

Comer & Beber

Revista Virtual Uruguay de Gastronomía

Los nuevos...pescados

Marketing Olfativo

Microcervecerías

Bodega de Nieto Senetiner

Setiembre 2009





Estimados Amigos,

Nos encontramos nuevamente a través de estas páginas. En este número con novedades sobre el amplio mundo de la vitivinicultura, algunos de los productos que se están incorporando en las cocinas de la región y las infaltables recetas.

Visitamos para ustedes una microcervecería en Brasil, recorreremos los sabores de la rica y ancestral cocina venezolana y la bodega de Nieto Senetiner, ubicada en el inmejorable escenario de Luján de Cuyo, la mejor zona vitivinífera de la Provincia de Mendoza y la primer bodega argentina en certificar la máxima calidad en los procesos mediante las normas ISO 9002.

Esperamos que para ustedes sea de aporte esta tarea, que a nosotros, sólo nos da satisfacciones llevarla adelante.

Sylvana Cabrera Nahson

Marketing Gastronómico
Rincón 615 Tels: (00598-02) 915 53 57 916 46 44
Montevideo Uruguay



MARKETING GASTRONÓMICO

Única empresa especializada en el Uruguay



Marketing Gastronómico

Diseño, desarrollo de recetarios, revistas, fotografía, periodismo, lanzamientos, eventos, mystery shopping, capacitación, todo vinculado al vasto mundo de la gastronomía.

Rincón 615 Ciudad Vieja :: Tels.: 005982 / 915 5357 // 916 4644

marketinggastronomico@adinet.com.uy

www.marketinggastronomico.com

Nueces de Macadamia



Las nueces de macadamia también son conocidas con el nombre de nueces australianas, ya que junto a Nueva Zelanda y Hawái, Australia es uno de los mayores productores de este rico fruto seco.

De forma contraria a lo que generalmente se piensa, macadamia no es un lugar del mundo, sino el nombre del árbol en el que crecen estas sabrosas nueces.

Un fruto seco poco conocido

Las nueces de Macadamia son un fruto seco, poco conocido en nuestro país, pues no hace muchos años que empezaron a estar presentes en algunos comercios especializados.

Su color es blanquecino y su aspecto redondeado, por lo que se parecen más a las avellanas que a las nueces comunes.

Su sabor cremoso, ligeramente dulce y similar al de la almendra, ha convertido a las nueces de macadamia en un producto muy apreciado y de precio elevado. Por algo se catalogan como “las reinas de las nueces”.

Sus interesantes nutrientes

Las nueces de macadamia, al igual que el resto de frutos secos, se caracterizan por su elevado contenido graso, lo que hace que sean alimentos energéticos.

Pese a su elevado aporte calórico, estos alimentos comparten con el resto de frutos secos su saludable perfil graso, ya que sus grasas son insaturadas, las llamadas “grasas buenas” cuya presencia en la dieta contribuye a disminuir los niveles de colesterol sanguíneo y a hacer la sangre más fluida, disminuyendo así el riesgo de arteriosclerosis y trombosis.

La presencia de grasas saludables junto a la de diferentes vitaminas y minerales, hace de los frutos secos en general y de las nueces de macadamia en particular, alimentos interesantes para formar parte de la alimentación de cualquier persona sana, y en particular, de quienes padecen trastornos cardiovasculares.

El delicado sabor de las nueces de macadamia hace que por sí solas sean un aperitivo muy apreciado.

También es posible encontrar estos frutos como ingredientes de galletas, helados e incluso yogures.

Su sabor y su textura combinan muy bien con platos de arroz, pasta y ensaladas, a los que da un toque exótico y muy agradable.

Además emplear nueces de macadamia, u otros frutos secos, en la elaboración de arroces y pastas, supone una importante ventaja nutricional, ya que mediante esta combinación se obtiene proteínas completas de calidad similar a las de los huevos, la carne o el pescado.

Un aspecto a tener en cuenta si se lleva una dieta vegetariana.



Muffins de Chocolate Blanco y Nueces de Macadamia

Ingredientes:

300 grs. harina
80 grs. azúcar
80 grs. manteca (derretida)
200 grs. chocolate blanco
150 grs. nueces de macadamia
250 ml. leche
1 huevo
2 1/2 cdtas polvo de hornear
1 pizca de sal

Preparación:

Precalentar el horno a 180°C. Preparar las bandejas de muffins, envolviendo la superficie con papel manteca o enmantecando. Reservar. Picar el chocolate blanco y las nueces de macadamia. Tamizar la harina, el polvo de hornear y la sal. En el bowl de la batidora, mezclar el azúcar y la manteca, seguidamente, a una velocidad baja añadir el huevo. Añadir sin dejar de batir la harina, previamente tamizada, agregar el chocolate y las nueces por junto con la leche. Llenar los moldes 3/4 partes. Llevar a horno durante 30-35 minutos.

NOTA- con esta cantidad tendremos unos 20 muffins.

Haba Tonka



El haba tonka es la semilla de *Dipteryx odorata*, un árbol de legumbres de la familia Fabaceae, es natural de la zona tropical de América, en especial Bolivia, Brasil, Guayana, Perú y Venezuela.

Florece en racimos de color violeta y da unos frutos carnosos que contienen una sola semilla y mide entre 3-4 cm y 1 aproximadamente de ancho. Esta semilla es de color negro y rugosa.

Tiene una agradable fragancia que evoca la vainilla. Por su especial y delicioso aroma es muy usada en perfumería. En cocina es usada como especia. La forma de utilizarla es rallarla y preparar una infusión.

Combina bien con la vainilla, la canela y el azafrán. También se puede utilizar como sustituto de las almendras amargas.

Los indios amazónicos utilizaban la decocción de corteza del árbol como antipirético.

Las semillas maceradas en ron o en forma de tintura se usaban para tratar las contusiones, la tos y las afecciones reumáticas.

El haba tonka es muy apreciado por su aroma y su sabor, recuerda a la vainilla, de hecho, hay falsas esencias de vainilla que se elaboran con esta semilla.



Su aroma también evoca al clavo de olor y a la canela, con quienes comparte el compuesto tóxico mencionado, la cumarina, además de ofrecer la fragancia suave de las almendras.

Esta semilla tiene una apariencia poco atractiva, negra y arrugada, pero sus cualidades organolépticas la hacen muy apreciada. Su interior es de color claro, con una textura dura y cerosa, por lo que el mejor modo de usarla puede ser rallándola.

Otras combinaciones habituales del haba tonka son el chocolate, el limón, lemon grass y reconocidos chefs sorprenden con creaciones culinarias, tanto dulces como saladas, en las que estas semillas proporcionan un toque ideal.

Ferrán Adriá

Salsa de chocolate y Hab tonka

Ingredientes:

250 gr. leche

150 gr. glucosa

500 gr. chocolate cobertura 70%

1 semilla de haba tonka rallada bien fina

Procedimiento:

Llevar a hervor leche y glucosa.

