

MORROFINO

Restaurantes de Buena Mesa España

NOVIEMBRE 2023

ANNE IGARTIBURU
MÁS ALLÁ DE LA PANTALLA
DELIVERY

GASTRONOMÍA A DOMICILIO
HARINA

RECETAS DE BUENA MESA
BUENA MESA

GUÍA DE RESTAURANTES
**ROMERO, ANSÓN,
ROCA, PAGÁN,
MORILLO,
&+**

ANNE IGARTIBURU

BEYOND THE SCREEN
DELIVERY

GASTRONOMY AT HOME
FLOUR

BUENA MESA RECIPES
BUENA MESA

RESTAURANTS GUIDE
**ROMERO, ANSÓN,
ROCA, PAGÁN,
MORILLO,
&+**



EDITORIAL



Querido MORROFINO:

Es un honor dirigirme a vosotros en vísperas de la inminente campaña de comidas y cenas de empresa, un momento crucial para nuestros establecimientos que nos desafía a ofrecer experiencias gastronómicas excepcionales. Este periodo no solo representa una oportunidad para deleitar a nuestros comensales con exquisitos platos, sino también para mostrar la dedicación y profesionalidad que caracteriza a nuestra Asociación.

Este año hemos llevado a cabo grandes logros, pero también nos enfrentamos a retos importantes que no podemos pasar por alto. En el próximo año, debemos fortalecer nuestra posición como defensores de la sostenibilidad. Desde la elección consciente de ingredientes saludables hasta la implementación de prácticas de gestión de residuos más y más eficientes.

Debemos liderar el cambio hacia una industria más respetuosa con el medio ambiente. Es un compromiso que no solo responde a la demanda de nuestros comensales, sino que también contribuye a la construcción de una reputación sólida para nuestros establecimientos de referencia.

Asimismo, reitero la importancia de mantener y mejorar continuamente la excelencia en el trato al cliente. No me canso de recordar que nuestro éxito radica en la experiencia que ofrecemos, y cada interacción cuenta.

La dedicación a la satisfacción del cliente no solo construye lealtad, sino que también asegura el prestigio de nuestros Restaurantes.

En el próximo año, nos aguardan nuevos desafíos que abordaremos con unidad. Quiero expresar mi sincero agradecimiento por el compromiso y la valiosa contribución de cada uno de vosotros.

Adolfo Muñoz
Presidente de la Asociación de Restaurantes
de Buena Mesa España

EDITORIAL



Buena Mesa España
ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES

Dear MORROFINO:

It is an honor to address you on the eve of the imminent company lunch and dinner campaign, a crucial moment for our establishments that challenges us to offer exceptional gastronomic experiences. This period not only represents an opportunity to delight our guests with exquisite dishes, but also to show the dedication and professionalism that characterizes our Association.

This year we have made great achievements, but we also face important challenges that we cannot ignore. In the coming year, we must strengthen our position as champions of sustainability. From consciously choosing healthy ingredients to implementing more and more efficient waste management practices.

We must lead the change towards a more environmentally friendly industry. It is a commitment that not only responds to the demand of our diners, but also contributes to building a solid reputation for our reference establishments.

Likewise, I reiterate the importance of maintaining and continually improving excellence in customer service. I never tire of remembering that our success lies in the experience we offer, and every interaction counts.

Dedication to customer satisfaction not only builds loyalty, but also ensures the prestige of our Restaurants.

In the coming year, new challenges await us that we will address with unity. I want to express my sincere gratitude for the commitment and valuable contribution of each of you.

Adolfo Muñoz
*President of Restaurantes
de Buena Mesa España*

La Tarjeta para restaurantes The Card for restaurants

AMERICAN EXPRESS



Busca el distintivo de American Express en la puerta del restaurante.

Look for the American Express decal on the door of the restaurant.



DON'T *live life* **WITHOUT IT™**

MORROFINO

La Sala y la Atención Personal en la Gastronomía del Siglo XXI Rafael Ansón	06	<i>The Dining Room and Personal Attention in 21st Century Gastronomy Rafael Ansón</i>
DELIVERY Del Restaurante a tu Puerta	08	<i>DELIVERY From Restaurant to your Door</i>
Inteligencia Artificial en Hostelería. ¿Hasta dónde y cuándo? Mar Romero	22	<i>Artificial Intelligence in Hostelry. How far and when? Mar Romero</i>
Ingredientes & Recetas HARINA	24	<i>Ingredients & Recipes FLOUR</i>
Tribus en la Restauración: Influencia o Estrategia Nuria Nicolau	36	<i>Tribes in the Restoration: Influence or Strategy Nuria Nicolau</i>
La Peligrosa Importancia del Menú del Día Manel Morillo	42	<i>The Dangerous Importance of the Menu of the Day Manel Morillo</i>
MUST HAVE	44	<i>MUST TASTE</i>
Garum Tomás M. Pagán	46	<i>Garum Tomás M. Pagán</i>
ANNE IGARTIBURU Más Allá de la Pantalla	48	<i>ANNE IGARTIBURU Beyond the Screen</i>
Respeto a los demás Lorenzo Roca	58	<i>Respect for others Lorenzo Roca</i>
Guía de Restaurantes de Buena Mesa	60	<i>Buena Mesa Restaurants Guide</i>

MORROFINO | El Magazine de los que no sólo viven de comer bien

© Asociación de Restaurantes de Buena Mesa España
Redacción y Edición | SUMMA ARTIS COMUNICACIÓN | Publishing and Editing

Foto portada Koopera on Visualhunt.com

redaccion@morrofino-media.es | **morrofino-club.es**

Colaboran | Sponsored by



La Sala y la Atención Personal en la Gastronomía del Siglo XXI

El confinamiento impuesto a raíz de la pandemia del COVID-19 puso de relieve la **importancia de la relación personal**, de la presencialidad y la proximidad entre las personas.

En el sector hostelero, esa necesidad se hizo especialmente evidente, ya que **los restaurantes, las casas de comidas, bares y tabernas** siempre han sido un **lugar de encuentro y de convivialidad** para los españoles. Y, aunque ya se ha recuperado la normalidad en ese sentido, lo cierto es que la **relación con el cliente** también ha adquirido una extraordinaria importancia.

Naturalmente que la cocina sigue siendo protagonista y, en parte, la bodega (la parte líquida de la comida). Pero, últimamente, la gente valora mucho el trato personal, la recepción, la forma de atender, de motivar y de satisfacer al cliente.

Por supuesto, en los grandes restaurantes o los lugares de **alta cocina**, donde la dirección y el equipo de sala siempre han tenido una gran importancia. Pero también sucede en los **restaurantes tradicionales**, los restaurantes familiares, sencillos, las casas de comidas, porque, en el fondo, a esos lugares se va para estar como en casa.

La **recepción por parte de los dueños o de los responsables más directos del restaurante** se ha convertido en un gran atractivo. Ocurre con frecuencia que, al hablar de esos lugares, lo primero que se menciona es a la persona que se encarga de recibirnos, de hablar con nosotros y llevarnos a la mesa, estableciendo una relación que puede convertirse, incluso, en amistad. En el caso de algunos restaurantes como **Casa Lucio**, la gente iba, en gran parte, para poder conocer y ver a Lucio. Ahora nos recibe también su encantadora hija, Carmen.

Y, sin duda, la **atención por parte de los profesionales de sala** es fundamental. Para mantener un servicio y una atención de calidad, es necesario cuidar los detalles y tratar de adecuarse a unas normas básicas de comportamiento y de protocolo. Mantener un trato amable con el cliente, conocer los productos y servicios que ofrece el restaurante, evitar interrumpir las conversaciones o atender adecuadamente las quejas y reclamaciones son algunas de las estrategias que pueden lograr que el cliente se sienta valorado y satisfecho.

Todo ello tiene una importante presencia en los restaurantes de buena mesa, donde los dueños, a menudo, son quienes reciben a sus clientes y donde el trato personal suele ser cercano y acogedor.

The Dining Room and Personal Attention in 21st Century Gastronomy

The confinement imposed as a result of the COVID-19 pandemic highlighted the **importance of personal relationships**, presence and proximity between people.

In the hospitality sector, this need became especially evident, since **restaurants, eateries, bars and taverns** have always been a **place of meeting and conviviality** for Spaniards. And, although normality has already been restored in that sense, the truth is that the relationship with the client has also acquired extraordinary importance.

Naturally, the kitchen continues to be the protagonist and, in part, the cellar (the liquid part of the food). But, lately, people highly value personal treatment, reception, the way of serving, motivating and satisfying the client.

Of course, in large restaurants or haute cuisine places, where management and the front-of-house team have always had great importance. But it also happens in **traditional restaurants**, simple family restaurants, eateries, because, deep down, you go to those places to feel at home.

The **reception by the owners or those most directly responsible for the restaurant** has become a great attraction. It often happens that, when talking about these places, the first thing that is mentioned is the person

who is in charge of receiving us, talking to us and bringing us to the table, establishing a relationship that can even become friendship. In the case of some restaurants like **Casa Lucio**, people came, largely, to be able to meet and see Lucio. Now he also welcomes us to his charming daughter, Carmen.

And, without a doubt, the **attention from the professionals in the room** is essential. To maintain quality service and attention, it is necessary to take care of the details and try to adapt to basic standards of behavior and protocol. Maintaining friendly treatment with the customer, knowing the products and services offered by the restaurant, avoiding interrupting conversations or properly addressing complaints and claims are some of the strategies that can make the customer feel valued and satisfied.

All of this has an important presence in fine dining restaurants, where the owners are often the ones who receive their customers and where the personal treatment is usually close and welcoming.



Rafael Ansón

Presidente de la Academia Iberoamericana de Gastronomía

GASTRONOMÍA A DOMICILIO | GASTRONOMY AT HOME

+

DELIVERY

Del Restaurante a tu Puerta | *From Restaurant to your Door*

En los últimos años, el servicio de comida a domicilio ha experimentado una transformación significativa, convirtiéndose en una parte integral de la escena gastronómica en España.

In recent years, the food delivery service has undergone a significant transformation, becoming an integral part of the gastronomic scene in Spain.

MORROFINO







En la era digital y acelerada en la que vivimos, la forma en que disfrutamos de la comida ha experimentado una revolución notable. El servicio de comida a domicilio, impulsado por plataformas tecnológicas y la evolución de los hábitos de consumo, se ha convertido en un elemento fundamental de la escena gastronómica en España. En este artículo, exploraremos la situación actual del sector, analizaremos el presente y vislumbraremos el futuro, destacando las tendencias y estadísticas que definen esta transformación culinaria.

.....

In the digital and fast-paced age we live in, the way we enjoy food has undergone a remarkable revolution. The food delivery service, driven by technological platforms and the evolution of consumer habits, has become a fundamental element of the gastronomic scene in Spain. In this article, we will explore the current situation of the sector, analyze the present and glimpse the future, highlighting the trends and statistics that define this culinary transformation.





LA REVOLUCIÓN DEL DELIVERY

El servicio de comida a domicilio ha experimentado una verdadera revolución en España. Antes considerado un lujo ocasional, ahora es una opción cotidiana para una gran parte de la población. Plataformas líderes como Glovo, Uber Eats y Just Eat han consolidado su presencia, ofreciendo a los consumidores una variedad apabullante de opciones gastronómicas a solo un clic de distancia.

La pandemia, aunque desafiante para muchos sectores, actuó como un catalizador para la adopción masiva de servicios de entrega. Durante los confinamientos y las restricciones de movilidad, los restaurantes recurrieron al delivery para mantenerse a flote, y los consumidores, a su vez, descubrieron la comodidad de disfrutar de sus platos favoritos sin salir de casa.

MÁS ALLÁ DE LA CONVENIENCIA

El presente del servicio de comida a domicilio va más allá de la simple conveniencia. La oferta se ha diversificado considerablemente, abarcando desde la comida rápida tradicional hasta propuestas gourmet de alta calidad. Los restaurantes, desde pequeños locales familiares hasta establecimientos de renombre, han encontrado en el delivery una extensión natural de sus servicios.

