

EMPRENEDORES

# Esferas de aceite en la alta cocina

Caviaroli es la empresa pionera en el encapsulado del aceite a nivel industrial

PILAR CALLEJA ---- Madrid 2 MAY 2018



El cocinero Albert Adrià (centro), con dos de los hermanos Ramón: Santiago (izquierda) y Ramón.

En los 24 años que estuvo al frente de los fogones del restaurante elBulli, en Roses (Girona), [Ferran Adrià se puso en varias ocasiones](#) en la vanguardia de la cocina mundial. Entre los muchos inventos que incorporó a su recetario estaba la esferificación (un concepto del que tiene la marca registrada): pequeñas perlas que concentraban el sabor de un alimento. Sin embargo, en un principio Adrià solo podía esferificar productos poco grasos y con alto contenido en agua.

Adrià colaboraba con la Fundación Alicia, radicada en Sant Fruitós de Bages (Barcelona), en el desarrollo de sus inventos. La familia Ramón, [empresarios de Esparreguera](#) (también en Barcelona), tenía contactos con la fundación por motivos profesionales. El gen inventivo también vive en casa de los

Ramón: siempre ha habido un garaje-taller en el que experimentar y desarrollar ideas, desde que el abuelo creara la primera hormigonera portátil del mundo en 1958. Y en 2008 Ramón María Ramón (el padre) y Ramón Ramón (el hijo) empezaron a interesarse por la esferificación de las grasas, la frontera que Adrià no logró cruzar. Ese interés les ha llevado a crear Caviaroli, un negocio que hoy factura 1,3 millones de euros, crece a un 30% anual y tiene clientes en restaurantes de todo el planeta.

La apuesta de los Ramón fue experimentar con pequeñas perlas envueltas en una membrana de gelatina, que aguantasen altas temperaturas (hasta 60 grados centígrados) y que no se rompieran al manipularse. “Durante dos años invertimos nuestro tiempo y dinero en investigar sobre la esferificación y en el diseño de máquinas que nos ayudaran a lograrlo”, explica Ramón Ramón, hoy director general de la firma. “Todos nos veían como unos frikis, pero tras este periodo y muchas pruebas-error teníamos en nuestras manos [estas esferas de aceite de oliva](#) virgen extra, que estábamos seguros de que triunfarían en la cocina”.

El siguiente paso fue contactar con Adrià y mostrarle el producto. “Le encantó, pero nos puso a prueba para saber si solo éramos unos cantamañanas. Nos encargó 10 kilos para la siguiente semana. Nadie sabe lo que trabajamos para sacarlo adelante, pero lo hicimos y se convenció. Se convirtió en nuestro primer cliente e incluso presentó el producto en unas conferencias sobre ciencia y cocina que se celebraron en la Universidad de Harvard (Estados Unidos)”, cuenta Ramón.

### **Diversificación**

Durante año y medio, Adrià fue su único cliente; un tiempo en el que afinaron la tecnología y “redondearon” el producto. Pero en 2011 el chef decidió cerrar elBulli, por lo que necesitaron diversificar su cartera. No tuvieron que ir muy lejos: el propio Adrià les había puesto en contacto con distintos cocineros como Paco Roncero, Quique Dacosta o Paco Pérez, entre otros, que, tras probarlo, no dudaron en introducirlo en sus cartas.

Es entonces cuando Ramón María Ramón y tres de sus hijos fundan la empresa, con el nombre de Caviaroli (palabra que nace de la combinación de caviar, que es como los cocineros definen esas pequeñas esferas, y oli, nombre en catalán para aceite y que tiene similitud con óleo en castellano u oil en inglés). “Montamos la empresa solo con recursos propios y con apenas 3.000 euros de capital inicial. Desde el principio creímos que, si podíamos, no haríamos rondas de financiación. Había tenido contactos con varias empresas de emprendedores cuando era profesor en la universidad y sabía que había ventajas, pero también desventajas. Nuestra idea era ser independientes, reinvertir en el negocio y que fuera de largo recorrido”, explica Ramón.

Trabajar para restaurantes del más alto nivel les hizo apostar por la innovación y la calidad, y también para evitar algunos riesgos como que el producto se convirtiera en una moda pasajera. Según comenta Ramón, “nuestro producto no es solo estética, también es sabor y da valor añadido al plato”. Centrarse en este tipo de clientes les supuso una exigencia muy alta, pero también un nicho de mercado reducido, que hacía esencial exportar para sobrevivir. El primer país en el que aterrizaron fue Australia, donde mandaron un palé a un distribuidor local que los había conocido a través de cocineros españoles.

En la actualidad, más del 60% de su facturación llega a través de la vía de la exportación. Ahora sus productos están en mercados tan dispares como Japón, Estados Unidos, Extremo Oriente o Europa, y puede encontrarse en los restaurantes y hoteles más famosos de los cinco continentes. Pero también miran fuera del mercado de la restauración, con una tienda online y vendiendo a través de Amazon. “Así, hemos conseguido que el 20% de nuestra producción tenga como cliente el

consumidor final, mientras que el resto sigue en manos de profesionales de la restauración”, explica el director general.

Pero el gen inventor de los Ramón no se ha quedado quieto: Caviaroli invierte un 20% de su facturación en I+D. El pasado año lanzaron las Drops (perlas de unos 20 milímetros de diámetro que parecen aceitunas con un ligero sabor picante) en colaboración con Albert Adrià, hermano de Ferran. Además, dentro de sus proyectos está invertir 300.000 euros en la adquisición y diseño de maquinaria para nuevas producciones. En paralelo, prevén aumentar la plantilla en seis o siete trabajadores entre este año y el que viene. También siguen inmersos en el lanzamiento de productos, como unas aceitunas negras esféricas, y aumentar la gama de vinagres.

Y aún queda mucho. Ramón comenta que están trabajando en la idea de lanzar un producto diferente, que aporte valor al plato y que, por supuesto, tenga relación con lo que ya poseen, “aunque pensamos en algo con otra forma geométrica. No todo va a ser redondo, pero todo se andará”, concluye.

### ***TODOS EN FAMILIA***

**Fundadores.** Ramón María Ramón, ingeniero en motores eléctricos, y sus tres hijos: Ramón Ramón, doctor en biotecnología; Santiago Ramón, diplomado en publicidad, y Rocío Ramón, arquitecta, son los fundadores de esta empresa de 14 trabajadores.

**Ventas.** En 2017 superaron los 1,3 millones de euros. Este año apuntan a crecer un 30%.

**Referencias.** Tienen más de 16 tipos de esferificaciones entre aceites (de oliva virgen extra, arbequina, sésamo...), aceites aromatizados (con wasabi, romero, ajo...) y vinagres (de granada, de chardonnay, pedro ximénez...).