Fundir el chocolate. Verter lentamente el líquido sobre chocolate, removiéndolo con espátula. Añadir la ralladura de haba tonka. Hasta obtener líquido liso, elástico y brillante.

Temperatura óptima de servicio:

45o - 50oC. Para calentarla, utilice microondas.

Sopa de chocolate y haba tonka

Ingredientes:

1 kg. de leche.

300 gr. de chocolate cobertura 70%

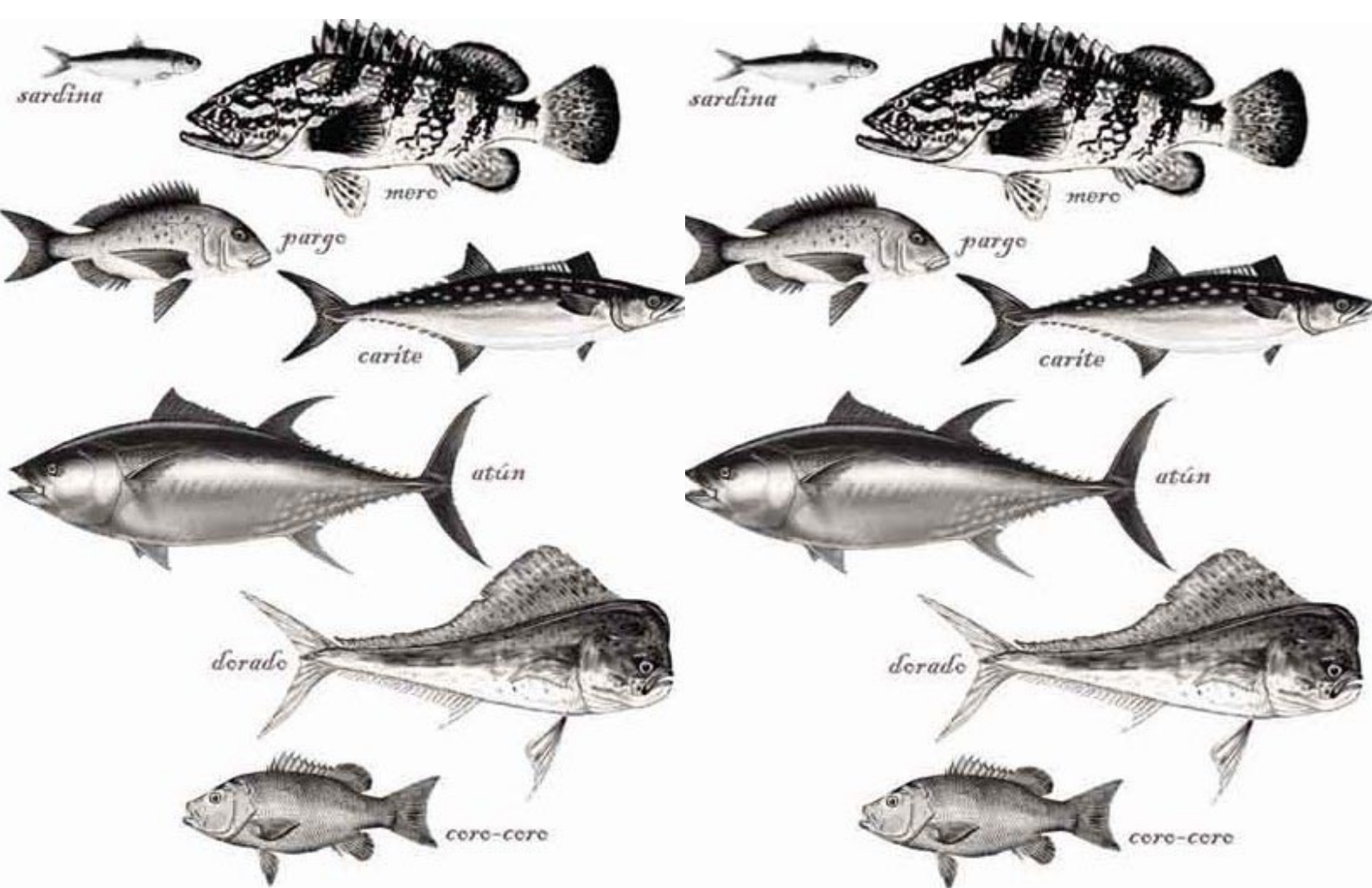
1 semilla de haba tonka rallada fina

Procedimiento:

Llevar a hervor la mitad de la leche.

Picar el chocolate. Verter lentamente la leche caliente sobre chocolate picado, removiéndolo con espátula hasta obtener una masa elástica y brillante. Añadir la ralladura de haba tonka. Una vez logrado la textura adecuada, remover rápidamente, agregando leche fría de a poco. Resultado final: Masa líquida, con textura cremosa, lisa y brillante.

Dejar reposar en heladera mínimo 12 hs, antes de servicio.



Los nuevos pescados

Los expertos en nutrición y seguridad alimentaria, proponen dar una oportunidad a estas nuevas especies de pescados y es una manera de que los uruguayos podamos aumentar el consumo de uno de los alimentos más saludables de nuestra dieta.

Pangasius

El “Pangasius hypophthalmus”, o panga, es una especie de agua dulce considerada pescado blanco, que procede de China y Vietnam. Su contenido en grasas y, por tanto, aporte energético es modesto: un 1% de grasa y poco menos de 100 calorías cada 100 gramos.

Del resto de sus nutrientes no destaca ninguno respecto de otros pescados blancos, como la merluza. El panga se vende limpio, sin piel y en filetes descongelados y sin espinas, lo que le otorga atractivo para el cliente. La facilidad con la que se come y su sabor casi neutro hace que se consuma cada vez más.

Halibut o fletán

El halibut del Atlántico o fletán, pertenece a la familia de los pleuronéctidos. De la variedad Atlántica se distinguen dos especies, fletán común y fletán negro.

El halibut, de cuerpo ovalado y grandes dimensiones, es carnoso y más largo, grueso y pesado que cualquier otro pez plano.

El halibut es un pescado semigraso en el que la grasa representa el 3,7% del producto, tres veces más que en los pescados blancos.

Su contenido en proteínas es intermedio, casi el 20%, y su valor energético, algo superior al de los pescados blancos pero modesto: unas 110 calorías cada 100 gramos.

En su composición destacan dos vitaminas: la B3 (5 mg/100 g; doble cantidad que otros pescados) y, sobre todo, la vitamina D (5 mcg/100 g), que apenas se encuentra en los pescados blancos; el halibut la contiene en cantidad equiparable a la de pescados azules.

Preparaciones recomendadas: hervido con hierbas aromáticas, en milanesas, al vapor, al horno o a la parrilla.

