



empresa familiar. Su fundador era tío de Pío Baroja y el mismísimo escritor trabajó en la compañía, hasta que entró un aprendiz, Manuel Lence, quien finalmente se hizo con el negocio en la primera década del siglo XX. Pionera del reparto a domicilio en sus icónicos coches, Viena fue poco a poco introduciendo en su negocio otros productos, co-

Imágenes históricas (y una en la actualidad) de Viena Capellanes. v. c.



y hasta el hotel Viena Suites, próximo a Plaza de España.

«La historia de Viena Capellanes es la historia de la adaptación a los tiempos y a los cambios sociales de la época. A partir de ese primer pan, fueron saliendo otras líneas de producto como los bollos, los pasteles, los salones de té... según los gustos y las necesidades de esa sociedad que empezaba a prosperar tímidamente», cuenta Antonio Lence, director general de la empresa.

Un ejemplo de esa evolución fue la producción de los emblemáticos sándwiches de la compañía. «En los años 60 y 70 se produjo un aumento de gente que ya no se iba a almorzar a casa a mediodía y empezaba a comer fuera. Así comenzamos a vender sándwiches y bocadillos, hasta llegar a lo que somos hoy en día», señala Lence. Estos se han convertido en el producto más señero. Los más representativos son el vegetal, el de jamón y queso y el de bonito y huevo, y en total, en los locales de Viena se hacen unos 18.000 al día.

El pan sigue siendo el elemento que se mantiene desde sus inicios. Pero, a lo largo de todos estos años, la empresa ha conseguido diversificar

su negocio de manera que puedan contentar a todo tipo de clientes. Así, en sus locales se venden desde pasteles, la tarta Sacher (en honor a Viena) y los icónicos sándwiches, hasta quesos, embutidos, empanadas, zumos, ensaladas y otros dulces de temporada como las torrijas, los roscones...

Su producto más vendido es la palmera de chocolate, hecha «con una fórmula muy especial» (unas 2.000 unidades al día). «La gran variedad de productos que tenemos es parte del secreto de nuestro éxito; aspiramos a contentar a todo tipo de clientes, cada uno con sus gustos, y que cada uno pueda tener de todo en nuestros locales. Y lo hacemos por medios propios, fabricamos, distribuimos y vendemos cuidando mucho la calidad del producto, el origen, los ingredientes...», afirma el directivo.

La empresa no habría durado tanto tiempo si no hubieran apostado desde el principio por la innovación. «Poder adaptarse a los tiempos requiere innovación. Nuestro departamento de I+D+i elabora los productos a partir de las nuevas tendencias, ideas... que es lo que hace que nuestros clientes no se cansen. Hay que intentar respetar a tu público de toda la vida, pero también satisfacer al nuevo», asegura Lence. Precisamente, dentro de este campo, Viena acaba de recibir el premio a la torrija más innovadora de Madrid, galardón que ha ganado en el recién celebrado Concurso de Las Mejores Torrijas de Madrid, llevado a cabo por la Asociación de Empresarios Artesanos del sector Pastelería de Madrid.

VIENA CAPELLANES 150 ANIVERSARIO

De pan para ricos a 18.000 sándwiches diarios

La pastelería madrileña, que cuenta con 25 establecimientos, ha sobrevivido a guerras, recesiones, pandemias y cambios sociales

MARÍA CANALES MADRID
Viena Capellanes, una de las pastelerías más emblemáticas y antiguas de Madrid, está de aniversario. Nada más y nada menos que 150 años cumple este negocio familiar que ha sido capaz de adaptarse a los tiempos y mantenerse como un referente en el sector a lo largo de una historia no ausente de vicisitudes. Dos guerras mundiales, una guerra civil, dos pandemias, innumerables recesiones y los múltiples cambios de la sociedad madrileña son algunos de los acontecimientos que ha tenido que superar esta empresa. Todo comenzó en una pequeña tahona de la calle Misericordia, 2, esquina con la

calle de Los Capellanes (actualmente calle del Maestro Victoria). Hoy, Viena Capellanes cuenta con 25 establecimientos en la capital (tres de ellos, los de las calles Goya, Fuencarral y Génova, centenarios) y más de 450 empleados.

Fue en 1873 cuando el visionario Matías Ence decidió hacer un pan especial, de mayor calidad y muy diferente al que se consumía entonces en

El fundador era tío de Pío Baroja, y por eso el escritor trabajó allí

Madrid. El denominado pan de Viena, que triunfaba en la capital austriaca, era más refinado y más parecido a un bollo, y enseguida tuvo éxito. El producto supuso un boom de ventas en un momento en el que la sociedad española mejoraba sus condiciones de vida y se podía permitir comprar el pequeño lujo que suponía un producto un poco más exclusivo. El pan de Viena y el local donde se hacía, en los bajos de un edificio donde vivían los capellanes del Palacio Real y del Convento de las Descalzas, fueron los dos elementos que supusieron el germen de Viena Capellanes.

Desde entonces, la marca ha mantenido siempre la esencia de una

mo panes especiales para enfermos y diabéticos, chocolates, café, fiambres y toda una gama de pastelería que se convirtió en protagonista de los famosos salones de té madrileños y del Café Viena, abierto en 1929.

Entre sus clientes estaban los mejores hoteles y la mismísima Casa Real. Hoy, es la quinta generación ya (la tercera de la familia Lence) la que gestiona este negocio especializado en pastelería artesana, servicios de catering gourmet y platos preparados, que cuenta con un obrador central en Alcorcón, casi 40 córners en distintas empresas, una escuela de Cocina Viena Capellanes por la que ya han pasado más de 2.000 alumnos