



La tienda Inossidable, en el Centro de Málaga, fue una de las primeras en atender a los paladares más sibaritas y ahora también organiza actividades como clases magistrales de

La gastronomía, un negocio para comérselo

Cocinar está de moda y proliferan las empresas que ponen en bandeja esta afición a los malagueños



NURIA TRIGUERO

✉ ntriguero@diariosur.es

Huyen de las recetas tradicionales, compran en tiendas 'gourmet' y aprenden a hacer sushi: así son los nuevos 'cocinillas'

MÁLAGA. Belén lleva todo el día en la cocina. Ha invitado a ocho amigos a cenar y el menú que ha preparado, de cinco platos, es digno de un restaurante de categoría. No ha reparado en gastos con los ingredientes e incluso ha horneado su propio pan. Hasta que se casó, hace un par de años —ahora tiene 28—, esta joven malagueña no sabía ni freír un huevo. Pero ahora cocinar es su pasión. «Salimos poco, preferimos organizar cenas en casas. Hasta hacemos concursos entre los amigos», reconoce.

Como Belén, muchos jóvenes y no tan jóvenes redescubren el placer de cocinar y de comer. En una sociedad donde todo es cada vez más rápido y automatizado se está produciendo una vuelta a los fogones. Pero el modelo a seguir ya no son las madres o las abuelas, sino Ferrán Adriá y sus tortillas deconstruidas. Y es que los nuevos 'cocinillas' no persiguen la sopa de puchero perfecta, sino que aprenden técnicas de vanguardia

y se apuntan a cursos de sushi o de repostería americana. Guisar sí, pero con glamour.

La gastronomía está de moda. Lo atestigua José Maldonado, 'Pepekitchen', uno de los blogueros culinarios más influyentes del país, que además da cursos para aficionados en Benalmádena Costa. «Siempre ha habido gente muy interesada por la cocina, pero desde luego ahora hay una fiebre en la que tienen mucho que ver los grandes cocineros, como Adriá, Arzak o Dani García. Es increíble la explosión de restaurantes que ha habido en Málaga, con una calidad muy alta. Eso hace que la gente se interese por aprender a cocinar lo que ha comido en tal o cual sitio»,

La pasión por la buena mesa alimenta tiendas especializadas, blogs, degustaciones y cursos

opina. «Es una tendencia que no es nueva; ya lleva varios años imperando en grandes ciudades como Madrid o Barcelona», añade.

Del blog a escuela propia

En respuesta a esta creciente afición a la cocina, prolifera una variada oferta de cursos, tiendas especializadas, catas y degustaciones por toda la provincia. 'Pepekitchen' acaba de trasladar su escuela de cocina desde su propia casa a un local «para poder ampliar el negocio». Cada fin de semana, este gastrónomo ofrece dos clases monográficas que van del sushi a la pasta, el pan, la cocina libanesa, los arroces... «Son pequeños grupos, de hasta 15 personas, con un perfil muy variado aunque suelen tener un nivel medio-alto», apunta el bloguero. «Son mayoría las mujeres, aunque cada vez vienen más hombres, sobre todo con sus parejas. Y el 20 o el 30% repite; de hecho, hay un señor que ha venido ya a diez cursos», revela. ¿El curso estrella? «El de sushi, con diferencia».

Que en la situación económica actual haya gente dispuesta a pagar 50 euros por pasar una tarde aprendiendo a hacer sushi puede resultar llamativo. Pero también hay quien paga 20 por medio litro de aceite de oliva. Las tiendas 'gourmet' son otro fenómeno al alza en plena crisis. En el Centro de Málaga hay más de una decena, cada una especializada en algo: vinos, quesos, menaje, productos italianos, chocolates, tés, productos ibéricos... Una de las más conocidas es Inossidable, que abrió sus puertas hace ya casi cuatro años con una oferta variada en cuanto a productos (aceites, condimentos, vinos, licores, pasta, dulces, menaje y tés, entre otros) que busca ante todo la exclusividad. «Intentamos traer cosas que nadie más ofrece en Málaga», explica su dependienta, Úrsula Pérez.

Los inicios del negocio fueron difíciles porque «la cultura del sibirismo estaba poco arraigada en Málaga», según Pérez. «Pero ahora la gastronomía está de moda, la gente sabe



cocina creativa. :: SALVADOR SALAS



Beatriz Cano, de Enjulia, enseña a hacer repostería americana. :: SUR

mucho. Aunque también hay quien busca un regalo y se deja asesorar», añade. En el éxito actual de Inossidable tiene bastante que ver el hecho de que haya sumado a su oferta los cursos de cocina. «Es lo que más demanda tiene. Siempre se llenan, de hecho estamos ya completos para todo el mes», revela Pérez. En su caso, las clases las imparten conocidos cocineros malagueños los viernes por la tarde, por un precio de 20 euros con degustación incluida y público reducido (nueve personas).