Su carne desmenuzada puede utilizarse como relleno de albóndigas, empanadas, tartas y croquetas. Incluso preparado de manera simple o combinado con salsas ligeras, puede formar parte de dietas bajas en calorías.

Perca

La perca común vive en los ríos y lagos de corrientes suaves y con abundante vegetación de Europa Central, norte de Asia y norte de África.

Su cuerpo es aplanado con dos aletas en los laterales, que pueden estar separadas o muy unidas.

Se considera un pescado magro o blanco, y su tamaño va de 15 a 35 centímetros y su peso ronda los 1,5 kilos.

La carne de la perca es consistente y de sabor suave, con buen contenido en proteínas (21%), apenas nada de grasa (1%) y un modesto poder energético (96 calorías cada 100 gramos).

Las proteínas de este pescado, al igual que las de cualquier otro, se consideran de alto valor biológico por contener todos los aminoácidos esenciales que el organismo precisa para formar sus propias proteínas.

Por su bajo contenido graso, resulta fácil de digerir si se prepara de un modo sencillo. Y si se cuida la elaboración, las recetas de perca están indicadas en dietas bajas en grasas y de adelgazamiento.

Los filetes de perca, de carne blanda, son fáciles de masticar y tragar, por lo que su consumo es ideal para quienes tienen dificultades para masticar.

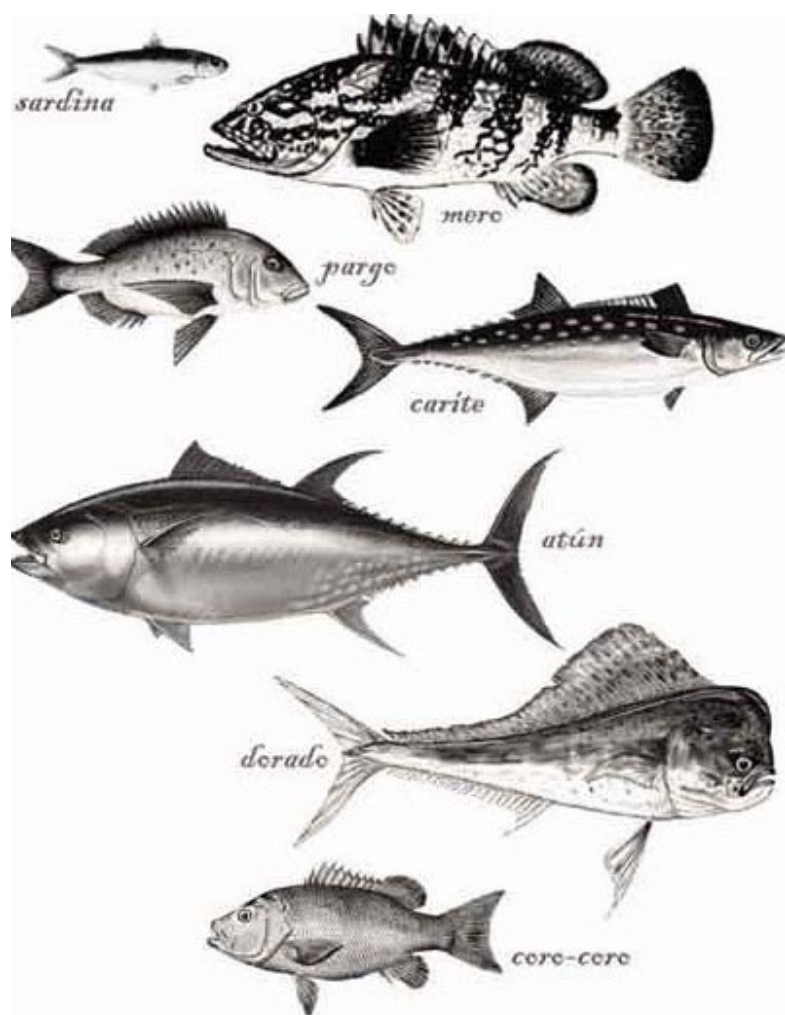
Como es un pescado que se vende limpio de espinas, se incluye en los menús infantiles para iniciar a los niños en el consumo de pescado.

Atún rojo o cimarrón

El cimarrón o atún rojo (“Bluefin tuna”), es el atún de mayor tamaño, y se valora mucho en la gastronomía de algunos países, por lo que suele ser costoso. Su carne, con un 21% de proteínas, llega hasta el 4% de grasa, lo que le convierte en pescado semigraso. La particularidad, muy positiva, de su grasa, es su riqueza en ácidos grasos omega-3, beneficiosos para nuestra salud cardiovascular. Entre las vitaminas del grupo B sobresale el ácido fólico (tiene el doble que muchos pescados) y B12, en la que supera e incluso duplica al de carnes, huevos y quesos, fuente natural de esta vitamina. El atún contiene también cantidades significativas de vitaminas liposolubles (solubles en grasa), como la A y la D, necesaria la primera para la salud de piel, mucosas y sistema de defensas; y la segunda, para los huesos. Potasio, fósforo y hierro (1,3 mg/100g, cantidad importante), son sus minerales más destacados. Los usos culinarios del cimarrón, como ocurre con el atún y el bonito, son innumerables y bien conocidos. El atún rojo o Cimarrón es rico en grasa Omega-3. Ideal para preparar a la plancha, a la parrilla, hervir o al horno. Por su sabor intenso es ideal acompañar con salsas suaves y que no opaquen sus tonos aromáticos y gustativos. Las hierbas como el tomillo, lemon grass, orégano, salvia o el cilantro, acompañan de maravillas esta carne.

Abadejo de Alaska

El colín o abadejo de Alaska (“*Theragra chalcogramma*”), es una especie distinta del abadejo. Su carne es más perecedera que la de otras especies, por lo que conviene no demorar su consumo. El abadejo de Alaska se asemeja, aunque su calidad sea un poco inferior, al bacalao. Admite diversas preparaciones culinarias y se utiliza mucho, por su textura, en la elaboración de surimi. Es, también, un pescado blanco: apenas contiene un 0,6% de grasa y sólo aporta 70 calorías cada 100 gramos. Su aporte proteico es algo inferior al de otros pescados, pero aún notable (casi el 17%). Ideal para preparar a la plancha o al vapor.



Azúcar con sabor

Azúcar al jengibre:

Procesar 1/4 de jengibre confitado picado con 2 tazas de azúcar granulado en la procesadora durante alrededor de 1 minuto. Colocar en un recipiente hermético. Después de algunos días, el azúcar tomará el aroma y el sabor del jengibre. Etiquételo y guárdelo. Puede mezclarlo con té caliente o helado o espolvorearlo sobre la fruta.

