

Tú a Chicha y yo a Limoná



Sara Reixach y Víctor Burgués toman algo en una de las mesas de Chicha Limoná. EL MUNDO

BELÉN PARRA > Barcelona

Actualizado:03/08/2015 13:47 horas



Entras en Chicha y das con ellos. Entras en Limoná y también. Sara Reixach y Víctor Burgués no salen estos días de Chicha Limoná (paseo Sant Joan, 80); no al menos desde que abrieran este local 2 en 1 **hace apenas dos meses**. Hacer del antiguo y desvencijado concesionario de coches un perfecto place to be es mérito suyo, sobre todo teniendo en cuenta que con **sus ahorros no podrían haber comprado «ni un metro cuadrado»**, confiesa Víctor. Pese a su «nula» experiencia previa en el sector han sabido rodearse de los mejores para dar con el negocio redondo. Redondo porque colma sus aspiraciones, las de los clientes y las de los libros de cuentas. Los panes y pastas son de Cloudstreet; el café de Nomad Coffee; los tés de Tetera y las propuestas saladas -sí, saladas-, de Espai Sucre, porque de ahí proviene el chef mexicano al frente de la cocina.

En marzo del año pasado tanto Sara como Víctor vieron frustradas sus ilusiones profesionales, por lo que decidieron ambos **abandonar su zona de confort** y lanzarse juntos a la aventura. Hasta entonces se habían dedicado al e-commerce y al comercio exterior, respectivamente. Atestiguar el cierre de su bodega de referencia en Barcelona, la misma en la que pasaban tantas mañanas y tantas noches, les llevó a **reflexionar sobre el futuro**. Vieron tan claro que necesitaban encontrar de nuevo su lugar en el barrio y a la vez su lugar en el mundo laboral que, junto con el apoyo económico familiar, todo vino rodado.

El Chicha es carácter, fuerza, chispa, brindis y dinamismo; **el Limoná es luz**, dulzura, reflexión, relax e incluso una invitación a la lectura. Independientes y complementarios, los dos ambientes del enorme local en forma de U conforman un todo en uno abierto de sol a sol. Pese a dejarse asesorar tanto en la cuestión arquitectónica e interiorista como en la gastronómica del espacio, Sara y Víctor han hecho prevalecer sus preferencias. No han optado por ejemplo por exponer y servir las mismas marcas de producto que de alguna u otra forma encuentras en la mayoría de locales -sin ir más lejos, la cerveza- sino que han apostado por aquéllas con las que se sienten más identificados. Ya **no es sólo una razón de gusto sino de personalidad**. Justo de lo que la pareja y su Chicha Limoná van más sobrados.

