosias en estas lides, el personaje encarnado en el detective Pepe Carvalho, quien se describe así mismo como “marxista-leninista fracción gastronómica”.

En todas las novelas de Carvalho hay mucho y muy interesante de alimentación y de gastronomía, pero donde se condensa toda la vasta erudición del autor es en *Contra los gourmets*, un recorrido minucioso sobre alimentos españoles y de muchas otras partes del mundo, donde además reflexiona sobre las tendencias emergentes haciendo juegos de opuestos entre cocina tradicional, *nouvelle cuisine* y cocina molecular, o entre las contundencias del ajoarriero frente a la comida sana o *light*.

Suyas son frases y sentencias tan reveladoras como: “El único producto mediterráneo realmente uniformador, y quizá algún día unificador, es la presencia de la berenjena en todas las culturas culinarias, de Siria a Murcia, de Viareggio a Túnez” o la archifamosa: “Hay que beber para recordar y comer para olvidar”.

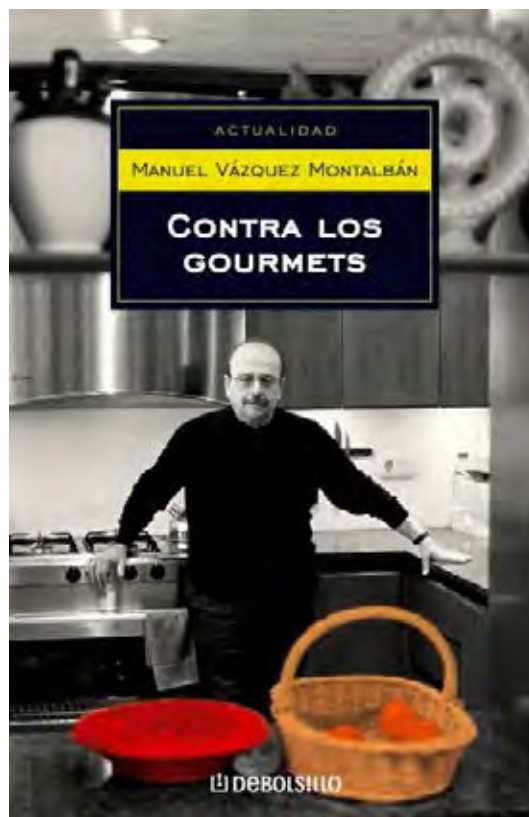
El príncipe Merino

Aquel mismo año de 1994 el Premio al Mejor reportaje Publicado fue para Joaquín Merino, otra de las inolvidables grandes figuras de la divulgación y el periodismo gastronómico. Joaquín Merino, uno de los periodistas y divulgadores gastronómicos más notables del siglo XX, alcanzó primero gran popularidad en un ámbito ajeno, como autor de guías londinenses destinadas a los tantos españoles que allá por los años setenta veían a la capital británica como la quintaesencia del cosmopolitismo. Relaciones Públicas de *British Airways* y de *Turismo Británico*, publicó *Londres para turistas pobres*, *Londres para turistas ricos*, *Londres para pecadores*, *Yo, Londres* y *Londres ciudad centrífuga*.

De vuelta a España, su medio fue la radio y dos cabeceras, *La Voz de Galicia* y *Sobremesa*, en prensa escrita. Protagonista del primer *Protagonistas* de

Luis del Olmo en Radio Peninsular, la más musical, con los años y sus secciones en la mochila fue deambulando por todas las demás cadenas: *Radio Nacional*, *Cope*, *cadena SER*, *Onda Cero*.

Premio Café Gijón de Novela en 1965 por *La Isla*; Premio Ondas por *Cosas de la vida* de Radio Nacional de España en 1975; Premio Nacional de Gastronomía 2000, autor de los libros *Madrid para reprimidos*, *Andar y charlar*, *Confidencias más o menos pop*, *Titanes de los fogones*, su inolvidable mérito fue el de haber sido el primero que le dio voz a los grandes cocineros y chefs de la primera eclosión gastronómica, como Cándido, Manolo Míguez, Currito o Manolo Combarro.



Herederero afectivo de aquel Maurice Edmond Sailland, Curnonsky o Cur, vino en llamarse el príncipe de los gastrónomos y príncipes éramos para él todos aquellos enamorados del buen yantar y los apetitosos conchuchos. A su muerte, en diciembre de 2011, Antonio D. Olano escribió: “Cuando Joaquín se encontraba contigo la pregunta era la misma, el saludo de siempre: “¿Cómo estás, príncipe?” La respuesta, a él debida, era llamar-

“Hay que beber para recordar y comer para olvidar”, decía Manuel Vázquez Montalbán, escritor y periodista galardonado en el año 1994 por su labor de divulgación.

le principón. Y, la verdad de la buena, que decíamos de la misma manera que solicitábamos un “café-café” en tiempos de sucedáneos, como la tortilla sin huevos de nuestra postguerra, la verdad es que Joaquín Merino era un principón”.

La novedad de la edición correspondiente a 1995 de *Alimentos de España* fue la inclusión de la Modalidad Enológica, que correspondió a *Bodegas Campos*, de Córdoba. A ello se sumaba un Premio Especial a José Luis Ruiz Solaguren, toda una institución en la hostelería española contemporánea, un referente esencial en el mundo del catering y un enamorado del vino, que por ello se le distinguía en aquella edición. Si el jurado consideró entonces el encaje en el epígrafe de “especial” debió ser tanto por el nivel y el cuidado de los vinos que ofrecía en sus numerosos establecimientos, tanto en España como en varios países extranjeros, como por el generoso esfuerzo de haber puesto en pie una bodega en Rueda, Antaño, que desde 1988 pujaba por abrirse un hueco en los mercados con calidad y respeto. Además, en el epígrafe Pequeña Superficie y Sistema de Venta Tradicional, el Premio fue para el establecimiento de un veterano sumiller, “Mazaca”, sito en La Granja de san Ildefonso.

José Luis, una multinacional en caja de limpiabotas

Nacido en Amorebieta, Vizcaya, en octubre de 1928, a los trece años empezó a trabajar de limpiabotas en el bar La Granja de Bilbao y luego en una taberna de chico para todo. Después emigró a Madrid y en 1957 abrió una cervecería en la calle de Serrano que no tardó en convertirse en escenario privilegiado del cuchipandeo dominical de la burguesía del barrio de Salamanca, al punto de allí situó Serrat a su “muchacha típica”, tras el paseo por la hípica y a las dos en *Jose Luis*. Cuando murió, en mayo de 2013, dejaba atrás un grupo empresarial con más de cuatrocientos empleados y que incluía una veintena de restaurantes, bodegas, escuela de hostelería y uno de los más acreditados servicios de catering.

En el entretanto, José Luis Ruiz Solaguren, había gestionado restaurantes en medio mundo, servido en actos de la Casa Real y de todas y cada una de las sedes diplomáticas de los países acreditados en España, atendido en “su casa” a 43 jefes de Estado, y hecho sobremesa con un sinnúmero de personajes de la política, el deporte, la torería o el servicio de armas. Siempre vestido con esmerada pero sobria pulcritud, en su tarjeta de visita podía leerse, como profesión y cargo, un escueto “Tabernero”.

Tras triunfar a lo grande en la hostelería creyó llegado el momento de plantar su propia bodega en Rueda, Valladolid, con el compromiso firme de respetar el paisaje y la arquitectura popular de la zona, construyendo unas instalaciones de vanguardia sobre kilómetro y medio de galerías subterráneas de ladrillo.

Alrededor de una plantación de 140 hectáreas de viñedo, con el oportuno reparto varietal de la zona a base de las blancas verdejo, viura y sauvignon blanc, junto a las tintas tempranito y cabernet sauvignon, edificó una formidable biblioteca, asesorada en sus inicios por Camilo José Cela, y una pinacoteca variopinta en la que





convivían obras de grandes maestros y cuadros de amigos sin más valor que el sentimental.

En esa pinacoteca lo más valioso, al parecer del periodista Alfonso Ussía, es una urna de cristal donde descansa de la faena de antaño, justo el nombre de la bodega, la caja de limpiabotas que José Luis usaba en la tabernaria bilbaína. Decía Ussía en diciembre de 2010: *“De aquel cajón de limpiabotas nacieron decenas de restaurantes por los que han pasado y pasan todas las cremas, no solo la de la intelectualidad de Agustín Lara (...) De aquel cajón de limpiabotas mostrado con tanto señorío, salieron las abundantes cosechas de uvas que se hacen vino cada año. Y nació un estilo especial y único de elegancia natural en el mundo de la gastronomía. La elegancia de José Luis”.*

En los últimos años la vida sentimental y afectiva de José Luis dependió y mucho de esa bodega, ilusionado porque sus vinos, en alguna medida sus hijos, fueran alguna vez conocidos a escala internacional: *“... que todos sepan de qué estamos hablando cuando mencionemos “Viña Cobranza” o Viña Mocén, por ejemplo”.* Sobre ese proyecto escribió una suer-

te de autoepitafio: *“Me gustaría que todos me recordaran como un hombre trabajador, que se enamoró de esta bodega para convertirla en la número uno”.*

El capricho no tan capricho de un psicólogo de mostrador y apasionado del vino

José Luis Aragüe, más conocido por su apodo “Mazaca”, es el propietario de un lugar único, *El Capricho de Mazaca*, acogido en un espacio también único, el Real Sitio de la Granja de San Ildefonso, vertiente norte de la Sierra del Guadarrama, en la provincia de Segovia, donde en el calmen de la magia vitivinícola se hace realidad el viejo dicho latino atribuido a Julio César: *“Beati Hispani, quibus vivere set bibere”* (Afortunados hispanos, para quienes vivir es beber).

Mazaca es un veterano sumiller, un gran conversador y comunicador del vino, un excelente anfitrión y que indica, sugiere, aconseja e instruye deleitando, como, y sólo a título de ejemplo, hizo en su día con Henar Puente Montes, su discípula y primera mujer que en la España de 2004 se hizo con el Campeonato Nacional de Sumillers. Embajador Diplomado de los vinos de Ribera del Duero, miembro de honor de la Cofradía Nacional del Cava, Jurado Internacional de Vinos, miembro del Comité Técnico de Cata de la Unión de Asociaciones Españolas de Sumillers, UAES, premio a la Trayectoria del Museo del Vino de Peñafiel, Mazaca es ante todo y sobre todo un “psicólogo de mostador”, como así mismo se define, que transmite pasión por el vino que del cielo vino.

Un cocinero siete estrellas

De la convocatoria de 1996 podría hacerse un aparte con el Premio de Restauración en su Modalidad Gastronómica al Restaurante Berasategui, de Lasarte-Oria (Guipúzcoa), que era y es obra y gracia de uno de los

grandes de la cocina española contemporánea, Martín Berasategui.

Martín Berasategui, uno de los más destacados chefs inicialmente adscritos al movimiento conocido como Nueva Cocina Vasca, aunque más tarde evolucionaría hacia planteamientos más próximos a la cocina molecular o tecnoemocional, se inició en el negocio hostelero familiar, el *Bodegón Alejandro* y cinco años después de hacerse cargo de la máxima responsabilidad en cocina y de viajar regularmente a Francia para completar su formación, recibía su primera estrella Michelin.

El restaurante que *Alimentos de España* premiaba, en Lasarte-Oria, Guipúzcoa, cuenta hoy con tres estrellas de la Guía Roja y es el referente sumo de su grupo, que completan otros locales tan prestigiosos como el *Abama* de Tenerife, engalanado con dos estrellas, y el *Lasarte* de Barcelona, que suma otras dos. Todo ello y para la última edición de 2013 convierte a este chef en el más estrellado de España con un total de siete en su personal firmamento. Más allá de las estrellas, Berasategui coloca en el máximo pedestal de honor el *Tambor de Oro de San Sebastián 2005*, el máximo galardón que concede el ayuntamiento donostiarra en el día grande de la ciudad.

Dándole la voz y la palabra al protagonista de la historia, el autorretrato queda así reflejado en su página web: *“Llevo 35 años dedicado en cuerpo y alma a lo que más me gusta en el mundo, cocinar. Siempre hemos procurado ser precisos con los gestos, prudentes con el horno, certeros con el filo, afinados con el olfato, avispados en el mercado y rectos en el fogón. No es tan difícil acertar con las cosas del comer, basta con saber aprovechar y mejorar lo que nos viene dado, pues pisamos un país privilegiado. La pelea que libro a diario con mi equipo es la más antigua del mundo: la que enfrenta a la mano con el fuego. La vieja batalla de la piel contra la llama”*.





A Custodio López Zamorra se le ha llamado “sumiller de sumilleres” y “artífice de la perestroika del vino español”.

La gran dama de la cocina publicada

Entre los galardones de 1997 fueron destacables el Premio en la Modalidad Gastronómica a Juan Mari Arzak, máximo inspirador del movimiento de la Nueva Cocina Vasca y destacado revolucionario de la gastronomía española contemporánea, quien ya para entonces y desde hacía ocho años lucía la tercera estrella Michelin en su restaurante; el Premio a la Mejor Labor Continuada en Prensa, que recayó en María Jesús Gil de Antuñano, la gran dama de la cocina publicada en España; y el premio de Restauración en su Modalidad Enológica, que fue a parar a manos de un mito viviente, el sumiller Custodio Zamorra.

María Jesús Gil de Antuñano lleva casi o sin casi cuatro décadas publicando artículos culinarios y primorosas recetas, que ha vertido en una treintena de libros, el último de los cuales, *La cocina de hoy en España*, con medio millar de preparaciones, se ha publicado a mediados de 2013.

Empezó en la revista *Telva* y tras diecisiete años de entrega a un público básicamente femenino, de la mano de la gran Simone Ortega pasó a *El País*, donde el espectro social de lectores se ensanchó grandemente. También ha colaborado muy activamente en las revistas *Semana*, *Mi*

Casa, *Prima*, *Greca*, *Cien Ideas* y *Cocina Fácil*, entre otras. Premio Nacional de Gastronomía y otros varios e importantes galardones, es miembro de la Real Academia Española de Gastronomía.

Con todo y ante todo, María Jesús es cocinera de su casa, convertida desde siempre en laboratorio de creación y reproducción, y anfitriona de lujo para los amigos peregrinos y los noveles que se acercan a beber de su fuente de sabiduría guisandera y coquinaria.

La historia del vino escrita en mandil de cuero negro

A Custodio López Zamorra se le ha llamado “sumiller de sumilleres” y “artífice de la perestroika del vino español”. Un más que aceptable marco referencial para explicar a un hombre que en los años setenta era sinónimo casi único del oficio, de manera que cuando la mayoría no excesivamente avisada se le pregunta que era un sumiller, la respuesta era que aquello que era Zamorra. De sus primeros pasos nos habla la pluma siempre grácil de Lorenzo Díaz: “Custodio Zamorra, un niño de Villatobas (Toledo), nace en una taberna donde se despacha

*vino peleón y se curte como sabio tabernero. Aprende el nombre de las variedades antes que las primeras letras. Sus antepasados habían llegado a la Corte como vendedores de vino. En 1973 acaba aterrizando en el primer tres estrellas de la gastronomía español, "Zalacaín", donde se pone al mando de la bodega". Y en Zalacaín no tarda en convertirse en una de las tres piezas que Camilo José Cela llama *La BBC de Zalacaín*: Benjamín Urdiain, jefe de cocina; José Jiménez Blas, director de sala; y Custodio López Zamarra, sumiller.*

Profesor durante años de la Cámara de Comercio de Madrid, ha creado un fecunda escuela de jóvenes valores. Como sabio, humilde, reparte méritos y dice que el milagro de que en solo una década se haya pasado de cinco marcas y unos conocimientos justos a la posibilidad de distinguir entre variedades se debe: "... a un grupo de enólogos jóvenes que han revolucionado la manera de hacer vinos y a las promociones de sumilleres que cuidan el vino y propagan con sabiduría las bondades del mismo".

A finales de 2013 Custodio se jubiló y colgó simbólicamente, como los toreros se cortan la coleta, su reluciente mandil de cuero, 41 años de historia de Zalacaín y del vino español quedaban a su espalda, pero el horizonte se hacía inmenso ante el sumiller de sumilleres.

Quintaesencia y raíz de los alimentos españoles y de la seguridad alimentaria

Las novedades más reseñables de 1988 son otro nuevo Premio para la multinacional del cura Lezama; esta vez para el restaurante *La Taberna del Alabardero* de Washington, y el galardón para el Mejor Reportaje Publicado a un auténtico mito de los alimentos españoles, Ismael Díaz Yubero.

Veterinario y Técnico Bromatólogo, Ismael Díaz Yubero es a la vez quintaesencia de la Dieta Mediterránea y raíz profunda de los Premios Alimentos de España. Su trayectoria profesional y vital han recorrido una infinidad de responsabilidades políticas y administrativas en el ámbito de la alimentación y de su mano han salido los mejores textos sobre los productos identitarios de la dieta española.

Entre otras responsabilidades y cargos ha sido Director General de Política Alimentaria; Presidente del Instituto Nacional de Denominaciones de Origen; representante permanente de España





ante la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), institución de la que fue Vicepresidente en la Conferencia de 1987, el año en el que se empezaron a conceder los Premios Alimentos de España, y presidente de varias Comisiones, como las de Seguridad Alimentaria o la de Cítricos; Consejero de Agricultura, Pesca y Alimentación en la Embajada de España en Roma, entre 1984 y 1988. Desde esa fecha hasta 1991 fue Director General de Salud Alimentaria y Protección de los Consumidores; Director Provincial de Sanidad en Madrid; Director General de Agricultura y Alimentación de la Comunidad de Madrid; Director y Secretario General del Instituto Nacional de Consumo y miembro del Consejo de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, entre 2002 y 2010.

Premio Nacional de Gastronomía en dos ocasiones; Premio “Doctor Marañón” de la Academia Española de Gastronomía, Gran Cruz del Mérito Agrario, Pesquero y Alimentario; Comendato-

re de la República Italiana; Medalla de Oro del Consejo General de Colegios Veterinarios; Presidente de Honor del Colegio de Veterinarios de Madrid; Medalla de Oro de la Federación española de Hostelería y Restauración; y Medalla de Oro del Colegio de Veterinarios de Asturias.

Su labor divulgadora ha sido esencial y decisiva, en parte reflejada en libros como *Sabores de España*, *Las Estrellas de la Gastronomía Española*, (que en contra de lo que el título pudiera sugerir a los poco avisados, no hace referencia a los chefs mediáticos sino que es homenaje a: “... nuestros productos y a los que durante muchos años supieron producirlos, conservarlos y procesarlos, y a para los que, basados en una cocina muy imaginativa y a veces frugal, consiguieron elevarla a tal nivel que, muy a finales del siglo ~~XX~~ y principios del XXI, el mundo haya reconocido los inmensos méritos de la alimentación, la nutrición y la gastronomía española”), *Guía de la Gastronomía Española*, *Las raíces del aceite de oliva*, *Guía de la Alimentación Mediterránea*, *El jamón ibérico*

en la gastronomía del siglo XXI, *El triunfo del mar*, *El aceite en la gastronomía del siglo XXI* o *Las excelencias del cerdo*. Además, fue el impulsor y coautor de guías que en su momento supusieron una primera ordenación, catalogación y puesta en valor de productos como quesos, embutidos o jamones. Colabora en varias revistas especializadas, participa en cursos universitarios, dicta conferencias, enseña al que no sabe con didáctica ejemplar y transmite cordial optimismo en el presente y el futuro de los alimentos españoles.

La edición correspondiente a 1999 introdujo la novedad de tres submodalidades en la categoría Restauración, en las que se especificaba claramente los méritos a considerar a la hora del premio.

La primera se destinaba a: *“...la mejor acción realizada en establecimientos ubicados en el territorio nacional, con objeto de potenciar la utilización, presentación y buen uso de nuestros alimentos en la Gastronomía”*. El Premio fue para el *Restaurante “Vivaldi”*, de León, y el Premio Especial para el *Grupo Paradís*.

La segunda submodalidad, venía a reconocer: *“...la mejor acción realizada en establecimientos*

ubicados en cualquier país del mundo, con objeto de potenciar la utilización, presentación y buen uso de nuestros alimentos en la Gastronomía”. El premio correspondió al *Restaurante Le San Valero*, de Vinon-sur-Verdon, Francia.

Por último, la tercera submodalidad, que galardona: *“...la mejor acción realizada en establecimientos de restauración en la presentación, selección, conservación y servicio de los vinos, que con la presencia de una cualificada bodega contribuye a fomentar el mejor y más completo conocimiento de nuestros vinos con denominación de origen”*, correspondió al *Restaurante “Atrio”*, de Cáceres; una elección, sin duda, con marchamo y vitola de futuro porque el local, cuatro años más tarde, en 2003, recibiría el premio *Gran Adward* a la mejor carta de vinos del mundo y durante tres años consecutivos sería considerada la mejor bodega del planeta. El *Accésit* se otorgó a *Restaurante “El Candil”*, de Salamanca, un local que no tendría tanta suerte, porque, amenazado de ruina en el edificio que lo albergaba en 2011, fue definitivamente derribado a comienzos de 2013, tras setenta años de vida.



Una señora de Bilbao con vocación de peregrina compostelana

Además, en esta edición de 1999 y dentro del epígrafe Prensa, el Premio al Mejor Reportaje Publicado correspondería a María Zarzalejos, una de las grandes damas de la divulgación gastronómica en España.

María Zarzalejos, miembro de una familia bilbaína cuyo apellido suena y o es casi sinónimo de periodismo de altura, ha trabajado en radio, televisión y prensa escrita, pero su referente máximo son los espléndidos libros, en número de catorce, que durante décadas ha ido sacando a la luz para deleite de sus lectores. Entre su producción los hay netamente coquinaros, como *Recetas de hoy y de siempre*, *La cocina a buen precio*, *Libro de postres* o *Las recetas esenciales de la gastronomía española*; específicos, tal que *La cocina de la olla a presión*; históricos y *on the road*, como *Don Quijote gastronómico*, Premio Literario de la Academia Internacional de Gastronomía y traducido al inglés y al japonés, o *La Ruta de la Plata*; filológicos, como *El sabor de la eñe*; y un apartado fuera de concurso, que es su grandísimo aval y que versa sobre la manducaria en el sendero que conduce al *finis terrae*, como *La cocina en el Camino de Santiago*, *Parada y Fonda para el Peregrino*. *La Gastronomía en el Camino de Santiago*, *Guía y Gastronomía del Camino de Santiago*, y *Gastronomía en el Camino de Santiago*, que representó a España en la final mundial del *Gourmand Cookbook Awards* de 2004.

Los premios del 2000, ya en el inmediato horizonte del nuevo milenio, incluyeron una cuarta submodalidad en Restauración para premiar al: "... mejor establecimiento de restauración, ubicado en el medio rural con población inferior a 10.000 habitantes, que potencie la utilización, presentación y buen uso de los productos alimentarios locales, regionales, contribuyendo al desarrollo de su ámbito geográfico". El Premio fue para "Casa Solla" de

San Salvador de Poio, parroquia pontevedresa de unos 7.000 habitantes, un local regentado por el prestigio chef Pepe Solla e instalado en dos ambientes, comedor y sala de estar, de una edificación tradicional gallega. El Accésit le fue otorgado a "El Lagar de Milagros", sito en Milagros, pueblo burgalés que cuenta con menos de medio millar de habitantes y que fue patria chica del pintor José Vela Zanetti, el autor del mural "La lucha del hombre por la paz" de la sede neoyorquina de Naciones Unidas, inspirado en las palabras de Spinoza: "La paz no es la ausencia de guerra, sino un estado del espíritu".



Por lo que se refería a Medios de Comunicación en la Submodalidad de mejor labor informativa continuada a los alimentos de España, el Premio fue para Cristino Álvarez, uno de los máximos representantes de una disciplina, la gastroarqueología, ya en vías de extinción.

A principios de los ochenta del pasado siglo una nueva firma, Caius Apicius, emergía en el panorama de la crónica gastronómica en la agencia EFE.

Caius Apicius entre Brillat-Savarín y Julio Camba


A principios de los ochenta del pasado siglo una nueva firma, Caius Apicius, emergía en el panorama de la crónica gastronómica en la agencia EFE, revistas como *Sobremesa* y periódicos tal que *La Voz de Galicia*. Detrás de nombre tan próximo al del autor que escribió *De re coquina-*

Autor de los volúmenes de *Frutas* y de *Hortalizas* para *Alimentos de España*, el tiro de su patria gallega se expresa en *De tapas por La Coruña, Ferrol y Santiago* o en *Galicia, los vinos del fin del mundo*, sin dejar a un lado incursiones capitalinas como *Cocina madrileña*. Veterano en la comunicación tradicional y acreditado en los nuevos soportes con una web de referencia suma, *lomejordelagastronomia.com*, Cristino Álvarez o Caius Apicius, que tanto da, es un referente de altura en su ámbito de competencia, aunque ello no es óbice, valladar ni cortapisa para su comprensión, matizada eso sí, hacia la legión de gastro-



ria allá por el primero de los siglos, se escondía, aunque poco, Cristino Álvarez, quien acababa de abandonar su responsabilidad como jefe de prensa en la agencia Efe en el Parlamento. Así, la crónica parlamentaria, con harta frecuencia bastante seca y con retrogusto astringente, se volvió sabrosa y de mucho jugo.

canaperos del marketing bloguero restaurador que ahora campa por los respetos de lo que en otro tiempo fuera periodismo y divulgación gastronómica: "... los de antes éramos más vocacionales, no nos dedicábamos a la gastronomía de rebo-te. Con la situación laboral que existe hoy en día hay que agarrarse a un clavo ardiendo".



La gran novedad de la edición 2002 de los Premios Alimentos de España fue la introducción del epígrafe Promoción Alimentaria, con dos apartados: mejor acción promocional en el territorio español y mejor acción promocional en cualquier país del mundo. El segundo quedó desierto, pero el primero correspondió a una campaña excepcional de imborrable recuerdo, *"Plátano de Canarias"*, ejecutada por AGR Agrupación Empresarial de la Comunicación, S. L., mientras que el Accésit fue otorgado a la campaña *"Semana del gusto"* presentada por el Instituto de Estudios Documentales del Azúcar y la Remolacha (IEDAR). Otra de las sustanciales novedades de la edición 2002 fue la concesión de un Accésit dentro del epígrafe de mejor trabajo periodístico, en la categoría de Medios de Comunicación, a una web, www.productosdearagon.com, auspiciada por *Caja Inmaculada*.