Las tendencias actuales también reflejan una preocupación creciente por la sostenibilidad y la salud. Los consumidores, cada vez más conscientes de su impacto ambiental, buscan opciones que incluyan prácticas más sostenibles, desde el envasado hasta la entrega. Además, la inclusión de menús más saludables y opciones dietéticas demuestra la adaptabilidad del sector para satisfacer las cambiantes preferencias de los clientes.

EL BOOM DEL DELIVERY EN NÚMEROS

El auge informe reciente de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), el 71% de los españoles utiliza servicios de entrega a domicilio de alimentos. Este dato representa un aumento significativo en comparación con años anteriores y sugiere que esta tendencia está arraigada en la sociedad.

THE DELIVERY REVOLUTION

The food delivery service has experienced a true revolution in Spain. Once considered an occasional luxury, it is now an everyday option for a large part of the population. Leading platforms such as Glovo, Uber Eats and Just Eat have consolidated their presence, offering consumers an overwhelming variety of dining options just a click away.

The pandemic, although challenging for many sectors, acted as a catalyst for mass adoption of delivery services. During lockdowns and mobility restrictions, restaurants turned to delivery to stay afloat, and consumers, in turn, discovered the convenience of enjoying their favorite dishes without leaving home.

BEYOND CONVENIENCE

The present of the food delivery service goes beyond simple convenience. The offering has diversified considerably, ranging from traditional fast food to high-quality gourmet offerings. Restaurants, from small family-owned establishments to renowned establishments, have found delivery a natural extension of their services.

Current trends also reflect a growing concern for sustainability and health. Consumers, increasingly aware of their environmental impact, are looking for options that include more sustainable practices, from packaging to delivery. Additionally, the inclusion of healthier menus and dietary options demonstrates the sector's adaptability to meet changing customer preferences.

THE DELIVERY BOOM IN NUMBERS

According to a recent report from the Spanish Association of Distributors, Supermarkets and Supermarkets (ASEDAS), 71% of Spaniards use food home delivery services. This represents a significant increase compared to previous years and suggests that this trend is ingrained in society.





Otra estadística reveladora proviene de un informe de Statista, que indica que las ventas de alimentos y bebidas a través de plataformas de entrega a domicilio aumentaron en un 50% durante la pandemia. Este crecimiento no se limita a las grandes ciudades; incluso en áreas rurales, la adopción de servicios de entrega ha experimentado un aumento significativo.

INNOVACIÓN Y DESAFÍOS

El futuro del servicio de comida a domicilio en España parece prometedor, pero no exento de desafíos. La innovación tecnológica será un impulsor clave. La implementación de inteligencia artificial para prever las preferencias del consumidor y mejorar la eficiencia logística será fundamental para mantener y mejorar la experiencia del usuario.

No obstante, también se vislumbran desafíos logísticos y económicos. La competencia entre las plataformas de entrega podría intensificarse, lo que podría aumentar la presión sobre los restaurantes en términos de tarifas y comisiones. La capacidad de mantener altos estándares de calidad en la entrega será esencial para la satisfacción continua del cliente.

EXPERIENCIA GASTRONÓMICA

El servicio de comida a domicilio ha pasado de ser una opción ocasional a convertirse en un componente intrínseco de la experiencia gastronómica en España. La variedad, la adaptabilidad a las tendencias del consumidor y las estadísticas alentadoras señalan que esta tendencia está aquí para quedarse.

A medida que el sector evoluciona, la clave para su éxito continuo será la capacidad de adaptarse. Los restaurantes y las plataformas de entrega que puedan innovar, mantener estándares de calidad y responder a las cambiantes expectativas del consumidor estarán mejor posicionados para prosperar en este emocionante capítulo de la industria alimentaria española. El servicio de comida a domicilio no es solo una comodidad; se ha convertido en una expresión moderna de cómo disfrutamos, compartimos y exploramos la gastronomía.

Another eye-opening statistic comes from a Statista report, which indicates that food and beverage sales through delivery platforms increased by 50% during the pandemic. This growth is not limited to large cities; Even in rural areas, the adoption of delivery services has seen a significant increase.

INNOVATION AND CHALLENGES

The future of the food delivery service in Spain seems promising, but not without challenges. Technological innovation will be a key driver. The implementation of artificial intelligence to predict consumer preferences and improve logistics efficiency will be essential to maintain and improve the user experience.

However, logistical and economic challenges also loom. Competition between delivery platforms could intensify, which could increase pressure on restaurants in terms of fees and commissions. The ability to maintain high quality standards in delivery will be essential for continued customer satisfaction.

GASTRONOMIC EXPERIENCE

The food delivery service has gone from being an occasional option to becoming an intrinsic component of the gastronomic experience in Spain. The variety, adaptability to consumer trends and encouraging statistics indicate that this trend is here to stay.

As the industry evolves, the key to its continued success will be the ability to adapt. Restaurants and delivery platforms that can innovate, maintain quality standards and respond to changing consumer expectations will be best positioned to thrive in this exciting chapter of the Spanish food industry. Food delivery service is not just a convenience; It has become a modern expression of how we enjoy, share and explore gastronomy.







DIVERSIDAD GASTRONÓMICA

Las estadísticas revelan una diversidad sorprendente en los tipos de comida a domicilio preferidos por los españoles. Aunque la comida rápida sigue siendo una opción popular, con pizzas, hamburguesas y comida china liderando la lista, hay una creciente demanda de opciones más saludables y gourmet.

Los platos de cocina mediterránea, sushi, ensaladas y opciones vegetarianas han experimentado un aumento significativo en su demanda. Este cambio refleja la evolución de las preferencias del consumidor hacia opciones más saludables y variadas, destacando la adaptabilidad del sector de entrega a domicilio para satisfacer las cambiantes expectativas.

JORNADA EXTENDIDA

Las estadísticas también muestran patrones interesantes en cuanto a los horarios de pedido para comida a domicilio en España. Tradicionalmente, la cena ha sido el momento más popular para realizar pedidos, con un aumento significativo de solicitudes después de las 7 p.m. Este patrón se correlaciona con la idea de que la entrega a domicilio es vista como una conveniencia para evitar cocinar después de un largo día de trabajo.

Sin embargo, hay un crecimiento sostenido en los pedidos durante el almuerzo, especialmente los fines de semana. Esto sugiere un cambio en la percepción de la entrega a domicilio como una opción exclusivamente para la cena, hacia una solución para todas las comidas del día.

ESTACIONALIDAD Y EVENTOS ESPECIALES

Las cifras mensuales reflejan la influencia de factores estacionales y eventos especiales en los patrones de consumo de comida a domicilio en España. Durante los meses más cálidos, se observa un aumento en la demanda de opciones más ligeras y frescas, como ensaladas y platos de cocina mediterránea.

En contraste, durante la temporada de invierno, platos reconfortantes y opciones más sustanciosas, como guisos y pizzas, experimentan un repunte en la demanda. Además, eventos especiales como festividades locales, celebraciones y fines de semana largos pueden tener un impacto significativo en los patrones mensuales de entrega a domicilio.

GASTRONOMIC DIVERSITY

Statistics reveal a surprising diversity in the types of home-delivered food preferred by Spaniards. Although fast food remains a popular option, with pizza, burgers and Chinese food leading the list, there is a growing demand for healthier and gourmet options.

Mediterranean cuisine dishes, sushi, salads and vegetarian options have seen a significant increase in demand. This change reflects the evolution of consumer preferences towards healthier and more varied options, highlighting the adaptability of the home delivery sector to meet changing expectations.

EXTENDED DAY

The statistics also reveal interesting patterns regarding ordering times for food delivery in Spain. Dinner has traditionally been the most popular time to order, with a significant increase in requests after 7 p.m. This pattern correlates with the idea that home delivery is seen as a convenience to avoid cooking after a long day of work.

However, there is steady growth in lunch orders, especially on weekends. This suggests a shift in the perception of delivery as a dinner-only option, towards a solution for all meals of the day.

SEASONALITY AND SPECIAL EVENTS

The monthly figures reflect the influence of seasonal factors and special events on home delivery food consumption patterns in Spain. During the warmer months, there is an increase in demand for lighter and fresher options, such as salads and Mediterranean dishes.

In contrast, during the winter season, comfort dishes and heartier options, such as casseroles and pizzas, see an uptick in demand. Additionally, special events such as local holidays, celebrations, and long weekends can have a significant impact on monthly home delivery patterns.

Inteligencia Artificial en Hostelería. ¿Hasta dónde y cuándo?

Aunque parezca algo sacado de una película de ciencia ficción, la Inteligencia Artificial es cada vez más común en la sociedad moderna y eso incluye también al sector hostelero en el que va ocupando lugares cada vez más importantes.

De momento, fundamentalmente se aplica a las actividades mecánicas y analíticas. Las máquinas realizan acciones y movimientos repetidos, también análisis de datos, dos áreas de gran impacto de la inteligencia artificial en el restaurante. Al reducirse los errores en tareas como la recepción de pedidos y acelerar los procesos, se economiza tiempo, ese aspecto que cada vez se valora más.

Son beneficios de los que muchos hablan, sobre todo por la capacidad de la IA a adaptarse a diferentes contextos que es lo que la diferencia de otras tecnologías y la asemeja al comportamiento humano. Tenemos asistentes virtuales de cocina, como el Kitchen Bot, que funciona como Alexa o Siri, respondiendo a órdenes específicas o cocinas inteligentes capaces de preparar 180 raciones de arroz en una hora, sin asistencia humana.

A medida que surgen nuevas soluciones, éstas se van integrando. Es cierto que el ritmo es desigual, y que hay algunos empresarios más reacios a la inversión, pero el avance es inminente e imparable. Muchos hablan de sus beneficios como la reducción de costes o su contribución a optimizar recursos como agua, gas o electricidad. Para otros es una ayuda

en el reclutamiento y selección de talento; las herramientas de reclutamiento basadas en IA son capaces de analizar currículums en base a las necesidades del perfil y realizar una selección inicial de aquellos perfiles que se adecúan más a la vacante. También para extraer información clave, como la experiencia laboral, las habilidades, los títulos universitarios, entre otros.

Y yo me pregunto ¿dónde quedan la empatía, la cercanía, la afectividad y el sentimiento? ¿estas cualidades no son parte de la operativa de nuestra hostelería tradicional?. ¿Y la creatividad y la personalización?.

El avance es tal que, visto desde fuera, con las perspectiva de algunos clientes, encontrarse con un robot en lugar de con un humano, sería un signo de protección o de reducción de riesgos de enfermedades, ¿dónde vamos a parar?. Puestos a imaginar, se me ocurre un robot que pudiera aplicar el derecho de admisión a personas no gratas, incluidos políticos, y seleccionara según la frase de Sócrates que encontramos en El Banquete de Platón: “Los buenos van espontáneamente a las comidas de los buenos”.

Artificial Intelligence in Hospitality. How far and when?

Although it may seem like something out of a science fiction movie, Artificial Intelligence is increasingly common in modern society and that also includes the hospitality sector in which it is occupying increasingly important places.

At the moment, it is mainly applied to mechanical and analytical activities. The machines perform repeated actions and movements, as well as data analysis, two areas of great impact of artificial intelligence in the restaurant. By reducing errors in tasks such as receiving orders and accelerating processes, time is saved, an aspect that is increasingly valued.

These are benefits that many talk about, especially because of AI's ability to adapt to different contexts, which is what differentiates it from other technologies and makes it similar to human behavior. We have virtual kitchen assistants, such as the Kitchen Bot, which works like Alexa or Siri, responding to specific commands, or smart kitchens capable of preparing 180 servings of rice in an hour, without human assistance.

As new solutions emerge, they are integrated. It is true that the pace is uneven, and that there are some businessmen more reluctant to invest, but progress is imminent and unstoppable. Many talk about its benefits such as cost reduction or its contribution to optimizing resources such as water, gas or electricity. For others it is an aid in recruiting and selecting talent; AI-based recruiting tools are capable of analyzing resumes based on the profile needs and making an initial selection of those profiles that best suit the vacancy. Also to extract key information, such as work experience, skills, university degrees, among others.