Azúcar a la vainilla:

Abrir una vaina de vainilla a lo largo con un cuchillo pequeño de cocina. Colocarla en un recipiente hermético con 4 tazas de azúcar granulado y agitar bien. En unos días, el azúcar tomará el aroma y el sabor de la vainilla. Puede utilizarlo en recetas que pidan vainilla, mezclarlo con café o espolvorearlo sobre fruta cortada.

Azúcar a la canela:

Combinar 2 cucharaditas de canela con 1/2 taza de azúcar granulado. Mezclar bien.

Azúcar al cítrico:

Utilizar el pelador de papas para hacer tiras largas y finas de la cáscara de naranjas, limones y limas (sólo de la parte de color). Colocar en un recipiente hermético con alrededor de 4 tazas de azúcar granulado y agitar bien. En unos días, el azúcar tomará el aroma y el sabor de las frutas cítricas. Guardarlo en un lugar seco. Este azúcar puede ser utilizado para hornear, para dar a tus comidas un toque cítrico, o sobre un pastel antes de hornear.

Cómo guardar

Los azúcares deben guardarse en un recipiente hermético en un sitio fresco y seco. De esta forma, el azúcar puede durar varios años, aunque puede endurecerse, por lo que quizá convenga cernirlo antes de utilizarlo.

El azúcar moreno tiende a secarse rápidamente si se expone al aire. Para evitarlo, colocarlo en una bolsa de plástico con cierre y ésta dentro de un recipiente con una tapa que cierre bien. Si se convierte en un terrón duro, agregar una rodaja de manzana a la bolsa o frasco. Cerrar y dejar reposar hasta que se ablande (1 ó 2 días). Para ablandarlo de forma rápida, caliéntalo en el microondas a potencia ALTA a intervalos de 30 segundos, cuidando de que no se funda.

CARNE DE CABRITO



Cabrito agridulce (4 porciones)

Ingredientes:

2 piernas de cabrito
200 g de cebolla
4 dientes de ajo y 1 hoja de laurel
1 pizca de pimienta blanca y de pimentón
1 vaso de vino blanco
1 vasito de vinagre de vino
150 g de miel
4 cdas. de aceite de oliva
Sal, a gusto

Preparación:

En una olla de barro con aceite caliente, saltear las cebollas y ajos, picados.

Añadir las piernas de cabrito (con unos cortes que faciliten la cocción interior)

y girar durante unos minutos, hasta que se doren. Añadir: pimentón, laurel, sal y vino. Cocinar hasta que la salsa se reduzca.

Precalentar el horno a 180 °C, introducir la cazuela y asar durante 50 minutos. Durante este tiempo, rociar la carne con la salsa, vigilando que no se reduzca demasiado, en cuyo caso se puede agregar agua caliente.

Unos minutos antes de sacar el cabrito del horno, poner en un bowl la miel y el vinagre y mezclar en el fuego, removiendo constantemente. Dejar reducir un poco la salsa, hasta que quede bien ligada y de consistencia melosa. Rociar el cordero con la salsa y dejar en el horno unos 10 minutos más.



Cabrito a las hierbas (4 porciones)

Ingredientes:

2 kilos de carne de cabrito
6 dientes de ajo
2 copas de vino blanco seco
1 ramita de perejil
3 hojas de laurel
2 cdas. de tomillo
3 cdas. de pimentón
Sal, al gusto

Preparación:

Lavar y cortar el cabrito en trozos medianas. Colocar la carne en una asadera junto con los dientes de ajo con piel.

Bañar bien todos los trozos con la mezcla de vino junto y sal. Dejar en reposo como mínimo 3 horas. Transcurrido este tiempo, añadir las especias, un chorrillo de aceite y cocinar por 40 minutos a fuego lento. Acompañar con papines al horno o hervidos.



La forma más común de consumir cabrito es cocinándolo entero, aunque en ocasiones se consumen sus diferentes cortes (costillas, chuleta, pierna o paletilla).

El cabrito ofrece, además, muchas posibilidades de elaboración, siendo el asado al horno, una de las preparaciones más habituales.

Al guisarlo se obtiene un plato exquisito y poco graso, ya que no precisa de aceite para la cocción y la propia grasa de la carne evita que se reseque.

Otra forma de consumir esta carne es cocida -condimentada con aceite de oliva, ajo y romero-, muy típico en la cocina mediterránea.

El cabrito relleno es un clásico de la cocina árabe.

Se rellena de diversos alimentos como el arroz o frutos secos. Estos últimos también sirven, junto a especias aromáticas, como condimento, junto al cilantro, jengibre y el jugo de limón.

Cabrito al horno (6 porciones)

Ingredientes:

2 kg de carne de cabrito
4 dientes grandes de ajo
2 limones
2 cda. de perejil picado
6 cdas. de aceite
Sal y pimienta

Preparación:

Cortar el cabrito en trozos parejos y condimentarlos con sal y pimienta, a gusto. Mezclar en un recipiente los ajos bien picados, el jugo de limón, aceite y perejil. Unir muy bien todo e incorporar a esta preparación los trozos de cabrito; revolver y dejar reposar una a dos horas, más o menos. Pasado el tiempo de reposo, colocar los trozos de cabrito en una asadera y cubrirlo con su jugo. Cocinar en horno moderado hasta que esté tierno, rociándolo con su jugo durante la cocción. Servir con una buena ensalada, con ratatouille, con verduras al vapor o hervidas.

La carne de caprino es rica en hierro (encargado de transportar el oxígeno hasta las células), zinc, que ejerce una importante acción antioxidante. El fósforo, potasio y magnesio están presentes en cantidades elevadas, aunque de forma similar a otras carnes.

La carne de cabrito es, después de la de vacuno, la que más sodio concentra, lo que contribuye a su sabor, más marcado respecto al resto.

De su contenido en vitaminas, se puede destacar la elevada concentración en vitamina B1 o tiamina. Su contenido en B12, en cambio, es similar al resto.

La grasa se puede eliminar con facilidad, lo que permite reducir considerablemente su aporte de grasa saturada, colesterol y calorías.

Si el cabrito se compara con otras carnes como la de cordero (con aproximadamente el 15% de grasa), se observa que la primera tiene hasta la mitad de lípidos que la de un cordero de su misma edad.

Rica en vitaminas del grupo B (niacina, piridoxina, riboflavina y tiamina), pero su contenido en otras, como la vitamina C y las liposolubles, es prácticamente inexistente. Carne tierna, delicada, de fibra fina, débil consistencia y agradable perfume.



Carne de Cabrito

Valor nutritivo
(composición por 100 g)
113,20 Kcal. de energía
19,30 g de proteína
4,00 g de grasa
9,00 mg de calcio
0,90 mg de hierro



Venezuela a través del paladar

La Hallaca

(ensalada de gallina)

Es el más tradicional de los platos venezolanos y se consume mayoritariamente en Navidad. Se intercambian, se regalan, se venden, en fin, es el plato que nunca puede faltar.