En cuanto a la tercera submodalidad del apartado de comunicación, dirigida a premiar el mejor reportaje fotográfico relacionado con los "Alimentos de España", los galardonados fueron la Organización Interprofesional del Huevo y sus productos (INPROVO) y en el fotógrafo Félix Soriano Escribano, por el reportaje Las Fotos del Huevo: "que refleja de una manera muy atractiva y con gran realismo un producto alimentario de uso cotidiano".

Plátano de Canarias, revertir una debilidad en fortaleza

Las campañas del plátano canario siempre han sido claras, rotundas, viales, inteligentes, amables y eficaces. La idea de que tomar uno al día, por lo menos, es imprescindible para mantener el tono vital, ha calado muy hondo y a excepción del cada vez más pequeño colectivo que con elementalidad e ignorancia suma divide los alimentos entre los que engordan y los no, la mayoría de la población ha aprendido a estimar el producto como una fuente de energía para abordar con garantía los diarios requerimientos de esfuerzo físico e intelectual. Los lemas y temas han incluido planteamientos de concien-



cia medioambiental, como en la campaña de 2009 en la que se regalaban bolsas ecológicas como alternativas a la tradicional de plástico no biodegradable, o simpáticas recomendaciones como la de la Navidad de 2013 en la que se instaba a las familias a dejar un plátano a cada uno de los Reyes Magos para ayudarles en el mágico esfuerzo de dejar un relato a cada niño. Todo ello sin estridencias, sin poner el producto en manos del famoso de turno que prescribe desde la sima de su ignorancia, dándole protagonismo exclusivo al objeto y no a la circunstancia.

Con todo, lo más destacable y señero es que las manchitas que adornan las piezas, que en principio podrían considerarse un defecto, actualmente se perciben como una seña de identidad relacionada con la autenticidad y la calidad. Lo que podía haber sido una debilidad de producto, poco a poco se ha convertido en una fortaleza.

Fotógrafo de cabecera con toque gourmet

Ayuno de una formación ortodoxa, a los dieciséis años Félix Soriano Escribano comenzó a captar y devorar imágenes, participando en concursos y exposiciones, afiliándose a la Real Sociedad Fotográfica y desarrollando sus primeros trabajos profesionales.

Fotógrafo publicitario y gastronómico autodidacta, con años de trabajo, introspección y esfuerzo, fue haciéndose un hueco en la profesión y especializándose en fotografía de interiores, gastronomía, alimentación y turismo. Desde 1991 es el director de fotografía del grupo editorial Encuentros Gastronómicos, editor de las revistas *Gustas*, *Fogones*, *La Cazuela* y *La Cazuela Profesional*, junto a diferentes guías y anuarios, al tiempo que colabora en otras distintas revistas y diarios de difusión nacional.

También ha ilustrado con sus imágenes numerosos libros de cocina y alimentación, recibiendo varios premios y galardones por sus trabajos, entre los que destacan el premio de fotografía Alimentos de España 2002 y 2005, al mejor reportaje fotográfico del año, el premio internacional de fotografía *Reanult* Europa 1994 y el *Gourmand World Cookbook Awards* de 2008 por el libro, *España y sus quesos*.

Gourmet y gourmand, establece siempre una relación personal y de amistad con los chefs y locales que fotografía, lo que dota a sus trabajos de un plus de intimidad y calor humano.

Baluartes de la cocina sencilla, de mercado y de tierra española

En la misma edición de 2002 el Premio de Restauración en la submodalidad de mejor establecimiento de restauración ubicado en territorio

nacional fue para el restaurante Koldo Royo de Palma de Mallorca, capitaneado en cocina por uno de los chefs que ha dejado más honda huella en el periodo, Koldo Royo.

Baluartes de la cocina sencilla, de mercado y de tierra española que mantiene vivos los sabores maternos, el donostiarra Koldo Royo puede presumir de haber tocado todos los palos. Iniciado en el oficio a muy temprana edad en el establecimiento de su padre, *Bar Antonio*, en San Sebastián, se formó con los más grandes del sector en los ámbitos nacional e internacional y de vuelta a España a mediados de la década de los ochenta se hizo cargo de la dirección de cocina del entonces recién inaugurado restaurante *Porto Pi*, en Palma de Mallorca, donde permaneció tres fructíferas temporadas. En 1989 abrió las puertas de su propio local, el restaurante *Koldo Royo*, que en aquel mismo año fue galardonado con la estrella Michelin, y así estaban las cosas cuando recibió el Premio Alimentos de España, pero en 2008 decidió dar por concluida la aventura, para, al poco poner en marcha *Aquiara*, un establecimiento de catering, eventos y tapas. Entretanto, había ido publicando hasta una docena de libros y su tarea formativa era tan ingente como su presencia mediática en radio, televisión e hiperespacio. Ahora, desde hace poco y en un alarde de competitividad innovadora para tiempos difíciles, se ha convertido en vendedor ambulante de perritos calientes sobre un camión que se llama *El perrito cervecero*. No tiene que justificarse, pero explica con rotundidad la filosofía del proyecto: *“Lo más importante en nuestro oficio no es ganar premios o conseguir reconocimientos que se olvidan en menos que canta un gallo, sino hacer cosas que te diviertan y den sentido a tu vida diaria”*.

En definitiva, ha reorientado su actividad, liberándose de la esclavitud horaria de la cocina, pero vertiendo en la nueva actividad mucho de su filosofía coquinaria, de manera que sus perritos añaden un punto diferencial con un pan de calidad, salchichas permanentemente sumergida en jugoso caldo y aliñando con originales y exquisitas ensaladas.

La edición de 2003 consagró la modalidad de promoción agroalimentaria dirigida a los pro-

fesionales o entidades que hubieran realizado acciones promocionales y de publicidad sobre cualquier actividad relacionada con los Alimentos de España, en territorio nacional o en el extranjero, correspondiendo esta a la empresa J. García Carrión, S.A. pionera en el envasado de vino en brik en su popularísima marca Don Simón, por haber realizado una campaña imaginativa en la que se resaltaban los valores de la Dieta Mediterránea y se ensalzaba la labor del agricultor, en general poco reconocida por la sociedad.





El premio que distinguía la mejor labor informativa lo recibió Gonzalo Alfonso Sol de Liaño, por: "... su contribución a la divulgación de nuestra cultura gastronómica y vinícola a lo largo de su dilatada trayectoria en el mundo de la comunicación, y su presencia permanente en el amplio abanico de los medios de comunicación durante más de cuatro décadas", y el destinado al mejor establecimiento ubicado en territorio nacional fue para el chef Mario Sandoval, del restaurante Coque, de Humanes de Madrid, valorándose: "... su vertiginosa progresión en los dos últimos años, ofreciendo, además, un producto de alta restauración creativa en el cinturón industrial de Madrid".

Precursor de las guías gastronómicas

Gonzalo Sol es o debería ser un modelo para todos aquellos que han hecho de la gastronomía su objeto de interés. Hombre culto y hablante

de varios idiomas, ponderado en sus juicios y refinado en todo, formado en sociología, derecho, economía y marketing, tras una exitosa experiencia en el sector turístico venezolano, regresó a España para innovar y poner orden en la culinaria siendo precursor en la creación de guías gastronómicas que premiaban con "soles", cómo no, las mejores ofertas.

Miembro de la Real Academia de Gastronomía, Premio Nacional de Periodismo Gastronómico en dos ocasiones, en 1992 concibió y puso en marcha el primer Curso de Sumilleres de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid. Prolífico escritor y autor de un libro tan imprescindible como *El buen gusto de España*, su labor periodística ha sido dilatada y fecunda, destacándose en ella hitos como la de haber sido partícipe en la creación de la revista *Sobremesa* y el haber superado el millar de programas al frente del espacio radiofónico *Comer, charlar y beber*.

Con todo, su mayor mérito es la bonhomía, voz que el DRAE había incluido en sus páginas solo dos años antes del Premio Alimentos de España

que recibió y que le define en su sencillez unida con la bondad en el carácter y las maneras.

Un chef de excelencia

Criado y ensolerado en el madrileño pueblo de Humanes y en los arcanos de la cocina por su abuelo, de nombre *Coque*, que es como se nombra su restaurante afamado y premiado al que conducen, entre otras rutas, la estelar y fulgente Michelin, y por su madre, ilustre guisandera; muy pronto, y atrás un frustrado pase por la universidad, Mario Sandoval decidió dar el salto a la Escuela Superior de Hostelería de Madrid y luego a deambular iniciáticamente por restaurantes de pompa y circunstancia como *Jockey*, *Zalacaín*, *Akelarre* o *el Racó de Can Fabes*, y a sublimar lo aprendido a la vera de magisteres como Juan Mari Arzak, Martín Berasategui o Ferran

Adrià. Un año después del Premio Alimentos de España fue ganador del Certamen Nacional de Gastronomía y al siguiente campeón de Cocina de España. Desde entonces su cocina cada vez es más elegante, sensitiva, pulcra, creativa, visualmente estética, armoniosa y en sugerente equilibrio entre la tradición acrisolada y la más rabiosa vanguardia.

Hombre inquieto, optimista y siempre jovial, su éxito reside en tales cualidades y en haber sabido rodearse de una cuadrilla de lujo a la hora de lanzarse al ruedo coquinario y formada por otros dos “sandovalés”: Rafael, que antes de ser fino y reputado sumiller fue torero, y que es capaz de parar, mandar y templar a millar y medio de referencias de vino; y Diego, que cuida con mimo y primor el espectáculo de sala, gerencia el negocio y dirige el servicio de catering. Luego está José Ramón, portentoso entrenador de fútbol, pero eso, como diría Kipling, es otra historia.





Reconocimiento a un ilustrado discreto

Entre los premiados en 2004 y 2005 cabe destacar a un ilustrado de fama y renombre discreto, muy discreto, Ángel Fálder Rivero, uno de los mayores expertos y divulgadores de todo el sistema agroalimentario que ha tenido España y que en 2004 recibió el accésit en el premio a la Mejor labor informativa continuada. Su visión del mundo alimentario estuvo muy influida por su colaboración con el biólogo español Faustino Cordero en el Instituto de Biología Aplicada, entre 1970 y 1980. Además, trabajó como funcionario en el ministerio de Agricultura hasta su jubilación en 2003 y fue colaborador habitual en numerosos medios de comunicación, como respuesta a su vocación periodística, entre los

que destacó de manera especial su participación activa en la revista *Distribución y Consumo*, en la que publicó por capítulos la *Enciclopedia de los Alimentos*, recopilada después en un libro editado en 2007, un año antes de su muerte, que se ha convertido en su mejor legado.

En la edición de 2006, aunque el Premio de Medios de Comunicación en la submodalidad de mejor labor informativa continuada fue para una clásica entre los clásicos en soporte papel, Simone Ortega, se empezó a observar el creciente protagonismo de los programas televisivos especializados y desde la rampa de lanzamiento que había supuesto en 2004 el premio a *Canal Cocina* como mejor labor informativa continuada dentro del epígrafe Medios de Comunicación, en esa convocatoria se premió al programa “*Vamos a cocinar*” del chef José Andrés.

La autora de la última biblia culinaria

Fernando Point o Víctor de la Serna, tanto monta, sostiene y con él no son pocos los especialistas gastronómicos convencidos del aserto, que: *“Desde 1900 han existido tan sólo cuatro libros de cocina con un impacto verdadero en nuestra sociedad; cuatro libros que se seguían en las cocinas familiares de cientos de miles de hogares normales, que han enseñado a cocinar a generaciones enteras de españolas y, cada vez más, de españoles: “El Practicón” de Ángel Muro, “La cocina completa”, de María Mestayer de Echagüe, marquesa de Parabere, el “Manual de cocina de la Sección Femenina de Falange Española”, y, desde 1972, “1080 recetas de cocina”, de Simone Ortega”*. En la misma línea y subrayando con fuerza, el gran chef Abraham García ha dejado escrito que el libro impagable de Simone Ortega es: *“... la Biblia gastronómica”,* porque: *“... te cuenta hasta como se fríe un huevo, matizando que hay que poner la sal fuera del fuego para que no te salpique el aceite. Eso sí que es inmolarse al servicio del lector”*. Y termina Abraham en sentencia inapelable: *“Con harta frecuencia, los libros de cocina*



sólo sirven para rellenar el aparador y que el autor y su santa madre engorden de vanidad”.

Simone Klein Ansaldy nació en Barcelona pero con un indudable pedigrí culinario francés. Su padre era alsaciano y su madre borgoñona, pero fue su abuela materna quien le desveló los secretos de la gran coquinería burguesa. Casada en segundas nupcias con el empresario editorial José Ortega Spottorno, de quien tomó el apellido, fue él quien la convenció de que los nuevos aires que en los setenta habían empezado a soplar en España con la eclosión de la Nueva Cocina Vasca y la subsiguiente Cocina de los Aromas exigían de una puesta al día de los clásicos más recientes de la marquesa de Parabere y de la Sección Femenina, que bien podría ser un compendio de las recetas que había ido acumulando y haciendo desde muy niña. Así fue como



con 53 años cumplidos y dos hijos ya criados dio a la imprenta su libro *1080 recetas de cocina*, que se publicó en 1972 como libro de bolsillo y del que hoy se han vendido ya más de tres millones y medio de copias. En él incluyó recetas españolas y francesas elegidas con gran criterio y no sin antes haberlas ejecutado ella misma repetidas veces. Empezó a colaborar en distintos medios de comunicación y a las "1080" siguieron varios libros: *Nuevas recetas de cocina*, *Quesos españoles*, *La cocina de Madrid*, *El libro de los potajes*, *las sopas*, *las cremas y los gazpachos* y *Las mejores recetas de Simone Ortega*, que vio la luz en 1990. Después, en 2004 y ya en colaboración con su hija Inés Ortega Klein, publicó *El libro de los platos de cuchara*.

A lo largo de su vida recibió numerosos homenajes, distinciones y premios. En el último al que acudió, dos años antes de su muerte y el mismo en el que se le había otorgado el Premio Alimentos de España, la Medalla de las Artes y las Letras

del Gobierno francés, que le impuso el embajador de Francia en Madrid, dijo: *"Habéis hecho muy feliz a una vieja dama que siempre ha necesitado amistad, amor... y chocolate"*.

La historia de los Premios Alimentos de España incluye también una laguna, la de 2007, porque se convirtió en una especie de año sabático para reflexionar sobre el modelo, modificar la normativa y volver con aire fresco y nuevos bríos en 2008, en cuya edición volvieron a triunfar otros dos programas televisivos, *"España directo"* y *"Agrosfera"* ambos de TVE; mientras que el Premio de Restauración es para el restaurante *La Máquina*, portaestandarte del madrileño *Grupo La Máquina*, y se incluyeron nuevas categorías. El Premio Extraordinario "Alimentos de España", lo recibe la Escuela de Hostelería y Turismo de Madrid, y la ganadora del nuevo epígrafe de *Mujer emprendedora*, corresponde a Silvia Rúa Ayllón, fundadora de Eco Alternativa S. L. de Madrid.

Un botones al frente de un emporio

El Grupo *la Máquina*, que en Madrid incluye a una larga docena de restaurantes, tiene su "alma pater" en Carlos Tejedor, un ovetense que entre la infancia y la juventud fue repartidor de periódicos, botones, aprendiz de comercio, pinche de cocina en Suiza, camarero, y vendedor de libros y perfumes. Más tarde y con mucho esfuerzo, ejecutivo de ventas y empresario de singular fortuna. Tras duro batallar por un buen número de provincias españolas, vino a dar con su huesos a la capital en 1976 y al poco, junto a un grupo de amigos, empezó a plantearse la idea de montar un restaurante donde todos pudieran comer como en casa; un local que ofreciera, como señala el sociólogo, periodista y divulgador gastronómico Lorenzo Díaz: "Esos platos que antes no se pedían en un restaurante porque los hacían mejor la madre, la abuela, la esposa y que ahora no se hacen en casa". En ese ideal nació primero *La Máquina* de la calle Sor Ángela de la Cruz, en 1982, y luego muchos otros que fueron haciendo el grupo sobre una filosofía en la que, vuelve a tomar la palabra Lorenzo Díaz: "... confluyen dos líneas: la tradicional, representada por *La Máquina*, *Casa Nemesio*, *Puerta 57*, *La Máquina de la Moraleja* y *Casa de Quirós*; y los

asadores, como *El Asador de la Esquina*, *Asador Madrileño* y *Casa Narcisca*. Últimamente se ha incorporado al grupo *Alborán* (en enero de 2010). Todos ellos coinciden en la defensa de los alimentos españoles y en la cocina de siempre, los sabores de la memoria".

La ediciones de 2008 y 2009 aportaron la novedad de un premio al producto; primero al *Mejor Aceite de oliva Virgen Extra Campaña 2007/8*, que correspondió a *Aceite de Oliva Extra de Producción Ecológica Sociedad Cooperativa Andaluza Almazaras de la Subbética*, de Carcabuey, Córdoba; y luego a la *Quesería Catadoiro*, de Vilalba, Lugo.





En 2010 se profundizó en la tendencia de comunicación televisiva otorgándole el Premio al programa/serie *“Un país para comérselo”*, de TVE. En esa edición también fue relevante la concesión del galardón a la Distribución y Comercio Alimentario a *Gold Gourmet S. L.* de Madrid, una frutería de última generación regentada por Luis Pacheco, un personaje de muchos perfiles entre los que destacan una profesionalidad de muchas décadas en el sector y la gracia comunicativa en medios como prescriptor.

Entre la pasión y la adicción al comercio detallista

A veces no es fácil deslindar la pasión y la adicción cuando ésta última es ajena a la enfermedad emocional sino una necesidad vital de una actividad fuera de la cual la vida parece menos vida. Sería este el caso de Luis Pacheco, propietario y alma fulgente de *Gold Gourmet*, frutería de pompa, circunstancia, innovación, calidad por encima de todo y un punto de magia en la relación cliente-tendero que a la vez es prescriptor y amigo.

Miembro activo de una cuarta generación de fruteros, Luis vivió su infancia a caballo entre el

colegio y el puesto familiar en el madrileño Mercado de Santa María de la Cabeza, pero como quiera que el negocio difícilmente podía dar para toda la familia que con el tiempo se había convertido en numerosa, cuando se empezaron a conceder los Premios Alimentos de España, aunque tal tuviera la menor relación con el asunto, pasó a formar parte del equipo de control de calidad de la gran plataforma de fruta de El Corte Inglés en Sevilla.

Allí trabajó durísimo durante un par de años hasta que su presencia fue reclamada en Madrid, para integrarse en el control de calidad de compras de fruta del gran grupo de distribución. En esa responsabilidad estuvo durante la década completa de los noventa, 1991 a 2001. Ya era accionista de la empresa y todo apuntaba a que allí seguiría para escalar los últimos puestos de lo más alto del escalafón, pero su sangre de minorista detallista corría por sus venas cual torrente impetuoso llenando de fantasías su razón y finalmente abandonó el confort de la gran corporación para lanzarse a la aventura de volver a mirar a los ojos a un cliente tras otro.

En agosto de 2001 encontró un local en la zona que reclamaba el perfil de su producto gourmet, el madrileño barrio de Salamanca, el distrito más caro de España, por delante del barcelonés de Sarrià-Sant Gervasi, que abrió al público el 11 de diciembre del mismo año ante una fílmica alfombra roja. Con el tiempo ha ido adquiriendo los locales anejos, que, además de la frutería de referencia, se han convertido en elegante pescadería y ultramarinos-coloniales de alto standing. También con el tiempo se ha ido haciendo presente en los medios de comunicación donde brilla por su verbo claro y pasión sin límites por la calidad y posibilidades de cada producto.

Los premios de Comunicación 2011 volvieron a recaer sobre la televisión con el Premio al segmento “Saber vivir y cocinar” del programa “La mañana de la 1”, donde un cocinero de magro currículum, Sergio Fernández, prepara recetas saludables mientras la presentadora Mariló Montero remueve desmanotadamente el sofrito de una olla.

Reconocimiento al emprendimiento

De los premios de 2011 destacan dos curiosidades relevantes. En la categoría de Mujer Emprendedora, el premio a Marta Álvarez Quintero y Mercedes Guerreiro Segade, amigas, socias y codirectoras de Granxa Maruxa, un paraíso ecológico para las vacas, la leche que de ellas se obtiene y lo que estas mujeres, llenas de energía positiva, elaboran con esta leche, incluido un genuino producto, afamado y varias veces premiado, las Maruxas de nata, unas galletas ecológicas que según sus propias elaboradoras incluyen “mucho cariño” como ingrediente destacado.

Y la otra curiosidad de 2011 fue el premio al mejor queso del año, también vestido de ecológico, para Suerte Ampanera, de Colmenar Viejo, en Madrid, cuyos responsables son dos hermanos, Alfredo y Rafael González, programados en el entorno familiar-empresarial para otras lides menos agroalimentarias, pero que por voluntad propia y con mucho empeño gestionan una espectacular explotación de caprino ecológico a las puertas de Madrid, con un queso merecedor de ser considerado el mejor de España, teniendo en cuenta que en España se hacen muchos y muy buenos quesos.



Lluis Serra, la imagen atractiva y docta de la Dieta Mediterránea

Además, ese año 2011 apareció una nueva categoría, Dieta Mediterránea, cuyo premio inaugural fue a parar a la Fundación Dieta Mediterránea, cuya presidencia ostentaba el doctor Lluis Serra-Majem, un personaje clave en la promoción de lo salífico y terapéutico de este modelo de alimentación que en noviembre de ese mismo año sería reconocido por UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Doctor en Medicina y en Nutrición, especialista en Medicina Preventiva y Salud Pública, la larga

trayectoria y fecunda labor de Lluis Serra-Majem se identifica icónicamente con la difusión de las infinitas y saludables bondades de la Dieta Mediterránea. Brillante investigador en líneas que van desde la epidemiología de la obesidad al síndrome metabólico, la evaluación del consumo de alimentos o la adecuación nutricional de las poblaciones, ha firmado casi un cuarto de millar de textos en revistas internacionales indizadas, y editado sesenta libros sobre sus especialidades entre los que sobresale “Nutrición y Salud Pública: métodos, base científicas y aplicaciones”, referente máximo en lengua española de esta disciplina emergente.

En 1996, compatibilizando sus responsabilidades al frente de la Cátedra de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, asumió la presidencia de la Fundación Dieta Mediterránea. En 2005 creó la ONG Nutrición Sin Fronteras y fundó la Revista Española de Nutrición Comunitaria, órgano de expresión de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria, institución de la que fue presidente hasta 2006.

Su papel fue decisivo en la inclusión de la Dieta Mediterránea como patrimonio cultural inmaterial de UNESCO. Además, es un buen conversador siempre agradable, prudente, entretenido e interesante. Un lujo para una dieta de lujo.

Y los últimos Premios Alimentos de España recogidos en este relato, correspondientes a 2012, se resumieron en siete categorías, El Premio Extraordinario correspondió al chef José Andrés; el de Industria Alimentaria, al Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer, de l'Alcudia, Valencia; el de Restauración, al Restaurante La Bola, de Madrid, un local que abrió sus puertas en 1870, por el que han pasado cuatro generaciones de una misma familia y que mantiene la tradición de preparar el cocido “cocí” o “piri” madrileño según los cánones, allegado a la mesa en puchero de barro de Colmenar y servido en los tres vuelcos reglamentarios de sota, caballo y rey; el de Producción Ecológica, a Rafael Alonso Aguilera S. L., de Tabernas, Almería; el de Comunicación, ex-aequo a Revista Sobremesa, de Ediciones de Gastronomía S. A., y a Castilla-La Man-





cha TV, por el programa *El Campo*; el de Internacionalización Alimentaria, a *Castillo de Canena Olive Juice S. L.*, de Canena, Jaen; y el de Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra Campaña 21012-2103, a *Finca La Reja S. L.*, de Bobadilla-Antequera, Málaga, en la categoría de producción ecológica.

El futuro de la buena mesa está garantizado

Al cierre de este sucinto relato de sus primeros 25 años, los Premios Alimentos de España ulti-

maban ya la puesta en escena del año 26, con los correspondientes a 2013. La cosa, en definitiva, promete, y la buena disposición de las autoridades competentes parece firme para seguir en el empeño, valorando la excelencia en múltiples facetas de los Alimentos de España, con unos premios cuyo reconocimiento nunca ha sido dinerario (porque no tienen dotación alguna) sino a causa del prestigio que han ido acumulando los propios Premios, absorbido del prestigio personal y profesional de los premiados.

El futuro de la buena mesa, reconocida y premiada por serlo, parece estar garantizado. Enhorabuena.

La Bola abrió sus puertas en Madrid en el año 1870 y mantiene la tradición de preparar el cocido madrileño según los cánones.



Cómo hemos cambiado



¿Cómo hemos cambiado?

Un cuarto de siglo no es nada y casi todo a la vez

Miguel Ángel Almodóvar

Periodista y escritor

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2003 DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ACCÉSIT A LA MEJOR LABOR INFORMATIVA CONTINUADA.



Si en “Volver” Gardel nos convenció de que veinte años eran nada otros cinco más solo sería prolongar un poco el nada, pero al cabo la nada y el todo vienen a ser lo mismo en el soplo de la vida y el corto suspiro se sabe lleno de infinitos venticellos que, como en *El Barbero de Sevilla*, imperceptibles y sutiles le susurran a la memoria en voz baja, sibilante. Pero más allá del arranque en lirismo de andar por casa, lo que aquí viene al caso es que, como del rayo, han pasado ya veinticinco años, un cuarto de siglo, desde que los Premios Alimentos de España se pusieron en marcha.