And I wonder where empathy, closeness, affection and feeling are? Aren't these qualities part of the operations of our traditional hospitality industry? And creativity and customization?

The progress is such that, seen from the outside, with the perspective of some clients, encountering a robot instead of a human would be a sign of protection or reduction of disease risks, where are we going to stop? If we imagine, I can think of a robot that could apply the right of admission to non grata persons, including politicians, and would select according to the phrase of Socrates that we find in Plato's Symposium: "The good go spontaneously to the meals of the good".



Mar Romero





HARINA | FLOUR

La harina no es sólo un ingrediente fundamental en la tradición gastronómica local, sino que también desempeña un papel esencial en una amplia variedad de platos emblemáticos de la cocina española.

Flour is not only a fundamental ingredient in the local gastronomic tradition, but also plays an essential role in a wide variety of emblematic dishes of Spanish cuisine.

Sabor | Flavour

El sabor de la harina es neutro y suave, sirviendo como lienzo culinario para infinidad de platos.
The flavor of the flour is neutral and mild, serving as a culinary canvas for countless dishes.

Estación | Season

Se elabora todo el año, pero la recolección del cereal suele ser a finales de verano.
It is made all year round, but the cereal harvest is usually at the end of summer.

Preparación | Cooking Methods

Tamizada, cernida, mezclada con líquidos, amasada, fermentada, como espesante o para rebozar.
Sifted, sifted, mixed with liquids, kneaded, fermented, as a thickener or for coating.

Combinaciones | Flavour Affinities

Huevos, azúcar, mantequilla, aceite, levadura, frutas, verduras, salsas y caldos, yogur, cacao, etc.
Eggs, sugar, butter, oil, yeast, fruits, vegetables, sauces and broths, yogurt, cocoa, etc.

Maridaje | Pairing

En pastas o pizzas Chianti o Cabernets. Un buen Porto Ruby para maridar un pastel de chocolate.
In pastas or pizzas Chianti or Cabernets. A good Port Ruby to pair with a chocolate cake.

La harina, apreciada por su versatilidad en la cocina, es esencial en la gastronomía global. Históricamente, se ha valorado por su capacidad para ser la base de una amplia variedad de platillos. Originaria de la molienda de granos como trigo, maíz o arroz, la harina ha sido un ingrediente clave en diversas culturas culinarias. En la panadería y repostería, sirve como elemento fundamental, creando desde suaves panes hasta delicados postres.

Sus propiedades para formar masas y dar estructura a los alimentos la convierten en un componente esencial en la preparación de platos que van desde pasteles y galletas hasta masas de pizza. La harina no solo aporta textura, sino que también actúa como agente espesante en salsas y sopas, siendo un recurso indispensable en la cocina.

Flour, appreciated for its versatility in cooking, is essential in global gastronomy. Historically, it has been valued for its ability to be the base for a wide variety of dishes. Originating from the milling of grains such as wheat, corn or rice, flour has been a key ingredient in various culinary cultures. In baking and pastries, it serves as a fundamental element, creating everything from soft breads to delicate desserts.

Its properties to form dough and give structure to food make it an essential component in the preparation of dishes ranging from cakes and cookies to pizza doughs. Flour not only provides texture, but also acts as a thickening agent in sauces and soups, being an indispensable resource in the kitchen.



Torrijas con Gachas y Tostones

Restaurante Juanito, Baeza, Jaén.

Chef: Pedro Salcedo.

Ingredientes: (torrijas) Pan blanco de miga (día anterior), 1/2 leche, 1 canela en rama, 1 cáscara de limón, 125 gr de azúcar.

(Gachas): 1/2 leche, 1/8 aceite oliva virgen extra, 10 gr anís en grano, 25 gr harina de trigo, 75 gr. azúcar. **Elaboración:** Hervir a fuego lento la leche con la canela y cáscara de limón, reservar y dejar enfriar una hora, añadir el azúcar y remover hasta disolver.

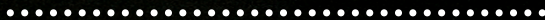
Cortar el pan de forma que no tenga corteza y le daremos la forma que más nos guste.

En un recipiente se sumergirá el pan con la infusión de leche hasta que empape.

Del mismo pan cortaremos daditos muy pequeños para freírlos en aceite de oliva virgen extra a fuego suave hasta que tomen un color dorado, escurrir muy bien. Ya tenemos los tostones.

Calentar el 1/8 de aceite de oliva virgen extra a media temperatura, añadir el anís en grano para rápidamente tostar la harina de trigo (este paso es aconsejable retirar del fuego el utensilio que estemos utilizando).

Incorporar la leche y el azúcar y remover a fuego muy lento hasta lograr que se espese, conformando unas gachas muy ligeras. Dejar enfriar y remover de vez en cuando. Para montar el postre, se puede caramelizar la torrija con azúcar tamizada y acompañar con unos pocos tostones.



French toast with Porridge and Tostones

Restaurant Juanito, Baeza, Jaén.

Chef: Pedro Salcedo

Ingredients: (for french toasts) White crumb bread (day before), 1/2 milk, 1 cinnamon stick, 1 lemon peel, 125 gr of sugar. (Porridge): 1/2 milk, 1/8 extra virgin olive oil, 10 g anise grains, 25 g wheat flour, 75 g. sugar.

Procedure: Boil the milk over low heat with the cinnamon and lemon peel, set aside and let it cool for an hour, add the sugar and stir until dissolved. Cut the bread so that it does not have a crust and we will give it the shape that we like best. In a container, immerse the bread with the milk infusion until soaked. From the same bread we will cut very small cubes to fry them in extra virgin olive oil over low heat until they turn golden brown, drain very well. We already have the tostones. Heat 1/8 of extra virgin olive oil to medium temperature, add the anise grain to quickly toast the wheat flour (this step is advisable to remove the utensil we are using from the heat). Add the milk and sugar and stir over very low heat until it thickens, forming a very light porridge. Let cool and stir from time to time. To assemble the dessert, you can caramelize the torrija with sifted sugar and accompany it with a few tostones.



Tarta Ponche de Segovia

Restaurante Duque-Marisa Duque, Segovia. Chef: Carlos Martín.

Ingredientes: Para el bizcocho: 8 huevos, 400 gr de azúcar, 600 gr de harina tamizada, 1 pellizco de mantequilla. Para el almíbar: 0,5 litro de agua, 200 gr de azúcar, 1 ramita de canela, la cáscara de un limón, la cáscara de una naranja, una copa de ponche crema. Para la crema pastelera: 1 litro de leche, 150 gr de azúcar, 50 gr de maicena, 6 yemas de huevo, la cáscara de un limón, 1 ramita de canela, canela molida. Para el mazapán: 750 gr de azúcar glas, 1 kg de almendras crudas muy molidas, 1 dl. de agua de limón, 2 claras de huevo. **Elaboración:** Ponemos a cocer el almíbar con todos los ingredientes a la mitad, enfriamos y reservamos. Para hacer el bizcocho batimos los huevos con el azúcar, cuando aumente el doble su volumen se añade la harina poco a poco hasta que quede una masa esponjosa. Untamos con mantequilla una bandeja apropiada para horno, añadimos un poco de harina para que no se pegue e introducimos sobre ella la masa y la cocemos en el horno durante 30 minutos a 180°. Una vez cocido lo partimos por la mitad y reservamos. Por otro lado hervimos la leche con la ramita de canela y la cáscara de limón, cuando empieza a hervir se lo añadimos a la mezcla de las yemas de huevo, la maicena y el azúcar que habremos batido muy bien anteriormente. Ponemos el cazo a fuego moderado sin dejar de mover hasta conseguir que cueza y alcance su espesor deseado. Se retira del fuego y cuando este templada se extiende sobre una de las dos mitades de bizcocho que habremos empapado muy bien con el almíbar y salpicando cada parte con canela molida, cuando este bien frío se cubre con la otra mitad y volvemos a empapar muy bien con el almíbar. Para envolver la tarta mezclamos la almendra muy molida con el

Punch Cake from Segovia

Restaurant Duque-Marisa Duque, Segovia. Chef: Carlos Martín.

Ingredients: For the cake: 8 eggs, 400 g of sugar, 600 g of sifted flour, 1 pinch of butter. For the syrup: 0.5 liter of water, 200 g of sugar, 1 cinnamon stick, the peel of a lemon, the peel of an orange, a glass of cream punch. For the pastry cream: 1 liter of milk, 150 g of sugar, 50 g of cornstarch, 6 egg yolks, the peel of a lemon, 1 cinnamon stick, ground cinnamon. For the marzipan: 750 g of icing sugar, 1 kg of very ground raw almonds, 1 dl. of lemon water, 2 egg whites. **Preparation:** We cook the syrup with all the ingredients in half, cool and set aside. To make the cake, beat the eggs with the sugar. When the volume doubles, add the flour little by little until you have a spongy dough. We grease a suitable baking tray with butter, add a little flour so that it does not stick and place the dough on it and bake it in the oven for 30 minutes at 180°. Once cooked, we cut it in half and set aside. On the other hand, we boil the milk with the cinnamon stick and the lemon peel. When it starts to boil, we add it to the mixture of egg yolks, cornstarch and sugar that we will have beaten very well previously. We put the saucepan over moderate heat without stopping stirring until it cooks and reaches the desired thickness. It is removed from the heat and when it is warm, it is spread on one of the two halves of the cake that we have soaked very well with the syrup and splashing each part with ground cinnamon. When it is very cold, it is covered with the other half and we soak it again very well with the syrup. To wrap the cake, we mix the very ground almonds with the icing sugar and the egg whites beaten until stiff and we add lemon water to spread the dough



azúcar glas y con las claras de huevo batidas a punto de nieve y vamos agregando agua de limón para extender la masa y con un rodillo se hace una lamina lo mas fina posible para tapar totalmente toda la tarta. Con la ayuda de un colador se echa por encima una capa de azúcar glas. Se decora quemando el azúcar con un hierro en forma de rejilla.

and with a rolling pin make a sheet as thin as possible to completely cover everything. the cake. With the help of a strainer, pour a layer of icing sugar on top. It is decorated by burning the sugar with a grid-shaped iron.



Gachas de la Casa

Restaurante El Churrasco, Córdoba.

Ingredientes: (para 4 personas): 50 gr harina de trigo, 1,5 l leche, 100 gr azúcar, 6-8 c/s Aove, matalauva o anís estrellado, cáscara de naranja y limón, canela en rama. Para decorar: Tostones de pan frito, miel, canela en polvo (al gusto).

Elaboración: Freír el anís en aceite de oliva virgen extra a fuego suave. Colar y reservar el aceite. Infusionar en la leche la cáscara de una naranja, de un limón y la canela en rama. Añadir el azúcar. Remover hasta el primer hervor. Apartar del fuego, colar y reservar. En un recipiente al fuego calentar el aceite reservado y añadir la harina. Calentar sin que llegue a tostar. Añadir poco a poco la leche aromatizada aún caliente sin dejar de remover. Remover a fuego suave hasta que esté todo integrado sin grumos. Llevar a enfriar. Para servir, decorar con pan frito, miel y canela en polvo al gusto.

Home Porridge

Restaurant El Churrasco, Córdoba.

Ingredientes: (for 4 people): 50 g wheat flour, 1.5 l milk, 100 g sugar, 6-8 c/s EVOO, matalauva or star anise, orange and lemon peel, cinnamon stick. To decorate: Tostones of fried bread, honey, cinnamon powder (to taste). **Preparation:** Fry the anise in extra virgin olive oil over low heat. Strain and reserve the oil. Infuse the peel of an orange, a lemon and the cinnamon stick into the milk. Add the sugar. Stir until the first boil. Remove from heat, strain and reserve. In a container on the stove, heat the reserved oil and add the flour. Heat without toasting. Little by little add the still hot flavored milk while continuing to stir. Stir over low heat until everything is integrated without lumps. Bring to cool. To serve, decorate with fried bread, honey and cinnamon powder to taste.



Calabacín relleno de Marisco

Restaurante El Refectorio, Ceuta.

Chef: Rafael Carrasco Morón.

