



Fernando Meana es uno de los últimos emprendedores que se ha sumado al Vivero de Empresas. AVELINO GÓMEZ

La manzana se suma a la actividad agroindustrial de Miranda

El químico mirandés Fernando Meana pone en marcha un proyecto que une lo ecológico y lo saludable en zumos y otras elaboraciones con esa materia prima

CRISTINA ORTIZ

MIRANDA DE EBRO. El reto de producir sidra al estilo asturiano en Colombia, con variedades de manzanas implantadas ese país, llevó hace unos años al químico mirandés, Fernando Meana, a profundizar –en colaboración con profesionales de Asturias– en el aspecto tecnológico para dar con el sistema de producción más óptimo y que mejor se ajustase a la materia prima con la que iba a trabajar en la fermentación de esa bebida. Pero en el camino se acabó cruzando otra, el zumo, también de manzana.

Pero tenía claro que no podían ofrecer un zumo más de los que ya había en el mercado. Tenía que diferenciarse y, para ello, optaron por trabajar en las líneas de la salud y la ecología. Combinación que ha acabado ‘madurando’ en ‘Brainapple-Vi’, un jugo que ya se puede probar en Miranda, donde acaba de iniciar su comercialización tanto en bares como en tiendas de alimentación.

«Es un producto simple pero que conjuga lo que hoy en consumo saludable se exige», apuntó Meana. Manzana de agricultura ecológica, a la que se ha añadido un toque de vinagre de sidra, «uno de los productos más en tendencia por ser antioxidante, adelgazante...».

Así que se decantaron por conjugar ambos elementos, incorporando al zumo la dosis de vinagre de manzana que recomiendan los nutricionistas y tratando de hacer que el sabor fuera agradable. Y lo consiguieron, además

de constatar que tenía buena acogida entre quienes lo probaron.

Tocaba dar el siguiente paso. Su producción y comercialización. Pero ya en España, a donde Meana llegó poco antes de la pandemia y de un confinamiento que pasó en Miranda. Fue entonces cuando la ciudad ganó peso como punto en el que desarrollar la idea de negocio, convertida en la empresa Mont Gaserbrum. El tiempo pasado en una huerta que su familia tiene en El Crucero hizo que apostará por arraigar el proyecto en la ciudad,

donde ya cuenta con una almácen –además de un espacio en el Vivero de Empresas– y confía en tener de cara a final de año la maquinaria necesaria para hacer el proceso de elaboración al completo con la cosecha de este año.

En principio, con manzanas compradas y traídas de otros lugares, pero, en un futuro, más a medio plazo, con fruta propia. Y es que la plantación, es otra de las patas del proyecto. La primera cosecha, la que está llegando ahora al mercado, se ha elaborado en Asturias, en el lagar de uno



El zumo ya se puede encontrar en tiendas bares de la ciudad. A. G.

Tres productos distintos en el arranque de la actividad

C. O.

MIRANDA DE EBRO. Contribuir, de alguna manera, a avanzar hacia una «longevidad sana» es uno de los retos que Fernando Meana y sus socios se marcaron desde los albores del proyecto. «Hay bastantes estudios en los que se llega a demostrar que la ingesta de

manzana mejora la función cognitiva», aseguró.

De ahí el nombre comercial de su primer producto, el zumo Brainapple-vi (con los términos en inglés para cerebro y manzana). Sin olvidar, tal y como apuntó, los beneficios que la sidra tiene para «el ácido úrico, enfermedades cardiovasculares o colesterol. Eso

está demostrado y no hay ninguna duda. La manzana es una botica».

De ahí que también el extracto de esa fruta sea un componente esencial de otro de los productos, de Seimer, un complemento nutricional para mejorar la función cognitiva y la memoria, que van a comercializar también a través

de la empresa Mont Gaserbrum.

En la terna de ‘derivados’ de la manzana no podía faltar la sidra, en su caso asturiana, que empezarán a embotellar en unos días y que pondrán a la venta con la marca Burkan. En total, tres alternativas de consumo para el arranque de «un proyecto modesto. No contamos con grandes me-

de sus socios y con materia prima de allí.

«El desarrollo tecnológico está muy avanzado. Hemos analizado todos los tipos de prensa y los procesos de elaboración. Eso es lo que nos tiene que caracterizar para llevarnos a algo totalmente distinto a la sidra natural asturiana, gallega, californiana o francesa. Buscamos que tenga cualidades organolépticas y saludables», detalló Meana.

Del campo a la botella

Miranda lo tiene todo para desarrollar una actividad agroindustrial potente. También suelo, por lo que en varios campos de ‘ensayo’ han plantado ya distintos manzanos –árboles de dos años– de variedades de sidra. Las que mejor evolucionen y arraiguen serán las que elijan para poner a mayor escala, porque «queremos disponer de producto propio de aquí».

Se seguirá, como él mismo reconoció, la misma línea de trabajo que ya se ha empezado a hacer con el chacolí o la lavanda. «En nuestro caso se trata de fabricar con mucha tecnología, eso sí; además de con mucha imaginación y con mucha visión sobre lo que el mercado hoy demanda».

Y hacer que, evidentemente, sea rentable hacerlo. Eso, en términos generales, atendiendo a los cálculos más que contrastados de lo que debe producir un lagar para ser viable, supone llegar a unas 370.000 botellas de 0,7 litros. Ese es el primer ‘pico’ que tienen que escalar para que su planta de fabricación en Miranda pueda consolidarse. «Somos de pasos seguros y vamos a ir trabajando sin prisas, porque todo lo que tenga que ver con el campo y lo agroindustrial tiene un planteamiento distinto. También estamos trabajando con los agricultores del entorno».

Al igual que con Miranda Empresas, de quien ha recibido un apoyo fundamental, en su opinión, para poner en marcha una nueva actividad. «Después de trabajar en distintos espacios geográficos, tanto en España como en el extranjero, en Alemania, Inglaterra y Sudamérica fundamentalmente, me he encontrado con alguien que se entusiasma con tu proyecto y no sólo de palabra, sino que realmente ayudas».

dios financieros y tampoco, de primeras lo requerimos. Una vez marcado el epicentro en Miranda queremos asentarnos en el norte». Lo van a hacer con presencia física en comercios y supermercados y también impulsando la venta online. «Queremos estar ahí».

Y es que uno de los retos que se marca el proyecto es el de llegar a un consumidor que busque «beber de manera natural», ofreciendo un producto 100% de manzana, que además de buen sabor, cumpla objetivos nutricionales.