Entre 1987 y 2013, el periodo temporal de referencia, ha pasado un momento y han pasado

todas las imaginables e inimaginables cosas. Los Premios han ido cambiando con el tiempo y adaptándose a los tiempos cambiantes, al tiempo que las cosas y nosotros mismos íbamos cambiando.

Así que después de Rossini y “el morocho del Abasto” le toca el turno a Presuntos Implicados, aunque añadiendo signos de interrogación al título de su canción *Cómo hemos cambiado* y circunscribiendo el análisis al mundo de la alimentación.

No hace mucho, Ismael Díaz Yubero, abordaba la cuestión poniendo en solfa la aseveración que en su día hizo Francisco Grande Covián, “... es más difícil cambiar de alimentación que de religión”, dejando su veracidad para otro tiempo que ya no es el nuestro, porque, escribe Ismael: *“Han cambiado los sistemas de producción de alimentos, las tecnologías de transformación, las técnicas de comercialización, las exigencias del consumidor y las formas de comunicación, en una publicidad cada vez más creativa y sugerente, lo que unido a un mejor conocimiento de los alimentos han dado lugar a modificaciones de los hábitos alimentarios”*.

Cambios en el consumo

En el plazo de veinticinco años el número de productos alimenticios disponibles en los comercios pequeños, medianos o grandes ha llegado a alcanzar cifras de vértigo que superan con lar-



guez los cincuenta mil, producidos en muchos casos a miles de kilómetros de distancia y sometidos a larguísimos procesos de conservación. Por otra parte, los tiempos de preparación de las comidas en el hogar y los dedicados al sustento familiar se han acortado sensiblemente. En paralelo, se hacen más comidas fuera de ese ámbito al punto de que ese acto se ha “externalizado” generacionalmente y como dice Luis García Diz: “... desde muy pequeños comenzamos comiendo en el jardín de infancia, continuamos en el colegio, en la universidad, en la empresa y finalmente en las residencias de la tercera edad”. Todo ello, como es lógico, ha influido, además de en la relación familiar, en lo nutricional, en lo gastronómico, en lo social y en los criterios de seguridad alimentaria.

Cambios en la producción

A la producción de alimentos se le ha dado innumerables vueltas de tuerca, impulsadas por las mejoras genéticas, los avances tecnológicos y los procesos de conservación y manejo en las últimas fases de producción y comercialización. Los pollos, los cerdos y las terneras se crían en considerable menos tiempo, el rendimiento por hectárea de los productos agrícolas ha crecido exponencialmente y las cosechas llegan una tras otra, las gallinas ponen muchísimos más huevos, los peces y moluscos se crían en piscifactorías o granjas controladas, y de las ubres de las vacas sale muchísima más leche. El “milagro” se ha pro-

A la producción de alimentos se le ha dado innumerables vueltas de tuerca, impulsadas por las mejoras genéticas, los avances tecnológicos y los procesos de conservación y manejo

ducido gracias a la selección genética de animales y plantas, el perfeccionamiento de la calidad de abonos y nutrientes, el control exhaustivo de enfermedades y plagas, la mecanización de la recogida de alimentos, mejorado los procesos de fabricación, manipulación y transporte.

Aunque todo tiene un “pero” y a ello alude de nuevo Díaz Yubero: “... al mismo tiempo también, hemos producido cambios fisiológicos en animales y plantas, los hemos puesto en contacto con elementos bióticos, a veces, y abióticos, generalmente, que pueden integrarse en el alimento final y para que esto no suceda, o si sucede, que no tenga repercusión en nuestra salud, es necesario tomar muchas medidas y muy estrictas”.

Y en ese punto cabe preguntarse cómo hemos cambiado, en nuestra percepción de la seguridad alimentaria y para ello toma la voz y la palabra Juanjo Cáceres Nevot, consultor de estudios de ANSOAP, doctor en historia de la alimentación por la Universidad de Barcelona y autor de *Comensal, consumidor, ciudadano*, entre otros libros: “Existe una amplia confianza en la seguridad alimentaria.

Es frecuente que un sector minoritario de la población se cuestione la calidad y la seguridad de los alimentos, fruto de los episodios de alertas alimentarias vividas a lo largo de los últimos años, de problemas asociados a la producción primaria o al medio ambiente y también de las leyendas urbanas asociadas a la alimentación, pero las decisiones alimentarias se producen en general, sin que la percepción del riesgo se convierta en un factor demasiado determinante. La búsqueda del placer o la preocupación respecto al peso lo son mucho más. También es cierto que existe un gran desconocimiento sobre cuáles son los mecanismos concretos de protección, sobre las tecnologías alimentarias o el conjunto de procesos que llevan los productos de la granja a la mesa. Ello propicia una cierta vulnerabilidad de todo tipo de productos, sobre todo los más novedosos o basados en tecnologías más avanzadas, a mensajes que pongan en duda su seguridad, más allá de que dichos mensajes estén o no bien fundamentados”.

Cambios en los hábitos de compra

Hace veinticinco años los supermercados y los hipermercados empezaban a ganar peso en las preferencias de compra de la ciudadanía española y a quitarle cuota de mercado al comercio especializado tradicional.

La compra se despersonalizó y de la consulta al frutero o al pescadero sobre la idoneidad del producto que expendía, se pasó a inquirir al empleado del súper y en el mejor de los casos, la zona del lineal donde podía encontrarse el producto deseado, para, a continuación, entregarle la cesta a una cajera cuya función se acabó limitando a pasar los códigos de barras por un lector óptico.

Entre tanto, el pequeño comercio fue sobreviviendo como mejor podía, apoyándose en campañas que desde la Administración trataban de poner en valor las ventajas del comercio de proximidad, al tiempo que animaban a los mercados municipales y a las asociaciones de comerciantes a ponerse a la altura de los





tiempos remozando los negocios, dotándolos de más vistosidad y actualizándolos en numerosas facetas.

En la década de los noventa y principios del nuevo milenio se fue definiendo y consolidando un nuevo perfil de consumidor más concienciado con la importancia de la calidad y valor nutricional del producto alimenticio, que volvió a comprar en el puesto o en la pequeña tienda de barrio y a ellos se unió una pequeña legión, cada vez más numerosa, llamada al rebate por los efectos de la crisis económica. De alguna forma pues, el movimiento ha sido circular y aunque los supermercados y grandes superficies siguen al mando de las preferencias ciudadanas a la hora de la compra de alimentos, el pequeño comercio ha vuelto a recuperar parte del protagonismo perdido de otros tiempos.

Cambios televisivos en la cesta de la compra

Cuando los Premios Alimentos de España recibieron el banderazo de salida hacía solo un año que habían comenzado las emisiones matinales de la entonces única cadena televisiva. El programa se llama *Buenos días*, lo había concebido el realizador José María Fraguas de Pablo y lo presentaba el periodista José Antonio Martínez Soler. Era un programa bastante formal y basado en noticias, entrevistas y pequeños reportajes, pero ya daba para una audiencia que superaba con largueza los tres millones de personas entre las que el grueso estaba formado por amas de casa, por lo que se empezó a especular y a indagar en cómo estaba influyendo en los hábitos de compra de las mismas.

Sin mayores pretensiones de informe sociológico, aparecían con relativa frecuencia mercados municipales en los que pescaderos o fruteros hacían notar ausencias de clientela en horas en que se suponía que la programación matinal ofrecía algo sugerente. Y lo curioso es que uno de los espacios de mayor tirón era *La cesta de la compra*, con 7,3 puntos de aceptación frente a los 6,8 que obtenía Eva Nasarre con su gimnasia guiada, que daba datos en torno al índice de precios. Nadie sabe si aquel intervalo de la parrilla orientó los criterios de compra de las amas de casa, pero lo que sí está claro es que trastocó y no poco las rutinas horarias.

El acabose fue con el comienzo de la emisión, el 6 de abril de 1987, año de presentación en sociedad de los Premios Alimentos de España, del programa "Por la mañana", con Jesús Hermida al frente de un plantel de jóvenes talentos femeninos. La tele matinal se llenó de shows, espectáculo, incipiente corazón, salud, cocina, teatrillos y monerías varias que esta vez sí dieron en el corazón del gusto de la audiencia y las cámaras volvieron a salir a la calle para que comerciantes y clientas ofrecieran su opinión sobre el asunto y sus consecuencias en los hábitos de compra. Y así fue pasando la vida.

Cambios como consecuencia de la crisis

La crisis económica, en la mayoría de los casos real y durísima, y en otros más psicológica, ha modificado sustancialmente los hábitos de compra en alrededor del 81% de la ciudadanía (bastante más que la media europea, que está en el 74%); tras dos lustros de consumo frenético ahora la cosa se medita y aquilata. Además, el 65% de los españoles ha reducido sus actividades de ocio y el 48% ha optado por comprar alimentos más baratos, según los datos hechos públicos durante el Congreso Tecnomarketing de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores.

Dicen los estudios de mercado que todo esto se concreta o casi en que se visita más el punto de venta, pero se gasta menos; en que de cada diez cestas de la compra siete corresponden a artículos de primera necesidad; en que cada vez se come más en casa y que ese traslado del yantar al hogar ha sido especialmente apreciable en el desayuno, al punto de que el 85% de los españoles rompe el ayuno tras el sueño entre las paredes de su domicilio; en que, y en justa correspondencia con lo anterior, se come menos fuera, se usan más los *vendigs* o máquinas expendedoras de sándwiches y otras fruslerías, y la fiambrera ha recuperado parte de su pasado esplendor. Al respecto, la chef y presentadora televisiva Eva Arguiñano, haciendo proselitismo del artilugio, decía a finales de 2012: *"Durante muchos años estaba mal visto ir con la fiambrera, pero empiezan a demandarse espacios donde comer o calentar tu propia comida. Es más responsable, más barato y te alimentas mucho mejor"*.

Los grandes beneficiados de la crisis han sido las marcas blancas, que ya compran el 80% de los españoles, de los que un 94% aseguran que las seguirán comprando cuando la crisis finalice, y los productos frescos, que no hay mal que por bien no venga, cuyo consumo se ha visto incrementado, y en este ascenso tienen protagonismo las frutas y las llamadas "otras carnes", con el





pavo a la cabeza. También ha crecido de manera notable el consumo por la red de redes, y mientras que en 2004 sólo un 2,7% de los ciudadanos había comprado alguna vez por Internet, el porcentaje había escalado en 2012 al 9,5%, lo cual sigue siendo poco en términos absolutos, pero apunta maneras de tendencia.

Cambios en la industria

Uno de los cambios más perceptibles que ha tenido lugar en este último cuarto de siglo ha ocurrido en el proceso de transformación de los alimentos. Volviendo a Ismael Díaz Yubero, aprendemos: *“La relación tiempo-temperatura, que durante mucho tiempo fue la base de la industrialización de los alimentos, hoy es solo una parte de los procesos, más complejos, que incluyen modificaciones de presión, texturización, inertización, y otras muchas técnicas que participan en la producción más apetecible de los alimentos. Han cambiado, en definitiva, muchas cosas del proceso de la producción alimentaria y, en consecuencia han cambiado los alimentos y*

los efectos que causan en nuestra nutrición y nuestra salud. Generalmente para bien, como lo demuestra el hecho de que nuestra esperanza de vida aumenta, como también lo hace nuestro desarrollo físico (estatura, como referente) e intelectual. Estamos mejor nutridos y encontramos más variedad y, en general, más calidad en los alimentos que consumimos”.

Alimentos de conveniencia

Una de las tendencias que ha emergido en este cuarto de siglo con mayor vigor, tanto como resultado de los cambios en la industria a los que responde el epígrafe, cada vez más capaz de hacer cosas hasta no hace mucho inverosímiles, como de una necesidad social, real o imaginada, de disminuir el esfuerzo y el tiempo empleado en la preparación de los alimentos, ha sido la eclosión de los llamados alimentos de conveniencia; una “conveniencia” que no sólo se aplica al tiempo a gastar en la cocina casera, sino al deseo de emplear también menos tiempo en comprar, al-

macenar y consumir los alimentos. En definitiva, alimentos de conveniencia son los platos total o parcialmente preparados o cocinados, en los que una parte del tiempo, el esfuerzo o las habilidades culinarias son asumidos por el fabricante.

Cambios en la dieta

En el cuarto de siglo que nos ocupa los cambios en la dieta alimenticia de los españoles han sido singulares y de reflejar su seguimiento se ha ocupado, fundamentalmente y junto a otras instituciones, el Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, que recoge valiosos y sustan-

ciosos datos precisamente desde 1987, el mismo año en el que se pusieron en marcha los Premios Alimentos de España.

Un análisis más detallado de estos cambios se recoge en otro apartado de este mismo libro, pero a grandes rasgos podemos decir que en este tiempo la dieta de los españoles se ha empobrecido en hidratos de carbono, a pesar de que estos se sitúan en la base de la tan alabada Dieta Mediterránea, y ello debido fundamentalmente a un menor consumo de pan, cereales y derivados; que también ha descendido el consumo de legumbres y el de aceite de oliva, mientras que ha aumentado el consumo de productos lácteos, platos preparados, y carnes de pollo y cerdo. Al tiempo que se mantiene la presencia destacada de los pescados,





las frutas y las hortalizas.

En cuanto a las bebidas, lo más llamativo es la tendencia contraria que acumulan la cerveza, al alza, y el vino de mesa, a la baja; mientras que los refrescos mantienen una posición consolidada en los hábitos de los consumidores españoles.

Todo ello en un gran trazo de retrato general que incluye grandes diferencias entre los consumidores de mayor edad (en general con pautas más equilibradas y saludables), los hogares con niños y sin niños, e incluso entre unas y otras comunidades autónomas.

El tirón de la salud

Uno de los cambios más significativos del periodo ha sido la aparición de una nueva conciencia salutífera de la comida que ha venido a recuperar con entusiasmo la consideración hipocrática del alimento como medicina.

El consumo de productos ecológicos, el vegetarianismo o el más reciente de localidad o de kilómetro cero, requerirían de un análisis en profundidad, pero a título de mero apunte todo indica que no han provocado cambios de fondo o sustanciales. Otro cantar es el modelo de Dieta Mediterránea,

con respaldo científico de gran calado y apoyo sin reservas de las administraciones.

Nueve años después de instituirse los Premios Alimentos de España se creó la Fundación Dieta Mediterránea y desde entonces su suerte ha sido dispar si se balancean los logros locales y los foráneos. Mientras que el denodado esfuerzo de la institución, con personajes tan relevantes como el gran científico Lluís Serra a la cabeza, ha logrado que en 2010 la UNESCO le dé al modelo el máximo espaldarazo y su prestigio no deja de crecer internacionalmente, en casa se le hace el caso justo. En 2009, un año antes de la declaración de la UNESCO, un estudio de la organización de consumidores CEACCU ponía en evidencia que el 74,4% de los españoles estaba preocupado por llevar una dieta sana, pero sólo el 6,6% cumplía los objetivos de una alimentación saludable. Apenas el 12% de los ciudadanos tomaba la cantidad aconsejable de fruta y verdura, mientras que un 38% no cumplía con

las recomendaciones de las dos raciones semanales de legumbre y sólo una cuarta parte de los encuestados realizaba un desayuno considerado como completo. A ello se sumaban los resultados del informe publicado en la revista *Public Health Nutrition* por casi las mismas fechas que, incluyendo a 41 países y sobre la base de los datos de la FAO, indica que, en los últimos años, España es el cuarto país que más se ha alejado del modelo de Dieta Mediterránea.

Y todo ello en un contexto en el que rara es la semana en la que no se hacen públicos los

resultados de una investigación científica que ponen de manifiesto que la Dieta Mediterránea es beneficiosa para tal o cual cosa y siempre importantes cosas.

De lo que no cabe duda es de que la alimentación se ha convertido en el gran foco de atención de mensajes de todo tipo, debido, fundamentalmente, a la fabulosa expansión de los canales de comunicación, a los avances en procesos de innovación en publicidad, marketing y otras estrategias de comunicación, y la individualización de los estilos de consumo. La unión de estos factores ha llevado a un crecimiento exponencial de los mensajes sobre alimentación, muchos de ellos protagonizados por famosos de distintos sectores.

Cómo han cambiado y nos han cambiado los inmigrantes

El desarrollo económico español estrechamente ligado a la entrada en la Unión Europea supuso un atractivo señuelo para inmigrantes de distintos países que empezaron a percibir España como tierra de promisión y oportunidades. Las llegadas de remesas empiezan a ser significativas a mediados de la década de los 80, se intensifican grandemente en los 90 gracias, sobre todo, al boom inmobiliario y en 2000 el país se convierte en receptor de una de las mayores tasas de inmigrantes de todo el mundo. Según los datos del INE, en 2011 residían en España 6,7 millones de personas nacidas allende nuestras fronteras, de las que más o menos 1 millón había adquirido ya la nacionalidad española. Respecto a su origen, aproximadamente un 36% corresponde a la América hispana, un 34% a Europa, con especial incidencia de la llamada "del Este"; y un 15% al norte de África, sobre todo de Marruecos.

Su adaptación a nuestra cocina y a nuestros con frecuencia disparatados horarios es rápida



y relativamente fácil, aunque en el primer caso, como es lógico, bastante tópica, ya que los platos señeros a los que se referencia son la paella y la tortilla de patatas, y facilitada en el segundo por el hecho de que en muchos casos su destino laboral se relaciona con la hostelería, donde es habitual que el personal adelante su sentada a la mesa para estar en formación a la hora clientelar. En cuanto a sus decisiones de compra, las realizan, por este orden, teniendo en cuenta el precio y la fecha de caducidad, un aspecto este por cierto muy valorado en la percepción foránea, mientras que la marca es dato de todo punto secundario, en parte porque muchas de ellas son las mismas que las habituales en sus países de procedencia.

Sus momentos de sustento se adaptan también a los hábitos españoles, dando al almuerzo el lugar de privilegio en la ingesta general del día, con un desayuno ligerísimo y una cena frugal, aunque con desquite durante el fin de semana feriado en el que la familia, sobre todo en el caso de las americanas, se sienta junta en torno a la mesa.

Del otro lado, los españoles también salen beneficiados del encuentro cultural y se generaliza, aunque en distintos grados y para empezar en lo referido al aporte americano, el consumo de productos que otrora fueron considerados exóticos, como la piña, el kiwi, el aguacate, la papaya, el mango, la yuca, la mandioca o el plátano macho. Por el lado asiático, triunfan frutas tales como el litchi, el rambután, la pitahaya, la naranja enana china, el kumkuat o la mano de Buda. También asiáticos son los relativamente recientes adquiridos gustos por aliños como el curry y la soja, producto este último tan alabado mediáticamente que ha propiciado la llegada de derivados como el tamari, el tempeh y el tofu. Finalmente, el norte de África nos ha allegado, por encima de todo, el cuscús y el kebab.

No obstante, aunque los productos alimentarios se hayan asentado en nuestras costumbres de compra, sus preparaciones nos siguen resultando ajenas y su consumo prácticamente se limita a locales, chiringuitos y restaurantes, fuera del hogar.



Globalmente, la llegada y asentamiento del colectivo inmigrante en España ha representado un incremento sustancial de frutas, verduras y casquería, capítulo este último que merece tratamiento diferenciado.

Al rescate de la casquería

Casquería es término amplio con el que se conoce al conjunto de alimentos animales formados por entrañas y despojos. Los primeros incluyen vísceras, asaduras, entresijos o achuras, y los segundos refieren a sangre y partes de poco aprecio como morro, careta, orejas, lengua o manitas. Su presencia en la gastronomía española tradicional ocupa lugar de verdadera preeminencia y tal categoría no se alcanza sólo por su baratura en comparación con las partes nobles del animal, sino por motivos culturales, como fue el privilegio común a las “Castillas” de abstinencia atenuada en los sábados, día en el que se permitía a los buenos católicos consumir grosura o carne de segunda escala y cuya tradición se refleja, por ejemplo, en el segundo párrafo de *El Quijote* en forma de “duelos y quebrantos”, sino por el virtuosismo alcanzado en sus preparaciones coquinarias, de lo que vino a dar fe el gran tragón y gourmet Giacomo Casanova, quien en sus Memorias hace encendido elogio de unas criadillas de toro que le dieron a probar en Madrid.

Con productos de casquería se han bordado platos formidables y señeros de la culinaria hispana, entre los que cabría citar los callos a la madrileña o con garbanzos, las carrilladas de cordero asadas o fritas, los sesos de ternera rebozados a la romana, las manitas de cerdo o de cordero rebozadas, las mollejas de ternera en salsa; los riñones de cerdo, ternera o cordero al Jerez o al ajillo; la asadura encebollada, el rabo de toro estofado, los saraos, las mollejas de cordero al ajillo; las criadillas de toro, cerdo, cordero o choto rebozadas; o la sangre encebollada, que fue el aperitivo o tapa de referencia en todas las tascas y tabernas capitalinas hasta el comienzo del segundo desarrollismo, muy pronto devenido en nuevorrriquismo.

Fue precisamente ese nuevorrriquismo de una ciudadanía que en buena parte creyó que había alcanzado cotas irrenunciables de opulencia el que empezó a generar una actitud de desprecio, menosprecio o ninguneo hacia la casquería, cuyo consumo decayó rápidamente.

Y fue entonces cuando los emigrantes, sobre todo americanos, llegaron al rescate, reclamando al mercado lo que ellos llamaban “menudencias”, que en definitiva era nuestra casquería pero llamada de forma más simpática y amable. Sin que se llegara a recuperar el nivel de consumo de antaño, aquel tirón de demanda supuso la salvación de al menos una parte sustancial del sector o cuando menos evitó su desaparición definitiva.

A título de mera acotación en este epígrafe hay que señalar que a la casquería, otra mano, y con guante, se la ha venido a echar en los últimos años por un grupo de restauradores y chefs de fama que, entre la devoción y la pareja necesidad-virtud, habida cuenta de que el movimiento surge a poco de iniciada la crisis económica, se lanzaron al ruedo para lidiar lo que bien podría llamarse casquería gourmet.





medios, pero hay un factor, que en mi opinión, es determinante de las mejoras y consiste en el traslado de la responsabilidad, que antes era casi exclusiva de la Administración, a todos y cada uno de los eslabones de la cadena y eso es, precisamente, lo que ha hecho que los controles a los que se someten los alimentos sean muchos más, más rigurosos y seguros. Cualquiera que intervenga en la cadena alimentaria debe extremar sus cuidados, para evitar cualquier problema que pudiera surgir durante el proceso de elaboración de los alimentos.

Durante mucho tiempo, la alta cocina le dio la espalda a la casquería, aunque bien es cierto que entre todo el amplio repertorio de productos, algunos contaron con cierta indulgencia y dentro de este grupo el crítico José Carlos Capel señala tres estrellas: “Los callos, la carrillada de ternera y las manitas de cerdo”.

Sin embargo, con la crisis y la consiguiente necesidad de bajar la factura final a las menguadas posibilidades clientelares, la casquería empezó a ser tomada en cuenta nuevamente a la hora de confeccionar las cartas y menús.

Cambios en el control de alimentos

La creciente complejidad de la cadena alimentaria exige una actitud vigilante y la continua toma de medidas que garanticen la seguridad y calidad de los alimentos. Y así parece que se está haciendo en España a la luz del diagnóstico que realiza, una vez más, Ismael Díaz Yubero: “La inspección puntual, una especie de “foto fija”, que se tomaba con la inspección de las industrias y comercios, se ha transformado en una “película del proceso”, que se hace siguiendo las “normas de buenas prácticas de producción e industrialización”, el “control de puntos críticos” y la trazabilidad. Son autocontroles que suponen avances e importantes





La creciente complejidad de la cadena alimentaria exige una actitud vigilante y la continua toma de medidas que garanticen la seguridad y calidad de los alimentos.

Cambios en el mando en la cocina

En el total del balance del último cuarto de siglo, quizá el único éxito colectivo del que los españoles pueden presumir en igual o similar medida del habido en el deporte de élite, sea el de la cocina y la gastronomía. Primero la Nueva Cocina y después la molecular o tecnoemocional se convirtieron en catapultas trampolín que de un lado elevaron la categoría del cocinero tradicional, en general oscura, de poca visibilidad y escasa trascendencia, y de otro le lanzaron, con marca de país, a las más altas cimas del planeta gourmet.

Con el asentamiento de la figura del chef como excelso creador y artista, tan lejos del pasado concepto y percepción social de riguroso profesional artesano, sin duda ganamos en proyección internacional y en prestigio, aunque a cambio perdimos en casa y en otras cosas, como, por ejemplo, con la minusvaloración del servicio de sala. La cocina entró con fuerza en los medios y los cocineros se convirtieron en estrellas televisivas, que superadas las limitaciones tradicionales que acotaban su discurso a los recursos y mañas coquinarias para hacer feliz al comensal, pasaron a ser expertos a los que tanto daba hablar de nutrición, arte conceptual, epistemología de la cocción o filosofía de la praxis.

Las nuevas técnicas y la alegría en el gasto de la llamada “década prodigiosa”, de mediados de los

noventa a la otra mitad del nuevo siglo, produjo un aluvión de locales donde había tantos cocineros como comensales y al rebujo de la burbuja inmobiliaria, y en palabras de Falsarius Chef: “... se produjo en las cocinas de muchos restaurantes un mimético halo de pomposidad gastronómica. El fin del espejismo, con la llegada en tromba de los efectos colaterales derivados de la crisis económico-financiera mundial, alrededor de 2008, rompió bruscamente la tendencia y en 2009 el gasto medio por cliente en este tipo de establecimientos se estima que cayó en un 40%.

En el final del periodo que se abarca aquí, la crisis manifiesta dos efectos: la conversión de la cocina en un gran espectáculo mediático-televisivo, debido a que el interés por la comida no decae pero se traslada a los hogares, y la adecuación a marchas forzadas del sector profesional a una realidad cambiante, buscando fórmulas que le acerquen a un nuevo cliente con mucho menor poder adquisitivo y sustancialmente más dispuestos a imponer su ley, al verse convertido, en expresión del cocinero y crítico gastronómico David de Jorge: “... nuevamente, en el rey de la barraca”.

