



Barral, la profesionalización de una quesería familiar

En Banco Santander continúan con su apuesta por la visibilización de los clientes que, con su trabajo, profesionalizan de manera notoria el sector agroganadero. En esta ocasión nos llevan a Arzúa para conocer la Queixería Barral de mano de dos de los hijos de los fundadores.

Queixería Barral empezó siendo una industria familiar que tiene a sus espaldas una historia de 30 años como maestros queseros y que, en la actualidad, ya como empresa industrial, tratan entre 19.000 a 24.000 litros de leche diarios, con picos que llegan hasta los 28.000 litros al día. Están dedicados a la elaboración de dos de los quesos con denominación de origen de mayor renombre de nuestra tierra: el Arzúa Ulloa y el queso de Tetilla.

“La historia de nuestra familia es muy similar a la de cualquier otra familia del rural gallego”, cuenta Carlos Barral, gerente del negocio. La quesería la comenzaron sus padres cuando, en los años setenta, decidieron labrarse un futuro para ellos y para sus cinco hijos en el rural. “A mediados de los 80 ya empezaron a tener clientes estables a los que les vendían semanalmente y en 1989 montaron una miniquesería con una pequeña cuba de 300 litros que ya incorporaba una prensa y que disponía de un sistema de pasteurización que, si bien aún funcionaba con propano, era bastante efectiva”, recuerda Carlos.

Tres décadas después, Queixería Barral se compone de un equipo de 17 personas, trabajan con cerca de 700.000 kilos de queso al año y facturan alrededor de 3 millones de euros anuales.

ESPECIAL ATENCIÓN A LA SEGURIDAD



Hacen un control interno de contaminación y también cuentan con un plan de muestreo. “Además, con un laboratorio externo analizamos en los lotes de queso los parámetros de seguridad alimentaria: listerias, estafilococos, salmonelas y *E. coli*. También analizamos las aguas, las superficies durante la fabricación y después de la limpieza, la ropa y las manos de los trabajadores, las cámaras, que los ambientes también estén correctos... Queremos tener un producto de calidad, claro, pero también un producto seguro”, remarcan.

También en esta línea, en la actualidad están trabajando en la implantación de la IFS, de la que, en el momento de nuestra visita, ya habían superado la auditoría interna y estaban a punto de realizar la auditoría de certificación. “Ahí daremos un salto importante, sobre todo en cuanto a reconocimiento. El trabajo ya está hecho, ahora esperamos poder reflejarlo adecuadamente en la auditoría”.

“Comprar algo que tenga una **denominación de origen** supone un aval, una **garantía** de que cuenta con unos controles **que no tiene cualquier producto”**

ABASTECIDOS POR DOS CENTENARES DE GANADEROS

Le compran la leche a dos primeros compradores que canalizan la producción de casi 200 ganaderos de la zona. “Como la Tetilla abarca toda la comunidad autónoma, tenemos algo más de margen, pero para el Arzúa-Ulloa estamos restringidos a unos ayuntamientos concretos que ya indica el pliego de condiciones”, señala Isabel Barral, directora de calidad y producción. Además, dentro de las D.O. no pueden trabajar con leche de cualquier tipo de vaca, sino solo de las razas rubia gallega, pardo alpina y frisona.

Junto con estas condiciones, ellos establecen la necesidad de trabajar con unas leches que tengan un 3,7-3,9 % de grasa y un 3,1-3,3% de proteína. “También somos muy exigentes con el tema bacteriológico y, aunque al pasteurizar toda la leche se garantiza que se elimina toda la bacteriología que no es buena, nosotros no aceptamos leche que estén por encima de las 100.000 unidades formadoras de colonias”.

Actualmente, reparten el producto fundamentalmente entre el canal Horeca y la gran distribución, algo que los ayudó mucho durante los peores meses de la pandemia, momento en el que “al trabajar con la distribución, tuvimos la fortuna de tener mucho trabajo y estar al pie del cañón durante toda esta época, mientras que hubo otra gente que lo pasó muy mal”, recuerdan.

A pesar de que su principal zona de trabajo es la comunidad gallega, se van abriendo poco a poco paso en el mercado fuera de este territorio y, como una fuerte vía de difusión, señalan las posibilidades que les brinda el Camino de Santiago. “Ya tenemos presencia importante en zonas como Madrid, Cataluña, País Vasco y, de manera más puntual, también más hacia el sur tenemos clientes, lo que pasa es que allí es más complicado porque no hay tanta cultura de este queso”, cuenta el gerente. Además, también hacen exportaciones puntuales a países como Francia, Alemania e Inglaterra.

En la actualidad hablan de la necesidad de seguir mejorando, especialmente en lo que se refiere a la transformación, y apuntan hacia la importancia de contar con un técnico especializado en calidad y producción para poder seguir profesionalizando el negocio. “Si comparamos los parámetros que medimos ahora con los que medíamos hace 10 años vemos que el cambio es brutal... Ahora sabemos que hay más factores que influyen y que tenemos que tener más o menos controlados porque, como dice Isabel, «Todo lo que es medible no es cuestionable»”, recuerda su hermano.

