

Tres años después de su inauguración y tras miles de latas (y consejos) despachadas a vecinos, paseantes y turistas, La Conservera BCN ha subido al podio 2024 del comercio de barrio. El gran mérito es

POR PATRICIA CASTÁN

que detrás no hay una franquicia ni una empresa forjada desde el dictado de la rentabilidad, sino un proyecto fruto de la cabezonería y la ilusión de la pequeña cooperativa de trabajo Cop de Foc. La formaron tres socios y la preside César Martínez, casi siempre tras el mostrador de la gastrotienda que se ha convertido en el tentáculo más visible de su proyecto. Con humildad y sin más ayuda que algunos pipos en las redes sociales, la tiendecita atiende cada vez más a barceloneses y foráneos que acuden expresamente a descubrir qué se oculta tras sus latas y tarros. Y sobre todo a que este emprendedor les ayude a elegir una buena conserva de sardinas, atún, kakotxas, patés, almejas y un sinfín de productos entre más de 300 referencias.

El asunto de las conservas no es casual. Su durabilidad (incluso 10 años) y su elaboración (sesudamente seleccionada) maridan muy bien con la filosofía de Cop de Foc. Están convencidos de que «comer es un acto político no solo desde la lucha por la justicia alimentaria, sino también desde la preservación de los productos y productores, de los territorios y su sostenibilidad, del legado histórico culinario a las diferentes necesidades actuales de los consumidores y sus derechos a tener trazabilidad y calidad en su comida». Así lo relatan en su web, aunque Martínez explica a este diario —tras ganar el premio anual de Barcelona Comerç a los mejores establecimientos de barrio en la categoría de compromiso social— que ansiaba «rescatar las conservas porque conllevan sabiduría y artesanía».

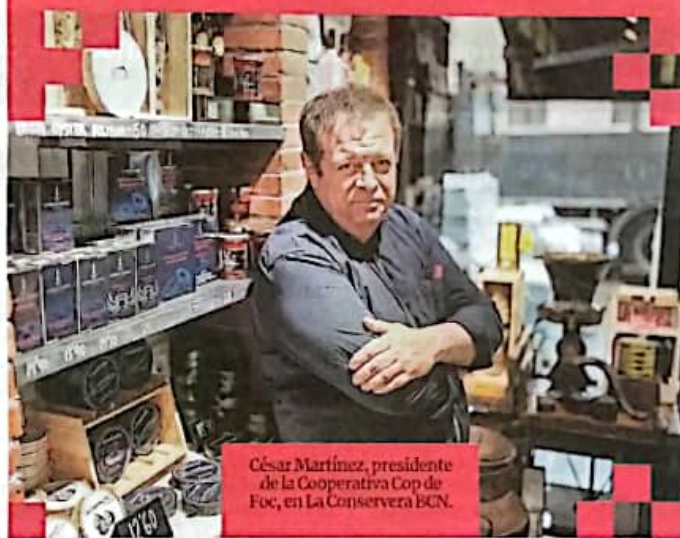
Porque la entidad tiene larga experien-



Barcelona, protagonista

La Conservera BCN, en el número 58 de la calle de Bailèn, ha conseguido tres años después de su inauguración el Premio Barcelona Comerç en la categoría de compromiso social.

Una gastrotienda para vender historias enlatadas



César Martínez, presidente de la Cooperativa Cop de Foc, en La Conservera BCN.

Zowy Voeten

cia en iniciativas sociales y con fundaciones. En menús para los mayores («contra la soledad») en colaboración con La Caixa; en acciones con colectivos del Raval o en proyectos con «conciencia social». Desde la tienda tratan de difundir el espíritu cooperativista, hablar de alimentación y poner en valor que «somos lo que comemos y cómo lo comemos», lo que choca con la «mercantilización de la comida».

Con intención

En su establecimiento en el número 58 de Bailèn, tocando casi la Gran Vía, en el Eix Coreixample, hay productos de dos euros y de dos cifras. Para gourmets y para todos los bolsillos, pero con el denominador común de una intencionalidad: una familia productora, una marca histórica renovada, un origen y relato del producto detallado, una receta prodigiosa enlatada, un pequeño productor... La proximidad no es aquí determinante, porque lamenta que Catalunya haya perdido mucha tradición conservera. Pero productos del Cantábrico, Galicia, Andalucía, Portugal, Francia y muchos más tienen al comensal.

Con dos empleados, elaboran platos del día que se pueden combinar en menús de 8,90 euros para llevar, buscando calidad, atractivo y equilibrio nutricional. Tienen una pequeña zona de cocina en la trastienda, y otro espacio mayor para cuando preparen cáterings o acciones de mayor formato. El teletrabajo creciente en muchas grandes oficinas del entorno hace fluctuar esta demanda, detalla, pero sus conservas se visualizan en algunos preparados y planean crear una marca propia.

Es frecuente que un estadounidense o un árabe se lleven decenas de sabores para llevárselos en la maleta. Desde una lata de caballa con elaboración singular a una de tapa de endivias con nueces y wakame. Tradición y sorpresas. «No podemos competir con internet sin con el elemento experiencial», concluye. ■

Serunion sale de compras

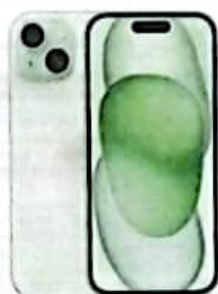
Serunion, empresa con sede en Barcelona dedicada a la restauración colectiva, quiere crecer en el negocio de la limpieza. Acaba de cerrar un acuerdo que la lleva a alcanzar un volumen de negocio de 80 millones de euros en este ámbito con la compra de Grupo Alarcón, una empresa familiar madrileña con 2.500 empleados que ofrece servicios de limpieza en colegios, centros sanitarios, oficinas o centros comerciales.

Normal, en la calle Pelai

Medio año después de abrir sus dos primeras tiendas en Barcelona, la cadena danesa de cosmética y tendencias Normal se ha hecho con dos nuevos locales en el centro de la ciudad. Abrirá en el local que ocupaba el antiguo ImaginCafé, un espacio físico para la clientela de ImaginBank en la esquina de la calle de Balmes con Pelai, y en el actual macrolocal de Intersport en Rambla de Catalunya, 123.

Ruscalleda, Marca España

El Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) ha designado embajadores honorarios de la Marca España a la cocinera Carme Ruscalleda, el escultor Jaume Plensa, Ana José Varela (primera mujer que dirige las finanzas de la OCDE), Antonio Huertas el presidente de Mapfre, el cirujano Diego González Rivas, la bicampeona paralímpica de triatlón Susana Rodríguez y la matemática Regina Llopi.



40 AÑOS UN IPHONE 16 REGALO DIRECTO

Llévate un iPhone ¹⁶
**SÓLO POR PONER
TU PISO A LA VENTA**

Lo venderemos; seguro !!

¿Cuánto cobramos si conseguimos la venta?
Ahora, aprovecha nuestra...

TARIFA FLEXIBLE
Con honorarios muy ajustados
Compruébalo!

dp donpiso

93 306 90 90 · www.donpiso.com

(Consulta las bases en donpiso.com)