Ejemplo vivo del mestizaje bolivariano, la Hallaca evidencia la historia de su pueblo desde su cubierta de hojas de plátano hasta los detalles que adornan y componen su guiso.

Envuelta en una hoja de plátano, usada tanto por el negro africano como por el indio americano, contiene en su interior el pasado indígena a través de la masa de maíz coloreada con onoto* y la influencia española marcada por las carnes de gallina, cerdo, vaca, aceitunas, alcaparras y pasas de uva guisadas.

Para su preparación existen diversas recetas, cada región tiene su tradición y cada familia su sazón.

HALLACA CARAQUEÑA

(12 hallacas)

Ingredientes:

Para el guiso

Hacer el guiso con un día de anticipación.

Hervir 1/4 kilo de pernil de cerdo cortado en tiras finas, 1/2 kilo de carne en tiras.

Aparte, hervir 1 kilo de gallina hervida y desmenuzada y 1/4 kilo de panceta cortada. Reservar los caldos resultantes.

En una olla grande, saltear en aceite bien caliente, hasta transparentar: 1/2 kilo de cebolla cortada en cubos y 6 dientes de ajo pelados y triturados.

Añadir a esto: un poco de ciboulette y 1/4 kilo de cebollín cortado fino.

Cocinar 5 minutos. Incorporar 1/4 kilo de morrón rojo sin semillas cortado en juliana y 1 cucharada sopera de ají dulce picado fino. Dejar al fuego unos minutos más y agregar las carnes. Cocinar 5 minutos más e incorporar el resto de los ingredientes (1/4 taza de alcaparras, 1/4 taza de pasas de uva, 1/4 taza de vinagre de vino), dejando para último momento: 1/2 kilo de tomates sin semillas triturados y 1/2 taza de vino marsala. Salpimentar a gusto.

Aparte, disolver 1/4 kilo de papelón molido* y 1/3 tazas de harina de maíz. Añadir caldo de gallina o carne.

Incorporar el papelón y la harina de maíz disueltos y revolver con una cuchara de madera. Utilizar aceite con onoto* para dar color. Cocinar durante 40 minutos, hasta que quede espeso. Dejar reposar. Reservar.



Para adornar

1 kilo de ají picante cortado en juliana, $\frac{1}{2}$ kilo de tocino cocido en tiritas de $\frac{1}{2}$ cm x 5 cm, $\frac{1}{2}$ kilo de cochino en tiritas de $\frac{1}{2}$ cm x 5 cm, $\frac{1}{2}$ kilo de pechugas de pollo sin hueso en tiras, $\frac{1}{2}$ kilo de cebolla en aros, 200 gramos de alcaparras, 400 gramos de aceitunas rellenas y $\frac{1}{2}$ kilo de pasas de uva.

Opcional: encurtidos en vinagre, almendras peladas.

Para las hojas

50 pedazos de hojas de plátano de unos 30x30 cm, 50 pedazos de hojas de plátano de unos 20x20 cm, 50 tiras de hojas de plátano de unos 15x20 cm y un rollo de pabilo. Retirar la vena gruesa que traen en la orilla. Lavar bien y secar con paño.

Para la masa

Verter 2 y $\frac{1}{2}$ paquetes de harina de maíz en una batea de madera para poder amasarla. Agregarle 5 tazas manteca de cerdo. Una parte de la manteca (1 taza) se hierve con semillas de onoto y se cuele. El resto se manipula sin colorear. Salar y unir. Incorporar lentamente 3 tazas de caldo de gallina. Amasar hasta que quede suave.

Procedimiento:

Disponer todos los adornos en una mesada.

Colocar hojas enmantecadas.

Incorporar en el centro una bola de masa.

Trabajar con los dedos creando una circunferencia.

Agregar el guiso ya frío y sobre éste colocar los adornos distribuidos armoniosamente.

Doblar por la parte ancha de la hoja, creando un pliegue hasta que cierre, doblar los extremos hacia dentro y envolver con la hoja más pequeña.

A continuación, tomar la tira de hoja y asegurar la hallaca por el medio, atándola con pabilo cruzándola dos veces en cada dirección.

Introducir en una olla grande con agua hirviendo por espacio de una hora.

Retirar, escurrir y dejar enfriar.

Aguardar un día entero para servir las así se puede apreciar mejor su sabor.

Para calentar, llevar a agua hirviendo por 20 minutos, retirar y escurrir.

Pabellón Criollo

Sus ingredientes son: arroz blanco, carne mechada, caraotas negras* y tajadas de plátano frito, todos dispuestos en forma de abanico.

Desde la colonización, el arroz, así como las caraotas, son parte de la dieta básica bolivariana.

Las caraotas se servían de acompañamiento tanto en el desayuno, como en el almuerzo y la cena, al igual que la arepa.

Procedimiento:

Caraotas

Cocinar las caraotas en agua hirviendo, hasta que se vuelvan blandas y tiernas. Luego, se salpimentan y se deja que el caldo espese. Se consumen con caldo, fritas en aceite muy caliente.

Carne mechada

Hervir un trozo de falda con las cebollas y sal hasta que se permita desmenuzarla manualmente en trozos finos. Luego esa carne se salta en aceite muy caliente, preferiblemente coloreado con onoto, en el cual se han sofrido previamente ajos machacados, cebollas y ají dulce picado. Añadir a esto el tomate sin piel ni semillas cortado en cubos, sal y pimienta al gusto. Cocinar a fuego lento hasta que quede ligeramente jugosa la preparación.

Emplatado

Cortar y freír plátano.

Distribuir los componentes en el plato de forma decorativa, de manera tal que resalten los colores que componen a este tradicional pabellón: el blanco del arroz, el negro de las caraotas, el rojo de la carne y el amarillo de los plátanos dorados.



*Papelón:

panela elaborada con azúcar de caña.

*Caraotas negras:

porotos o habichuelas.

Semillas comestibles de la leguminosa *Phaseolus vulgaris* (de la familia Fabaceae).

Planta originaria de Centro y Sudamérica.

* Onoto, Bija o Achiote:

semilla del fruto del árbol del mismo nombre, originario del Amazona. Maceradas dan una sustancia de color rojo que sirve para teñir, pintar y repeler insectos.

En Venezuela se usa tradicionalmente para condimentar, aderezar y colorear alimentos.

Comercialmente se encuentra en pasta o extracto líquido.

Fuente:

www.venezuelatuya.com

Nieto Senetiner

Elegancia y refinamiento





Enmarcado en el inmejorable escenario de Luján de Cuyo, la mejor zona vitivinífera de la Provincia de Mendoza, la Bodega Nieto Senetiner, no sólo se presenta ante nosotros como la primer bodega argentina en certificar la máxima calidad en los procesos mediante las normas ISO 9002, sino como un exquisito ejemplo de elegancia y refinamiento.