En esta reconsideración, críticos del prestigio de Rafael García Santos señalan con claridad el camino: “La España culinaria debe recuperar la humildad y el espíritu autocrítico frente a la vanagloria mediática imperante promovida interesadamente por tanto divo”.

En el despegue de la primera revolución culinaria española

La marca y los Premios Alimentos de España nacieron en pleno proceso de asentamiento del movimiento conocido como *Nueva Cocina* y a cinco años pasados del nacimiento oficial de la *Cocina de los Aromas*, de las que en ambos casos era mentores los cocineros vascos Juan Mari Arzak y Pedro Subijana, los mismos que en febrero de 1977 se habían encontrado con el chef francés Paul Bocuse en su local de Collonges-au-Mont-d'Or para beber en las más cristalinas fuentes de la *Nouvelle Cuisine*. Estábamos entonces ante la eclosión de la primera revolución culinaria hispana y un cambio profundo en la restauración que iba a exaltar al cocinero como chef, autor y figura de máxima visibilidad en la cocina.



El movimiento, al que pronto se sumaron apellidos tan ilustres como Arguiñano, Castillo, Fombellida, Irizar, Idiaquez, Quintana, Gómez, Mangas, Roteta, Zapirain o Zugasti, sentaron las bases de

tercera estrella Michelin para su establecimiento y asienta la figura del cocinero-autor, al tiempo que Arguiñano empieza a echar la solera de la figura del cocinero mediático.



una cocina más sencilla que la precedente, reduciendo los tiempos de cocción, al modo oriental, practicando una cocina de producto y de mercado, elaborando cartas más simples, buscando lo saludable, huyendo de marinados y faisandajes, poniendo en galos lo regional y local, elaborando recetas imaginativas a la par que sencillas, abominando de las salsas recargadas, potenciando los dados de carne o pescado en oposición a la crema de leche, desterrando harinas para el ligado, favoreciendo el uso de hierbas de intenso aroma y sabor, y consolidando el menú largo y estrecho que frente a la fórmula tradicional de dos platos y postre, permitiera degustar un sinfín de especialidades en cada comida.

En 1989, a los dos años del nacimiento de los Premio Alimentos de España, Arzak recibe la

En paralelo, emerge el perfil del restaurador gestor en la figura de Luis Lezama, sacerdote, periodista y hostelero, iniciado en *La Taberna del Alabardero*, un local abierto en 1974 por el que habían pasado los poetas Bergamín, Alberti, Borges, Aleixandre o Celaya. Para cuando los Premios Alimentos de España se ponen en marcha “el cura Lezama” ya había sentado un imperio hostelero sobre la taberna ilustrada y por ello su *Café de Oriente* recibe un accésit en la categoría *Restauración* de la primera edición de 1987, que al año siguiente recae en *La taberna del Alabardero* de Marbella. Diez años después, en la edición de 1997, el premio le correspondería al propio Arzak, dentro del aparatado *Restauración* y epígrafe *Modalidad gastronómica*.

En el año del gran salto a la creatividad

A principios de 1987, el año en el que se inician los Premios Alimentos de España, Ferrán Adrià asiste a una demostración en la Fundación Escoffier en Cannes y en la tertulia posterior el cocinero francés Jacques Maximin, firma baluarte de la cocina espectáculo, dice: “Creatividad es no copiar”. La frase es aparentemente sencilla, pero impacta a tal punto en el joven Ferrán que en ese momento decide dejar de recrear para ponerse a la tarea de crear. En ese objetivo decide que su restaurante *El Bulli*, que hasta entonces cerraba dos meses, pare su servicio al cliente durante cinco, plazo que al poco que se prolonga a seis, del 1 de octubre al 1 de abril, para mantener el nivel de creatividad y creación que el local se autoexije.

La eclosión de la cocina primero molecular y luego tecnoemocional

La cocina española o más propiamente los chefs españoles empezaron a brillar a escala planetaria de la mano de la cocina llamada molecular, una aproximación de las ciencias físico-químicas a la coquinaria que en 1910 había iniciado el científico francés Louis Maillard y a la que a finales de la década de los 80 acabaron dando el definitivo espaldarazo el también francés Hervé This y el húngaro Nicholas Kurti. El nuevo rumbo se escenificó con pompa y circunstancia el 14 de marzo de 1989 cuando este último y en el contexto de su conferencia titulada “*El físico en la cocina*” que pronunció en la *Royal Institution* em-



La cocina española o más propiamente los chefs españoles empezaron a brillar a escala planetaria de la mano de la cocina llamada tecnoemocional.

pezó diciendo: *“Pienso con una profunda tristeza sobre nuestra civilización, en la que mientras medimos la temperatura en la atmósfera de Venus, ignoramos la temperatura dentro de nuestros soufflés”*.

Unos pocos cocineros y chefs, entre ellos Ferrán Adrià, intuyeron inmediatamente el mundo de posibilidades que les abría esta nueva disciplina científica y en las cocinas y mesas de sus locales empezaron a hacerse presentes lecitina para hacer aires con sabores y maltodextrina para prepararlos en polvo, nitrógeno para congelar lo antes de todo punto incongelable, cloruro cálcico

y alginato, sifones que inyectaban óxido de nitrógeno o dióxido de carbono a cualquier cosa para crear sugerentes espumas o vanguardistas utensilios provistos de láminas espaciales de silicona para que nada se pegara.

En ese movimiento, Adrià se sitúa muy pronto a la cabeza en el contexto internacional, introduciendo en la elaboración culinaria nuevas técnicas como la reconstrucción, las espumas utilizando sifones, la esferificación con alginatos y el empleo de nitrógeno líquido. Además, empieza a usar vajillas y menaje extremadamente innovadores



y distanciados de los usos clásicos en cocina. Con tales mimbres se va conformando un cesto de creaciones culinarias emblemáticas, como la menestra de texturas, ejemplo señero de reconstrucción; las ostras con aire de zanahoria; el tuétano con caviar; una rica paleta de nitro coulants, que suponen un salto adelante para los afamados coulants del chef francés Michel Bras; o el falso caviar de melón, que más tarde popularizaría su discípulo Paco Roncero en su local de *El Casino de Madrid*. Curiosamente, a nivel popular quizá siempre se le recuerde por la tortilla de patatas deconstruida, que el mismo Adrià ha reconocido repetidamente no salió de su taller coquinaro.

En 2007, el periodista Pau Arenós introduce el término “teconoemocional” para definir la cocina que hasta entonces se había llamado “molecular”, “de los sentidos”, “de autor” o “de vanguardia” y el cambio es recibido con entusiasmo por Adrià y casi unánimemente aceptado por el colectivo de chefs directamente implicado. En la revista *Apicius*, Arenós lo presenta en estos términos: *“La cocina teconoemocional es un movimiento culinario mundial de principios del siglo XXI liderado por Ferrán y Albert Adrià. Está formado por cocineros de distinta edad y tradición. El objetivo de sus platos es crear emoción en el comensal y para ello se valen de nuevas técnicas y tecnologías, siendo ellos los descubridores o simplemente los intérpretes, recurriendo a sistemas y conceptos desarrollados por otros. Con la actitud y las preparaciones, los cocineros asumen riesgos. Prestan atención a los cinco sentidos y no sólo al gusto y al olfato. Además de crear platos, el objetivo es abrir caminos. No plantean ningún enfrentamiento con la tradición, puesto que muchos de los platos son evolutivos, sino lo contrario, muestran deuda y respeto por ella. Han iniciado un diálogo con los científicos, pero también con artistas plásticos, novelistas, poetas, periodistas, historiadores, antropólogos... Colaboran, en busca de la supervivencia del producto, con los agricultores, los ganaderos y los pescadores”*.

En mayo de 2008, el cocinero catalán Santi Santamaría, propietario entonces del restaurante *Can Fabes*, tres veces estrellado por la guía roja, lanzó al mercado su noveno libro, que bajo el título *La cocina al desnudo* iba a suponer un cataclismo mediático y un aldabonazo en las conciencias del colectivo restaurador. Decía Santi



que él y Ferrán estaban en las antípodas, exigía que los grandes chefs especificaran los ingredientes de sus platos en las cartas. Ferrán Adrià se limitó a expresar que no estaba por la labor de entrar en polémicas y su única respuesta iba a ser trabajar como lo había venido haciendo los últimos veinticinco años.



El irresistible ascenso de la telecocina

Cuando los Premios Alimentos de España iniciaron su andadura hacía cuatro años que Televisión Española había empezado a emitir el programa de cocina *Con las manos en la masa*, dirigido y presentado por Elena Santonja, que en alguna medida recogía la antorcha de *Vamos a la mesa* de la mítica Maruja Callaved. El espacio fue un éxito de audiencia basado en la simplicidad y fundamento de las recetas, la pegadiza sintonía de *Vainica Doble* y la presencia de cocineros y famosos tan variopintos como Gonzalo Torrente Ballester, Alaska, Fernando Fernán Gómez o Pedro Almodóvar.

Pero con la llegada de la programación matinal en 1986 la fórmula se reconvirtió y los persona-

jes públicos dieron paso a una asistenta, Manuela, que interpretaba la actriz Amparo Baró. Así siguieron las cosas hasta 1991, cuando la cadena decidió suprimir el programa, parece que ante la negativa de Santonja a introducir en el mismo publicidad encubierta, una práctica que con el nombre anglosajón de *product placement* a simplemente *placement* pujaba ya por hacerse un hueco en la Parrilla, especialmente en determinados espacios que le eran propicios. Ese año, Adolfo Muñoz, cocinero referente de la cocina castellano-manchega desde su restaurante *Adolfo* en Toledo y futuro chef televisivo, aunque seguro que entonces no lo sospechaba, recibía el Premio *Alimentos de España* en la categoría *Hostelería y Restauración*.

Un año después, en 1992, TVE sustituyó al clásico *Con las manos en la masa* por el diario *El menú de cada día*, dirigido y presentado por el cocinero vasco Karlos Arguiñano, que venía de hacer

algo muy similar en la televisión autonómica ETB. El programa y su rostro visible fueron un verdadero bombazo, al punto de que Arguiñano recibió casi a renglón seguido el TP de Oro como Personaje del Año de la revista Teleprograma, y en 1993 el Premio Ondas en la categoría de Programas nacionales de Televisión. Ese mismo año y en paralelo con el diario se inició *El sábado cocino yo*, en el que, los sábados por la mañana, el chef enseñaba fundamentos culinarios a un personaje anónimo. Entretanto, *Alimentos de España* galardonaba en la categoría *Restauración* al restaurante *El Olivo* del chef francés Jean-Pierre Vandelle, uno de los más destacados apóstoles del culto al aceite de oliva en Madrid y por ende en toda España.

En la temporada 1994-1995 el espacio diario pasó a llamarse *El menú de Karlos Arguiñano*, y posteriormente *La cocina de Arguiñano*. En la edición de 1996 *Alimentos de España* le concedía el premio a la *Mejor labor continuada*, dentro de la sección *Prensa*.

En 1997 el cocinero televisivo abandonó TVE y fichó por Telecinco, donde permanecería un año para trasladarse posteriormente a la cadena Argentina Televisora Color, ATC, volver a Telecinco y seguir con el programa argentino, *Karlos Arguiñano en tu cocina*, hasta 2000. Entre tanto, en 1996, *De domingo a domingo*, de Telecinco y presentado por Belinda Washington, había introducido al cocinero César Ruiz en el magazine; en 1998 e instalado en principio en Vía Digital había aparecido *Canal Cocina*, y la práctica totalidad de canales autonómicos había introducido en su programación programas de cocina con un formato muy similar al de Arguiñano, quien volvería a TVE en 2002, luego de nuevo a Telecinco y finalmente se trasladaría a Antena 3 en 2010, donde tiene contrato hasta 2014.

En 2005 TVE introduce una fórmula que, aunque siguiendo las líneas maestras de todo lo anterior, aporta algo distinto a lo ya muy trillado en todas y cada una de las cadenas del país, sean éstas nacionales, autonómicas o locales. Se trata del programa *Vamos a cocinar*, que dirige y presenta el chef José Andrés, un español emigrado a Estados Unidos donde es propietario de varios

restaurantes y personaje popular. El espacio recupera la presencia de “famosos” supuestamente ávidos de aprender secretos culinarios, pero el cocinero, además del plato principal, prepara tapas y originales propuestas y sale a la calle a comprar poniendo en valor el producto de mercado y temporada. Su labor se verá reconocida por *Alimentos de España* con el accésit de Medios de Comunicación en la submodalidad *Mejor labor informativa continuada*.



Cortesía RTVE



Tras varias temporadas de rotundo éxito, José Andrés volvió a Estados Unidos para producir, dirigir y presentar un programa, *Made in Spain*, que la 2 de Televisión Española incorporó a su programación en 2011. Un año después, en 2102, el cocinero español era considerado como el mejor cocinero de Estados Unidos por la Fundación James Beard y una de las 100 personas más influyentes del mundo por la revista *Time*. Coincidiendo con estos reconocimientos, en España se iniciaba el fenómeno de la telerrealidad culinaria con el programa *Pesadilla en la cocina*. Además, se le otorga a José Andrés el *Premio Extraordinario Alimentos de España 2012*.

Pesadilla en la cocina, con el chef Alberto Chicote a los mandos, es homónimo del programa del mismo nombre que en versión original y anglosajona protagoniza el chef Gordon Ramsay y se basa en los intentos de un cocinero-maestro por salvar restaurantes al borde de la quiebra. Su éxito ha

sido espectacular, en mayo de 2013 empezó la segunda temporada y en 2104 está previsto el estreno de la tercera. Además, el formato ha abierto el camino a todo un aluvión de *talents shows* culinarios que en 2013 inauguró TVE con *MasterChef* y continuó Antena 3 con *Top Chef*. La saga se prolonga en un momento *ad infinitum* con *Deja sitio para el postre* en la Cuatro en los inicios de 2014.

Presente y futuro con estrellas, liderazgos y reformulaciones de crisis

El año 2013 ha sido extraordinariamente propicio para la consolidación definitiva del liderazgo español en los rankings de grandes chefs. Para empezar *El Celler de Can Roca*, con los hermanos Joan, Josep y Jordi a los mandos, es reconocido como el mejor restaurante del mundo en la lista *50 Best* de la revista *Restaurant*, y Carme Ruscalleda se convierte en la mujer que en el mundo atesora más estrellas Michelin, con tres en Sant Pol de Mar, dos en Barcelona y otras tantas en Tokyo.

En ese contexto, el final del periodo que nos ocupa coincide con la concesión de la tercera estrella Michelin al madrileño restaurante *Diverxo*, del jovencísimo chef David Muñoz. Pasar a ser el octavo establecimiento que en España ostenta tal consideración ya es un hito, pero quizá el menos trascendente, porque lo verdadera y novedosamente sustancial del galardón es el hecho de que David representa un giro en la tendencia y probablemente se constituye en cambio de paradigma, ya que se trata de un cocinero que pasa entre doce y dieciséis horas al pie de los fogones.

Aunque en el presente y lo que se puede vislumbrar del inmediato futuro no es demasiado alentador para la alta cocina, el único sector del "lujo" donde la crisis económica ha golpeado y sigue golpeando con singular contundencia, al

punto de que al poco de empezar esta, en 2009 y según datos de la Federación de Hostelería y Restauración, la facturación del sector se contrajo un 20%. La primera víctima fue Koldo Royo, quien a finales de 2012 echaba el cierre del su local en Palma de Mallorca con una estrella Michelin de 18 años de antigüedad. El 30 de julio de 2011, el mítico *El Bulli* hacía lo propio. El deceso más reciente y significativo fue el de Can Fabes, un restaurante que había permanecido abierto y en la cima del éxito desde 1981 y que sólo logró sobrevivir un par de años a su mentor, Santi Santamaría. Un mes después, Caius Apicius, alter ego de Cristino Álvarez, escribía: “No es un cierre más, uno de tantos que se están produciendo ahora al socaire de la crisis. No. El cierre de “Can Fabes” es, también, el final de una época, de un ciclo, de un momento seguramente único en la historia de la cocina española”.

Más allá del universo rutilante de estrellas y soles, según estimaciones de la Federación Española de Hostelería, entre 2008 y 2013 en todo el territorio español se han cerrado 72.000 bares, cafeterías y restaurantes.

El modelo culinario que ha llevado a España a puestos de liderazgo internacional vive su crisis particular en el contexto de la general. A finales de julio de 2012, en un artículo titulado *La crisis baja los humos de la alta cocina*, Jesús Ruiz Mantilla resumía en metáfora y con singular gracejo la situación: “De las anchoas al chip de boniato con crema de aguacate y manto escalibado, al Humo de prima de riesgo. De la Torre de foie micuit con frutos rojos y reducción de Pedro Ximénez y cerveza negra. De las cartas de agua mineral a la jarra de agua fría. La crisis está poniendo en su sitio la pomposidad de la alta cocina. En tres años se ha roto en pedazos la burbuja gastronómica”.



Los grandes y medios de la cocina se han puesto a la tarea de reinventarse. Algunos a lo grande, como Koldo Royo, que se ha convertido en vendedor ambulante de perritos calientes; otros, explotando la periferia, creando sus propias submarcas o cerrando durante una temporada para dedicarse a la asesoría gastronómica o a la participación en conferencias, congresos y similares saraos; y muchos, diseñando menús más acotados y de materia prima con menos pompa y circunstancia, volviendo la mirada al producto de temporada y sustituyendo los humos por hierbas montaraces. Este último es por ejemplo el modelo de *Akelarre*, donde desde 2007 su

chef, Pedro Subijana, ofrece un menú alternativo a la carta de degustación, con un diseño más corto y sencillo que cuesta un poco más de la mitad que el otro. Dentro de ese panorama surgen los gastrobares, locales con un diseño más o menos lujoso donde se sirve una versión renovada de las tradicionales tapas y raciones, intentando presentarse como un lujo asequible a cualquier cliente. Ejemplos de este modelo, cuyo local pionero fue el *Fast-Good* de Adrià, abierto en 2005, son *Panino D'E* de Sergi Arola, *La Moraga* de Dani García o el *Estado Puro* de Paco Roncero.

Con todo, el fenómeno de la explosión mediática de la alta gastronomía española, el “milagro” de haber convertido socialmente la comida en un lujo y en un arte, junto al tránsito de la figura del cocinero desde el casi anonimato a la cúspide de la fama y el reconocimiento social, quizá uno de los más señeros del cómo hemos cambiado en los últimos veinticinco años, representa un hito que no es posible analizar en unas cuantas líneas, pero sigue llamando la atención de propios y extraños. Al respecto, Juanjo Cáceres Nebot dice: *“Es sorprendente como la gastronomía impregna tanto todos los ámbitos de la vida pública: es un elemento central de cualquier oferta turística, se ha incorporado de manera amplia a la oferta televisiva, forma parte de los contenidos de diarios y revistas de todo tipo y los cocineros destacados no solo se han convertido en personajes públicos, sino que incluso se les atribuye un papel en la dinamización de la economía. Sin embargo, el acceso a la alta gastronomía aún es un lujo, del que la mayor parte de la población está excluida, sobre todo en tiempos como los actuales”*.

La cocina española vive sin duda el momento de un cambio de paradigma en el que habrá que rediseñar las estrategias y los contenidos, recuperando, como apunta el filósofo y ensayista Daniel Inneraty, cierta autodeterminación en lo gastronómico y responsabilidad en lo que se compra, se cocina y se come; un momento que algunos dibujan con trazos de darwinismo social, en el que sobrevivirán los más genuinos y desaparecerán los meros imitadores. Así lo entiende y reflexiona Rafael García Santos: *“Si la alta cocina no hace autocrítica y se aproxima al ciudadano; si la alta cocina no logra generar un movimiento reflexivo y cercano que fomente el debate;*



si la alta cocina no es capaz de salir de su exacerbado ego y de sus condicionantes, probablemente acabará como la alta costura. Siempre habrá sitio para unos pocos. ¿Cuántos a nivel nacional? ¿Cuántos a nivel internacional?”.

La respuesta, como en la canción de Dylan, queda soplando en el viento.

Más alimento, menos desperdicio

Según un informe del Parlamento Europeo sobre estrategias para mejorar la eficiencia de la cadena alimentaria en la UE, publicado en noviembre de 2012, cada año, en Europa se desperdician cerca de 90 millones de toneladas de alimentos, de las que un 42% corresponde a los hogares, un 39% a las empresas de producción y un 14% a restauración, y la Unión Europea ha decidido poner coto a este absurdo derroche con un programa para que los países miembros reduzcan antes de 2025 a la mitad el volumen de alimentos que, desde los hogares, supermercados, fábricas y restaurantes, terminan en la basura.

En 2012, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha cogido el toro por los cuernos y se ha puesto a la tarea de dar un giro a la situación bajo el lema *Más alimento, menos desperdicio* y elaborando una hoja de ruta para atajar el problema en los próximos tres años. Se parte de la base de un desperdicio anual de cerca de 8 millones de toneladas (exactamente 7,7), que sitúa a España en el sexto lugar de despilfarrero en la UE, precedida por Alemania, que con 10,3 millones de toneladas ostenta la primera plaza, Holanda (9,4), Francia (9), Polonia (8,9) e Italia (8,8 millones de toneladas).

En términos relativos, cada español desperdicia 28 kilos de alimentos al año, de los que un 20% corresponde a pan, cereales y otros; un 17% a frutas y verduras; 13% de lácteos, pasta, arroz y legumbres; 7% bebidas; y un 6% se adjudica al capítulo de carnes o comidas preparadas.



Aclarando... no es lo mismo pérdida que desperdicio

Para acometer estas acciones es importante deslindar conceptos y no confundir pérdida con desperdicio, ya que mientras el primer concepto se remite a los alimentos que son aprovechados durante su producción y aprovechamiento, el segundo evoca a malos hábitos de consumo, de manera que mientras las pérdidas son propias de los países del hemisferio Sur o con un bajo

nivel de distribución de la riqueza, mientras que el desperdicio se instala en el hemisferio Norte, en países emergentes o de renta media alta. De ahí que, en nuestro caso, la solución hay que buscarla en la modificación de los hábitos de los consumidores y la restauración.

Puede hacerse

Los resultados de las iniciativas para reducir el desperdicio son muy alentadoras. Por ejemplo, en Gran Bretaña y gracias a campañas de concienciación ciudadana, se ha conseguido reducir el volumen de alimentos desperdiciados en un 21% en el plazo de cinco años. En Francia, país que ocupa el segundo lugar europeo en despilfarro y donde éste puede suponer un gasto de 400 euros anuales para una familia de cuatro personas, se ha planteado un pacto nacional con iniciativas como que los consumidores puedan usar las promociones tres por dos en diferido; es decir que la tercera unidad no se la tengan que llevar en el momento de la compra, sino tiempo después, o que se aprovechen las verduras u hortalizas deformes o con algún defecto en su aspecto, bajo el lema “La belleza está en el interior”.

En el caso de España, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente se ha propuesto atajar el problema desde distintos frentes que incluyen, entre los más destacados, el estudio de los hábitos de consumo de las familias, posibles cambios legales relacionados con las fechas de caducidad o de consumo preferente, y campañas de concienciación dirigidas a los ciudadanos, a los restaurantes o a las distribuidoras de alimentación.

Una mirada a la cultura del aprovechamiento

En el segundo párrafo de la obra cumbre de la literatura española, *El ingenioso Hidalgo don Quijote de la Mancha*, Cervantes empieza a explicar quien es su protagonista detallando su menú cotidiano, en el que figura, para “las más noches”, el salpicón, un condumio que tiene su base en la recomposición con un picado de cebolla de los que sobró de la olla del mediodía y que otros llaman “ropa vieja”. Este proporcionar una segunda

La cocina española vive sin duda el momento de un cambio de paradigma en el que habrá que rediseñar las estrategias y los contenidos.



vida a los alimentos, tan acendrada en la cultura hispana, toma carta de naturaleza con la publicación, en 1894, de *El Practicón. Tratado completo de cocina al alcance de todos y aprovechamiento de sobras*, de Ángel Muro, un libro que para 1928 ya había alcanzado las treinta ediciones y en el que el autor pone negro sobre blanco la filosofía del asunto: “Cuando las sobras son residuos de rebañaduras o sobrantes mal tratados de los manjares, su aprovechamiento traspasaría los límites de lo sucio; pero cuando las sobras son lo que deben ser y lo que dice el Diccionario de la Lengua que son -“demasia y exceso en cualquier cosa que tiene ya su justo ser, peso o valor”- y que en tratándose de comida se cuidan con esmero y pulcritud, las sobras, vuelvo a decir, auxilian poderosamente el gobierno de la casa”. La cultura del aprovechamiento de sobras caló en la sociedad española de tal manera que Juan Pérez Zúñiga, en su libro *La Cocina cómica*, publicado en 1897, tira de sorna e ironía para hablar de: “... platos impuestos por el furor “aprovechatorio” de las señoras arregladas”.

Aún en los años ochenta del pasado siglo, salidos del todo de las pertinaces sequías y el desarrollismo, se seguían publicando libros orientados al aprovechamiento y barreras contra el despilfarro. Es el caso, por ejemplo de *Cocina para pobres*, de Alfredo Juderías, de quien escribió Camilo José Cela: “... es un monumento de sana y muy honesta literatura capaz de sacar la panza del mal año y el espíritu de la mala conciencia. También es recomendable leerla y comerla como antídoto de la necedad que, a quien más y a quien menos, a todos nos acuna”. Necedad de tanto despilfarro y derroche sobre el que la crisis económica empezó a caer como una losa. A ese momento pertenece *Comer bien por muy poco. Consejos para ahorrar en la cocina*, publicado en 2010.