Ingredientes: 3 calabacines tamaño medio, sal y pimienta al gusto, 6 cigalitas pequeñas cocidas, 6 gambas cocidas. Para la bechamel: 25 gr de mantequilla, 25 gr de harina de trigo, 300 gr de leche entera, sal y nuez moscada al gusto.

Elaboración: Lavamos los calabacines debajo del grifo muy bien, los partimos por la mitad, con una cucharilla los dejamos con espacio suficiente para rellenarlos posteriormente, colocamos en una bandeja para el horno y lo metemos sobre unos 20 minutos a 170°. Los sacamos y le ponemos la gambita pelada dentro y cubrimos con la bechamel, lo introducimos cinco minutos en el horno y cuando lo sacamos le ponemos la cigalita entera como adorno para la presentación. Podemos tenerlo hecho con antelación y a la hora de servir calentar en el microondas un minuto.

.....



Ajoblanco with Ginger and Curry

Restaurant El Refectorio, Ceuta.

Chef: Rafael Carrasco Morón.

Ingredients: 3 medium-sized zucchini, salt and pepper to taste, 6 small cooked scampi, 6 cooked shrimp. For the bechamel: 25 g of butter, 25 g of wheat flour, 300 g of whole milk, salt and nutmeg to taste. **Procedure:** We wash the zucchini under the tap very well, we cut them in half, with a spoon we leave them with enough space to fill them later, we place them on a tray for the oven and we put them in for about 20 minutes at 170°. We take them out and put the peeled shrimp inside and cover with the bechamel, we put it in the oven for five minutes and when we take it out we put the whole shrimp on it as a decoration for the presentation. We can have it made in advance and when serving, heat it in the microwave for a minute.

.....

Tribus en la Restauración: Influencia o Estrategia

Del latín “tribus”, una tribu es un grupo social, cuyos integrantes comparten hábitos, valores, y preferencias similares.

En la restauración podríamos definirlos como grupos de personas con intereses, valores y preferencias similares, que se reúnen en torno a la comida y la gastronomía que va con ellos. Lo que comen y donde lo comen les identifica mucho. Así pues, vemos una razón de porque una serie de personas van más a un sitio y no a otro, según se identifique con su manera de ser y de vivir.

Cada restaurante, debe dirigir sus objetivos a aquel grupo de personas, que son afines a su oferta gastronómica y a su servicio. No es aconsejable hacer experimentos, para atraer a otros clientes, pues en su tiempo ya definimos quienes eran y en el día a día nos comunican que es lo que quieren y como lo quieren. Pues no olvidemos que es el servicio al cliente lo que lo fideliza.

Las tribus a menudo son muy activas en las redes sociales y en otros canales de comunicación, lo que puede ayudar a los restaurantes a promocionar sus productos y servicios.

Ademas, las tribus pueden ayudar a los restaurantes a crear una experiencia de cliente más personalizada. Al centrarse en sus necesidades, los restaurantes pueden crear un entorno que sea más acogedor y atractivo para esos grupos de personas.

Así pues, las distintas ofertas gastronómicas que tenemos deben adecuarse a su tipo de cliente. Por ejemplo, un restaurante de

alta cocina y de servicio excelente, puede centrarse en atraer a clientes que buscan una experiencia gastronómica única. Para ello el marketing nos ayudara a llegar al futuro cliente al enseñarle que hacemos y como lo hacemos.

Cree una experiencia de cliente personalizada. Concentre sus esfuerzos en hacer que los clientes se sientan valorados y bienvenidos.

Los restaurantes que entienden cómo las tribus influyen en su negocio, puede ayudar a les a aumentar sus ventas, mejorar la satisfacción del cliente y crear una marca más fuerte. Pues a veces no todos los clientes están al día de las novedades en restaurantes.

Un ejemplo, entre los restaurantes de alto nivel unos tienen una oferta gastronómica más innovadora, aunque con buen servicio y otros se decantan a ofertas más clásicas y con un servicio de más nivel. Es posible que unos clientes se cambien de un restaurante a otro, pero al final cada uno ira al que se identifique más con sigo mismo.

Tribes in the Restoration: Influence or Strategy

From the Latin “tribes”, a tribe is a social group, whose members share similar habits, values, and preferences.

In restaurants we could define them as groups of people with similar interests, values and preferences, who gather around the food and gastronomy that goes with them. What they eat and where they eat it identifies them a lot. Thus, we see a reason why a series of people go more to one place and not another, depending on how they identify with their way of being and living.

Each restaurant must direct its objectives to that group of people who are similar to its gastronomic offer and its service. It is not advisable to do experiments to attract other clients, because in their time we already defined who they were and on a day-to-day basis they tell us what they want and how they want it. Well, let’s not forget that it is customer service that builds customer loyalty.

Tribes are often very active on social media and other communication channels, which can help restaurants promote their products and services.

Additionally, tribes can help restaurants create a more personalized customer experience. By focusing on their needs, restaurants can create an environment that is more welcoming and attractive to those groups of people.

Therefore, the different gastronomic offers we have must adapt to your type of client. For example, a fine-dining restaurant with excellent service may focus on attracting customers

looking for a unique dining experience. For this, marketing will help us reach the future client by teaching them what we do and how we do it.

Create a personalized customer experience. Focus your efforts on making customers feel valued and welcome.

Restaurants that understand how tribes influence their business can help them increase sales, improve customer satisfaction, and create a stronger brand. Well, sometimes not all customers are up to date with the latest news in restaurants.

For example, among high-end restaurants, some have a more innovative gastronomic offering, although with good service, and others opt for more classic offerings and a higher level of service. It is possible that some customers change from one restaurant to another, but in the end each one will go to the one they identify with themselves the most.



Nuria Nicolau
Consultora de CX para Restaurantes

Pan con Harina Integral y Avena

Restaurante Mesón El Copo, Plamones, Cádiz. Chef: Vanessa Moreno.

Ingredientes: 1 kg harina de trigo integral, 400 gr copos de avena, 200 gr levadura fresca, 20 gr de sal y 1 l de agua templada. **Elaboración:** Precalentar el horno a 180°. Diluimos en el agua templada la levadura y aparte mezclamos la harina, los copos de avena y la sal. A continuación vertemos la mezcla en la levadura diluida en el agua templada. Cuando esté todo mezclado lo vertemos en la amasadora y lo dejamos mezclando 20 minutos. Pasado este tiempo lo dejamos fermentar 1 hora. Después lo volvemos a amasar 20 minutos más y transcurrido este tiempo lo volvemos a fermenta 40 minutos más. Sacamos de la amasadora la masa y damos forma. Y por último lo introducimos en el horno durante 40 minutos y...listo!! Ya tendremos nuestro pan para degustar.

Bread with Whole Wheat Flour and oats

Restaurant Mesón el Copo, Palmones, Cádiz. Chef: Vanessa Moreno.

Ingredients: 1 kg whole wheat flour, 400 g oat flakes, 200 g fresh yeast, 20 g salt and 1 l warm water.

Preparation: Preheat the oven to 180°. We dilute the yeast in the warm water and separately mix the flour, oat flakes and salt. Next we pour the mixture into the yeast diluted in the warm water. When everything is mixed, we pour it into the mixer and let it mix for 20 minutes. After this time we let it ferment for 1 hour. Then we knead it again for 20 more minutes and after this time we ferment it again for 40 more minutes. We take the dough out of the mixer and shape it. And finally we put it in the oven for 40 minutes and... that's it!! We will now have our bread to taste.

.....

.....

MORROFINO
Mesón

el
COPO



Mesón el COPO

Mesón el COPO

Mesón el COPO

Mesón el COPO

Mesón el COPO

Mesón el COPO

Mesón el COPO

dos



Bizcocho Casero de José María y Pepita

Restaurante Los Churrascos, El Algar, Cartagena.

Ingredientes: 500 gr de harina, 400 gr de azúcar, 6 huevos, 1 vaso de leche, 1 vaso de aceite, 1 sobre de levadura, ralladura de un limón.

Elaboración: Echar los huevos y batirlos, echar el azúcar y la ralladura de limón y mezclarlo todo. Añadir a continuación, el vaso de leche y vaso de aceite y mezclarlo todo. A continuación echar la harina y la levadura y mezclar hasta que esté todo incorporado. Hornear 30 minutos a 160°.



Homemade cake by José María and Pepita

Restaurant Los Churrascos, El Algar, Cartagena.

Ingredients: 500 g of flour, 400 g of sugar, 6 eggs, 1 glass of milk, 1 glass of oil, 1 sachet of yeast, zest of a lemon.

Preparation: Add the eggs and beat them, add the sugar and lemon zest and mix everything. Then add the glass of milk and glass of oil and mix everything. Then add the flour and yeast and mix until everything is incorporated. Bake for 30 minutes at 160°.





La Peligrosa Importancia del Menú del Día

Hostelería de España publica un informe acerca del sacrosanto menú del día. Su resumen es que el PVP del menú ha subido por debajo de la inflación, es decir: los hosteleros han perdido su margen en favor de los clientes.

Tras leer el informe me pregunto ¿Qué beneficio?

El menú de mediodía no aporta beneficios al restaurante, siempre, claro está, que se cumpla rigurosamente las obligaciones con la hacienda y con el convenio de los empleados. En todo caso y haciendo una gestión excepcional se le puede sacar un margen de beneficio de entre el 5-8%, es decir, un margen insuficiente. El esfuerzo para gestionar ese menú del mediodía no compensa el pírrico beneficio.

El informe al que aludo dice que precio medio del menú es de 13,20€ (es decir, de 12€ sin iva). Para que ese menú sea rentable, el coste de la materia prima no debería superar los 4€. En ese presupuesto incluimos la bebida, el postre, el primer plato, el plato principal, el pan, el mantel, la servilleta, el aceite...

Si nos quitamos la gorra de hosteleros y nos ponemos en el papel de consumidores, díganme quién puede ir al mercado y comprar, para cocinar en su casa, todo eso por 4€

El menú del mediodía es una tradición cultural arraigada socialmente... a un modelo hostelero ya decadente e insostenible.

Esa presión social acerca de un “derecho” a almorzar un primer plato, plato principal, postre, bebida, pan y todo bien servido por un módico precio no tiene sentido económico. Los restaurantes no son un servicio social, son un negocio.

Esta presión social y, especialmente, el miedo hostelero a perder facturación hace que muchos hosteleros mantengan el menú del mediodía a pesar del esfuerzo de gestión que requiere y el nulo margen de beneficio. Obtienen el beneficio en los servicios de noche o de fin de semana, donde no hay menú. En general ganarían más con menos esfuerzo eliminando el menú.

La mayoría de restaurante y bares en España son microempresas, en general, autoempleo. Si el objetivo de sus propietarias es ir ganando solo un salario, operar el menú del día les puede servir. El desgaste por gestionarlo acaba siendo un lastre para la motivación del propietario.

Y todo eso pensando solo desde la perspectiva del hostelero. Desde la perspectiva del consumidor, si tiene menos de 40 años, el interés por las cuchipandas alimentarias de lunes a viernes es muy escaso. Se come más saludable, más rápido y menos cantidad.

El menú del mediodía sobrevivirá como un bien cultural, como los restaurantes de cocido madrileño que existen, triunfan y son pocos, muy pocos.

The Dangerous Importance of the Menu of the Day

Hoestelería de España publishes a report about the sacrosanct menu of the day. His summary is that the RRP of the menu has risen below inflation, that is to say: the hoteliers have lost their margin in favor of the customers.

After reading the report I wonder what benefit?

The lunch menu does not bring benefits to the restaurant, provided, of course, that the obligations with the treasury and the employee agreement are rigorously fulfilled. In any case, and with exceptional management, a profit margin of between 5-8% can be obtained, that is, an insufficient margin. The effort to manage that midday menu does not compensate for the pyrrhic benefit.

The report to which I refer says that the average price of the menu is €13.20 (that is, €12 without VAT). For this menu to be profitable, the cost of the raw materials should not exceed €4. In that budget we include the drink, the dessert, the first course, the main course, the bread, the tablecloth, the napkin, the oil...