El mundo de la gastronomía, como en el de la moda, se rige por tendencias. Ahora están en boga los 'gin tonics', la cocina japonesa y los 'cupcakes', que son dulces similares a las magdalenas pero muy decorados. «Toda la repostería está viviendo un boom: hay cientos de blogs en Internet», afirma Beatriz Cano, cofundadora de Enjulia.com, una plataforma de comercialización de productos para pasteleros aficionados que tiene clientes

El malagueño 'Pepekitchen', uno de los blogueros gastronómicos más influyentes, tiene una escuela de cocina. :: SUR



en toda España y en el extranjero. Un negocio que es la reinención de un comercio de menaje de toda la vida: el que abrió su padre, Antonio Cano, hace 35 años en Torremolinos.

«Nuestros clientes siempre habían sido establecimientos de hostelería, pero hace seis o siete años, cuando mi hermana y yo nos incorporamos al negocio familiar, empezaban a venir particulares preguntando por aros de emplatado o sifones, que eran cosas que antes nadie utilizaba en casa. Nos dimos cuenta de que quizá había un nuevo filón por explotar», narra Beatriz Cano. La propia pasión de las dos jóvenes por la repostería les hizo concentrarse más en ese terreno. «Empezamos a importar máquinas, moldes y accesorios de decoración de Estados Unidos y decidimos vender también en Internet, porque no son productos muy accesibles aquí en España», añade. Ahora ofrecen, tanto en Internet como en su tienda física, alrededor de cinco mil referencias relacionadas con la paste-

lería. «Continuamente incorporamos nuevos productos», destaca la responsable de Enjulia.com.

Internet, punto de encuentro

De esta manera, el negocio familiar de los Cano se ha reorientado por completo hacia el edulcorado universo de los 'cupcakes', bizcochos, tartas y galletas. Los cursos para aficionados no podían faltar: ayer mismo, Beatriz impartió uno dedicado a las galletas navideñas. «Los que más éxito tienen son los de decoración de 'cupcakes' porque son pasteles que están muy de moda», afirma la empresaria, quien asegura que lo suyo es «más que un negocio; es algo que nos apasiona». «Tenemos también un blog, una revista y un club llamado Whole Kitchen en el que proponemos una receta dulce y otra salada al mes para que cada socio la reinterprete a su manera; luego las publicamos todas en nuestra web», explica.

Y es que Internet desempeña un papel clave en este boom de la gas-

Internet es punto de reunión para aficionados y de lanzamiento para los emprendedores

SUR lanza el suplemento semanal 'Málaga en la mesa'

Los amantes de la gastronomía cuentan desde ayer con un nuevo mapa con el que orientarse en la provincia. Se trata de 'Málaga en la mesa', el nuevo suplemento semanal lanzado por SUR, que podrá leerse todos los sábados junto con el periódico.

Los aficionados a la buena mesa encontrarán desde reportajes sobre productos gastronómicos concretos hasta rutas de tapeo por diferentes municipios de la provincia, artículos de reputados nutricionistas o críticas gastronómicas, sin olvidar las novedades del mundo del vino, las recetas o las pistas sobre dónde comprar los mejores productos.

tronomía. Los aficionados encuentran en blogs, foros y páginas web un punto de encuentro donde intercambiar consejos y relacionarse. Y para los emprendedores, la Red es una plataforma de lanzamiento excepcional. No son pocos los que empiezan por afición y terminan descubriendo un negocio. 'Pepekitchen', por ejemplo, no podía imaginarse que hoy viviría de lo que era un 'hobby'. Las hermanas Mariló y Susana Flores, tampoco. Lo que actualmente es una tienda física y virtual con taller de cursos incluido (La Casita Dulce de las Flores) hace cinco años solo era un blog que una malagueña apasionada por la repostería.

«Entré en el mundo de la decoración de tartas sin querer, y me enganché. Aprendí sola, por Internet, en foros extranjeros y con una buena dosis de intuición. Y acabé enseñando yo a otros...», recuerda Mariló. Ahora, a su local acuden aficionados «de muchos lugares de España y del mundo» para aprender a decorar tartas, galletas y 'cupcakes'. «Lo de abrir una tienda fue una consecuencia lógica, porque nosotras mismas no encontrábamos los ingredientes que necesitábamos», explica. También diseñan líneas de productos para pastelerías. «No nos haremos nunca ricas, pero somos muy afortunadas. Hacemos lo que nos gusta», concluye.