Fundada en 1888, por inmigrantes italianos, Nieto Senetiner se ubica en el Valle de Vistalba, a 900 metros sobre el nivel del mar, y cuenta hoy con 300 hectáreas de viñedo en Luján de Cuyo (en Agrelo y Vistalba) y en Tupungato. Con una capacidad total de 1.5 millón de litros y 450 barricas, entre sus cepas vinificadas se encuentran: Pinot Noir, Cabernet Sauvignon, Bonarda, Malbec, Tannat, Chardonnay, Merlot, Angelotta, Cabernet Franc y Syrah. Siendo la Malbec y la Bonarda sus actuales estrellas.

¿Cuáles son las marcas?

Nieto engloba, Cadus, Reserva Bonarda, Don Nicanor, Nieto Senetiner, Benjamín Nieto y las Champagnas Extra Brut y Brut Nature. Santa Isabel en cambio contienen a: Las Marías, Noveis, Santa Isabel y Don Matías. Lo interesante es que se han segmentado tanto los mercados, que hay consumidores que hoy no reconocen que Santa Isabel y Nieto, son la misma empresa.

¿Cuánto se exporta de la producción total?

Casi el 42% de nuestra producción se exporta. Nuestro primer mercado, al igual que ocurre con Molinos Río de la Plata, es Brasil, con un 20% del total. Aquí se envía principalmente Benjamín Nieto y Champagne y le sigue Estados Unidos. En cuanto a los mercados, el más exigente es sin dudas, Canadá, y compra básicamente Don Nicanor y parte de Reserva Nieto Senetiner.

La línea Cadus por ejemplo, no interesa en el mercado canadiense, ni norteamericano, lo compran los europeos. Esto se debe a su valor, ya que por el mismo precio, se encuentran marcas más reconocidas y con mayor posibilidad de rotación.

¿Cómo visualizan el futuro?

La bodega hoy se encuentra en una encrucijada. Su esencia tradicionalista y continuista en sus estilos le juega en contra según lo que busca el consumidor actual, demandante de un constante cambio y renovación.

Al punto que, la última marca que lanzamos fue Benjamín, y nadie estaba de acuerdo, fundamentalmente porque los vinos de Nieto han sido siempre concentrados y de mucha guarda. Sin embargo, el producto funcionó muy bien.



Esto no quiere decir que entremos en carrera para capturar al consumidor joven de vinos ligeros. Nieto se aboga siempre por el cliente conocedor de vinos, con cierto nivel de educación a nivel del paladar.

De todas maneras, nos dimos cuenta de que hay un espacio demasiado grande entre un Cadus y un Reserva Bonarda y un Don Nicanor de menor precio.

¿Cuál es el promedio de gente que reciben al mes?

Nieto Senetiner abrió sus puertas al turismo en 1984. Hoy, recibimos alrededor de 800 personas por mes. En el primer trimestre del año el 63% de las visitas fueron extranjeros, brasileros, norteamericanos, franceses y latinoamericanos –peruanos, colombianos, australianos-. Los chilenos cuando vienen, si vienen, vienen a comprar y saben qué quieren.

Además, contamos con una posada de 4 habitaciones dobles y todos los servicios para disfrutar de una excelente estadía.

La Bodega

Defensora de las raíces vitiviníferas de la zona, Nieto Senetiner da cuenta de la historia de todos aquéllos inmigrantes que se instalaron en Mendoza. Viñedos que aún mantienen su estructura en espaldero bajo, especialmente conservados para contar la historia de la vitivinicultura argentina; construcciones de estilo del año 1915, que todavía conservan sus paredes y techos originales en adobe, caña y barro; nada en esta empresa se encuentra librado al azar.

Según señaló Belén, “inclusive dentro de la bodega se pueden ver las distintas etapas de vinificación por las que pasó el país. Las primeras piletas que se construyen en 1932, cilíndricas, de no más de 9 mil litros, porque argentina se dedicaba a hacer vinos concentrados y fuertes; las creadas en la década del '50, cuadradas con una capacidad de 23 mil litros, cuando se animaron a hacer vinos más jóvenes y con menos taninos. Llegando a piletas de hasta 54 mil litros de capacidad.

En la actualidad, estas han quedado como parte de la decoración del lugar, como huellas testigos del paso del tiempo, debido a que el objetivo de Nieto es elaborar vinos Premium, para lo cual utiliza solamente las más pequeñas.



Los vinos

Con gran parte de su viñedo plantado en parrales, Nieto Senetiner desafía las creencias enológicas de que la calidad de la uva mendocina está dada por el sistema de cosecha en espaldero alto, producto de aquéllos inmigrantes que poblaron primeramente estas tierras. Como resultado, un trabajo enológico exhaustivo y un cuidado del viñedo privilegiado, llevaron al parral a producir con la calidad de un espaldero.

Bajo el sistema de doble selección, la cosecha de Nieto, se efectúa normalmente la tercera semana de marzo, de manera manual, con doble selección de racimos, realizándose una primera selección en el viñedo racimo por racimo y la segunda, luego de ser decobajado, en una mesa de selección dentro de la bodega, grano a grano.

Cadus Malbec / 100 % Malbec / 24 meses de crianza en barrica de roble francés. 12 meses de añejamiento en botella / Embotellado directo sin estabilización, ni filtrado.

Servicio: Abrir 30 minutos antes de servir. Decantar. Temperatura entre 16 y 18° C. Afinidad sugerida: costillas de cerdo grilladas a la plancha, cazuela de mariscos o risottos con hongos.
Cadus Cabernet Sauvignon / 100 % Cabernet Sauvignon
Cadus Syrah / 100 % Syrah

Reserva Bonarda / 100 % Bonarda / 12 meses de crianza en barrica de roble francés de grano fino / 10 meses de añejamiento en botella / Servicio: Abrir 30 minutos antes de servir. Decantar. Temperatura entre 16 a 18° C. Afinidad sugerida: jabalí con bayas de cassis, costillas de cordero lechal con romero, salmón escocés.

Don Nicanor Cabernet Sauvignon / 100 % Cabernet Sauvignon / 12 meses de crianza en barrica de roble francés / Embotellado sin estabilización, ni filtrado / Servicio: Abrir 30 minutos antes de servir. Decantar. Temperatura entre 16 a 18° C. Afinidad sugerida: mollejas a las finas hierbas, chivito al asador, raviolos de cordero con salsa de hongos.

Don Nicanor Malbec / 100 % Malbec
Don Nicanor Merlot / 100% Merlot / 12 meses de barrica francesa, tostado medio plus / Servicio: Abrir 30 minutos antes de servir. Decantar. Temperatura entre 16 a 18° C. Afinidad sugerida: carnes rojas grilladas, aves salseadas y arroces con salsas especiadas.