Francia, que inventó la cocina moderna y la recreación con pompa y circunstancia, nunca fue ajena, sino al contrario, pionera en el arte “*d'accomoder les restes*” y varios recetarios tuvieron un éxito notable a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX. En los veloces veinte de la siguiente centuria, concretamente en 1925, vio la luz una obra clave en esta línea, *La Véritable Cuisine De Famille Para Tante Marie. Seul Ouvrage Contenant 500 Menus et la Maniere D'utiliser Les Restes*, que conocería un sinnúmero de ediciones en los años y décadas posteriores. En época de pasados esplendores,

entre el 24 de octubre de 1984 y el 21 de enero de 1985, el parisino *Centre Georges Pompidou* acogió la exposición *Déchets: l'Art d'accomoder les restes*, en cuyo catálogo podía leerse: “¡Alto al despilfarro! Como media, en nuestro planeta se tira un cuarto de los alimentos que se compran. Convendría que ese reflejo basura se tirara justamente al cubo de la basura. Porque su pan duro, sus frutas demasiado maduras, los patés de la víspera o los restos de carne de la comida del domingo, relaman ser cocinados de nuevo (...) ¿Se pregunta usted qué hacer con los restos de la comida familiar? Después de pasar unos días en el frigorífico, probablemente terminarán en el cubo de la basura, y, sin embargo, con un poco de imaginación, el pollo del día anterior o los restos de “ratatouille” pueden convertirse, en nada de tiempo... ¡en platos originales y económicos!”

Ahí puede estar la clave: imaginación para convertir unas aparentes piltrafillas en un plato de alto valor organoléptico. También en abrir una ventana reflexiva, como se dice en el prólogo del libro *Comer bien por muy poco*. Consejos para ahorrar en la cocina, a aquellos: “... que creen que en el caviar, las ostras, el atún rojo o el folie fresco hay más enjundia y potencial gastronómico que en la caballa, la gallina, las manitas de cerdo o los mejillones; que en una sopa de cerezas con anguila ahumada y helado de almendras tiernas, hay más posibilidades objetivas de placer sensorial que en un potaje de lentejas con longaniza”.





25 años de alimentación en España

De dónde venimos y hacia dónde vamos en los hábitos de consumo de alimentos y bebidas



25 años de alimentación en España

De dónde venimos y hacia dónde vamos en los hábitos de consumo de alimentos y bebidas

Víctor J. Martín Cerdeño

Profesor de Economía Aplicada

Universidad Complutense de Madrid



Parece aceptado que las necesidades humanas son ilimitadas en número puesto que, como recoge Castañeda, *no se conoce, y se afirma que no se conocerá nunca, el final de la lista que las enumere*. Esto es, el hombre a medida que extiende su civilización aumenta las disponibilidades para satisfacer algunas necesidades pero, al mismo tiempo, amplía el horizonte para sus nuevas apetencias.

La *necesidad de alimentación* ha sido abordada como básica en cualquier tipo de clasificación por motivos que resulta obvios: *los individuos necesitan consumir alimentos para satisfacer sus necesidades de conservación, crecimiento y actividad* – como recoge el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, *alimentar* es dar alimento al cuerpo de los animales o de los vegetales y *alimento* es la comida y bebida que el hombre y los animales toman para subsistir-.

En la actualidad está asumido que los productos de alimentación son bienes básicos aunque, por contra, suponen una participación cada vez menos significativa en el presupuesto de las familias. Lejos de aquella distribución de los recursos que describía Cervantes en *el Quijote* –“... una olla de algo más vaca que carnero, salpicón las más noches, duelos y quebrantos los sábados, lentejas los viernes, algún palomino de añadidura los domingos, consumían las tres cuartas partes de su hacienda”-, la estructura de gasto en los últimos años indica que la partida de alimentación supone menos de una quinta parte sobre el total de gasto.

Ahora bien, no debe olvidarse que la situación de desahogo con respecto a la necesidad de alimen-

tación es relativamente reciente puesto que se ha logrado, por ejemplo en nuestro país, durante el siglo pasado. Conforme explicita Ballesteros, *la distribución del gasto doméstico en la segunda mitad del siglo XIX, sitúa a la alimentación como la necesidad principal de los hogares con una participación media en el presupuesto del 70%*; de forma más precisa, en 1860 el coste de la vida se estimaba en 3.01 pesetas por día de las que se destinaban 2.11 pesetas al coste de alimentación.

La alimentación está incluida entre los denominados *bienes económicos* que se presentan en cantidades insuficientes respecto de la apetencia que de ellos se siente. De hecho, Arrow y Debreu han delimitado cuatro atributos que, desde su perspectiva, permiten realizar una correcta definición de bienes: *características físicas, localización, fecha de entrega y estado de la naturaleza* en el que puede disponerse de ellos. En este sentido, los alimentos y bebidas se ajustan a tal definición y puede ser denominados, en terminología de estos autores, como *mercancías contingentes fechadas*.

Al mismo tiempo, el progreso económico logrado en la mayor parte de los países ha supuesto que las cuestiones relacionadas con la satisfacción de las necesidades alimentarias estén encuadradas en un nuevo entorno en el que priman aspectos como la preocupación por la salud y la calidad de vida en los alimentos y bebidas o el incremento del gasto en actividades de restauración, como consecuencia de los cambios demográficos y los nuevos estilos de vida.

En definitiva, las necesidades y disponibilidades del mercado alimentario se traducen en demandas de bienes y servicios bajo unas nuevas condiciones que recogen la influencia creciente de los consumidores y la configuración emergente de actividades de ocio.

Este argumento enlaza con la aportación que en el siglo XIX desarrolló E. Engel. De forma concreta, este estadístico prusiano aseguraba que *cuanto más pobre es un individuo, una familia o un pueblo, mayor ha de ser el porcentaje de su renta necesario para el mantenimiento de su subsistencia física y, a su vez, mayor será el porcentaje que debe dedicar-*

se a la alimentación. En otras palabras, la ley de Engel indica que a medida que la renta aumenta, los gastos que se dedican al consumo de los artículos aumentan también, pero en distinta proporción: *decreciente en los dedicados a artículos de primera necesidad, y creciente en los dedicados a los bienes de lujo relativo y de lujo propiamente dicho*.



A pesar del carácter básico asociado a los artículos de alimentación, también hay que considerar, por otra parte, que el mercado de productos alimentarios ha experimentado durante los últimos años distintos ajustes derivados de la coyuntura económica. Así, por ejemplo, desde mediados de la década de los noventa, emergió con fuerza una demanda de alimentación localizada fuera del hogar: el gasto que los consumidores dedicaban a la amplia variedad de actividades de restauración se incrementó notablemente y, por ejemplo, mientras que en 1990



Está claro que durante los últimos 25 años en España la concepción del fenómeno alimentario ha experimentado un cambio notable.

se empleaba un 19% del gasto en alimentación a comer fuera de casa, en el inicio del siglo **XXI** este porcentaje se elevó hasta casi el 30%. Por el contrario, durante los últimos años (sobre todo a partir de 2008), la crisis económica ha supuesto la reducción del tamaño de la cesta de la compra, la mayor frecuencia de compra, la comparación de precios entre enseñas, el incremento de la demanda de marcas del distribuidor o el éxito de los formatos que inciden constantemente en una *estrategia de precios siempre bajos*.

Está claro que durante los últimos 25 años en España la concepción del fenómeno alimentario ha experimentado un cambio notable (*necesidad elástica*). Además, el consumo de alimentos y bebidas no se interpretaba únicamente como una *necesidad vital* (indispensable para la conservación de la vida) puesto que, por el contrario, un número importante de personas han tenido que renunciar a comer en su casa por motivo de sus ocupaciones y, por tanto, recurrir al consumo alimentario en un entorno extradoméstico (*necesidad rígida*).

Frente a esta situación, la alimentación también se ha asociado a la disponibilidad de recursos económicos y a la utilización del tiempo de esparcimiento; la alimentación ha conseguido aumentar la comodidad, elevar el nivel de vida o aportar una imagen social (*necesidad cultural*).

Cada individuo ha concebido la alimentación de una manera distinta y la demanda de alimentos y bebidas se ha satisfecho bajo un amplio abanico de fórmulas dispares, con demandas per cápitas o individualizadas (*necesidad individual*). Sin embargo, el consumo de alimentos también ha enlazado con la participación de los individuos en agregados sociales y, en consecuencia, se ha reforzado el protagonismo de comedores institucionales, en centros escolares, de tercera edad, empresas, hospitales... (*necesidad colectiva*).

Por tanto, la alimentación como *necesidad normal* (accesible para todos los individuos con independencia de la distribución de renta) ha coexistido con la *necesidad suntuaria* del consu-

mo de alimentación (alimentos y bebidas poco usuales y con características extraordinarias consumidos en establecimientos especiales).

Los últimos 25 años han servido para ver la alimentación desde prismas muy diversos. La *alimentación saludable* ha mostrado una preocupación por la salud, búsqueda de calidad de vida en la comida, notable importancia de los procesos de trazabilidad, agricultura ecológica y oposición a transformaciones genéticas. La *alimentación milagro* ha supuesto una importancia para el aspecto físico, evitar la obesidad, funcionalidad de la alimentación... (beber para adelgazar o tomar alimentos para mejorar el cutis). La *alimentación emocional* enlazaba con la presentación de los alimentos y bebidas, *merchandising* en el establecimiento, importancia del factor ocio, propensión hacia el esparcimiento. La *alimentación cómoda* incluía la importancia del factor tiempo, alimentos de tercera y cuarta generación... (comer y beber mientras se hace otra cosa); marcaba una clara competencia entre restauración (*comida para llevar*) y distribución comercial (*comida preparada*). La *alimentación individualizada* ha sido la respuesta a las preferencias y restricciones de cada individuo (soluciones individualizadas). Y, la *alimentación tecnológica* se ha unido a nuevos alimentos y bebidas, funcionalidad de las comidas, investigación alimentaria...

El mercado de la alimentación en España

La alimentación, como en cualquier otro mercado, se desenvuelve entre las esferas de la demanda y la oferta. Durante los últimos 25 años la demanda ha venido acusando los efectos renta y sustitución derivados de la coyuntura económica; no obstante, los consumidores han incluido en su cesta de la compra alimentos y bebidas con una notable estabilidad tanto en el consumo como en el gasto. Por otra parte, la oferta del mercado alimentario se ha desenvuelto durante estos años





en una continua reconfiguración de formatos, estrategias o enseñanzas pero su aportación a la riqueza nacional o al mercado laboral siempre ha sido esencial para la economía española.

En estos 25 años, algunos fenómenos esenciales en la demanda del mercado alimentario español han sido la continuidad de los alimentos básicos en las compras de los hogares, la ruptura de la asimetría de información con los comerciantes, la continua adaptación de la cesta de la compra a la coyuntura económica o la aparición de nuevas necesidades derivadas de la población inmigrante.

Continuidad de alimentos básicos en la demanda de los hogares

A pesar de todos los cambios en la alimentación, las nuevas tendencias en la demanda de

alimentos y bebidas o la innovación alimentaria, algunas partidas básicas de la alimentación española mantienen su presencia (carne, frutas, hortalizas y patatas frescas o pescados conjuntamente suman más de la mitad del gasto). Cambiarán muchas cosas en el mercado alimentario pero el protagonismo de los productos perecederos se ha mantenido en la cesta de los hogares españoles durante estos 25 años.

Ruptura de la asimetría de información entre consumidores y distribuidores

La *sociedad de la información* se ha hecho realidad en muchas de las decisiones de compra tomadas por los hogares españoles durante los últimos años. Los consumidores han avanzado en su nivel de formación y, en consecuencia, se ha

minorado la desigualdad de información que históricamente había existido con respecto a los distribuidores. *Un comprador acude a la sección de carnicería de un supermercado a comprar un kilo de carne de ternera y conoce todas sus características y propiedades nutritivas con mayor detalle y precisión que el vendedor que le está atendiendo.*

Adaptación de la cesta de la compra a la coyuntura económica

El mercado alimentario se ha ido configurando bajo una amplia variedad de alimentos y bebidas sobre los que existen distintas consideraciones sociales, económicas o culturales que repercuten en su demanda. En la vertiente económica, la variación de la renta disponible de los hogares supone la adaptación de algunos hábitos de consumo y, por tanto, se observa una sustitución de unos productos por otros. Por ejemplo, durante los últimos años de crisis, el gasto ha disminuido en carne fresca, pescados, mariscos, moluscos y crustáceos, aceite de oliva, vinos con DO o bebidas alcohólicas de alta graduación mientras que, por el contrario, se ha incrementado la demanda en huevos, conservas de pescado y moluscos, arroz, pastas o legumbres (desplazamiento del gasto en el mercado alimentario desde *bienes superiores* hacia *bienes normales o básicos*).

Reequilibrio en el gasto alimentario: hogar versus restauración

La coyuntura económica también supone cambios en los patrones de demanda de alimentación y bebida en cuanto al lugar de consumo. Por ejemplo, el crecimiento del sector horeca que se venía desarrollando desde los años noventa se ha truncado con la crisis económica y en la actualidad se ha producido un freno en el avance de la alimentación extradoméstica. El sector horeca está muy vinculado a la confianza del consumidor y, por tanto, los individuos man-

tienen un equilibrio entre el consumo extradoméstico y la demanda de alimentación y bebida en el hogar, en otras palabras, entre *gasto emocional* (vida social, ocio, diversión) y *gasto racional* (necesario y práctico, optimización, relación calidad/precio).





Nuevas necesidades con la llegada de millones de inmigrantes

En el año 2008, según las cifras oficiales, se contabilizaban 5,2 millones de inmigrantes en España que representaban un 11,3% del total de población del país. El mercado de productos alimentarios asistió a un proceso de aparición de nuevas oportunidades como consecuencia de necesidades insatisfechas, oferta de nuevos alimentos y bebidas y apertura de canales alternativos para cubrir las demandas emergentes (comercio u horeca). La diversidad de orígenes de la población inmigrante también supuso un nuevo escaparate alimentario para los consumidores españoles que conocieron alimentos y bebidas totalmente nuevos.

Desde la perspectiva de la oferta, también se han producido cambios muy importantes durante los últimos 25 años que han modificado notablemente el mercado alimentario español como, por ejemplo, el crecimiento de la superficie comercial, la competencia multicanal para la alimentación perecedera, la rivalidad en el canal entre distribuidores y productores y/o la consolidación del sector primero y de la industria agroalimentaria española.

Crecimiento notable de superficie comercial

Se ha producido una creación notable de superficie comercial en España justificada, como es lógico, en un incremento de la demanda (por un lado, crecen los hogares y, por otro, llega un número notable de inmigrantes). Al mismo tiempo, también se ha experimentado una ampliación y diversificación de la oferta: nuevos formatos comerciales (por ejemplo, tiendas de conveniencia o comercio electrónico); proliferación de establecimientos franquiciados (en 1990 apenas existían 200 franquiciadores y en 2009 se sobrepasa el millar); incremento significativo de los supermercados; o, expansión muy significativa de los centros comerciales.

Competencia multicanal para la alimentación perecedera

Una bolsa de naranjas, un kilo de carne de ternera o una barra de pan pueden comprarse en formatos, establecimientos o enseññas muy diferentes. La alimentación perecedera importa puesto que si hace años se comercializaba mayoritariamente a través de establecimientos especializados ahora es posible acudir a supermercados, hipermercados, tiendas de descuento, tiendas de conveniencia o incluso al comercio electrónico para comprar estos productos. Durante los últimos 25 años, la competencia en la oferta de alimentación fresca se ha elevado notablemente y, por tanto, han aparecido estrategias y prácticas de promoción, publicidad o merchandising en estas familias de productos en todos los establecimientos.

Consolidación del sector primario y de la industria agroalimentaria española

El sector primario español (agricultura, ganadería y pesca) ha tenido un comportamiento estable durante las últimas décadas aportando producción y empleo al conjunto de la economía pero, además, desarrollando una importante vertebración social sirviendo como refugio a personas desempleadas en otras actividades.

La industria agroalimentaria española también ha venido siendo un sector con un comportamiento favorable en términos relativos de producción y empleo. En situaciones de recesión, las cifras de empleo y, sobre todo de comercio exterior, muestran la consolidación de este sector básico para la economía española.



Cómo ha cambiado el consumo de los principales alimentos y bebidas

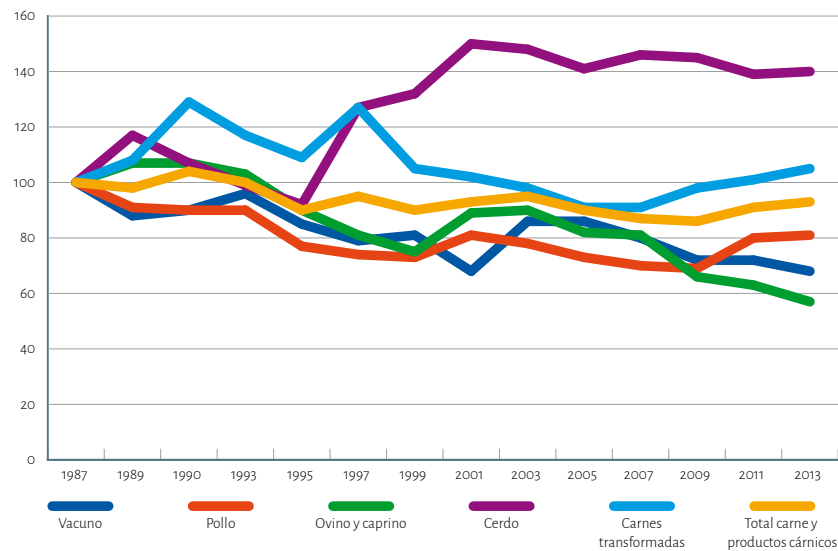
Tomando como base los datos que han venido recogiendo sistemáticamente el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, resulta posible plantear la evolución durante los últimos 25 años que se ha producido en el mercado alimentario español en cuanto al consumo de las partidas más demandadas por los hogares, es decir, carne, pescado, frutas frescas, hortalizas frescas, huevos, pan y galletas, aceite, leche y distintas bebidas (agua, refrescos, vino, cerveza y zumos).



Carne y productos cárnicos

La carne y los productos cárnicos tienen una notable participación en el patrón alimentario de los hogares españoles. Tanto los datos de consumo como los de gasto han venido otorgando a este grupo de productos las participaciones más elevadas en la demanda alimentaria.

Evolución del consumo de carne y productos cárnicos (1987=100)



Consumo en hogares.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

En la estructura de consumo de los hogares, la carne fresca ha tenido una presencia relevante, mientras que la carne congelada y la carne transformada han representado tradicionalmente porcentajes menores. En la restauración comercial, la carne fresca ha llegado a suponer la mitad del consumo, aunque la carne congelada y la carne transformada tenía una participación más elevada que en el caso de los hogares (pareja en ambos casos).

Con carácter general, durante estos años se ha reducido el consumo per cápita de vacuno, pollo y ovino. La demanda doméstica de carne de cerdo se ha elevado notablemente mientras que las carnes transformadas han experimentado oscilaciones de distinto grado y sentido. A partir de 1995, se incrementa la demanda de carne fuera del hogar; en esta vertiente, las subidas del consumo per cápita son generalizadas para todos los tipos de carne y los incrementos más elevados se asocian a la demanda de carnes transformadas (las variaciones menos significativas corresponden a la carne de ovino y caprino).

En términos per cápita, el consumo de carne ha presentado distintas variaciones durante estos años en función de las

características de los consumidores. Los hogares de clase alta y media alta han contado con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tenían el consumo más reducido. Los hogares sin niños han consumido más cantidad de carne y productos cárnicos mientras que, por el contrario, la menor demanda se ha asociado a aquellos hogares en los que viven niños menores de 6 años. Si la persona encargada de hacer las compras no trabajaba, el consumo de carne era superior. En los hogares donde compraba una persona con más de 65 años, el consumo de carne era más elevado, mientras que la demanda más reducida se vinculaba a los hogares con personas de menos de 35 años. Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) contaban con mayor consumo per cápita de carne. Y, por tipología de hogares, se observaban desviaciones





Otra de las características que se ha venido observando durante estos 25 años en la demanda de carne es la estacionalidad del consumo.

positivas con respecto al consumo medio entre las parejas adultas sin hijos, los adultos independientes, los retirados y las parejas con hijos mayores.

Otra de las características que se ha venido observando durante estos 25 años en la demanda de carne es la estacionalidad del consumo. Enero y diciembre concentran la mayor demanda de carne (también están por encima de la media marzo, octubre y noviembre) mientras que el menor consumo se localiza en agosto (en el periodo comprendido entre abril y septiembre la demanda siempre es inferior a la media). Por tipo de carne, ha destacado que enero es el mes de mayor consumo de vacuno, pollo y cerdo mientras que, por otra parte, agosto resultaba ser el mes con una demanda más reducida en estos productos; para la carne

de ovino/caprino los picos se encuentran en diciembre y septiembre.

En cuanto al lugar de compra para la carne y los productos cárnicos, los hogares han ido trasladando gran parte de sus adquisiciones desde el comercio especializado hacia los establecimientos de libreservicio (puede matizarse, atendiendo a la tipología, que en la carne fresca el comercio especializado ha venido consiguiendo una mayor cuota de mercado).

Con el paso de los años, la carne de vacuno embarquetada se convierte en una alternativa al corte tradicional (sobre todo en los jóvenes). El lomo y el solomillo son las piezas preferidas y 1 de cada 5 consumidores demanda productos de casquería de vacuno. El vacuno aparece casi 8 veces al mes en la dieta de los españoles que, lejos de lo

que sucedía hace 25 años, cada vez manifiesta un mayor interés por la procedencia de la carne, evalúa etiquetados y valora la presencia de sellos de calidad. Internet es todavía rechazado como canal de compra de carne de vacuno. En la carne de porcino, se mantiene como variables fundamentales la calidad del producto y la confianza en el vendedor a la hora de comprar. La casquería de cerdo disminuye en su demanda y sólo 1 de cada 4 consumidores la adquiere. Por precios, el posicionamiento de la carne de cerdo supera al vacuno y al cordero. Si bien no se buscan certificaciones especiales en este tipo de carne, al consumidor le preocupa cada vez más la forma de crianza.

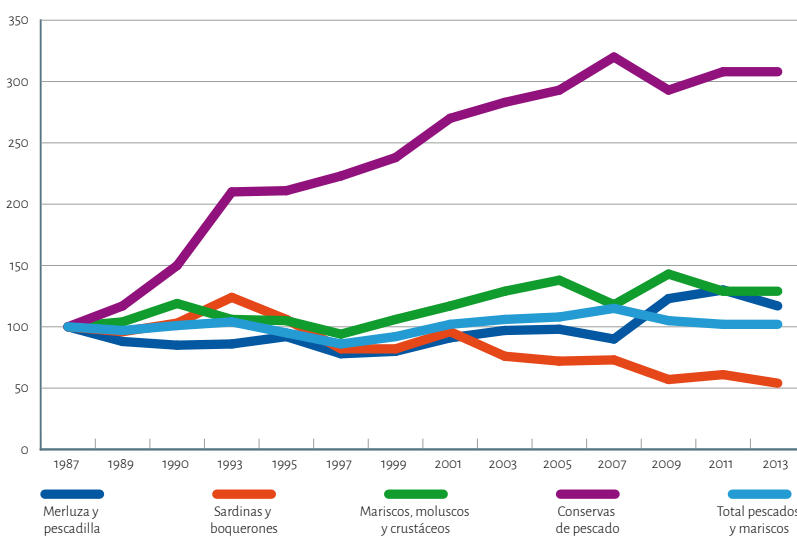
Pescados y mariscos

La familia de productos pesqueros ha ido ganando peso durante los últimos 25 años en la demanda alimentaria de los hogares españoles y recientemente ocupa un lugar significativo dentro del gasto dedicado a la compra de alimentos y bebidas. La preocupación por la salud



y la seguridad alimentaria, la configuración de los hogares o la reestructuración del gasto *hogar vs restauración* han sido algunas de las cuestiones sociales que han favorecido la generalización de la demanda del pescado y sus derivados dentro del sistema alimentario español.

Evolución del consumo de pescado (1987=100)



Consumo en hogares.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

En la evolución positiva del consumo de productos pesqueros destaca el fuerte incremento de la demanda fuera del hogar.

Destaca la estabilidad en la demanda de los consumidores en merluza y pescadilla. Por otra parte, la partida de mariscos, moluscos y crustáceos ha experimentado distintas oscilaciones mientras que se ha producido un notable incremento del consumo per cápita en las conservas de pescado. La partida de sardinas y boquerones desciende su demanda a partir, sobre todo, del año 2001.

En la evolución positiva del consumo de productos pesqueros destaca el fuerte incremento de la demanda fuera del hogar. Las subidas del consumo per cápita son generalizadas para casi todos los tipos de pescado (los incrementos más elevados se asocian a la demanda de conservas de pescado, mientras que las variaciones menos significativas corresponden a mariscos, moluscos y crustáceos y otros pescados).

La coyuntura económica negativa repercute en el consumo de pescado a partir del año 2007: mariscos y moluscos congelados minoran su peso en consumo (1,5 puntos) y en gasto (2,5 puntos) mientras que conservas de pescado y moluscos



aumentan su representatividad en consumo (1,5 puntos) y en gasto (casi 3,5 puntos).

En cuanto a la estacionalidad en la demanda, se han observado durante los últimos años patrones que apuntan a un mayor consumo en la temporada comprendida entre octubre y enero; el consumo más reducido de productos pesque-





ros se localiza-
ba en agosto. Por
variedades, la mayor
demanda de pescado
fresco se realiza en enero
y la menor en agosto. No obs-
tante, la mayor estacionalidad se
ha observado en mariscos, moluscos
y crustáceos que concentran, por las cele-
braciones navideñas, una parte notable de su
demanda en diciembre y enero.

Durante los últimos 25 años, y de manera muy
acentuada en los 10 últimos, se ha producido
un cambio radical en los canales de distribución
de los productos del mar que ha supuesto una
nueva interpretación de la comercialización de
pescado en el mercado español. El comercio es-
pecializado ha perdido participación en todos
los tipos de pescado mientras que los supermer-
cados, por el contrario, han experimentado un
avance significativo (se incrementa su cuota de
mercado en todas las familias de pescado inclui-
do el pescado fresco).

