vinetur

TALKUAL lleva sus frutas y verduras imperfectas a los regalos de Navidad

El catálogo incorpora lotes gastronómicos preparados con Ilersis para impulsar empleo inclusivo

miércoles 18 de noviembre de 2026



TALKUAL, empresa de Bellpuig (Lleida) centrada en reducir el desperdicio alimentario, ha lanzado este miércoles, 18 de noviembre, su catálogo de Navidad con cajas de frutas y verduras fuera de los criterios estéticos habituales del mercado y una nueva selección de lotes gastronómicos elaborados junto a la Fundació Privada Ilersis. La iniciativa une venta de alimentos, producto local e inclusión social y laboral de personas con discapacidad intelectual o en riesgo de exclusión social.

La compañía mantiene en estas fiestas su modelo de comercialización de frutas y verduras “imperfectas”, piezas que no entran en muchos lineales por su aspecto, aunque son aptas para el consumo. A esa oferta suma lotes con vinos, quesos, embutidos, conservas, dulces y otros artículos de alimentación pensados para regalo y para las comidas navideñas.

La colaboración con la Fundació Privada Ilersis cumple tres años en 2026. Ambas entidades explican que trabajan de forma conjunta en la preparación de los lotes gastronómicos y que en ese proceso participan personas vinculadas a la fundación. El objetivo, señalan, es abrir oportunidades de inclusión social y laboral y dar visibilidad al trabajo de personas con discapacidad intelectual o en riesgo de exclusión.

Esa línea de trabajo también se refleja en la selección de productos. Entre las referencias incluidas en el catálogo figuran el aceite de oliva virgen extra BO de Ilersis y los quesos Artefor elaborados por BO, además de otras elaboraciones dulces y saladas. La oferta incorpora igualmente almendras garrapiñadas, mermelada de manzana caramelizada, conservas, turrones, barquillos y una selección de vinos y cavas.

En el bloque de cajas con frutas y verduras, TALKUAL mantiene el formato que ha definido su actividad desde su creación. La empresa compra o comercializa alimentos que podrían quedar fuera del circuito de venta por no ajustarse a las exigencias visuales de las grandes superficies. Según la compañía, esa vía permite aprovechar producto que de otro modo tendría más difícil salida comercial y reducir el volumen de comida desperdiciada.

Parte de ese planteamiento pasa ahora a los regalos navideños. Uno de los lotes es Dulce tentación, con un precio de 55 euros. Incluye una caja mediana de entre 9 y 10 kilos de frutas y verduras, mermeladas artesanales de ciruela, fresa, naranja, melocotón y manzana, además de membrillo artesano.

Otra de las opciones es Caprichos de la despensa, a 48 euros. En este caso, el lote reúne una caja mediana de frutas y verduras, sofrito casero de TALKUAL, crema de calabacín, mermelada extra de naranja y membrillo artesano. La empresa plantea ambos formatos como una combinación de aprovechamiento alimentario y productos

para consumo en casa.

El catálogo navideño se amplía con lotes de perfiles distintos. Entre ellos aparece El ritual del vermut, con vermut, conservas y aperitivos, y El placer de compartir, una alternativa sin alcohol con aceite de oliva virgen extra, productos artesanos, quesos, frutos secos, miel y dulces.

Para quienes buscan una cesta sin ingredientes de origen animal, TALKUAL ofrece un lote 100% vegano por 57,35 euros. La selección incluye aceite de oliva virgen extra y risotto de setas y trufa. También figura Selección paleta Duroc, con un precio de 85,80 euros, formada por una paleta de reserva de unos 4,6 kilos, dos vinos tintos de crianza y dulces tradicionales.

La campaña de Navidad se apoya en una trayectoria empresarial ligada al aprovechamiento alimentario. TALKUAL nació en 2020 de la mano de Marc Ibós y Oriol Aldomà. Desde entonces ha recuperado cerca de ocho millones de kilos de frutas y verduras, siempre según datos facilitados por la propia empresa.

La compañía añade que trabaja con cerca de 100 agricultores de toda España y que sirve a más de 9.000 clientes cada semana, entre particulares y empresas. Entre sus clientes corporativos cita a Shimano, Publicis y Smileat, firmas que distribuyen estos productos entre sus empleados.