Don Nicanor Blend / 34 % Malbec, 33 % Cabernet Sauvignon, 33 % Merlot / 8 a 10 meses de roble francés, según cada varietal / Servicio: Abrir 30 minutos antes de servir. Decantar. Temperatura entre 16 a 18° C. Afinidad sugerida: carnes rojas vacunas elaboradas con frutos rojos, cordero patagónico a las hierbas, pastas con salsas intensas.

Don Nicanor Tardío / 100 % Chardonnay / fermentación en frío en barricas de roble. Conservación en barrica de roble americano con sus lías durante 23 meses en ambiente oxidante. Selección de los mejores lotes. / Temperatura de servicio: de 8 a 6° C.

Don Nicanor Syrah / 100 % Syrah
Nieto Senetiner Cabernet Sauvignon / 100 % Cabernet Sauvignon / 6 meses de barrica de roble francés / Servicio: Abrir 30 minutos antes de servir. Decantar. Temperatura entre 16 a 18° C. Afinidad sugerida: carnes rojas con salsa de hongos, corderos y lomos de cerdo.

Nieto Senetiner Malbec / 100 % Malbec
Nieto Senetiner Syrah / 100 % Syrah



Nieto Senetiner Merlot / 100 %
Merlot / 6 meses de barrica de
roble francés de grano fino. Nieto
Senetiner Malbec DOC / 100 %
Malbec / 8 meses de barrica de
roble francés / Tiempo de guarda:
5 años / Abrir 30 minutos antes
de servir. Decantar. Temperatura
entre 16 a 18° C. Afinidad
sugerida: carnes rojas con salsas
intensas, aves de caza
Nieto Senetiner Chardonnay / 100
% Chardonnay

Benjamín Nieto

Champagnas

Extra Brut / 100 % Pinot Noir
/ Método : Charmat lungo /
Afinidad sugerida: pescados,
salmón ahumado, postres
helados.

Brut Nature / 100 % Pinot Noir
/ Método : Charmat lungo /
Afinidad sugerida: terrinas de
pescado, aperitivos, postres de
chocolate con cítricos confitados.





Marketing Olfativo

Aromas que conquistan a los consumidores

Hoteles, líneas aéreas, bancos, restaurantes, clínicas y cafeterías, adquieren aromas envolventes para aumentar ventas y generar ambientes agradables.

Los pasillos y el hall central de oficinas, patios de comida de shoppings, tiendas de chocolate y tecnología y otros establecimientos, compran aromas envolventes para aumentar ventas y generar ambientes agradables para sus clientes.

Un dispositivo que expelle olor a chocolate en una tienda de golosina chilena le ha permitido aumentar sus ventas 10%.

Samsung experimenta con la vaporización de esencias que, según los expertos, son capaces de mantener durante más tiempo a los curiosos y clientes en sus locales.

El aroma es lo más importante

Una investigación de la Universidad de Rockefeller, indica que recordamos 5% de lo que vemos, 2% de lo que oímos, 1% de lo que palpamos, 15% de lo que degustamos y... 35% de lo que olemos. La memoria olfativa juega un rol importante en la recordación de marca, tanto es así que en varias de las ciudades más importantes ya se han establecido aromas propios para distintos tipos de negocios, y en varias partes del mundo ya han sido adoptados por grandes tiendas, artefactos electrónicos, automóviles, museos y hoteles, principalmente.

Un supermercado de Estados Unidos colocó aroma de chocolate chips en el sector de panadería y las ventas eran 55% superiores en aquellos lugares que tenían el aroma, en relación a los que no. Otros van más lejos: Rolls-Royce hizo anuncios en diarios con el olor de sus tapizados y una empresa de bebidas promovió un jugo frutal, valiéndose de una mezcla de aromas en sus posters.

En Argentina ya han comenzado a utilizarlo marcas como Patio Bullrich, Hilton, Kosiuko, María Cheri, Asia de Cuba, Sucre, Uriarte y Danzón, mientras que en Chile Mall Plaza Vespucio decidió usar el aroma "pie de manzana" en el patio de comidas para crear un olor más agradable.

En las empresas cuya rentabilidad depende de su atención y buen servicio al cliente, son extremadamente importantes las emociones generadas por nuestros sentidos en el punto de compra, y en donde este tipo de acciones ayudan mucho.

El académico de la Universidad española Adolfo Ibáñez, Pablo Javier Canepa, dice que más que hablar de marketing sensorial,



podemos señalar que el marketing satisface necesidades sensoriales, junto a las funcionales y simbólicas. "Un lápiz BIC cumple lo funcional. Una lapicera cuya pluma se desliza fácilmente sobre el papel y no me genera durezas en los dedos, es sensorial; y si a eso agregamos un logo que en un costado diga Montblanc, es simbólico", dice.

Para propagar las fragancias en sus tiendas y en los ambientes, los interesados hacen una "cata de aromas" y escogen lo indicado para sus necesidades. Luego, la empresa coloca el olor escogido en un "cartridge" que cabe dentro de un aparato que emite el olor, y que es más chico que una caja de zapatos. Sólo uno de éstos alcanza hasta 250 metros, y rellenar los dispensadores no cuesta demasiado dinero si se piensa que las ventas aumentan considerablemente según los estudios.

En el afán de conocer las motivaciones de los clientes, los publicistas postulan su nueva certeza: los consumidores no compran productos sino experiencias. El prestigio social de la marca, el embalaje, el trato del personal, los decorados del punto de venta, conforman ese plus que termina de embriagar definitivamente al usuario moderno.

La nueva tendencia del marketing olfativo afianza ese camino: "seducir a través de los aromas".

Una investigación de la Universidad de Rockefeller, indica que recordamos:

5% de lo que vemos, 2% de lo que oímos, 1% de lo que palpamos, 15% de lo que degustamos y... 35% de lo que olemos.

En el afán de conocer las motivaciones de los clientes, los publicistas postulan su nueva certeza: "los consumidores no compran productos sino experiencias".





Cada día más compañías recurren a esta modalidad: el 35% de las 1.000 empresas más importantes a nivel mundial han puesto en marcha este concepto, de acuerdo con datos de la firma pionera del marketing olfativo Aromarketing. El fenómeno, aunque incipiente, también ha desembarcado en Uruguay.

El cliente se queda más tiempo

Un stand de cremas de productos de aseo personal que huele a hierbas y flores, una zapatería para mujeres con fragancias dulces, una panadería con olor a pan recién horneado. Los acondicionadores de aromas pueden amenizar un punto de venta y hacer más prolongada la visita del cliente eventual.

El esfuerzo tiene su recompensa: una tienda con aroma vende un 33% más que una que no lo tiene, según las últimas investigaciones.

Si bien el panorama local aún está lejos del desarrollo que alcanzó el mercado argentino, las perspectivas prometen.