Entre los factores que han repercutido, aument-
ando o minorando, el consumo de pescado pue-
den citarse la condición económica, la presencia
de niños, la situación en el mercado laboral, la
edad, el número de miembros de la unidad fa-
miliar, el tamaño del municipio de residencia, la
tipología de hogar o la comunidad autónoma.
Por ejemplo, los hogares de clase alta y media
alta han contado con el consumo más elevado
de pescado mientras que los hogares de clase
baja han tenido la demanda más reducida (los

hogares
de clase alta y
media-alta han tenido una
demanda superior a la media especialmente en
lubina, rodaballo y salmón ahumado mientras
que, por el contrario, en los hogares de clase baja
se apreciaba un consumo superior en sardinas,
caballa fresca, mejillón congelado y pescado
salado). Los hogares sin niños han contado con
un consumo superior a la media, por ejemplo,
en merluza, boquerones frescos, caballa fres-
ca, mejillones o pescado salado. Si la persona
encargada de hacer la compra no trabajaba, el
consumo de productos de la pesca era superior
(sobresale, por ejemplo, la demanda de sardinas
y berberechos). En los hogares donde compraba
una persona con más de 65 años, el consumo de
productos de la pesca es más elevado, mientras
que la demanda más reducida se asociaba a los
hogares donde la compra la realizaba una per-
sona que tiene menos de 35 años (los mayores
de 65 años consumían más del doble en pesca-
dos como merluza y pescadilla fresca, sardinas,
rape, berberechos, mejillón y pescado salado).

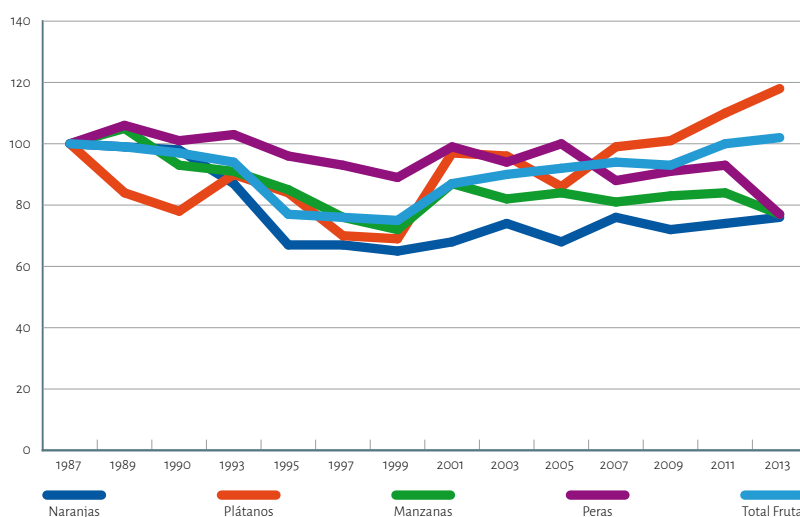


Frutas

El consumo de frutas frescas se ha convertido en una seña de identidad de la Dieta Mediterránea aunque, al mismo tiempo, la demanda de estos productos también está extendida a un gran número de países y, en consecuencia, parece claro que se trata de un conjunto de productos básicos dentro de la alimentación humana. La par-

tida de frutas frescas, a pesar del incremento de la calidad y variedad de los productos ofertados, muestra en el mercado español un cierto estancamiento en cuanto a las cifras de consumo per cápita durante los últimos 25 años, aunque en los más recientes se ha producido una recuperación puesto que en varios ejercicios de la década de los 90 la demanda per cápita había descendido notablemente.

Evolución del consumo de frutas (1987=100)



Consumo en hogares.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Con carácter general, la evolución de la demanda ha sido bastante pareja en las distintas variedades de frutas analizadas con descensos notables durante la década de los noventa que buscan un punto de recuperación durante los últimos años. Los niveles de consumo en 2013 son inferiores a los registrados en 1987 con las excepciones en plátanos y en total fruta (en este último caso, la evolución positiva es resultado del incremento en la variedad de frutas ofertadas durante las dos últimas décadas). De forma específica para el consumo realizado en el hogar, tras producirse descensos importantes entre 1993 y 1999, parece que se recuperan los niveles de 1987 durante los últimos años. La situación del consumo extradoméstico de frutas es distinta puesto que se advierte una cierta tendencia alcista a partir del año 1995.

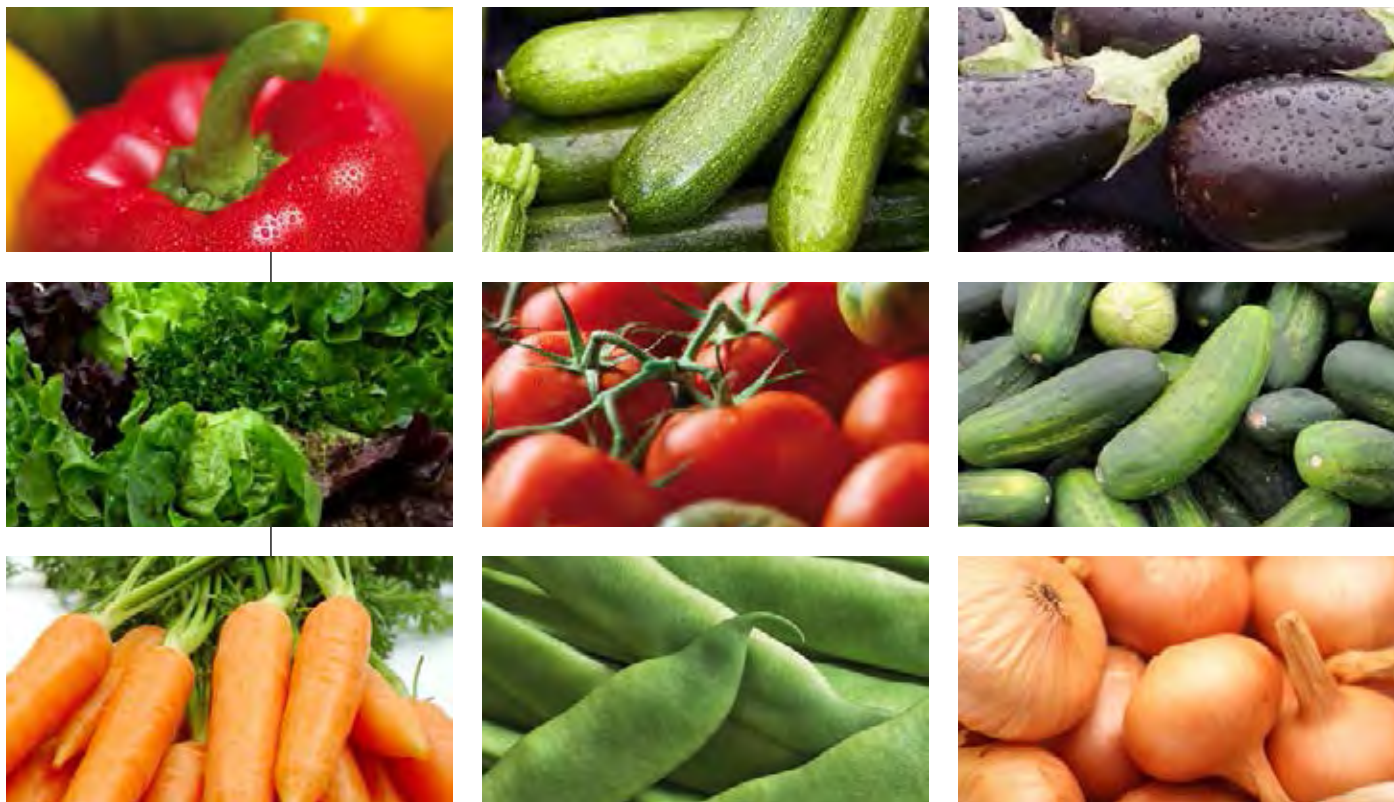
La estacionalidad se ha advertido como un fenómeno muy importante en la demanda de frutas frescas. Así pues, el consumo está por encima de la media mensual en el periodo comprendido entre junio y octubre (también aparece como excepción el mes de enero). Por productos, las naranjas y mandarinas concentran su demanda especialmente en enero. Además, melocotones (agosto), albaricoques (junio), fresas (abril), melones (agosto), sandías (julio), ciruelas (septiembre), cerezas (junio) y uvas (octubre) muestran una temporalidad muy significativa en su demanda que lleva a que en algunos meses concretos se supere holgadamente la media mensual.

En términos per cápita, el consumo de frutas frescas durante los últimos años ha presentado distintas particularidades. Los hogares de clase alta y media alta contaban con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tenían el consumo más reducido. Los hogares sin niños han consumido más cantidad de frutas frescas, mientras que los consumos más bajos se registraban en los hogares con niños menores de seis años. Si la persona encargada de hacer la compra no trabajaba, el consumo de frutas frescas era superior. En los hogares donde compraba una persona con más de 65 años, el consumo de frutas frescas era más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la

realizaba una persona que tiene menos de 35 años. Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes) contaban con mayor consumo per cápita de frutas frescas. Y, por tipología de hogares, se observaban desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirado, parejas adultas sin hijos y jóvenes independientes.

En cuanto al lugar de compra de frutas frescas, los hogares han recurrido tradicional y mayoritariamente a los establecimientos especializados. No obstante, los establecimientos de libre servicio, y fundamentalmente los supermercados, alcanzan en estos productos cuotas crecientes. Conviene no olvidar que durante estos 25 años en la comercialización de frutas frescas ha sido muy significativa la aportación que han realizado los mercadillos; además, el autoconsumo es otra vía a considerar en estos productos.



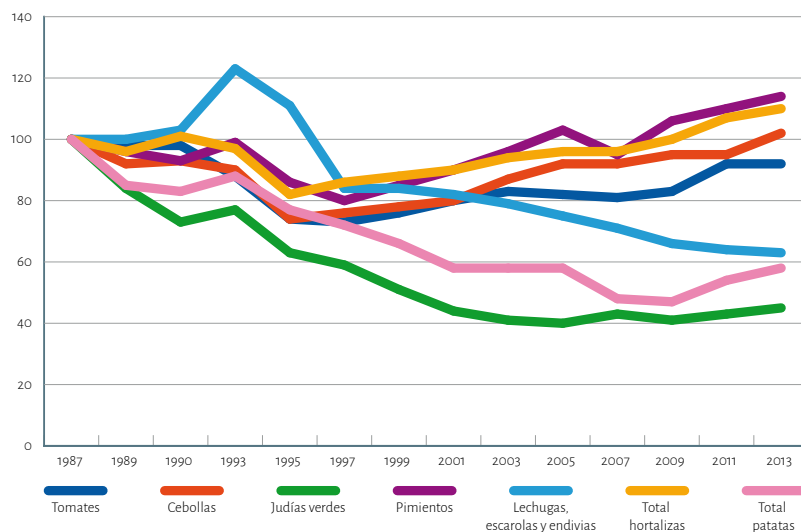


Hortalizas

Las hortalizas frescas ocupan un lugar significativo dentro de las demandas de los hogares

españoles aunque constituyen un grupo heterogéneo con más de 4.000 especies (frutos, flores, raíces, tubérculos, bulbos, tallos, brotes y hojas son consumidos).

Evolución del consumo de hortalizas (1987=100)



Consumo en hogares.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Con carácter general, ha venido destacando la preferencia de los consumidores españoles por determinados productos como, por ejemplo, los tomates, las cebollas y las lechugas, escarolas y endivias. En la evolución entre 1987 y 2013, se observa una recuperación en el consumo per cápita de las hortalizas a partir del año 2001 aunque la situación es dispar: aparece una demanda creciente, después de distintas oscilaciones, en patatas, cebollas y tomates; pero, por el contrario, judías verdes y lechugas, escarolas y endivias pierden consumo.

La notable variedad de hortalizas que se han ido introduciendo en el mercado español durante los últimos años hace que, a partir de 1997, se eleve significativamente la partida de *otras hortalizas*. Para la demanda extradoméstica, las oscilaciones han sido acusadas durante este periodo aunque, en términos generales, se atiende a subidas del consumo per cápita para todos los tipos de hortalizas (los incrementos más elevados se asocian a la demanda de pimientos, cebollas, tomates y lechugas, escarolas y endivias).

Las hortalizas frescas tienen un patrón de demanda temporal bastante similar a las frutas frescas que se traduce, por tanto, en consumo más elevado en verano (tomates y cebollas en julio; lechuga, escarola y endivia en junio; judías verdes en agosto; y, pimientos en septiembre). La demanda más reducida de estos productos se vincula al mes de diciembre (la excepción está en lechugas, escarolas y endivias que se produce durante el mes de febrero).

En términos per cápita, el consumo de hortalizas frescas también ha contado con distintas particularidades a lo largo de estos años. Los hogares de clase alta y media alta han tenido el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja y media baja han conseguido el consumo más reducido. Los hogares sin niños han consumido más cantidad de hortalizas frescas. Si la persona encargada de hacer la compra no trabajaba, el consumo de hortalizas frescas era superior. En los hogares donde compraba una persona con más de 65 años, el consumo de hortalizas frescas era más elevado, mientras que la demanda más reducida se asociaba a los ho-

gares donde la compra la realizaba una persona que tiene menos de 35 años. Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) contaban con mayor consumo per cápita de hortalizas frescas. Finalmente, se observaban desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos.

En cuanto al lugar de compra, como sucedía en el caso de las frutas frescas, los hogares han recurrido tradicional y mayoritariamente a los establecimientos especializados. No obstante, los establecimientos de libreservicio, y fundamentalmente los supermercados, han alcanzado en estos productos unas cuotas muy elevadas. Conviene no olvidar que durante estos 25 años en la comercialización de hortalizas frescas ha sido muy significativa la aportación de los mercadillos; la vía del autoconsumo también debe ser atendida.

Las hortalizas frescas tienen un patrón de demanda temporal bastante similar a las frutas frescas que se traduce, por tanto, en consumo más elevado en verano.

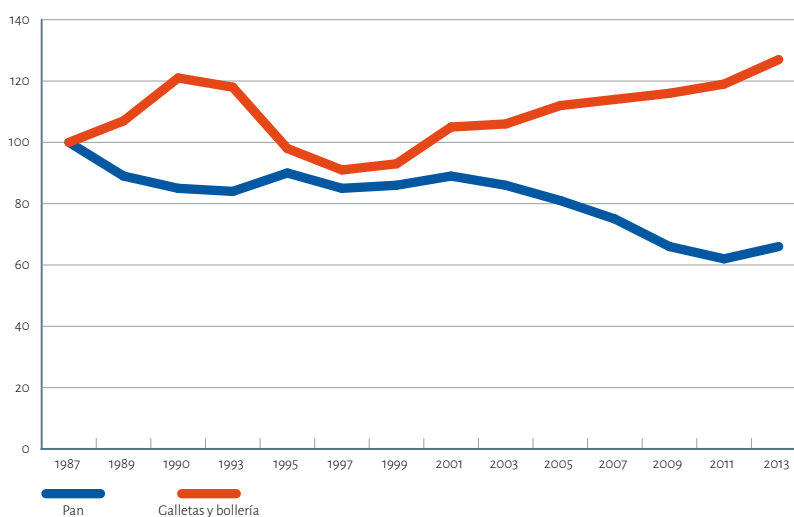




Pan, galletas, bollería y pastelería

Durante los últimos años se ha producido una proliferación de nuevas variedades en este conjunto de productos y, por tanto, la heterogeneidad es una nota característica en la oferta de pan, galletas, bollería y pastelería.

Evolución del consumo de pan y galletas, bollería y pastelería (1987=100)



Consumo en hogares.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

En el hogar, durante la primera parte del periodo analizado, se advierten oscilaciones en la de-

manda de distinto signo tanto en el pan como en las galletas, bollería y pastelería. A partir

del año 2000, la demanda de pan comienza a descender mientras que el consumo de galletas, bollería y pastelería se incrementa. Para la demanda extradoméstica, las oscilaciones también están presentes en las dos partidas durante los años noventa pero, a partir del año 2001, aumenta tanto el consumo de pan como la demanda de galletas, bollería y pastelería.

Una nota importante durante los últimos años ha sido la aparición de distintas variedades de pan y otros productos de panadería. Tendencias relacionadas con la salud (integral, funcional, sal, grasas, gluten), la conveniencia (envasado, precocinado, refrigerado), la sostenibilidad (orgánicos, sin aditivos), la diversidad étnica (heterogeneidad de cereales) o la sofisticación (diferenciación, valor añadido) han guiado las innovaciones en el mercado del pan. El pan se adquiere casi 20 veces al mes, se toma, por este orden, en comida, cena y desayuno. La cercanía al hogar o al trabajo y la confianza en el vendedor han determinado la elección del establecimiento de compra.

El consumo de pan ha contado con distintas particularidades en España durante estos últimos 25 años. Por ejemplo, ha estado condicionado por la edad del consumidor de tal manera que los más jóvenes cuentan con un consumo inferior a la media y los mayores estaban por encima. El consumo de pan decrece en los hogares que cuentan con mayor nivel de ingresos. La condición laboral del encargado de realizar las compras también resultaba determinante para el consumo per cápita de pan; en este caso, cuando la persona estaba activa existía una minoración del consumo per cápita con respecto a la media. Atendiendo a la configuración del hogar, la presencia de niños suponía un menor consumo per cápita de pan. La composición del hogar en cuanto al número de integrantes también repercute sobre la demanda de pan suponiendo un consumo per cápita mayor en los hogares unipersonales (a partir de 3 personas empezaba a contarse con una desviación negativa con respecto a la media). En función de la conformación de los hogares, se atiende a una amplia casuística en la demanda de pan. Con carácter general, los hogares de personas jubiladas cuentan con el consumo más significativo mientras que sucede lo contrario en las parejas con hijos pequeños.

En términos per cápita, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales se ha configurado bajo las siguientes directrices: los hogares de clase alta y media alta contaban con el consumo más elevado; los hogares sin niños consumían más cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales; si la persona encargada de hacer la compra no trabajaba, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales era superior; en los hogares donde compraba una persona con más de 65 años, el consumo era más elevado; los consumidores que residían en municipios con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes contaban con mayor consumo per cápita; finalmente, por tipología de hogares, se observaban desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos.

Los supermercados, a lo largo de los últimos 25 años, han ido incrementado su participación en la comercialización de pan, bollería y pastelería ganando cuota de mercado a los establecimientos especializados y, recientemente, a los hipermercados.

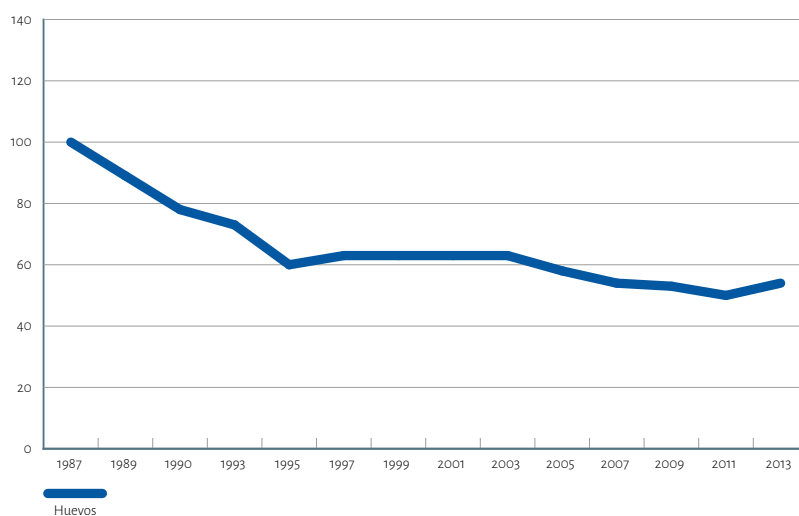


Huevos

La partida de huevos siempre ha estado en un lugar significativo dentro de las demandas de los hogares españoles aunque, con el paso de

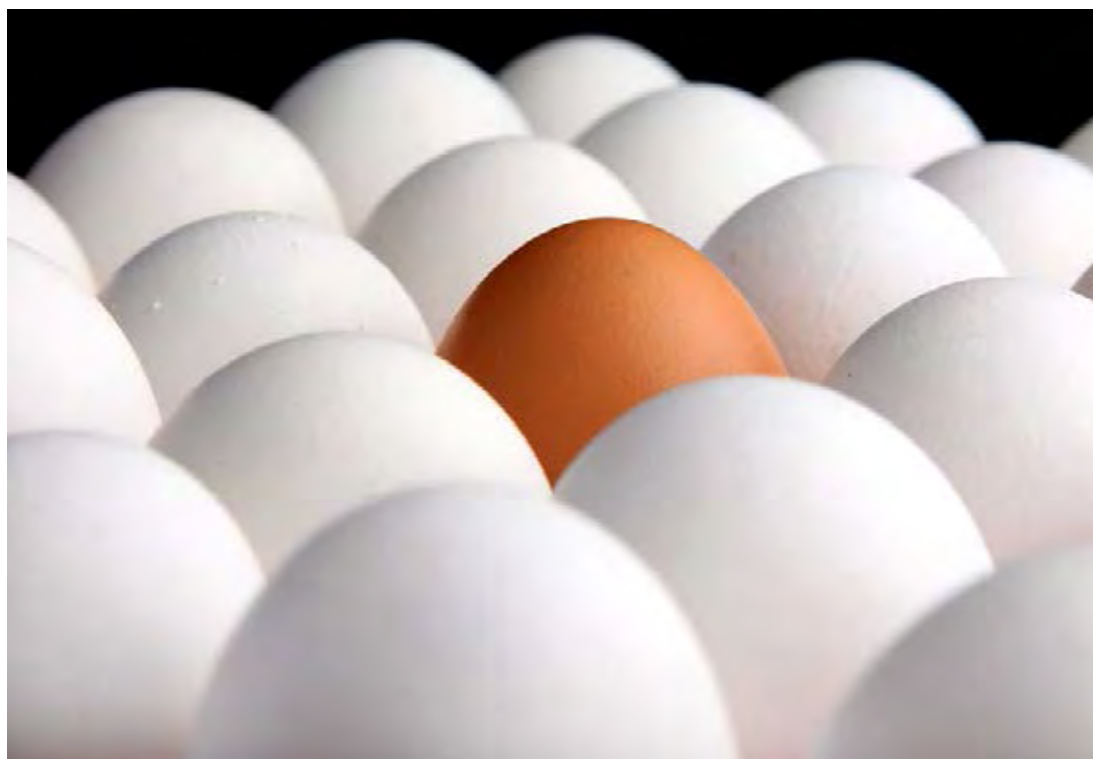
los años, se ha ido minorando su consumo. Los huevos son un producto que se utiliza como apoyo en la preparación de un gran número de platos y, por tanto, también ocupa un lugar importante en la cesta de la compra.

Evolución del consumo de huevos (1987=100)



Consumo en hogares.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



En términos per cápita, el consumo de huevos ha contado durante estos 25 años con algunas particularidades: los hogares de clase alta y media alta tenían el consumo más elevado; los hogares sin niños consumían más cantidad de huevos; si la persona encargada de hacer la compra no trabajaba, el consumo de huevos era superior; en los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de huevos era más elevado; los hogares formados por una persona mostraban los consumos más elevados de huevos, mientras que los índices eran más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar; los consumidores que residían en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) contaban con mayor consumo per cápita; y, por tipología de hogares, se observaban desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores.

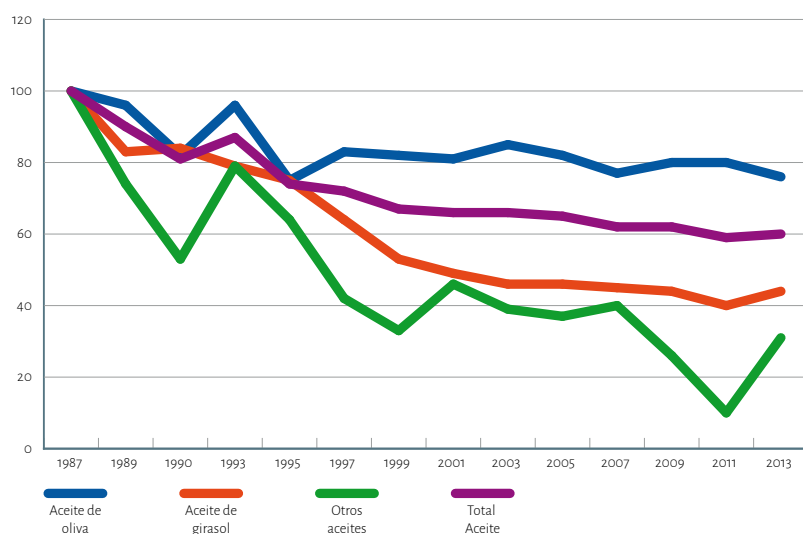
Los supermercados han ido incrementado su participación en la comercialización de huevos, ganando cuota de mercado a los establecimientos especializados.



Aceite

La asociación del aceite de oliva con la alimentación saludable y la difusión internacional de este mensaje han introducido un dinamismo considerable en el sector de los aceites y las grasas durante los últimos años. Al mismo tiempo, la hegemonía que ha mantenido el aceite de oliva en amplias zonas del arco mediterráneo ha tenido que convivir con las demandas de aceite de girasol, maíz, soja o semillas que se apoyaban en los precios más reducidos y en el incremento de la alimentación fuera del hogar.

Evolución del consumo de aceites (1987=100)



Consumo en hogares.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

El consumo per cápita de los distintos tipos de aceites ha venido experimentado un descenso durante las últimas dos décadas. En el hogar, se reduce con el paso de los años el consumo per cápita de todos los tipos de aceite -a partir del año 1993, el descenso se hace más acusado-. La menor reducción del consumo se ciñe al aceite de oliva puesto que el aceite de girasol y el resto de aceites cuentan con minoraciones notables en su consumo doméstico. Para la demanda extradoméstica, las subidas del consumo per cápita son generalizadas en todas las variedades de aceite. A pesar de los descensos experimentados en la primera parte de la década de los noventa, el punto de inflexión aparece en 1995 y los incrementos más elevados se asocian al aceite de girasol y al resto de aceites. No obstante, los efectos negativos sobre las actividades de restauración derivados de la crisis económica han afectado recientemente al consumo de este tipo de aceite.