UN ESFUERZO PREMIADO



El queso de tetilla de Barral lleva una buena racha de galardones. Ganaron con él el bronce en la edición del 2020 en los World Cheese Awards, la plata en la cata de Quesos de Galicia y estaban como finalistas en la última feria Gourmet de Madrid (que se tuvo que cancelar por la COVID-19). “No es menos el Arzúa-Ulloa, que también tiene sus méritos, pero en el último año lo cierto es que le ha tocado tener un mayor protagonismo a la Tetilla”, señala la directora de calidad de Barral.

Sin duda, para esta quesería los reconocimientos son un impulso para seguir mejorando, si bien también apuntan que “ni ahora que ganamos premios somos tan buenos, ni antes éramos tan malos; lo importante es el trabajo del día a día, tener las metas claras... ¿Que vienen? Bienvenidos sean, pero lo importante es tener regularidad en el producto y seguir trabajando todos los días”, añade Carlos Barral.

EL PROCESO DE ELABORACIÓN

En Barral preparan quesos de Arzúa Ulloa de 500, 700 y 900 gramos y de 1 y 3 kilos y quesos de Tetilla de 900 y 600 gramos y, en función de los pedidos, planifican las fabricaciones diarias.

“Si la leche está correcta pasamos a pasteurizarla y elaboramos la receta del queso en la cuba. Comenzamos dejando que se llene con la leche pasteurizada, controlando, por supuesto, la pasteurización, que es uno de los puntos críticos, junto con la recepción de la leche”, cuenta Isabel. Con la cuba llena, cuajan la leche, extraen el suero y lavan la pasta. “Después añadimos la sal y, a partir de ahí, va a una llenadora automática donde tenemos unos moldes con distintas medidas para los diferentes tipos de quesos, en los que cae la pasta”.

Esto es particularmente importante en el caso del queso de Tetilla, ya que su forma es una de sus características más importantes y, sin duda, la más representativa.



“Han cambiado las familias y también la forma de comer, y tenemos que poder adaptarnos para responder a esos cambios”

EL RETO: ADAPTARSE A LAS NUEVAS FORMAS DE CONSUMO



En Barral están estudiando la posibilidad de trabajar con otros formatos, como la barra o la cuña. “Cada vez se piden más a nivel europeo unas barras que normalmente suelen ser tipo sándwich, que dan en las charcuterías de las grandes distribuciones, y nosotros estamos tratando de adaptar el Arzúa-Ulloa y la Tetilla a esto para darles valor añadido”, cuenta Isabel. De este modo, además de ayudar a la hostelería, que tendría menos merma, también serían capaces de llevar el producto a las tablas.

“En las últimas décadas han cambiado las familias y también la forma de comer, y tenemos que poder adaptarnos para responder a esos cambios”, señala Carlos. Por este motivo, están trabajando para obtener la concesión para vender el Arzúa-Ulloa y el Tetilla en porciones. “Ya tenemos proyectos presentados en conjunto con otras queserías para poder cortarlos. Hoy en día no a todas las familias les encaja comprar un queso grande, pero si se lo pudiésemos presentar en una cuña, o en una tabla de quesos, quizás sí se interesarían”, propone la directora de calidad de la quesería.

Al final, los objetivos de Barral tras estas medidas están claros: abrir más mercado y lograr el reconocimiento que estas dos denominaciones de origen merecen tener dentro y fuera de nuestra comunidad.

“La forma de la Tetilla es única en el mundo y no puede hacerse en ningún otro sitio más que en Galicia; en ese sentido tenemos un tesoro que debemos tratar de llevar al mayor número de sitios posible”, dicen en Barral.

Después de llegar a los moldes, los quesos pasan por una prensa, en la que se les extrae el suero para que vayan cogiendo la forma y acidifiquen. El siguiente paso es colocarlos en unas jaulas y llevarlos a la cámara de oreo, donde pasan la primera noche, aún en el molde para que mantengan la forma, y continúan el proceso de acidificación hasta que el nivel de pH llegue al 5,2.

Al día siguiente, se sacan de los moldes, se les aplica la protección antimoho y pasan a la cámara de maduración. “En el caso del Arzúa-Ulloa tienen que estar dentro de la fábrica mínimo seis días, podrían salir el séptimo día; en el caso de la Tetilla tienen que estar ocho días, luego salen al noveno día”, cuenta la técnica de Barral. Así pues, pasado este tiempo, están listos para pasar a expedición a los clientes.

EL FUTURO DE BARRAL

Con unos datos de producción y facturación más que notables, dicen los propietarios que ahora el futuro pasa por seguir creciendo de manera sostenida, así como por valorizar temas que aún tienen pendientes, “como el empleo de los sueros para la elaboración de derivados”, y continuar aumentando su presencia en el mercado nacional y también en otros países.

“Comprar algo que tiene una denominación de Origen supone un aval, una garantía de que cuenta con unos controles que no tiene cualquier producto”, señala Isabel, en relación con ese valor añadido que aún es necesario dar a conocer ante muchos usuarios. “A una fábrica como la nuestra, familiar en origen, lo que le queda para seguir andando es hacer inversiones y mejoras continuas”, añade Carlos. “El mundo cambia, cambia muy rápido, y, al final, hay que adaptarse a lo que se pide; los que mandan son los consumidores y quien no lo vea así creemos que no va a estar muy acertado...”