Fragancias que refuerzan la identidad

No se trata sólo de perfumar el ambiente del punto de venta de una marca. Además del diseño, las grandes marcas eligen reforzar su identidad utilizando fragancias que las identifican a través del diseño del llamado "odotipo", una forma aromática estable que se inscribe como uno de los elementos distintivos para una marca. A la hora de definir un olor corporativo, las empresas también intentan conseguir, como en las propagandas de los perfumes, una personalidad determinada.

Las empresas quieren oler a sí mismas, es decir, a un aroma tan peculiar y único que no podrá ser asociado con ningún otro producto más que ellos mismos.

La creación de un "odotipo" supone un proceso de elaboración de hasta un año, donde intervienen una veintena de personas y se toma en cuenta el público a que va dirigido el producto, qué tipo de sensación se busca recrear y las emociones que pretende evocar.



Olores cargados de símbolos

El ser humano posee la capacidad de asociar sensaciones, procedentes de los cinco sentidos y relacionarlas con conceptos, que a su vez generan sentimientos y emociones.

Los aromas también están cargados de metáforas y simbolismos que pueden ser determinantes de comportamientos sociales.

Si un olor tiene la capacidad de alterar el sentido del humor o la percepción de una comida, puede también persuadir a una persona a que compre lo que huele.

El marketing olfativo considera que el sentido olfativo es el más importante porque está directamente ligado a la memoria y sentimientos.

Un aroma dispara nuestra memoria, la memoria influye en nuestras emociones, nuestras emociones nos provocan un estado de ánimo, y ese estado de ánimo dicta nuestra reacción.

Las singularidades culturales ejercen, de todas maneras, una influencia decisiva a la hora de formular un producto que seduzca al olfato. Los únicos aromas que no tienen fronteras son los relacionados con la naturaleza, tal vez una fruta o una flor. Seguramente el aroma a café o pan que nos gusta en Uruguay, no será el mismo que gusta en Estados Unidos.





Microcervecerías

¿Moda o demanda del mercado actual?

por Daniel Arraspide

Visitando la región de la Serra Gaúcha en Brasil en recorrido por sus mejores vinícolas, algo diferente en pleno corazón de los valles de los viñedos. Ubicada en la ruta 444, en el kilómetro 15,5 cercana a la ciudad de Bento Goncalvez y en medio de viñas y bodegas, con una tímida señalización se levantan las instalaciones de la Sud Brau, una microcervecería propiedad del empresario metalurgico Volmir Gava, durante años dedicado a la fabricación de equipamiento de acero inoxidable para la industria cervecera. Fue hace dos años, cuando Volmir decidió montar su propia fábrica cervecera, luego de contratar a un experto en la materia, el maestro cervecero Reinaldo Fogagnoli.

Las instalaciones cuentan con toda la tecnología disponible para la obtención de un producto de altísima calidad, el que se ve reflejado en el producto final. Consultado por COMER & BEBER en la propia planta de elaboración Reinaldo Fogagnoli, respondió gustoso a nuestras preguntas.

C & B - ¿Cómo surge la idea de montar una micro cervecería en pleno corazón del Vale dos Vinhedos?

REINALDO - La idea surge por el hecho de que aquí al lado funciona la fabrica de tanques de acero inox propiedad de Volmir, y que durante años a estado proveyendo a la industria del sector.

C & B - ¿Hubo resistencia por parte de los empresarios del vino por el hecho de instalar una cervecería en una zona tradicionalmente dedicada a la elaboración de vino?

REINALDO - Al principio tal vez un poco, pero con el paso de los días y los meses todos entendieron que la cerveza no es competidora del vino, sino que tiene su momento y sus consumidores.

C & B - ¿Cuántas variedades están elaborando actualmente?

REINALDO - Hoy en día tenemos tres variantes en el mercado y estamos a punto de lanzar una nueva versión a base de trigo, bien diferente a las otras. Tenemos una rubia, una con tonalidad rojo-cobrizo y otra negra, y la nueva es de tonalidad dorada intensa.

C & B - ¿Son cervezas que se encuentran a la venta embotelladas o solo en barriles?

REINALDO - Dado la producción limitada que tenemos, ya que ronda los 120.000 litros/año solo se envasa en barriles de diferentes capacidades, desde 15 a 50 ltrs.

C & B - ¿Dónde se encuentran y a que precio llega al consumidor el producto?

REINALDO - Lugares, en zonas bien variadas, desde restaurantes, hasta en plazas de comidas de los shoppings de Bento, Caxias de Sul e incluso en Porto Alegre que es un mercado muy amplio. En cuanto a precios nuestras cervezas se pueden encontrar el vaso de 330 ml. a una media entre los 3 y 5 reales (unos \$ 36 a \$ 60 uruguayos) dependiendo del lugar y el margen de ganancia que aplique cada comerciante.



Nota de Cata

Degustando los productos, todos servidos directamente de los tanques de conservación y a una óptima temperatura.

CHOP PILSEN (RUBIA)

Elaborada por el método de baja fermentación (lager) es una cerveza de aspecto cristalino, color amarillo-dorado, buena burbuja y espuma de consistencia media.

Con aromas frescos que recuerdan al lúpulo empleado en su elaboración.

Alcohol 5,1 % vol.

CHOP PALE ALE (ROJA-COBRIZA)

Resultado de un proceso de alta fermentación denominado "ale" esta es una opción muy buena para quienes gustan una cerveza de más cuerpo y aromas complejos.

Su espuma mas consistente que la anterior, su color rojizo con reflejos cobre la convierten en la cerveza ideal a la hora de acompañar un buen filet de salmón a las brazas. Alcohol 6,0 % vol.

CHOP PORTER (NEGRA)

Otra versión fermentada por el proceso lager, de color marrón oscuro, y cremosa espuma muy consistente y espesa.

De aromas a tostados, como café, y chocolate proveniente de la malta que le da origen y un toque leve de fruta.

Para quienes gustan de una cerveza con mucho cuerpo.

Alcohol 7,0 % vol.



NUEVA VERSION CON MEZCLA DE TRIGO

Si bien aun no fue presentada en sociedad, tuve el placer de degustarla.

Proveniente de la mezcla de cebada malteada y trigo es una cerveza bien diferente, de color dorado intenso y espuma firme con aromas que recuerdan las especias como la canela y el clavo de olor.

Muy persistente en boca, donde repite las notas especiadas.



MARKETING GASTRONÓMICO

Única empresa especializada en el Uruguay



Marketing Gastronómico

Diseño, desarrollo de recetarios, revistas, fotografía, periodismo, lanzamientos, eventos, mystery shopping, capacitación, todo vinculado al vasto mundo de la gastronomía.

Rincón 615 Ciudad Vieja :: Tels.: 005982 / 915 5357 // 916 4644

marketinggastronomicoadinet.com.uy

www.marketinggastronomico.com



Comer & Beber

Revista Virtual Uruguaya de Gastronomía

Karim Rashid, diseño democrático

Rarezas culinarias

Bodega Zuccardi

Novedades del vino



Diciembre 2009