If we take off our hospitality cap and put ourselves in the role of consumers, tell me who can go to the market and buy, to cook at home, all for €4

The midday menu is a socially rooted cultural tradition.... to an already decadent and unsustainable hospitality model. This social pressure about a "right" to have a first course, main course, dessert, drink, bread and everything well served for a modest price for lunch does

not make economic sense. Restaurants are not a social service, they are a business. This social pressure and, especially, the hotelier's fear of losing revenue means that many hoteliers maintain the midday menu despite the management effort it requires and the zero profit margin. They get the benefit on evening or weekend services, where there is no menu. In general they would gain more with less effort by eliminating the menu.

The majority of restaurants and bars in Spain are micro-businesses, generally self-employed. If the goal of its owners is to earn only one salary, operating the daily menu can help them. The wear and tear of managing it ends up being a drag on the owner's motivation. And all this thinking only from the perspective of the hotelier. From the consumer's perspective, if they are under 40 years old, interest in food snacks from Monday to Friday is very low. You eat healthier, faster and in less quantity.

The midday menu will survive as a cultural asset, like the Madrid stew restaurants that exist, are successful and are few, very few.



Manel Morillo

ConGustosm.com

MUST HAVE



1. BABOR REVERSIVE Cream Crema facial antienvjecimiento 118€ | 2. WMF Manhattan - Enfriador para Botellas de Vino de Acero Inoxidable Cromargan 35€ | 3. Li Jian Limited company Revistero 1168€ | 4. WMF Paños de Cocina, Algodón, gris, 3 Unidades 14€ | 5. La cocina española antigua Emilia Pardo Bazán 12€ 6. Tetera Kettle 304 Acero inoxidable 1.5L Cocina de inducción Gas 290€ | 7. Nueva Edición Reserva de Familia de ANCHOAS CODESA | 8. Milesimé Pinot Noir Rosé Cava Gran Reserva Rosado 41,50€ | 9. Chipirones en Aceite procesados a mano CONSERVAS PACO LAFUENTE | 10. MONTELLANO Jamón Ibérico de Bellota Salamanca 8-8,5 kg 495€ | 11. Caldo de ternera y verduras Bio Dohatsu 13€ | 12. Turrón de café y dulce de leche Fina Rei 20€ | 13. Vino blanco elaborado por EDUARDO PEÑA con Treixadura y Albariño entre otros, D.O. Ribeiro 16€

MUST TASTE



1. BABOR REVERSIVE Cream Anti-aging facial cream €118 | 2. WMF Manhattan - Cromargan Stainless Steel Wine Bottle Cooler €35 | 3. Li Jian Limited company Magazine rack €1,168 | 4. WMF Kitchen Towels, Cotton, grey, 3 Units €14 | 5. The old Spanish kitchen Emilia Pardo Bazán €12 | 6. Kettle teapot 304 Stainless steel 1.5L Induction cooker Gas €290 | 7. New Family Reserve Edition of ANCHOAS CODESA | 8. Milesimé Pinot Noir Rosé Cava Gran Reserva Rosé €41.50 | 9. Squids in Oil processed by hand CONSERVAS PACO LAFUENTE | 10. MONTELLANO Acorn-fed Iberian Salamanca Ham 8-8.5 kg €495 | 11. Bio Dohatsu beef and vegetable broth €13 | 12. Fina Rei coffee and dulce de leche nougat €20 | 13. White wine made by EDUARDO PEÑA with Treixadura and Albariño among others, D.O. Ribeiro €16

Garum

La cocina es el paisaje puesto en la cazuela. Dicen los viajeros que lo más importante de un viaje no es el destino, sino el camino que te lleva hacia allí. Por eso nosotros vamos a buscar el equilibrio entre la huella del pasado y la impronta del presente. Desde hace años se han producido distintos intentos de reproducir la receta del Garum, esa salsa con que la Roma clásica daba sabor a sus platos. Hace más de tres mil años, que el Garum fue la salsa que se elaboraba a base del pescado máspreciado y uno de los principales productos que se comercializaban desde Hispania durante el Imperio Romano. El Garum es una salsa de pescado hecha con vísceras fermentadas, que eran depositadas en pequeñas pilas con salmuera donde se producía su maceración, obteniéndose así la conocida salsa con el nombre de Garum. Salsa de pescado líquida o pastosa. Decía Cayo Plinio “El Viejo”, en el siglo I, que dos congios del apreciado Garum sociorum que se producía en Carthago Nova podían alcanzar “unos mil sestercios”, un precio solamente superado por los perfumes más caros. Por aquel entonces se consideraba que era afrodisíaco y sólo podían permitírselo los nobles. A lo que se suma la referencia de Estrabon, sobre Carthago Nova y sus salinas cercanas que favorecían el comercio de la sal y los salazones. Con la presencia de salinas y factorías, entre las que cabe destacar piletas en pequeñas dimensiones, balsas y zonas de almacenamiento, pequeñas factorías de salazones, ubicadas en Mazarrón, Pormant, Los Nietos, Águilas.....Los salazones son productos icónicos de la Región de Murcia. Si lo iniciaron los fenicios, lo continuaron los romanos, terminó convirtiéndose en el primer producto gourmet de la historia, y convirtiendo las protefñas con la acción del tiempo en el glutamato monosódico, consiguiendo el quinto sabor, el “umami” Mediterráneo.

Y de aquel Garum, que se producía en el entorno de Cartagena y el Mar Menor, llegamos al que hoy podemos disfrutar y que han desarrollado una interpretación de autor para adaptar esta salsa mítica al gusto de los consumidores actuales. Para ello, en la firma Salazones Garre, lo preparan rallando hueva de maruca, también conocida como el caviar del Mediterraneo, de merluza y de bacalao que se mezclan con AOVE ecológico. También producen una versión de sabor más potente, el Garum Haimatum elaborado con corazones, branquias y huevas de atún de aleta amarilla, que son saladas, fermentadas, filtradas y conservadas en AOVE. La salsa Garum es deliciosa y se emplea para realzar la salinidad de un plato o potenciar su sabor marino. Con una simple cucharada, brinda un toque especial a tapas, ensaladas, croquetas, platos de pescado, carne, verdura, arroces.... En la Trimilenaria ciudad de Cartagena, se elaboran unas tostas de pan tostado caliente y por supuesto Garum, con acompañamiento de almendra marcona frita, queso Stilton, ensaladilla rusa, loncha de mojama o loncha de queso añejo, cada una, es una variedad repleta de sabores y que decoradas con perlas de wasabi, piparra, brotes, pimentón ahumado, cebolla lila, salicornia, hueva de arenque son unos bocados exquisitos. “Aprendemos a cocinar con la cocina de otros y en un momento dado, hacemos la nuestra”. Con Garum lo tenemos muy fácil para degustar.

Garum

The kitchen is the landscape put in the casserole. Travelers say that the most important thing about a trip is not the destination, but the path that takes you there. That is why we are going to seek the balance between the imprint of the past and the imprint of the present. For years there have been different attempts to reproduce the recipe for Garum, that sauce with which classical Rome gave flavor to its dishes. More than three thousand years ago, Garum was the sauce that was made from the most precious fish and one of the main products that was marketed from Hispania during the Roman Empire. Garum is a fish sauce made with fermented organ meats, which were placed in small piles with brine where they were macerated, thus obtaining the well-known sauce called Garum. Liquid or pasty fish sauce. Gaius Pliny "The Elder" said in the 1st century that two congios of the highly prized Garum sociorum that was produced in Carthago Nova could fetch "about a thousand sesterces," a price only surpassed by the most expensive perfumes. At that time it was considered an aphrodisiac and only the nobles could afford it. Added to this is Strabo's reference to Carthago Nova and its nearby salt flats that favored the salt and salting trade. With the presence of salt flats and factories, among which we can highlight small pools, ponds and storage areas, small salting factories, located in Mazarrón, Pormant, Los Nietos, Águilas... Salted fish are iconic products of the Region. of Murcia. If the Phoenicians started it, the Romans continued it, it ended up becoming the first gourmet product in history, and converting proteins over time into monosodium glutamate, achieving the fifth flavor, the Mediterranean "umami".

And from that Garum, which was produced in the area of Cartagena and the Mar Menor, we arrived at the one we can enjoy today and which has developed a signature interpretation to adapt this mythical sauce to the tastes of today's consumers. To do this, at the Salazones

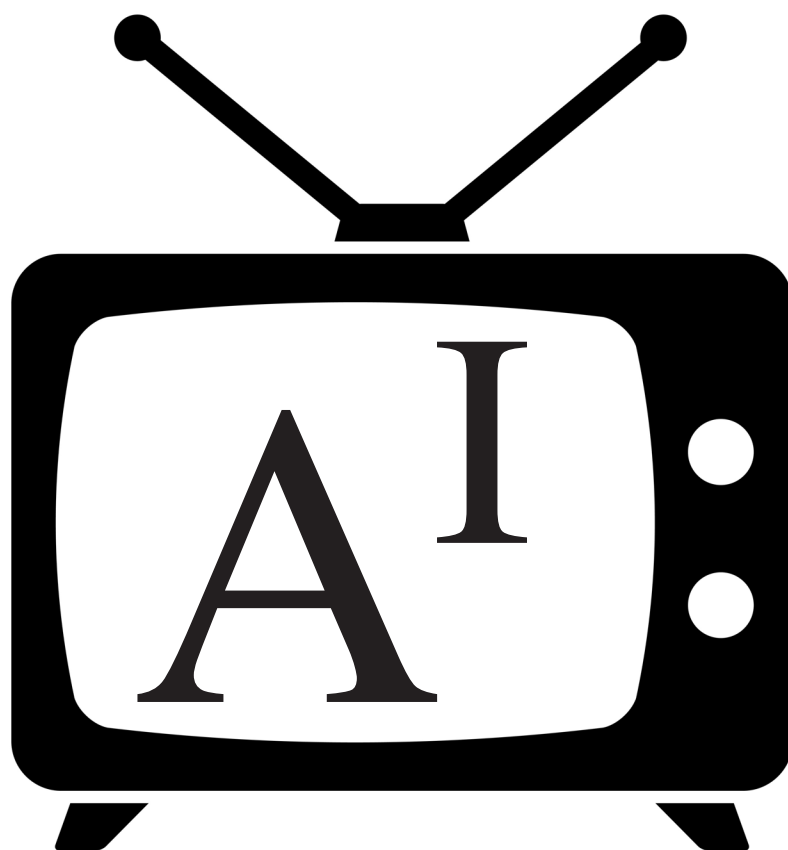
Garre firm, they prepare it by grating ling roe, also known as Mediterranean caviar, hake and cod that are mixed with organic EVOO. They also produce a more powerful flavored version, Garum Haimatum made with yellowfin tuna hearts, gills and roe, which are salted, fermented, filtered and preserved in EVOO. Garum sauce is delicious and is used to enhance the saltiness of a dish or enhance its marine flavor. With a simple spoonful, it provides a special touch to tapas, salads, croquettes, fish dishes, meat, vegetables, rice... In the three-thousand-year-old city of Cartagena, they make toasts of hot toasted bread and of course Garum, with an accompaniment of fried Marcona almond, Stilton cheese, Russian salad, slice of mojama or slice of aged cheese, each one is a variety full of flavors and decorated with wasabi pearls, piparra, sprouts, smoked paprika, lilac onion, salicornia, roe herring are exquisite morsels. "We learn to cook with other people's cuisine and at some point, we make our own." With Garum we have it very easy to taste.



Tomás M. Pagán

Académico de la Academia de Gastronomía de la Región de Murcia

ANNE IGARTIBURU



MÁS ALLÁ DE LA PANTALLA

BEYOND THE SCREEN

MORROFINO



MF 49

Desde sus primeros pasos en el mundo de la televisión, Anne Igartiburu se ha destacado como una figura icónica en el panorama mediático español. Nacida el 16 de febrero de 1969 en Éibar, Gipuzkoa, España, Anne ha conquistado corazones con su carisma, elegancia y versatilidad en el ámbito del entretenimiento. Su carrera se ha forjado a lo largo de los años, convirtiéndola en una de las presentadoras más queridas y respetadas del país.

.....

