

80 millones

Es la media de abejas negras ibéricas que la familia Muria tiene elaborando miel en las más de 2.000 colmenas de tipo Dadant que tienen repartidas por toda Catalunya y parte de Teruel y Soria.



Tienes cerrada tu cena de empresa?

RESTAURANTE LUMINE

eventos@lumine.com



2



3

Claves

Una empresa de referencia por su producto de calidad



En la sede también se puede comprar la miel. FOTO: J. REVILLAS

Tres marcas diferenciadas

La empresa Mel Muria cuenta a día de hoy con tres marcas en el mercado: Muria, BioMuria y artMuria, cada una con sus peculiaridades y productos diferenciados.

El aval de los premios

Son muchos los reconocimientos obtenidos gracias a la gran calidad de sus mieles. Solo en 2019, la empresa ha ganado seis premios, dos de ellos internacionales: el Great Taste Awards, por la miel de naranjo con azafrán y la de naranjo con trufa negra; y el London Honey Awards por la miel de alta montaña, la de romero, la de bosque y el premio al diseño por el estuche Tesoro Aromático artMuria.

Un pie en la restauración

En la pasada edición del Fórum Gastronòmic de Barcelona presentaron un expositor de colmena de miel, ideado para servir en hoteles y restaurantes. Además, una de las novedades del próximo año para el sector gastronómico serán las esferificaciones de su línea artMuria, concretamente de miel de naranjo y de bosque.

encargan de producir anualmente entre 70 y 100 toneladas de miel. Una producción que el año pasado se tradujo en una facturación de 1,5 millones de euros.

Y si de lo que hablamos es de abejas, en Mel Muria cuentan con 2.000 colmenas de tipo Dadant, consideradas las colmenas estándar de gran volumen y cuadros de diferentes tamaños. La especie con la que trabajan es la abeja negra ibérica. «Puesto que hay 40.000 abejas en cada colmena y tenemos más de 2.000... deberíamos tener una media de 80 millones de abejas», exclama García.

Las colmenas están situadas en diferentes zonas, lo que garantiza el suministro de miel durante casi todo el año, exceptuando los periodos de hibernación. «Como la mayoría de apicultores profesionales, hacemos la trashumancia para poder seguir la temporada de cada floración», explica. De esta manera, en abril empiezan con el romero en las zonas de costa, siguiendo con el naranjo, el tomillo y el brezo. En verano, se mudan hasta los Pirineos para obtener la miel de alta montaña y la de bosque.

«Nuestros principales destinos se encuentran en Catalunya, pero a veces la escasez de lluvia hace que nos tengamos que desplazar hasta Teruel, Soria y otros lugares para conseguir todas las variedades que comercializamos», sigue Alicia García. Para la extracción de la miel, los apicultores utilizan procesos mecánicos de última generación, exclusivos para extraer la miel en frío de la colmena y en-

senten en más de 10 países, principalmente en Europa y Oriente Medio.

Pero desde Mel Muria no se dedican solamente a comercializar la miel y sus derivados, sino que se preocupan también por difundir todos los conocimientos que la familia ha obtenido con la experiencia de muchos años. Lo hacen mediante el Centre d'Interpretació Apícola, un espacio donde apreciar la elaboración de la miel y todos los procesos necesarios para su extracción, además de la historia de la familia. «Tenemos que garantizar que las nuevas generaciones tendrán cuidado de las abejas, ya se ha demostrado lo importantes que son para la biodiversidad de nuestro planeta», sentencia García.

Con la visión puesta en el futuro, parece que los Muria tienen bastante claro el relevo generacional. Es por eso que cada año realizan inversiones entre 10.000 euros y 15.000 euros en maquinaria e I+D, entre otros. Además, entre sus objetivos se encuentra aumentar su proyección internacional y la presencia en restauración y gastronomía.

Mel Muria está presente en 10 países diferentes, principalmente de Europa y Oriente Medio

vasarla directamente, conservando todas sus propiedades.

En referencia al mercado, afirman que tanto en el nacional como en el internacional, el 50% de sus clientes son tiendas de dietética, mientras que un 40% se lo llevan las tiendas de productos especializados y un 10% la restauración. Además, ahora mismo la mitad de su producción se destina a la exportación, estando pre-