

El gazpacho salta de las mesas a las máquinas expendedoras y viaja a Europa



Noticias

La empresa sevillana 'Andaluza de Gazpachos', una firma creada hace más de 30 años, que en 2013 comenzó a ubicar en puntos estratégicos de la capital hispalense una serie de máquinas expendedoras

Lo que parecía un producto anquilosado en lo referente a su producción se ha convertido en un referente a la hora de promocionar algo tan andaluz como el gazpacho, que ahora se puede comprar directamente en máquinas expendedoras, y pronto se podrá adquirir en muchos establecimientos de Europa.

Es la idea que ha puesto en marcha la **empresa sevillana 'Andaluza de Gazpachos'**, una firma creada hace más de 30 años, que en 2013 comenzó a ubicar en puntos estratégicos de la capital hispalense una serie de máquinas expendedoras, para comprar sus productos las 24 horas del día, y ha culminado otra idea, para crear un sistema de alta presión hidrostática que optimiza el transporte para llevar el gazpacho andaluz por toda España y Europa.

Lo explica el apoderado y portavoz de la empresa, Rafael de Aquino, creador tanto de la firma como de la idea que ha posicionado a la empresa en el sector del "vending", que hace que cualquier cliente pueda acceder a sus productos directamente en la máquina en la calle, sin tener que estar sujeto a los horarios cerrados de las tiendas tradicionales. "En su día fuimos pioneros con el gazpacho en el mercado, aunque al principio la gente no se lo tomaba muy en serio, pero nos dimos cuenta de que si había tecnología para envasar productos como el zumo de naranja, la tenía que haber para el gazpacho", señala De Aquino.

Con esa premisa, se comenzó a innovar en un producto "que se puede tomar como ensalada, refresco, sopa fría o postre, porque no hay un producto más versátil en el mercado", de modo que "pensamos que si cualquier soporte sirve para vender latas de refresco, también podría servir para vender el gazpacho en máquinas expendedoras.

Con esa premisa, en 2013 se colocaron las primeras máquinas, y se distribuyeron cinco en Sevilla capital y una en la calle Ferraz de Madrid, introduciendo ese concepto en la capital de España, "donde nos han colocado en el club gourmet de El Corte Inglés, con la premisa de entrar en ese espacio con un precio de risa", sostiene.

Para el apoderado de la empresa, que también produce su propio salmorejo, el secreto es que "lo que fabricamos es auténtico gazpacho, poniendo la tecnología al servicio de la receta, no al revés", una premisa con la que ahora se prepara el salto a más puntos de España y Europa, con la idea de cruzar el Atlántico próximamente y depositar sus productos en tiendas de Estados Unidos.

Para ello, han creado la sociedad 'New way foods', que trabaja en base a un sistema que desinfecta el producto con alta presión hidrostática, aplicando una presión de 5.000 bares durante muy poco tiempo, lo que eso acaba con todas las bacterias, porque ataca la membrana citoplasmática y garantiza su conservación durante más espacio de tiempo.

El producto, eso sí, se carga en camiones refrigerados "pero el tratamiento que se le practica hace que esté totalmente desinfectado", de modo que con el sistema actual tiene una vida de 18-20 días y en este caso se puede alargar hasta unos 45, "además de que viaja con una cadena de frío menos

severa".

Con la idea de crecer, la intención de la empresa es llegar durante la actual temporada a las 40 máquinas expendedoras, además de haber puesto en funcionamiento la "Gazpachería Express", que hace que un cliente pueda recibir su producto tan solo dos horas después de pedirlo.

Con estas ideas, se quiere dar vida al dicho que asegura que nada es más eterno que el gazpacho, pero manteniendo el sabor y los ingredientes originales del producto, una idea que ahora se quiere exportar, y que le puede dar un nuevo valor añadido a uno de los productos estrella de la gastronomía cien por cien andaluza.

Redacción