Since her first steps in the world of television, Anne Igartiburu has stood out as an iconic figure in the Spanish media landscape. Born on February 16, 1969 in Éibar, Gipuzkoa, Spain, Anne has conquered hearts with her charisma, elegance and versatility in the field of entertainment. Her career has been built over the years, making her one of the most beloved presenters.





Anne Igartiburu (16 de febrero de 1969), recuerda sus inicios con claridad. En una entrevista reveladora con Hola, Anne compartió su recuerdo de juventud: **“Siempre supe que quería estar frente a las cámaras, contar historias y, de alguna manera, ser una parte especial del mundo del entretenimiento”**. Estos primeros sueños y la determinación para perseguirlos marcaron el inicio de una carrera extraordinaria.

Desde sus primeros pasos, Anne demostró ser una presencia cautivadora en la televisión española. Su versatilidad y autenticidad la han llevado a través de diversos géneros y formatos. En la misma entrevista con Hola, Anne reflexionó sobre su éxito: **“Creo que la diversidad ha sido clave. Me gusta desafiarme a mí misma y ofrecer a la audiencia algo diferente en cada proyecto”**. Esta filosofía la ha convertido en una figura integral en la vida de los espectadores.

Lo que distingue a Anne Igartiburu es su conexión auténtica con la audiencia. **“Cada programa es una oportunidad de conectar con la gente, de hacerles sentir emociones y, en ocasiones, de inspirarlos”**, expresó. Esta conexión profunda ha consolidado su posición como una de las presentadoras más queridas en la televisión española.

La carrera de Anne no se limita solo a la televisión. Ha explorado con éxito otros ámbitos del entretenimiento, incluyendo el teatro y la radio.

“Explorar diferentes formas de expresión artística es enriquecedor. Me permite crecer como profesional y explorar nuevas facetas de mi creatividad”

Esta versatilidad ha añadido capas a su carrera, mostrando su habilidad para destacar en distintos escenarios.

Anne Igartiburu (February 16, 1969) remembers her beginnings clearly. In a revealing interview with Hello, Anne shared her youthful memory: “I always knew I wanted to be in front of the cameras, tell stories, and somehow be a special part of the entertainment world.” These early dreams and the determination to pursue them marked the beginning of an extraordinary career.

From her first steps, Anne proved to be a captivating presence on Spanish television. Her versatility and authenticity have taken her through various genres and formats. In the same interview with Hello, Anne reflected on her success: “I think diversity has been key. “I like to challenge myself and offer the audience something different in each project.” This philosophy of hers has made her an integral figure in the lives of viewers.

What sets Anne Igartiburu apart is her authentic connection with the audience. “Each show is an opportunity to connect with people, to make them feel emotions and, at times, to inspire them,” she said. This deep connection has cemented her position as one of the most beloved presenters on Spanish television.

Anne’s career is not just limited to television. She has successfully explored other areas of entertainment, including theater and radio.

“Exploring different forms of artistic expression is enriching. “It allows me to grow as a professional and explore new facets of my creativity.”

This versatility has added layers to his career, showing his ability to excel in different settings.

Fuera de las cámaras, Anne ha compartido abiertamente su amor por la gastronomía y la conexión especial que tiene con la comida.

“La comida para mí es más que nutrición; es una forma de expresión cultural. Cada plato cuenta una historia”.

Estas palabras reflejan su profundo respeto por la tradición culinaria y cómo la ve como una parte integral de la identidad cultural.

La relación de Anne con la gastronomía no se queda solo en palabras. A lo largo de su carrera, ha participado activamente en programas culinarios, compartiendo su destreza en la cocina y su aprecio por los sabores auténticos.

“Cocinar para mí es una forma de expresión creativa. Me encanta experimentar con ingredientes y compartir momentos especiales alrededor de la mesa”.

Además de su participación en programas de cocina, Anne ha llevado su amor por la gastronomía más allá de la pantalla colaborando con proyectos relacionados con la restauración y eventos culinarios. Su apoyo a iniciativas gastronómicas refleja su compromiso con este arte que une a las personas.

“Colaborar con restaurantes y proyectos gastronómicos es una forma de contribuir a la riqueza cultural y culinaria de nuestro país”

A pesar de sus numerosos logros en los medios y su incursión en la gastronomía, Anne Igartiburu mantiene una humildad que la distingue.

“El éxito no debe alejarte de tus raíces. Mantenerse fiel a uno mismo es la clave”

Off-camera, Anne has openly shared her love of gastronomy and the special connection she has with food.

“Food to me is more than nutrition; It is a form of cultural expression. “Every dish tells a story.”

These words reflect his deep respect for culinary tradition and how he sees it as an integral part of cultural identity.

Anne’s relationship with gastronomy is not just words. Throughout her career, she has actively participated in culinary programs, sharing her cooking prowess and her appreciation for authentic flavors.

“Cooking for me is a form of creative expression. I love experimenting with ingredients and sharing special moments around the table.”

In addition to her participation in cooking shows, Anne has taken her love of gastronomy beyond the screen by collaborating with projects related to restoration and culinary events. Her support of her gastronomic initiatives reflects her commitment to this art that unites people.

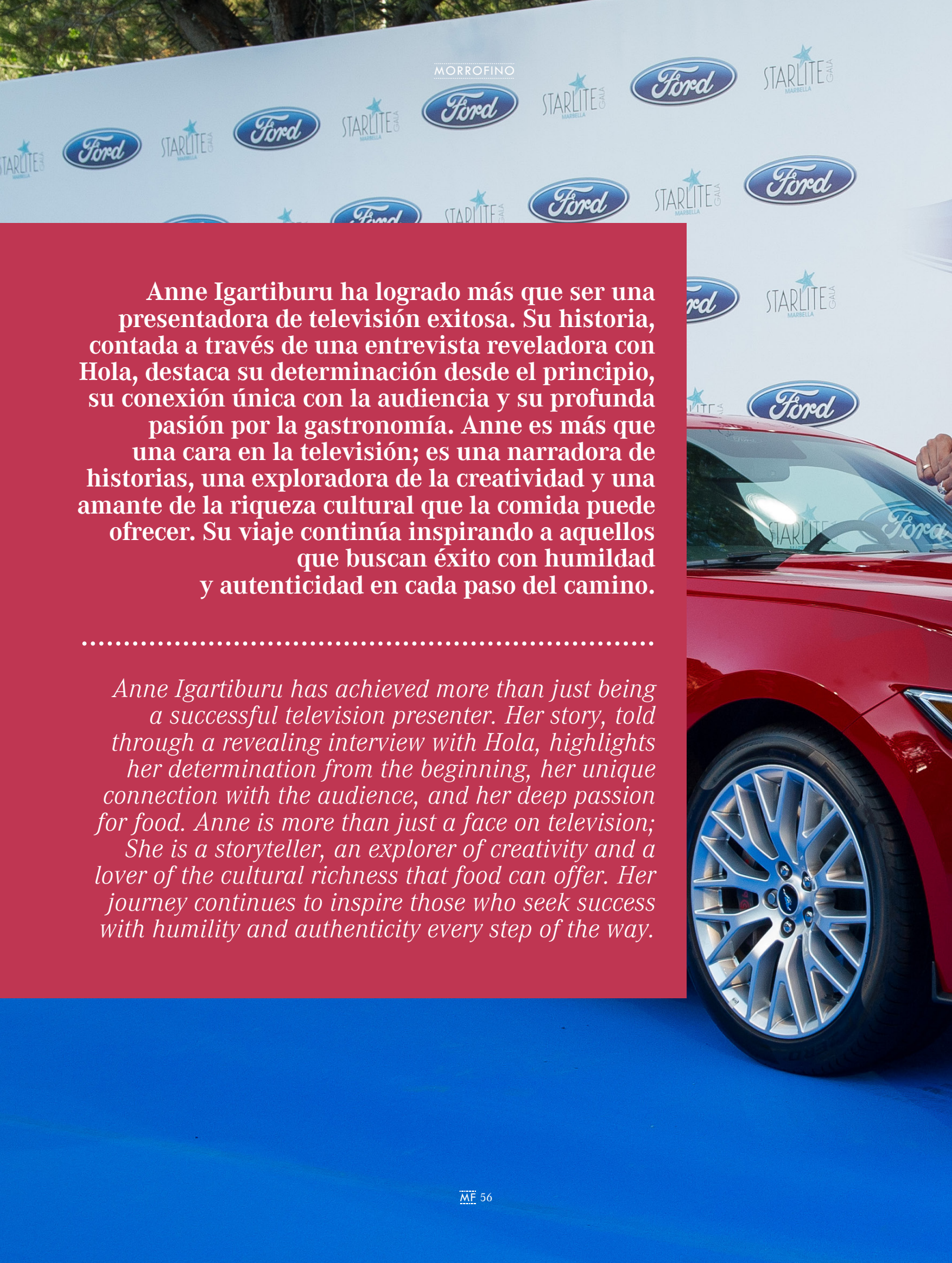
“Collaborating with restaurants and gastronomic projects is a way to contribute to the cultural and culinary wealth of our country”

Despite her numerous achievements in the media and her foray into gastronomy, Anne Igartiburu maintains a humility that sets her apart.

“Success should not take you away from your roots. Staying true to yourself is the key.”



MF 55



Anne Igartiburu ha logrado más que ser una presentadora de televisión exitosa. Su historia, contada a través de una entrevista reveladora con Hola, destaca su determinación desde el principio, su conexión única con la audiencia y su profunda pasión por la gastronomía. Anne es más que una cara en la televisión; es una narradora de historias, una exploradora de la creatividad y una amante de la riqueza cultural que la comida puede ofrecer. Su viaje continúa inspirando a aquellos que buscan éxito con humildad y autenticidad en cada paso del camino.

.....

Anne Igartiburu has achieved more than just being a successful television presenter. Her story, told through a revealing interview with Hola, highlights her determination from the beginning, her unique connection with the audience, and her deep passion for food. Anne is more than just a face on television; She is a storyteller, an explorer of creativity and a lover of the cultural richness that food can offer. Her journey continues to inspire those who seek success with humility and authenticity every step of the way.

MORROFINO

Ford



STARLITE GALA
MARBELLA

STARLITE GALA
MARBELLA



STARLITE GALA
MARBELLA



STARLITE GALA
MARBELLA



STARLITE GALA
MARBELLA



STARLITE GALA
MARBELLA

STARLITE GALA
MARBELLA



MUSTANG

Respeto a los demás

¿A dónde se dirige nuestra especie, el Homo sapiens? Algunos poderes políticos y económicos nos están dirigiendo por un mal camino, y aunque lo vemos y lo vivimos en nuestro día a día, no hacemos nada, de hecho no podemos hacer mucho para evitarlo. O tal vez sí.

Hay principios aprendidos en nuestra generación (a esa que se les llama de «los viejos»), esos que entre todos hemos creado un país, donde algunos se han dejado la piel en el camino, con la esperanza que los descendientes tuviesen una mejor situación. Pensábamos haber creado una sociedad respetable y respetada, con una bases de convivencia entre los seres pensantes. Se ha hecho mal y estamos dejando una herencia errada.

No parece que haya interés en abundar sobre el significado que entraña la corta y maravillosa frase el respeto a los demás, que implica unas básicas normas de educación (antes también se decía urbanidad).

Pero no parece ser así, y algunos de los que viven de la política no ayudan para mejorar las cosas, al contrario.

La realidad es que parece que todo vale, que todo se debe admitir, sea lo que sea, y las quejas solo sirven para calificarnos de «antiguos» y «desfasados».

Esos mismos que permiten esta falta de respeto a los demás y no ponen duras sanciones, son los que gracias a los «antiguos» hoy tienen unas prebendas que de otro modo tal vez no existirían, pero parece que de eso no se acuerdan, como tampoco lo hacen

algunos jóvenes gobernantes, gobernantas y gobernantis (que para estas tonterías gramaticales inexistentes en la RAE sí que sabe poner nombres absurdos que no llevan a ningún sitio, excepto perder el lenguaje aprendido con el que nos comunicamos y pretender que seamos mas tontos).