Por otra parte, también hay que matizar que la evolución del consumo per cápita ha sido diferente en cada variedad de aceite de oliva. Por ejemplo, el consumo de aceite de oliva ecológico ha crecido; el aceite de oliva virgen ha experimentado un ascenso moderado; mientras, el aceite virgen extra mantiene una demanda estable.

De forma concreta para el aceite de oliva, el consumo presenta notables particularidades conforme a las características de los hogares. Entre los



factores que han repercutido entre 1987 y 2013, aumentando o minorando, el consumo de aceite de oliva pueden citarse la condición económica, la presencia de niños, la situación en el mercado laboral, la edad, el número de miembros de la unidad familiar, el tamaño del municipio de residencia, la tipología de hogar o la comunidad autónoma. Con carácter general, los hogares de clase alta y media alta han contado con el consumo más elevado de aceite de oliva mientras que los hogares de clase baja han tenido la demanda más reducida. Los hogares sin niños contaban con un consumo superior a la media en todos los tipos de aceite de oliva. Si la persona encargada de hacer la compra no trabajaba, el consumo de aceite de oliva era superior. En los hogares donde compraba una persona con más de 65 años, el consumo de aceite de oliva era más elevado; los menores de 35 años cuentan con desviaciones negativas especialmente significativas en aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra.

Los hogares formados por una persona mostraban los consumos más elevados de aceite de oliva. Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes han tenido un mayor consumo per cápita de aceite de oliva, mientras que los menores consumos se han localizado en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes. Por tipología de hogares, se observaban desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores y jóvenes independientes.



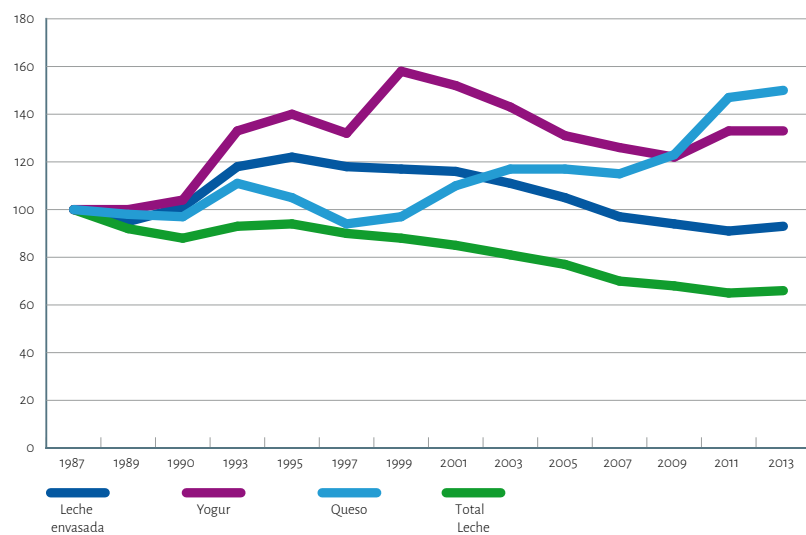


Leche y productos lácteos

La leche y los productos lácteos se configuran como una partida relevante en la demanda de los hogares españoles y su consumo está generalizado a la práctica totalidad de los consu-

midores. De forma global, se viene observando como la participación de esta partida es continua durante el periodo 1987-2013 aunque se advierte que se está produciendo un trasvase del consumo de leche hacia otros productos lácteos (queso o yogures, por ejemplo).

Evolución del consumo de leche y productos lácteos (1987=100)



Consumo en hogares.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



Con carácter general, la trayectoria del consumo en el hogar de leche y productos lácteos es descendente mientras que, por el contrario, la demanda fuera del hogar de leche crece.

En quesos, la enorme variedad existente hace que la demanda se fragmente y que los distintos tipos de queso cuenten con una participación diferente tanto en consumo como en gasto. En el conjunto del mercado se han advertido nuevas tendencias durante estos 25 años en el consumo de quesos tales como la demanda de productos lights y enriquecidos, la preferencia por queso en porciones o “mono-dosis” o la utilización de envases que mejoran la conservación del producto.

En términos per cápita, el consumo de leche ha presentado distintas particularidades durante los últimos años. Los hogares de clase alta y media alta han contado con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja han tenido el consumo más reducido. Los hogares sin niños han consumido más cantidad de leche, mientras que los consumos más bajos se registraban en los hogares con niños menores de seis años. Si la persona encargada de hacer la compra no trabajaba, el consumo de leche era superior. En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de leche era más

elevado, mientras que la demanda más reducida se asociaba a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años. Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de leche. Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos.

Para el caso particular de la demanda de quesos, el municipio de residencia se convierte en una variable fundamental con notables diferencias entre individuos que viven en un municipio con menos de 2.000 habitantes y los que residen en ciudades entre 100.000 y 500.000 habitantes. El consumo de queso también ha estado condicionado por la edad del consumidor de tal manera que los más jóvenes contaban con un consumo inferior a la media y los mayores estaban por encima. El consumo de queso decrecía en los hogares que contaban con menor nivel de ingresos; esto es, en los hogares de renta alta y media alta existía un consumo superior a la media nacional mientras que en los hogares de renta baja la diferencia es negativa. Sin embargo, la condición laboral del encargado de realizar las compras no resultaba determinante para el consumo per cápita de queso. Atendiendo a la configuración del hogar, la presencia de niños suponía un menor consumo per cápita de quesos y los hogares de adultos independientes cuentan con el consumo más significativo.

La distribución de la leche y los productos lácteos ha pasado desde los canales tradicionales hacia los formatos de libreservicio (supermercados e hipermercados) que se han apoyado en la utilización de la marca del distribuidor y, al mismo tiempo, han relegado a un segundo plano a las marcas de los fabricantes. En esta familia de productos, otro aspecto a considerar es que el consumidor español ha ido adquiriendo los productos a unos precios cada vez más reducidos. La notable presencia de la marca del distribuidor, la atomización del sector, la elevada competencia entre empresas españolas y la creciente importación han influido en la minoración de precios durante los últimos años.

La distribución de la leche y los productos lácteos ha pasado desde los canales tradicionales hacia los formatos de libreservicio.

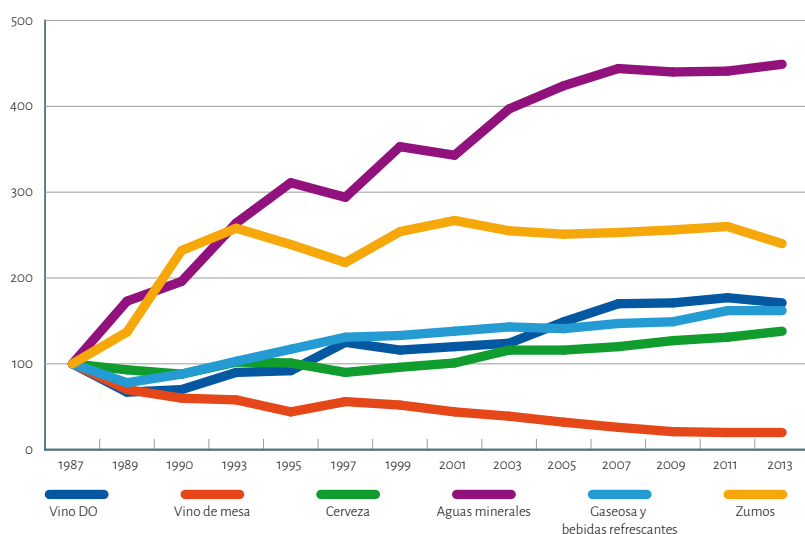
Bebidas

La partida de bebidas se ha caracterizado durante estos 25 años por una enorme heterogeneidad. Por un lado, el consumo de vino enlaza con la cultura gastronómica de España y con el paso de los años se ha convertido, sin lugar a dudas,

en la bebida más tradicional y con mayor arraigo en la dieta española. Por otra parte, el segmento variado de las bebidas analcohólicas ha estado compuesto tradicionalmente por agua mineral, gaseosa, refrescos, zumos y néctares. Al mismo tiempo, la cerveza se ha consolidado como una de las bebidas más demandadas por los consumidores españoles.

El consumo y el gasto en bebidas tienen una importancia notable en el segmento de la hostelería y la restauración.

Evolución del consumo de bebidas (1987=100)



Consumo en hogares.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



El consumo y el gasto en bebidas tienen una importancia notable en el segmento de la hostelería y la restauración frente al dedicado a la vertiente doméstica. En el hogar, se presenta un contexto generalizado de incrementos en el consumo per cápita de bebidas (conviene puntualizar que la demanda doméstica de agua mineral y zumo se ha elevado notablemente mientras que el vino de mesa ha perdido peso en el consumo de bebidas). Para la demanda extradoméstica, las subidas del consumo per cápita se asocian principalmente a los zumos, el agua mineral y el vino con denominación de origen; el resto de bebidas presentan bastante estabilidad en su consumo aunque también hay que tener presente los efectos de la coyuntura económica sobre el sector de la restauración.



vinos con Denominación de Origen, los espumosos y cavas y las bebidas espirituosas y, por el contrario, los meses de agosto y septiembre eran los que contaban con un consumo más reducido de estos productos; la cerveza encontraba su mayor consumo en el mes de julio y el menor en febrero; y, los vinos de mesa se caracterizaban por una mayor estabilidad y continuidad en su demanda sin grandes variaciones mensuales.

En la participación de las distintas bebidas en el consumo y en el gasto extra-doméstico, la cerveza han conseguido la mayor representatividad tanto en volumen como en gasto; el segundo lugar en importancia lo han ocupado las bebidas refrescantes con un peso bastante parejo tanto en consumo como en gasto; en el agua envasada se observaba un desequilibrio entre el consumo y el gasto derivado del menor precio relativo de este producto; el caso inverso se observa en las bebidas alcohólicas que tienen una participación reducida en volumen pero elevada en gasto; los vinos también cuentan con un desfase a favor del gasto frente al consumo; con porcentajes de participación bastante menores, tanto el zumo como la sidra tienen consumos y gastos parejos.

La estacionalidad ha sido una característica de la demanda de bebidas. En cuanto al consumo de bebidas analcohólicas (zumos y néctares, agua embotellada y refrescos y gaseosas) han contado con la mayor demanda en agosto y la más reducida en febrero. El consumo de bebidas alcohólicas ha tenido ciertas peculiaridades en la demanda mensual: destacaba el mayor consumo durante el mes de diciembre de los

Durante las últimas décadas el mercado del vino ha estado caracterizado por una notable inestabilidad derivada, entre otros aspectos, de los desajustes entre la oferta y la demanda, la significatividad de las ayudas inyectadas desde algunas instituciones, la fuerte competencia en los mercados internacionales o la preferencia de los consumidores por los vinos de calidad. En el mercado español, el consumo de vino ha ido minorándose de una forma progresiva. En un primer momento, se explica por un cambio en los hábitos de alimentación (menos comidas en casa, homogeneización de la alimentación rural y urbana, crecimiento de los servicios de restauración) pero, posteriormente, se ha producido un descenso en el consumo en los establecimientos de restauración debido a la entrada en vigor del carnet por puntos, las normas antitabaco, la subida de precios y, adicionalmente, el empeoramiento de la coyuntura económica.

La demanda de vino presenta notables particularidades conforme a las características de los hogares. Por ejemplo, los hogares de clase alta y media alta contaban con el consumo más elevado, los hogares sin niños también consumían más cantidad de vinos. Si la persona encargada

de hacer la compra no trabajaba, el consumo de vinos era superior. En los hogares donde compraba una persona con más de 65 años, el consumo de vinos era más elevado, mientras que la demanda más reducida se asociaba a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años. Los consumidores que residen en grandes ciudades (por encima de 500.000 habitantes) contaban con mayor consumo per cápita de vinos, mientras que los menores consumos tenía lugar en los núcleos de población con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes. Por tipología de hogares, se observaban desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores.

en autoservicio o con el asesoramiento de un especialista en nutrición, pero lo fundamental es que se consumirán naranjas en los hogares españoles.

La revisión del comercio durante estos 25 años sirve para tener en cuenta que no todo son establecimientos de libreservicio, ni técnicas complejas de merchandising, ni marca del distribuidor, ni estrategias de rentabilidad y eficiencia que busquen la fidelización del comprador. Existen otros modelos de distribución que van a perdurar durante los próximos años puesto que seguirán cubriendo las demandas de miles de consumidores menos sofisticados; la compra de alimentos y bebidas es simple, se trata de un proceso repetitivo en el que se intenta minimizar tiempo y, además, se buscan productos na-

La importancia de los productos frescos es pasado, presente y futuro en el mercado alimentario español.

De dónde venimos, hacia dónde vamos

Alimentación, canales comerciales, precios, promociones, desperdicio alimentario, relación entre los miembros de la cadena alimentaria o sector de la restauración, han sido temas recurrentes durante los últimos 25 años. La distribución comercial (o de forma más amplia el mercado de alimentación) resulta estratégico para cualquier economía; los trabajadores de este sector vertebran la sociedad y su papel de *punte* entre la producción y el consumo debe ser valorado correctamente. Algunos análisis simplifican la realidad olvidando que cerca de 46 millones de personas en España cubren sus demandas de alimentación y bebida todos los días de forma muy distinta.

La importancia de los productos frescos es pasado, presente y futuro en el mercado alimentario español; las cifras de consumo y de gasto lo manifiestan en el análisis de las principales familias de alimentación perecedera. Esto es, las naranjas podrán comprarse por internet, por unidades, a través de *vending*, peladas y refrigeradas, producidas con técnicas ecológicas, en un supermercado o en una tienda de conveniencia,





Durante estos años, las preocupaciones sociales han enlazado con el mercado alimentario en ámbitos de la sostenibilidad, el medio ambiente, la responsabilidad social corporativa, el desperdicio alimentario o el aprovechamiento de subproductos.

turales, poco procesados, cómodos, sencillos, fáciles, rápidos de preparar... Por tanto, parece que en los próximos años van a convivir modernos formatos de última generación con sencillos establecimientos de proximidad cubriendo las necesidades de una demanda que, en algunos casos, estará muy formada e informada pero, en otros, no lo será tanto.

Durante estos años, las preocupaciones sociales han enlazado con el mercado alimentario en ámbitos de la sostenibilidad, el medio ambiente (huella de carbono), la responsabilidad social corporativa, el desperdicio alimentario o el aprovechamiento de subproductos. El origen de los alimentos importa cada vez más, conocer la procedencia de los artículos que se adquieren y establecer una preferencia por lo cercano, lo conocido (identidad, cultura, tradición, autenticidad, trazabilidad).

El valor añadido de la cooperación llega a agricultores, productores y distribuidores: oferta de productos locales, venta de alimentos sostenibles, comercialización de alimentos y bebidas con calidad garantizada, sensibilidad por la minoración de desperdicios. Aquí, el canal comercial adquiere una *dimensión unitaria* entendida como *cadena de valor*: la diferenciación del *producto incrementado* precisa de las características propias del bien pero también de las utilidades de disposición añadidas por los intermediarios (ya sean mayoristas o minoristas).

Por su parte, ante el avance de los establecimientos de libreservicio en la distribución alimentaria, el comercio especializado responde para mantener una cuota de mercado que le permita ser una opción factible para los consumidores españoles. Los cambios vienen en horarios (amplitud y continuidad de la horas de apertura), oferta (nuevos mix de productos y servicios) o titularidad de los negocios (regentados por inmigrantes, por ejemplo), pero está claro que la situación de retroceso de los últimos años les obliga a replantearse las bases de su oferta; *el comercio especializado tiene que re-inventarse*.

Las expectativas en economía resultan muy importantes y el comportamiento de algunos agentes se basa en sus previsiones sobre el futuro. El sector de la restauración está muy vinculado con la confianza y las expectativas de los consumidores. Esto es, cuando las cosas van bien, las actividades de horeca crecen puesto que los individuos aumentan su demanda de alimentación fuera del hogar; por el contrario, cuando la coyuntura económica es negativa, se produce un retroceso inmediato de restaurantes, bares y cafeterías. Por tanto, la evolución futura de la restauración estará muy unida a la situación económica y a las expectativas de los consumidores.

Para finalizar, podemos sintetizar la evolución del sector alimentario durante los últimos 25 años en cinco grandes dicotomías:

Globalización versus Localización.

Los procesos de globalización no han sido lineales y, por tanto, han supuesto un aumento de la competencia en el mercado alimentario; las cadenas de distribución han conseguido implantaciones en muchos países y favorecido la mezcla de culturas y la homogeneización de las formas de alimentación. En estos momentos, ¿quién es capaz de diferenciar la nacionalidad de la línea aérea en la que viaja en función del menú ofrecido a los pasajeros? Por otra parte, cada vez han sido mayores los esfuerzos por ensalzar los alimentos locales basándose en la tradición y en su autenticidad —sirvan como claro ejemplo en España las denominaciones de origen—.

Complejidad versus Simplicidad.

La sofisticación y exclusividad en la oferta de alimentos y bebidas ha llegado hasta determinados establecimientos que se han dirigido hacia segmentos muy concretos de consumidores. Por el contrario, otros negocios de alimentación se han apoyado en la simplicidad de la oferta de alimentos. La trazabilidad, como herramienta de control y seguridad alimentaria, ha supervisado ambos posicionamientos bajo la idea de identificar el recorrido realizado por cada alimento desde su origen hasta la mesa del restaurante.

Convergencia versus Especialización.

Mientras que amplios colectivos de consumidores han convergido en sus hábitos alimentarios bajo el paraguas, por ejemplo, de la comida rápida o *fast food*, se observa como también se defiende la posibilidad de optar por la *comida lenta* (*slow food* en terminología anglosajona) que supone una especialización en productos selectos, predilección hacia la agricultura ecológica y alimentos y bebidas de calidad contrastada. La idea está clara: *somos lo que comemos*.

Individualización versus Colectividad.

Cada consumidor ha demandado soluciones individuales que cubran sus requerimientos alimentarios ajustándose a sus preferencias y restricciones aunque, por el contrario, ha crecido notablemente la atención a las demandas alimentarias de colectividades (catering, empresas, comedores escolares, centros de la tercera edad, hospitales, fuerzas armadas, ...). La población inmigrante, entendida como colectividad, también ha repercutido en el consumo de alimentación (halal o kosher, por ejemplo).





Premios “Alimentos de España” 1987 / 2012



PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1987

TRABAJOS ESCOLARES	
	PREMIO <i>Colegio público Font de la Pólvora, Gerona</i>

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	
Hostelería	PREMIO <i>Hotel Flamenco, Cala Millor (Mallorca)</i>
	ACCÉSIT <i>Hotel Maspalomas Oasis, Maspalomas (Gran Canaria)</i>
	ACCÉSIT <i>Cadena Hotelera Iberotel</i>
Restauración	PREMIO <i>Restaurante Solaire-2, Segovia</i>
	ACCÉSIT <i>Restaurante Café de Oriente, Madrid</i>
	ACCÉSIT <i>Restaurante Cenador del Prado, Madrid</i>

PRENSA	
Mejor labor continuada	PREMIO <i>Agencia Efe</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO <i>Manuel Hermógenes (Revista Tiempo)</i>

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1988

TRABAJOS ESCOLARES		
	PREMIO	<i>Colegio público Martín Porra, Bimenes (Asturias)</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio público Modesto Lafuente, Palencia</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio público Reyes Católicos, Turégano (Segovia)</i>

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN		
Hostelería	PREMIO	<i>Hotel Puente Romano, Marbella (Málaga)</i>
	ACCÉSIT	<i>Hotel Restaurante Virrey Palafox, Burgo de Osma (Soria)</i>
	ACCÉSIT	<i>Apartamentos Parque Mar, Cala d'Or (Mallorca)</i>
Restauración	PREMIO	<i>Restaurante Mesón Castellano, Soria</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante Duque Maestro Asador, Segovia</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante La Taberna del Alabardero, Marbella (Málaga)</i>

EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO		
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie mayor de 2.500 m ²	PREMIO	<i>Alcampo</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 3 ó más cajas	PREMIO	<i>Supermercados Claudio, A Coruña</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 1 ó 2 cajas o pago por el sistema tradicional	PREMIO	<i>Centro Comercial La Paz, Madrid</i>

PRENSA		
Mejor labor continuada	PREMIO	<i>Janine Moro Christol</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>Revista La Tienda</i>

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1989

TRABAJOS ESCOLARES		
	PREMIO	<i>Colegio público Jorge Manrique, Ciudad Real</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio Asunción de Ntra. Sra., Ribarroja del Turia (Valencia)</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio Cristo Rey, Alcalá la Real (Jaén)</i>
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN		
	PREMIO	<i>Cadena Green Hoteles</i>
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO		
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie mayor de 2.500 m ²	PREMIO	<i>Establecimientos Alfaro</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 3 ó más cajas	PREMIO	<i>Unión de Detallistas de Alimentación</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 1 ó 2 cajas o pago por el sistema tradicional	PREMIO	<i>Federación Nacional de Detallistas de Alimentación</i>
PRENSA		
Mejor labor continuada	PREMIO	<i>José Carlos Capel. Ángeles Arenillas Asíñ</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>Manuel Piedrahita. Ana Marín</i>

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1990

TRABAJOS ESCOLARES

	PREMIO	<i>Colegio público comarcal Jorge Manrique, Segura de la Sierra (Jaén)</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio público Cerbín, Campo (Huesca)</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio público Alfonso X El Sabio, Novelda (Alicante)</i>

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hostelería	PREMIO	<i>Hotel Restaurante Ampurdán, Figueres (Gerona)</i>
	ACCÉSIT	<i>Hotel Sol la Cañada, Horche (Guadalajara)</i>
Restauración	PREMIO	<i>Restaurante Zaldiarán, Vitoria (Alava)</i>

EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO

Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie mayor de 2.500 m ²	PREMIO	<i>Hispacoop</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 3 ó más cajas	PREMIO	<i>Supermercados Alonso Alarcón</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 1 ó 2 cajas o pago por el sistema tradicional	PREMIO	<i>Hijo de Desiderio Alonso, Briviesca (Burgos)</i>

PRENSA

Mejor labor continuada	PREMIO	<i>Revista Spain Gourmetour</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>Revista Natura</i>

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1991

TRABAJOS ESCOLARES		
	PREMIO	<i>Colegio público Gabriel y Galán, Villanueva del Campo (Zamora)</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio público Victor de la Serna, Estepona (Málaga)</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio público Alfonso X El Sabio, Novelda (Alicante)</i>
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN		
	PREMIO	<i>Asador Adolfo, Toledo</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante La Fragua, Valladolid</i>
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO		
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie mayor de 2.500 m ²	PREMIO	<i>Nuevo Híper, Las Rozas (Madrid)</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 3 ó más cajas	PREMIO	<i>Frutas y Verduras Emilio, Madrid</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 1 ó 2 cajas o pago por el sistema tradicional	PREMIO	<i>Frutería La Paloma, Madrid</i>
PRENSA		
Mejor labor continuada	PREMIO	<i>Concha García Campoy</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>Prudencio Medel</i>



El Ministro Pedro Solbes en la foto de familia de la entrega de los Premios Alimentos de España 1991.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1992

TRABAJOS ESCOLARES		
	PREMIO	<i>Colegio público Antonio de Nebrija, Villamartín (Cádiz)</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio público Alfonso X El Sabio, Novelda (Alicante)</i>
	ACCÉSIT	<i>Centro Educativo Aurelio Menéndez, San Antolín de Ibias (Asturias)</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio público Gabriel y Galán, Villanueva del Campo (Zamora)</i>
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN		
Hostelería	PREMIO	<i>Paradores de Turismo</i>
Restauración	PREMIO	<i>Restaurante El Olivo, Madrid</i>
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO		
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie mayor de 2.500 m ²	PREMIO	<i>Mercado La Boquería, Barcelona</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 3 ó más cajas	PREMIO	<i>Pastelerías Mallorca, Madrid</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 1 ó 2 cajas o pago por el sistema tradicional	PREMIO	<i>Comercio San Miguel, Madrid</i>
FOTOGRAFÍA		
	PREMIO	<i>Ricardo Santana</i>
	2º PREMIO	<i>Jorge Luis Ramos</i>
PRENSA		
Mejor labor continuada	PREMIO	<i>Nestor Luján</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>Karlos Arguiñano</i>



Acto de entrega de los Premios Alimentos de España 1992. Entre los galardonados en esa edición se incluyó a Karlos Arguiñano.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1993

TRABAJOS ESCOLARES		
	PREMIO	<i>Colegio San Rafael</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio Nuestra Señora del Carmen</i>
	ACCÉSIT	<i>Colegio público Rural Santa María de la Peña</i>
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN		
Hostelería	PREMIO	<i>Restaurante La Merced, Logroño (La Rioja)</i>
Restauración	ACCÉSIT	<i>Restaurante Casa Blasquico, Valle de hecho (Huesca)</i>
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO		
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie mayor de 2.500 m ²	PREMIO	<i>Mercado Central, Alicante</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 3 ó más cajas	PREMIO	<i>Comercial de Productos Zamoranos</i>
FOTOGRAFÍA		
	PREMIO	<i>José Luis Medina Díaz</i>
	ACCÉSIT	<i>Pedro A. García Ampudia</i>
PRENSA		
Mejor labor continuada	PREMIO	<i>Francisco Grande Covián</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>Manuel Vicent Recatalá</i>
	PREMIO	<i>M^a José Sevilla Salvador</i>



El Ministro Vicente Albero entregando el Premio Alimentos de España 1993 a Francisco Grande Covián.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1994

RESTAURACIÓN	
PREMIO	<i>Restaurante Cabo Mayor, Madrid</i>
ACCÉSIT	<i>Federación de Hostelería de Lleida</i>
ACCÉSIT	<i>Mesón El Porrón, Salamanca</i>
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO	
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie mayor de 2.500 m ²	PREMIO <i>Mercado de Abastos de Logroño</i>
Empresas de distribución y comercio alimentario con superficie menor de 2.500 m ² y 1 ó 2 cajas o pago por el sistema tradicional	PREMIO <i>La Vinoteca, Palma de Mallorca</i>
FOTOGRAFÍA	
PREMIO	<i>Juan Miguel Palacios Ruiz</i>
ACCÉSIT	<i>Fernando Moleres Álava</i>
PRENSA	
Mejor labor continuada	PREMIO <i>Manuel Vázquez Montalbán</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO <i>Joaquín Merino</i>
	ACCÉSIT <i>Gonzalo Casino Rubio</i>

Manuel Vázquez Montalbán y Joaquín Merino, entre los premiados en 1994.



PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1995

RESTAURACIÓN

Modalidad gastronómica	PREMIO	<i>Restaurante Lur Maitea, (Madrid)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante L'Estany, Amposta (Tarragona)</i>
Modalidad enológica	PREMIO	<i>Bodegas Campos, (Córdoba)</i>
Premio especial	PREMIO	<i>José Luis Ruiz Solaguren. Restaurante José Luis</i>

EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO

Mediana y gran superficie	PREMIO	<i>Continente</i>
Pequeña superficie y sistema de venta tradicional	PREMIO	<i>El Capricho de Mazaca, San Ildefonso (Segovia)</i>

FOTOGRAFÍA

	PREMIO	<i>Ricardo Arias Vázquez</i>
--	--------	------------------------------

PRENSA

Mejor labor continuada	PREMIO	<i>Javier Torres</i>
	ACCÉSIT	<i>Ángel de Uña y Villamediana</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>Gastronómika País Vasco</i>
	ACCÉSIT	<i>Jaime Ruiz de Infante Gómez</i>



Acto de entrega de los Premios Alimentos de España 1995.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1996

RESTAURACIÓN

Modalidad gastronómica	PREMIO	<i>Restaurante Martín Berasategui, Guipúzcoa</i>
Modalidad enológica	PREMIO	<i>Jaume Tapiés, Restaurante Celler d'en Jaume, La Seu de Urgell (Lérida)</i>

EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO

Mediana y gran superficie	PREMIO	<i>El Corte Inglés</i>
---------------------------	--------	------------------------

FOTOGRAFÍA

2º PREMIO	<i>Vicente Cañón Serrano</i>
2º PREMIO	<i>Concepción Lozano Ceniceros</i>

PRENSA

Mejor labor continuada	PREMIO	<i>Karlos Arguiñano</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>El Fogón de Onda Cero, de José Luis Barrena</i>

La Ministra Loyola de Palacio en el acto de entrega de los Premios Alimentos de España 1996.



PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1997

RESTAURACIÓN

Modalidad gastronómica	PREMIO	Juan María Arzak, Restaurante Arzak
Modalidad enológica	PREMIO	Custodio López Zamarra, Restaurante Zalacaín
Premio especial	PREMIO	Federación Nacional de Restaurantes, Cafeterías y Bares

EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO

Mediana y gran superficie	PREMIO	Mercadona
Pequeña superficie y sistema de venta tradicional	PREMIO	Patrimonio Comunal Olivarero

PRENSA

Mejor labor continuada	PREMIO	M ^a Jesús Gil de Antuñano
	ACCÉSIT	Sección Lagares y Fogones. Diario Lanza, Ciudad Real



Foto de familia de los Premios Alimentos de España 1997, con la Ministra Loyola de Palacio. Entre los premiados en esa edición, Juan María Arzak, María Jesús Gil de Antuñano y Custodio Zamarra.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1998

RESTAURACIÓN		
Modalidad gastronómica	PREMIO	<i>Red de Paradores de Turismo de España</i>
Modalidad enológica	PREMIO	<i>Restaurante La Taberna del Alabardero, Washington, (Estados Unidos)</i>
Premio especial	PREMIO	<i>Restaurante El Churrasco, Córdoba</i>
	PREMIO	<i>Restaurante Duque, Segovia</i>
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO		
Empresas agroalimentarias	PREMIO	<i>Compañía vitivinícola Aragonesa, Zaragoza</i>
	ACCÉSIT	<i>Cárnicas Serrano, Valencia</i>
Comercios agroalimentarios	PREMIO	<i>Asociación de Vendedores del Mercado Central de Valencia</i>
PRENSA		
Mejor labor continuada	PREMIO	<i>El Mundo Castilla y León, Valladolid</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>Ismael Díaz Yubero</i>

La Ministra Loyola de Palacio entrega el Premio Alimentos de España 1998 al Restaurante Duque de Segovia.



PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 1999

RESTAURACIÓN		
Mejor acción en establecimientos ubicados en España, para potenciar la utilización, presentación y buen uso de nuestros alimentos en la Gastronomía	PREMIO	<i>Restaurante Vivaldi, León</i>
	PREMIO ESPECIAL	<i>Grupo Paradís</i>
Mejor acción en establecimientos en cualquier país del mundo, para potenciar la utilización, presentación y buen uso de nuestros alimentos en la Gastronomía	PREMIO	<i>Restaurante San Valero, Francia</i>
Mejor acción en establecimientos de restauración en la presentación, selección, conservación y servicio de los vinos, que con una cualificada bodega fomenta el mejor y más completo conocimiento de nuestros vinos con DO	PREMIO	<i>Restaurante Atrio, Cáceres</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante El Candil, Salamanca</i>
EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
	PREMIO	<i>Consortio del Jamón Serrano Español</i>
	ACCÉSIT	<i>Granjas Cantos Blancos Sur</i>
PRENSA		
Mejor labor continuada	PREMIO	<i>Jaime Ruiz de Infante</i>
	ACCÉSIT	<i>Pablo Amate</i>
Mejor reportaje publicado	PREMIO	<i>María Zarzalejos Nieto</i>
	ACCÉSIT	<i>Koldo Royo Coloma</i>



El Ministro Jesús Posada en el acto de entrega de los Premios Alimentos de España 1999.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2000

RESTAURACIÓN		
Mejor establecimiento de restauración en España, que potencie la utilización, presentación y buen uso de nuestros alimentos en la gastronomía	PREMIO	<i>Restaurante Akelarre, San Sebastián</i>
Mejor establecimiento de restauración en cualquier país del mundo, que potencie la utilización, presentación y buen uso de nuestros alimentos en la gastronomía	PREMIO	<i>Restaurante Diego's, Florida, (Estados Unidos)</i>
Mejor establecimiento de restauración, en la presentación, selección, conservación y servicio de los vinos, que con una cualificada bodega fomente el mejor y más amplio conocimiento de nuestros vinos con DO	PREMIO	<i>La Finca del Hotel La Bobadilla, Loja (Granada)</i>
Mejor establecimiento de restauración, ubicado en el medio rural con población inferior a 10.000 habitantes, que potencie la utilización, presentación y buen uso de los productos alimentarios locales, regionales, contribuyendo al desarrollo de su ámbito geográfico	PREMIO	<i>Restaurante Casa Solla, San Salvador de Poio (Pontevedra)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante El Lagar de Milagros, Milagros (Burgos)</i>
EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
	PREMIO	<i>Pescaviar</i>
	ACCÉSIT	<i>Covap</i>
MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
Mejor labor informativa continuada a los alimentos de España	PREMIO	<i>Cristino Álvarez</i>
	ACCÉSIT	<i>Francisco Javier Pérez Andrés</i>
Mejor trabajo periodístico, monográfico o literario, publicado entre el 15/10/99 y el 14/10/00, sobre cualquier actividad productiva, comercial, de consumo, cultural o gastronómica con los alimentos de España	PREMIO	<i>Jesús Ávila Granados</i>
	ACCÉSIT	<i>Ángel Vico</i>

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2001

RESTAURACIÓN		
Mejor establecimiento de restauración ubicado en territorio nacional	PREMIO	<i>Restaurante La Venta del Sotón, Esquedas (Huesca)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante Nou Manolín, Alicante</i>
Mejor establecimiento de restauración ubicado en cualquier país del mundo	PREMIO	<i>Restaurante Costa Vasca, México, D.F.</i>
Mejor establecimiento ubicado en el medio rural	PREMIO	<i>La Venta del Jamón, Pruvia-Llanera (Asturias)</i>
FOTOGRAFÍA		
	PREMIO	<i>El azúcar: Tradición y Modernidad, de Pascuale Caprile</i>
MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
Mejor labor informativa continuada	PREMIO	<i>La Gaceta Rural</i>
	ACCÉSIT	<i>Manuel Luis Casalderrey García</i>
Mejor trabajo periodístico	PREMIO	<i>Eumedia</i>
	ACCÉSIT	<i>Jesús Ávila Granados</i>



Acto de entrega de los Premios Alimentos de España 2001. Jaime Lamo de Espinosa recibe el premio a Eumedia por el mejor trabajo periodístico.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2002

RESTAURACIÓN		
Mejor establecimiento de restauración ubicado en territorio nacional	PREMIO	<i>Restaurante Koldo Royo, Palma de Mallorca</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante Ruta del Veleta, Cenes de la Vega (Granada)</i>
Mejor establecimiento de restauración ubicado en cualquier país del mundo	ACCÉSIT	<i>Restaurante El Quijote, New York (Estados Unidos)</i>
Mejor establecimiento de restauración en España, que potencie la utilización, presentación, selección, conservación y servicio de los vinos, que con una cualificada carta y bodega fomente el mejor y más amplio conocimiento de los vinos españoles con DO	PREMIO	<i>Restaurante El Bohío, Illescas (Toledo)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante Hostería Palacete de la Seda, Santa Cruz (Murcia)</i>
Mejor establecimiento ubicado en el medio rural	PREMIO	<i>Restaurante Casa Gerardo, Prendes (Asturias)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante La Era, Yaiza (Lanzarote)</i>
PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA		
Mejor acción promocional en el territorio español	PREMIO	<i>Campaña Plátano de Canarias ejecutada por AGR Agrupación Empresarial de la Comunicación</i>
	ACCÉSIT	<i>Campaña La Semana del Gusto, presentada por el Instituto de Estudios Documentales del Azúcar y la Remolacha (IEDAR)</i>

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Mejor labor informativa continuada	PREMIO	<i>Joaquín Muñoz Coronel</i>
	ACCÉSIT	<i>Foro Noticias</i>
Mejor trabajo periodístico	PREMIO	<i>Publicación España, Huerta de Europa</i>
	ACCÉSIT	<i>Página web www.productosdearagon.com auspiciada por Caja Inmaculada</i>
Mejor reportaje fotográfico Alimentos de España	PREMIO	<i>Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos, por el reportaje fotográfico Las fotos del Huevo</i>



Foto de familia del Ministro Miguel Arias Cañete con los galardonados con los Premios Alimentos de España 2002.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2003

RESTAURACIÓN		
Mejor establecimiento de restauración ubicado en territorio nacional	PREMIO	<i>Restaurante Coque, Humanes (Madrid)</i>
Mejor establecimiento de restauración ubicado en cualquier país del mundo	PREMIO	<i>Restaurante Cambio de Tercio, Londres (Reino Unido)</i>
Mejor establecimiento de restauración en España, que potencie la utilización, presentación, selección, conservación y servicio de los vinos, que con una cualificada carta y bodega fomente el mejor y más amplio conocimiento de los vinos españoles con DO	PREMIO	<i>Restaurante El Candil, Salamanca</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante El Velero, Sitges (Barcelona)</i>
Mejor establecimiento ubicado en el medio rural	PREMIO	<i>Restaurante El Yugo de Castilla, Boecillo (Valladolid)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante Posada del Rincón, Guadalupe (Cáceres)</i>
PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA		
Mejor acción promocional en el territorio español	PREMIO	<i>J. García Carrión</i>
	ACCÉSIT	<i>Campaña El Mes del Congelado, presentada por la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC)</i>
Mejor acción promocional en cualquier país del mundo	PREMIO	<i>Presencia en la Exposición Internacional de jardinería celebrada en Rostock (Alemania) del 26 de abril al 12 de octubre de la Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales</i>

MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
Mejor labor informativa continuada	PREMIO	<i>Gonzalo Alfonso Sol de Liaño</i>
	ACCÉSIT	<i>Miquel Àngel Almodóvar Martín</i>
Mejor trabajo periodístico	PREMIO	<i>Crónicas, de los servicios informativos de TVE, dirigido por Inmaculada Franco</i>
	ACCÉSIT	<i>Suplemento Vinos de Rioja, editado junto al Diario La Rioja</i>
Mejor reportaje fotográfico Alimentos de España	ACCÉSIT	<i>Gastromedia</i>

El Ministro Miguel Arias Cañete entrega el Premio Alimentos de España 2003 Mario Sandoval, del Restaurante Coque, de Humanes (Madrid).



PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2004

RESTAURACIÓN		
Mejor establecimiento de restauración ubicado en territorio nacional	PREMIO	<i>Restaurante El Callejón, Albacete</i>
Mejor establecimiento de restauración ubicado en cualquier país del mundo	PREMIO	<i>Restaurante L'Albufera ubicado en el Hotel Melia White House, Londres (Reino Unido)</i>
Mejor establecimiento de restauración en España, que potencie la utilización, presentación, selección, conservación y servicio de los vinos, que con de una cualificada carta y bodega fomente el mejor y más amplio conocimiento de los vinos españoles con DO	PREMIO	<i>Restaurante Casa Montaña, Valencia</i>
Mejor establecimiento ubicado en el medio rural	PREMIO	<i>Restaurante L'Aliança d'Anglès, Anglès (Girona)</i>
PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA		
Mejor acción promocional en el territorio español	PREMIO	<i>Consejo Regulador de la Denominación de Origen Ribera de Duero</i>
	ACCÉSIT	<i>Campaña El Sabor de las Islas Baleares presentada por los Serveis de Millora Agrària</i>
Mejor acción promocional en cualquier país del mundo	PREMIO	<i>Osborne Distribuidora</i>
	ACCÉSIT	<i>Aceitunas Torrent, Aguilar (Córdoba)</i>
MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
Mejor labor informativa continuada	PREMIO	<i>Canal Cocina</i>
	ACCÉSIT	<i>Ángel Fálder Rivero</i>
Mejor trabajo periodístico relativo a la Agricultura Ecológica	PREMIO	<i>Juana Labrador Moreno</i>



La Ministra Elena Espinosa con los galardonados con los Premios Alimentos de España 2004.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2005

RESTAURACIÓN		
Mejor establecimiento de restauración ubicado en territorio nacional	PREMIO	<i>Restaurante La Ruta del Veleta, Cenes de Vega (Granada)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante El Legado de Castilla y León, Pozuelo de Alarcón (Madrid)</i>
Mejor establecimiento de restauración en España, que potencie la utilización, presentación, selección, conservación y servicio de los vinos, que con de una cualificada carta y bodega fomente el mejor y más amplio conocimiento de los vinos españoles con DO	PREMIO	<i>Restaurante Abetur, Nigrán (Pontevedra)</i>
Mejor establecimiento ubicado en el medio rural	PREMIO	<i>Restaurante Virrey Palafox, El Burgo de Osma (Soria)</i>
PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA		
Mejor acción promocional en el territorio español	PREMIO	<i>Campaña Cinco al Día, presentada por la Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas</i>
	ACCÉSIT	<i>Campaña presentada por Aceites de Sur-Coosur, Vilches (Jaén)</i>
Mejor acción promocional en cualquier país del mundo	PREMIO	<i>Foro de Debate</i>
MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
Mejor labor informativa continuada	PREMIO ESPECIAL	<i>John Radford</i>
	PREMIO	<i>Miguel Vila Pernas</i>
	ACCÉSIT	<i>Aragonesa de Imagen y Comunicación (ADICO)</i>
Mejor trabajo periodístico	ACCÉSIT	<i>Mateo Blay Berto</i>
Mejor reportaje fotográfico relacionado con los Alimentos de España	ACCÉSIT	<i>Félix Soriano Escribano</i>
Mejor trabajo periodístico relativo a la Agricultura Ecológica	PREMIO	<i>Asociación Comité Andaluz de Agricultura Ecológica</i>



Foto de familia en el acto de entrega de los Premios Alimentos de España 2005.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2006

RESTAURACIÓN		
Mejor establecimiento de restauración ubicado en territorio nacional	PREMIO	<i>Restaurante Casa Robles, Sevilla</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante El Mesón de Fuencarral, Madrid</i>
Mejor establecimiento de restauración ubicado en cualquier país del mundo	PREMIO	<i>Comercial Ruibayat Ltda., São Paulo (Brasil)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante Tierra de Vinos, Méjico D.F.</i>
Carta de vinos	PREMIO	<i>Restaurante Coque, Humanes de Madrid (Madrid)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante Venta Moncalvillo, Daroca (La Rioja)</i>
Mejor establecimiento ubicado en el medio rural	PREMIO	<i>Hostal Restaurante Pepe II, Granja de Iniesta (Cuenca)</i>
	ACCÉSIT	<i>Restaurante A Casa dos Martínez, Padrón (A Coruña)</i>
DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO ALIMENTARIO		
Establecimiento en territorio español	PREMIO	<i>Raza Nostra, Madrid</i>
	ACCÉSIT	<i>Poncelet Alimentación, Madrid</i>
Canales de comercialización innovadores	PREMIO	<i>Asociación de Comerciantes Mercat Onze de Setembre, Barberà del Vallès (Barcelona)</i>
PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA		
Mejor acción promocional en el territorio español	PREMIO	<i>Campaña de Promoción e Imagen, del C.R. DO La Mancha</i>
	ACCÉSIT	<i>Campaña El disfrute se prolonga en casa, del C.R. DOC Rioja</i>
Mejor acción promocional de producción ecológica	PREMIO	<i>El Corte Inglés</i>
	ACCÉSIT	<i>Chocolates Orgánico, Alcalá de Henares (Madrid)</i>
MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
Mejor labor informativa continuada	PREMIO ESPECIAL	<i>Simone Ortega</i>
	PREMIO	<i>Revista Origen de Eumedia</i>
	ACCÉSIT	<i>Programa Vamos a cocinar con José Andrés, TVE</i>
Mejor trabajo periodístico	PREMIO	<i>Publicación Spain Gourmetour del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)</i>
	ACCÉSIT	<i>Programa A pie de campo dirigido por Jorge Jaramillo Sánchez, Radio Autonómica de Castilla-La Mancha</i>
Mejor trabajo periodístico sobre producción ecológica	PREMIO	<i>Suplemento Noticias del Campo, Consejo de la Producción Agraria Ecológica de Navarra</i>
	ACCÉSIT	<i>Programa Dieta Mediterránea, TVE</i>

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2008

PREMIO EXTRAORDINARIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2008

PREMIO *Escuela Superior de Hostelería y Turismo de Madrid*

PRODUCCIÓN AGRARIA

PREMIO *Lácteos Belate, Etxeberri-Arakil (Navarra)*

INDUSTRIA ALIMENTARIA

PREMIO *Grupo Leche Pascual*

DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO ALIMENTARIO

PREMIO *Centros Comerciales Carrefour*

RESTAURACIÓN

PREMIO *Restaurante La Máquina, Madrid*

PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

PREMIO *Quesos Artesanos de Letur, Letur (Albacete)*

JOVEN EMPRESARIADO EX AEQUO

PREMIO *Alfonso Jiménez Rodríguez-Vila, Industria Gastronómica Cascajares, Dueñas (Palencia)*

PREMIO *Eladio Rigueira Sobrado, Quesería Casa Macán, Taboada (Lugo)*

MUJER EMPRENDEDORA

PREMIO *Silvia Rúa Ayllón, Eco Alternativa, Madrid*

SECTOR CONSUMIDOR

PREMIO *Asociación Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CAAE)*

COMUNICACIÓN

PREMIO *Programa España Directo y Agrosfera, Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española*

MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA CAMPAÑA 2007-8

PREMIO *Aceite de Oliva Virgen Extra de Producción Ecológica Soc. Cooperativa Andaluza Almazaras de la Subbética, Carcabuey (Córdoba)*

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2009

PREMIO EXTRAORDINARIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2009	
PREMIO	<i>Sociedad Cooperativa Andaluza Ganadera del Valle de los Pedroches (COVAP), Pozoblanco (Córdoba)</i>
PRODUCCIÓN AGRARIA	
PREMIO	<i>Castillo de Canena Olive Juice, Canena (Jaén)</i>
INDUSTRIA ALIMENTARIA	
PREMIO	<i>Galletas Gullón, Aguilar de Campoo (Palencia)</i>
DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO ALIMENTARIO	
PREMIO	<i>Eroski</i>
RESTAURACIÓN	
PREMIO	<i>Grupo de Restauración Ramiro's, Valladolid</i>
PRODUCCIÓN ECOLÓGICA	
PREMIO	<i>Coato, Sociedad Cooperativa, Totana (Murcia)</i>
JOVEN EMPRESARIADO	
PREMIO	<i>Fundadores de Suc de Lluna, Alboraya (Valencia)</i>
MUJER EMPRENDEDORA	
PREMIO	<i>Juana García Sánchez, Industrias Lácteas Cerrón, Fuente Álamo (Albacete)</i>
SECTOR CONSUMIDOR	
PREMIO	<i>IGP Ternera de Navarra, Villava (Navarra)</i>
COMUNICACIÓN	
PREMIO	<i>Grupo Promotor Salmantino</i>
MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA CAMPAÑA 2008-9	
PREMIO	<i>Calgón 99, Villanueva de la Reina (Jaén)</i>
MEJOR QUESO DEL AÑO 2009	
PREMIO	<i>Quesería Catadoiro, Vilalba (Lugo)</i>



La Ministra Rosa Aguilar junto a los galardonados con los Premios Alimentos de España 2009. En esa edición, se entregó un Premio Extraordinario a la cooperativa COVAP.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2010

PREMIO EXTRAORDINARIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2010	
	PREMIO <i>Grupo AN-AN, Sociedad Cooperativa, Tajonar (Navarra)</i>
PRODUCCIÓN AGRARIA	
	PREMIO <i>Embotits Salgot, Aiguafreda (Barcelona)</i>
INDUSTRIA ALIMENTARIA	
	PREMIO <i>Aceites del Sur Coosur, Vilches (Sevilla)</i>
DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO ALIMENTARIO	
	PREMIO <i>Gold Gourmet, Madrid</i>
RESTAURACIÓN	
	PREMIO <i>Terraza Carmona, Almería</i>
PRODUCCIÓN ECOLÓGICA	
	PREMIO <i>Albet y Noya, Sant Pau d'Ordal (Barcelona)</i>
JOVEN EMPRESARIADO	
	PREMIO <i>Jesús Ángel Blanco Fonseca y María Hernández Hernández, Soleae, Herguijuela de la Sierra (Salamanca)</i>
MUJER EMPRENDEDORA	
	PREMIO <i>Imelda Ribón, Viñedos y Bodegas Ribón, Quintanilla de Onésimo (Valladolid)</i>
SECTOR CONSUMIDOR	
	PREMIO <i>Instituto de Estudios del Huevo, Madrid</i>
COMUNICACIÓN	
	PREMIO <i>Programa Un país para comérselo, de TVE</i>
MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA CAMPAÑA 2010-11	
	PREMIO <i>Almazaras de la Subbética, Carcabuey (Córdoba)</i>



La Ministra Rosa Aguilar entrega el Premio Alimentos de España 2010 a Juan Echanove por el programa *Un país para comérselo*, de TVE.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2011

PREMIO EXTRAORDINARIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2011	
PREMIO	<i>Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB)</i>
PRODUCCIÓN AGRARIA	
PREMIO	<i>Alimer, Alimentos del Mediterráneo, Murcia</i>
INDUSTRIA ALIMENTARIA	
PREMIO	<i>Bodega Matarromera, Valbuena de Duero (Valladolid)</i>
DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO ALIMENTARIO	
PREMIO	<i>Granxa Familiar.com, Santiago de Compostela (A Coruña)</i>
RESTAURACIÓN	
PREMIO	<i>Poncelet Alimentación, Cheese Bar, Madrid</i>
PRODUCCIÓN ECOLÓGICA	
PREMIO	<i>Naturix Acuiculture, Valderrebollo (Guadalajara)</i>
JOVEN EMPRESARIADO	
PREMIO	<i>David Ramos Truchero, Morcillas de Villada, Villada (Palencia)</i>
MUJER EMPRENDEDORA	
PREMIO	<i>María Mercedes Guerreiro Segade, Productos Ecológicos Granxa Maruxa, Monterroso (Lugo)</i>
PROMOCIÓN ALIMENTARIA	
PREMIO	<i>Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescados y Mariscos - Centro Tecnológico Nacional de Conservación de Productos de Pesca (ANFACO-CECOPESCA) Vigo (Pontevedra)</i>

COMUNICACIÓN

PREMIO *Programa La mañana de la 1: saber vivir y cocinar, de TVE*

DIETA MEDITERRÁNEA

PREMIO *Fundación Dieta Mediterránea, Barcelona*

MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA CAMPAÑA 2011-12

PREMIO *Hacienda Queiles, Tudela (Navarra)*

MEJOR QUESO DEL AÑO 2011

PREMIO *Suerte Ampanera, Colmenar Viejo (Madrid)*



El Ministro Miguel Arias Cañete junto a los galardonados con los Premios Alimentos de España 2011, incluido el Premio Extraordinario a la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA | AÑO 2012

PREMIO EXTRAORDINARIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2012PREMIO *José Andrés***INDUSTRIA ALIMENTARIA**PREMIO *Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer, L'Alcudia (Valencia)***RESTAURACIÓN**PREMIO *Restaurante La Bola, Madrid***PRODUCCIÓN ECOLÓGICA**PREMIO *Rafael Alonso Aguilera, Tabernas (Almería)***COMUNICACIÓN**PREMIO *Revista Sobremesa, de Ediciones de Gastronomía*PREMIO *Programa EL Campo, de Castilla-La Mancha TV***INTERNACIONALIZACIÓN ALIMENTARIA**PREMIO *Castillo de Canena Olive Juice, Canena (Jaén).***MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA CAMPAÑA 2012-13**PREMIO *Finca La Reja, Bobadilla-Antequera (Málaga)*



Acto de entrega de los Premios Alimentos de España 2012, coincidiendo con su XXV aniversario. En esta edición, el Premio Extraordinario fue para el cocinero José Andrés.

Alimentos de España

**25 AÑOS
PREMIANDO
CALIDAD**



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE



9 788449 114090

Centro de publicaciones
Paseo de la Infanta Isabel, 1
28014 Madrid