La realidad, es que también desde plataformas informativas pagadas por todos obligatoriamente, desde algunas posiciones políticas llamadas «modernas» o con el escudo de «libertad de expresión» no se respetan algunas antiguas tradiciones (religiosas o no) y en algún caso se mofan de ellas de un modo burdo y rozando la mala educación y el mal gusto. No todo vale.

¿Cuál es el sentido de ello? ¿Qué se persigue? ¿Dónde está el límite? Nos dicen que hay que defender los derechos de todos, y así debe ser, pero se olvidan de que este derecho debería ir ligado al sentido del respeto mutuo. La convivencia entre los seres vivos es posible si cada uno respeta la parcela del otro.

La libertad de expresión, mediante la comunicación escrita, oral o gráfica, debería tener unos límites basados en principios no ya morales (que parece también son ahora conceptos anticuados), por lo menos en el respeto a los demás. Pero de las obligaciones no se habla. Como si para estos asuntos, no hubiese ninguna. Derechos y obligaciones deben estar en una balanza equilibrada, controlando que el equilibrio se mantenga. Estoy convencido que el respeto a los demás, bien entendido, no requiere esfuerzo alguno. Solo voluntad.

Respect for others

Where is our species, Homo sapiens, headed? Some political and economic powers are directing us down a bad path, and although we see it and live it in our daily lives, we do nothing, in fact we cannot do much to avoid it. Or maybe yes.

There are principles learned in our generation (the one that is called "the old"), those that together we have created a country, where some have left their skin along the way, in the hope that their descendants would have a better situation. . We thought we had created a respectable and respected society, with a basis for coexistence between thinking beings. It has been done wrong and we are leaving a wrong inheritance.

There does not seem to be any interest in elaborating on the meaning of the short and wonderful phrase respect for others, which implies some basic rules of education (previously it was also said civility).

But it does not seem to be that way, and some of those who make a living from politics do not help to improve things, on the contrary.

The reality is that it seems that anything goes, that everything must be admitted, whatever it may be, and complaints only serve to label us as "old" and "outdated." Those same ones who allow this lack of respect for others and do not impose harsh sanctions, are the ones who, thanks to the "old" ones, today have some perks that otherwise perhaps would not exist, but it seems that they do not remember that, nor do they Some young rulers, governesses and governesses do it (who for this non-existent grammatical nonsense in the RAE does know how to give absurd names that lead nowhere, except losing the learned language with which we communicate and pretending that we are stupider).

The reality is that also from information platforms paid for by everyone, from some so-called "modern" political positions or with the shield of "freedom of expression" some ancient traditions (religious or not) are not respected and in some cases they mock them in a crude way that borders on bad manners and bad taste. Not everything goes.

What is the meaning of it? What is being pursued? Where is the limit? They tell us that we must defend the rights of everyone, and that is how it should be, but they forget that this right should be linked to a sense of mutual respect. Coexistence between living beings is possible if each one respects the other's plot.

Freedom of expression, through written, oral or graphic communication, should have limits based on no longer moral principles (which also seem to be now outdated concepts), at least on respect for others. But obligations are not talked about. As if there were none for these matters. Rights and obligations must be balanced, ensuring that the balance is maintained. I am convinced that respect for others, properly understood, does not require any effort. Only will.



Lorenzo Roca

RocaLorenzo.com

¡SÉ PARTE

de la solución
contra la pobreza

¡Hazte de Cáritas!

si quieres ser socio entra en:

caritas.es

AYER
HOY
MAÑANA


Cáritas

Guía de Restaurantes
de Buena Mesa España

MORROFINO

Buena Mesa España
Restaurants Guide



Buena Mesa España
ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES





SERHOTEL
@

SUMINISTROS ESPECIALES PARA HOSTELERÍA

San Rafael

Desde 1960

Pol. Ind. "El Mugrón" - C/. Tejares, 14

02640 **ALMANSA** (Albacete)

Atención al cliente: 692 033 032

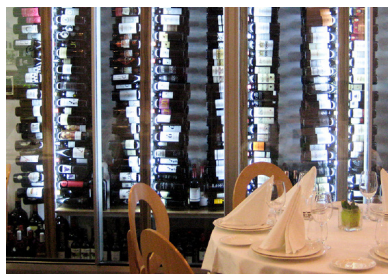
Telf. 691 869 694

www.suministroshosteleros-serhotel.com

juancuenca.serhotel@gmail.com

info@suministroshosteleros-serhotel.com

Albacete



ASADOR CONCEPCIÓN

Cocina sofisticada con sabores manchegos.
info@asadorconcepcion.com
 Tel. 967 524 350
 Familia Rosendo
 Concepción, 5.
 02002 Albacete



RESTAURANTE PINCELÍN

Comida autóctona, cocina actual.
pincelin@tvalmansa.es
 Tel. 967 340 007
 Diego y Pedro Blanco
 Las Norias, 10.
 02640 Almansa [Albacete]

Alicante



RESTAURANTE FRONTERA

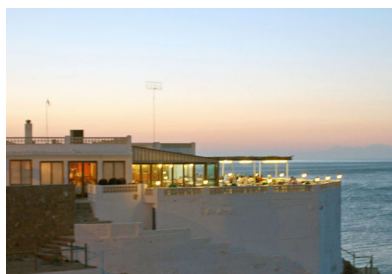
Cocina mediterránea con toques de autor.
info@restaurantefrontera.com
 Tel. 967 365 669
 Antonio y Carmelo Martínez Bleda
 Peñas, 57
 02500 Tobarra
 Albacete



RESTAURANTE BATISTE

Cocina mediterránea.
info@restaurantebatiste.es
 Tel. 965 411 485 | 965 411 186
 José López Fuentes y familia
 Pérez Ojeda, 6
 03130 Santa Pola
 Alicante

Asturias



RESTAURANTE MENA

Cocina mediterránea.
dangelmena@gmail.com
Tel. 965 780 943
Familia Mena Larrosa
Ctra. Las Rotas, Km. 5.
03700 Denia
Alicante



RESTAURANTE REAL BALNEARIO

Cocina tradicional con toques modernos.
info@realbalneario.com
Tel. 985 518 613
Isaac Loya
Av. Juan de Sitges, 3
33405 Salinas, Castrillón [Asturias]

Almería



RESTAURANTE TERRAZA CARMONA

Tradicional almeriense, creativa y de mercado.
terrazacarmona@terrazacarmona.com
Tel. 950 390 760
Familia Carmona Baraza
C/ del Mar, 1 | 04620 Vera [Almería]



RESTAURANTE EL TONEL

Cocina tradicional con nuevas tendencias.
info@restauranteeltonel.es
Tel. 985 892 359
Familia Cueto
Manuel Álvarez Miranda, 13
33300 Villaviciosa [Asturias]

Barcelona



RESTAURANTE BOTAFUMEIRO

Cocina mezcla de marinera y mediterránea.

info@botafumeiro.es

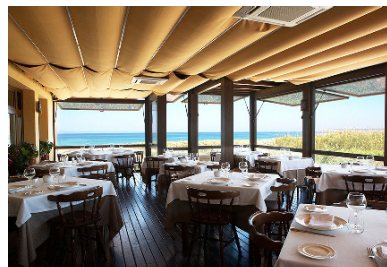
Tel. 932 184 230

Moncho Neira

Gran de Gracia, 81

08012 Barcelona

Cádiz



RESTAURANTE ANTONIO

Cocina tradicional y de mercado.

info@antoniohoteles.com

Tel. 956 439 542 | 956 439 141

Familia Mota Verdejo

Bahía de la Plata, Atlanterra, Km. 1

11393 Zahara de los Atunes

[Cádiz]



RESTAURANTE GORRÍA

Cocina vasco-navarra.

info@restaurantegorria.com

Tel. 932 451 164

Javier Gorría

Diputación, 421

08013 Barcelona



RESTAURANTE CASA BIGOTE

Cocina marinera al estilo de abordo

bigote@restaurantecasabigote.com

Tel. 956 362 696

Pórtico de Bajo Guía, 10

11540 Sanlúcar de Barrameda | Cádiz



RESTAURANTE EL FARO DE CÁDIZ

Cocina tradicional, pescados y carnes.
info@elfarodecadiz.com
Tel. 956 211 068
Mayte Córdoba Serrano
San Félix, 15 | 11002 Cádiz



RTE. VENTORRILLO EL CHATO

Cocina tradicional, pescados y carnes.
info@ventorrilloelchato.com
Tel. 956 250 025 | 956 257 116
José Manuel Córdoba Serrano
Vía Augusta Julia, s/n.
Ctra. Cádiz-San Fernando | 11011 Cádiz



RESTAURANTE EL FARO DEL PUERTO

Cocina tradicional, pescados y carnes.
info@elfarodelpuerto.com
Tel. 956 870 952
Fernando Córdoba Serrano
Av. Fuentebravía, Km. 0,5
11500 Puerto de Santa María [Cádiz]



RESTAURANTE MESÓN EL COPO

Cocina de mercado.
elcopo@elcopo.es
Tel. 956 677 710 | 956 677 691
Manuel Moreno Rojas
Almadraba, 2.
11379 Palmones, Los Barrios
[Cádiz]

Cantabria



RESTAURANTE BOGA BOGA

Cocina marinera, producto de temporada.

restaurantebogaboga@gmail.com

Tel. 942 710 150

Antonio Gutiérrez Cortabitarte

Pza. Mayor del Fuero, 10

39540 San Vicente de la Barquera | Cantabria

Córdoba



RESTAURANTE EL CABALLO ROJO

Antigua cocina de Córdoba con ciertos platos mozárabes.

elcaballorojo@elcaballorojo.com

Tel. 957 475 375

José García Marín

Cardenal Herrero, 28 | 14003 Córdoba

Ceuta



RESTAURANTE EL REFECTORIO

Cocina tradicional mediterránea con ligeros apuntes de elaboraciones modernas.

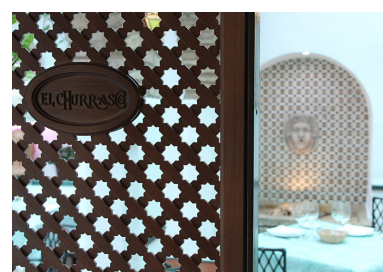
info@elrefectorio.es

Tel. 956 513 884

José María y Rafael Carrasco Morón

Poblado Marinero, Local 37

51001 Ceuta



RESTAURANTE EL CHURRASCO

Cocina tradicional cordobesa.

elchurrasco@elchurrasco.com

Tel. 957 290 819

Rafael Carrillo

Romero, 16

14003 Córdoba

Granada



RESTAURANTE LA TABERNA DE ALMODÓVAR

Casa de comidas del siglo XXI
angelsanchez@latabernadealmodovar.com
Tel.957 940 333
C. de Benito Pérez Galdós, 1,
14001 Córdoba



RESTAURANTE CHIKITO

Cocina tradicional
andaluza de mercado.
chikito@restaurantechikito.com
Tel. 958 223 364
Familia Oruezábal
Pza. del Campillo, 9 | 18009 Granada

Gerona



RESTAURANTE DURÁN HOTEL

Cocina catalana de mercado.
duran@hotelduran.com
Tel. 972 501 250
Luis Durán Simón
Lasauca, 5
17600 Figueres [Gerona]



RESTAURANTE OLEUM

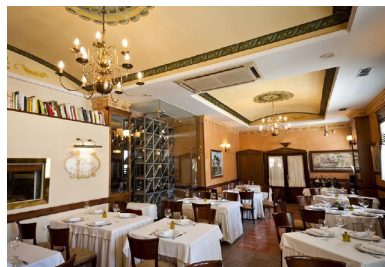
Cocina tradicional.
gregoriogarcia@restaurantoleum.com
Tel. 958 295 357
Gregorio García
San Antón, 81
18005 Granada

Guadalajara



RESTAURANTE RUTA DEL VELETA

Cocina creativa con raíces autóctonas.
 miguelpedraza@rutadelveleta.com
 Tel. 958 486 134 | 958 481 201
 Miguel y José Pedraza Velázquez
 Ctra. de Sierra Nevada, 136.
 18190 Cenes de la Vega [Granada]



RESTAURANTE LINO

Alta cocina española.
 info@grupolino.com
 Tel. 949 253 845
 Lino de Lucas
 Mario de Lucas
 Vizcondesa de Jorbalán, 10
 19001 Guadalajara

Huelva



RESTAURANTE LAS TINAJAS

Cocina tradicional andaluza con
 pequeños toques de innovación.
 restaurantelastinajas@hotmail.es
 Tel. 958 254 393
 Carlos Nestares y José Álvarez
 Martínez Campos, 17 | 18002 Granada



RESTAURANTE AZABACHE

Cocina tradicional.
 isabache@hotmail.com
 beti.huelva@gmail.com
 Tel. 959 257 528
 Juan Francisco Martín
 C/ Vázquez López, 22 | 21001 Huelva

Jaén



RESTAURANTE JUANITO

Cocina tradicional.

juanito@juanitobaeza.com

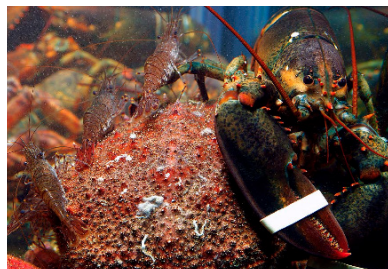
Tel. 953 740 040

Familia Salcedo

Paseo Arca del Agua, s/n

23440 Baeza [Jaén]

Las Palmas de G.C.



RESTAURANTE RIBERA DEL RÍO MIÑO

Cocina gallega.

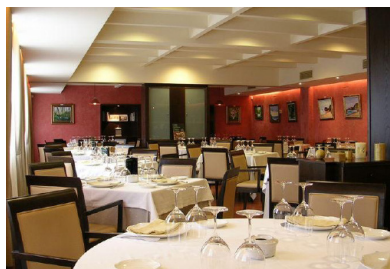
administracion@riberadelriomino.com

Tel. 928 264 431

Rafael Pulido García y Lydia

Olof Palme, 21 | 35010 Las Palmas [G.Canaria]

La Coruña



RESTAURANTE O'PARRULO

Cocina tradicional gallega.

info@oparrulo.com

Tel. 981 318 653 | 981 317 403

José Martínez Vidal

Av. de Catabois, 401

15405 Ferrol | La Coruña

Madrid



RESTAURANTE AMPARITO ROCA

Cocina moderna de inspiración regional.

cuentanos@amparitoroca.com

Tel. 913 48 33 04

Jesús Velasco Moreno

C/ Juan Bravo, 12 | 28006 Madrid



RESTAURANTE CASA LUCIO

Cocina castellana y de mercado.

info@casalucio.es

mari@casalucio.es

Tel. 913 653 252 | 913 658 217

Lúcio Blázquez y Familia

Cava Baja, 35 | 28005 Madrid



RESTAURANTE MESÓN CUEVAS DEL VINO

Cocina tradicional. Yajaira García Nieves.

cuevasdelvino@cuevasdelvino.com

Tel. 918 940 206

C. de Benito Hortelano, 13

28370 Chinchón, Madrid



RESTAURANTE PANAMERA

Cocina actual con fuerza de antaño.

contacto@restaurantepanamera.es

Tel. 689 271 194 | 616 953 494

Jesús López y Axel López

Fernández de la Hoz, 57

28003 Madrid



RESTAURANTE PORTONOVO

Cocina atlántica.

portonovo@grupoportonovo.es

Tel. 913 070 173

Calle Aguarón, 7

28023 Madrid



RESTAURANTE SPAIN PUNTO GASTRONÓMICO

Cocina española.

info@la-sacristia.es

Tel. 915 220 945

Valentín Galán

Pza. Pedro Cerolo, 1 | 28004 Madrid



RESTAURANTE LOS REMOS

Cocina de pescados y mariscos.

info@losremos.es

Tel. 913 077 230 | 913 073 336

Juan Miguel García Ferrer

Ctra. La Coruña, Km. 12,7

28023 Madrid



RESTAURANTE LA TRAINERA

Cocina marinera; pescados y mariscos.

Jamón ibérico.

info@latrainera.es

Tel. 915 760 575 | 915 768 035

Juan Miguel García Ferrer

Lagasca, 60 | 28001 Madrid



RESTAURANTE O'PAZO

Cocina de pescados y mariscos.

opazo@opazo.es

Tel. 915 532 333 | 915 343 748

Evaristo García Gómez

Reina Mercedes, 20

28020 Madrid



RESTAURANTE PALACIO DE CIBELES

Cocina creativa, de autor.
palaciodecibeles@adolfo-toledo.com
 Tel. 915 231 454
 Adolfo Muñoz
 Pza. de Cibeles, 1. Planta 6ª | 28014 Madrid



RESTAURANTE SANTIAGO

Cocina mediterránea.
reservas@restaurantesantiago.com
 Tel. 952 770 078
 Santiago Domínguez
 Av. Duque de Ahumada, 5
 29602 Marbella [Málaga]

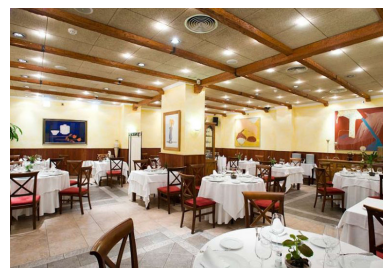
Málaga



MESÓN GALEGO ANTOXO

Cocina gallega: carnes, pescados
 y mariscos.
antoxo@antoxo.com
 Tel. 952 384 533 | 952 371 111
 Juan Mariño
 Hoyo, 5. 29620 Torremolinos [Málaga]

Murcia



RESTAURANTE EL CHURRA

Cocina típica murciana
 con toques modernos.
restauranteelchurra@elchurra.net
 Tel. 968 238 400
 Mariano Nicolás Hernández
 Obispo Sancho Dávila, 8 | 30007 Murcia



**RESTAURANTE
JOSÉ MARÍA LOS CHURRASCOS**
Cocina regional y de mercado.
reservas@loschurrascos.com
Tel. 968 136 028 | 968 136 144
José María Alcaraz Pérez y Josefa Ortas López
Av. Filipinas, 13 | 30366 El Algar, Cartagena



RESTAURANTE VENEZUELA
Cocina mediterránea.
info@restaurantevenezuela.com
Tel. 968 181 515 | 968 182 021
Fernanda, Sra. de Anastasio Giménez
C/ Campoamor, 1
30740 Lo Pagán [Murcia]

Palencia



RESTAURANTE SACROMONTE
Cocina española.
direccion@restaurantesacromonte.com
Tel. 968 535 328
Familia Martínez-Solano
Monte San Juan, 1 | 30394 Cartagena



RESTAURANTE SAN REMO
Cocina de abuela con toques de fusión de texturas y sabores.
rsanremo@gmail.com
Tel. 979 712 163
Alberto Villegas Villegas
Av. Brasilia, 2 | 34004 Palencia

San Sebastián



RESTAURANTE ARZAK

Cocina de autor, vasca de evolución, investigación y vanguardia.

restaurante@arzak.es

Tel. 943 278 465

Juan Mari Arzak Arratibel

Alto de Miracruz, 21 | 20015 San Sebastián

Segovia



RESTAURANTE DUQUE

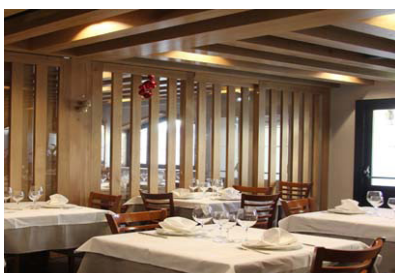
Cocina tradicional castellana.

info@restauranteduque.es

Tel. 921 462 487

Marisa Duque

Cervantes, 12 | 40001 Segovia



RESTAURANTE ARATZ

Cocina tradicional con toque de modernidad.

info@restaurantearatz.com

Tel. 943 219 204

Familia Zabaleta Kortazar

Igara Bidea 15

20018 San Sebastián



RESTAURANTE JOSÉ MARÍA

Cocina tradicional segoviana con toques de innovación.

reservas@restaurantejosemaria.com

Tel. 921 466 017 | 921 461 111

José María Ruiz Benito

Cronista Lecea, 11 | 40001 Segovia



RESTAURANTE MESÓN DE CÁNDIDO

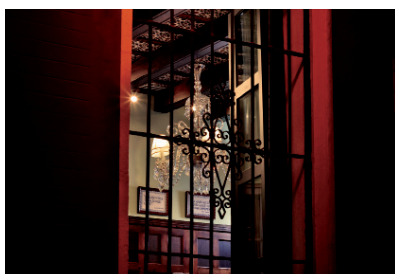
Cocina tradicional castellana.
candido@mesondecandido.es
Tel. 921 425 911
Familia Cándido
Plaza de Azoguejo, 5 | 40001 Segovia



RESTAURANTE EL ESPIGÓN

Cocina marinera.
elespigon@gmail.com
Tel. 954 626 851
D. Miguel Ángel Moro Lara
Calle Bogotá, 1
41013 Sevilla

Sevilla



RESTAURANTE CASA ROBLES

Cocina tradicional andaluza.
comercial@roblesrestaurantes.com
Tel. 954 213 150
Pedro Robles Cruzado
Álvarez Quintero, 58
41004 Sevilla



RESTAURANTE MANOLO MAYO

Cocina tradicional andaluza.
restaurante@manolomayo.com
Tel. 955 811 086
Hermanos Mayo Cabrera
Av. de Sevilla, 29
41720 Los Palacios y Vilafranca [Sevilla]

Toledo



RESTAURANTE ADOLFO

Cocina creativa, regional de autor.
restaura@adolfo-toledo.com
comunicacion@adolfo-toledo.com
 Tel. 925 227 321 | 639 938 140
 Calle Hombre de Palo, 7
 45001 Toledo



RESTAURANTE LA ORZA

Cocina basada en la tradición,
 el producto y estilo libre.
gerencia@restaurantelaorza.com
 Tel. 925 223 011
 Vicente y Lionel Barrejón
 Calle Descalzos, 5 | 45002 Toledo

Valencia



EL CAPRICHINO DE LOS TORRES

Cocina de vanguardia con toques
 tradicionales, brasa y carnes.
info@gastrobarelcapricho.es
 Tel. 925 160 734 | 617 485 263
 Carlos Torres. Av. de la Mancha, 24
 45860 Vilacañas [Toledo]



RESTAURANTE LA NORIA

Cocina mediterránea.
restaurantelanoria@restaurantelanoria.net
 Tel. 961 684 103
 Familia Pérez Gayete
 Maestro Serrano, s/n
 46119 Náquera [Valencia]

Zaragoza



RESTAURANTE SETAYGUES

Producto, receta y tradición.
sachanatur@gmail.com
Tel. 650 224 950
Familia Cándido
Av. Cerro, 15 | 46392 Siete Aguas



RESTAURANTE EL CACHIRULO

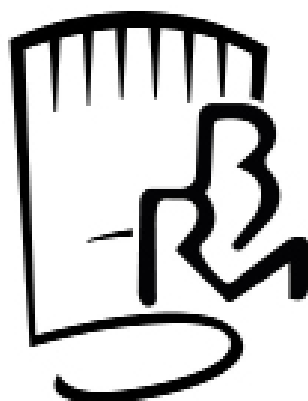
Tipo de cocina: aragonesa y de mercado.
esther@elcachirulo.es
congresos@elcachirulo.es
Tel. 976 460 146. Jesús Acín
Ctra. de Logroño, km. 1,5 | 50011 Zaragoza

Valladolid



PARRILLA VINOTINTO

Cocina de parrilla.
marketing@vinotintovalladolid.es
Tel. 983 342 291
Óscar Garrote
Campanas, 4. 47001 Valladolid



Buena Mesa España
ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES

FAMILIA, TRADICIÓN Y BUEN HACER.

PRIMERA ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES DE ESPAÑA FUNDADA EN 1974

RESERVA DE LA FAMILIA.
VITICULTURA ECOLÓGICA

BRUT NATURE
GRAN RESERVA

Juvé & Camps

RESERVA DE LA FAMILIA

2015

Botella nº 04061

CAVA