

# Papas, costillas y piñas (I): El plato que nació del paisaje

Antes de ser receta, fue territorio. Antes de cocerse en una olla, se cocinó en el alma agrícola del norte de Tenerife.

## La isla que se come a sí misma

En Tenerife, la cocina no se inventa: **brota del suelo**. Lo que el viajero ve como un plato humilde, los isleños lo reconocen como un **relato comestible de su historia**. *Papas, costillas y piñas* –o dicho con cariño local, [\*papas con costillas y piña de millo\*](#)– no nació de una receta escrita, sino de una manera de vivir: cultivar, guardar, compartir.



Basta con pronunciar el nombre para recorrer el paisaje. **Papas**, que aquí no son patatas sino identidad. **Piñas**, que no son tropicales, sino las mazorcas del **millo**, ese maíz que cruzó el océano desde América. Y **costillas**, que huelen a cerdo

salado, a economías domésticas, a domingo de vendimia y familia larga en la mesa. El vocabulario ya es un mapa. Cada palabra guarda un viaje, y cada ingrediente, una memoria.

## **El idioma del territorio**

El secreto del plato no está solo en el caldero, sino en **la lengua que lo nombra**. El término *papa* proviene del quechua y llegó al Archipiélago en pleno siglo XVI. Aquí encontró clima y alma, y nunca se fue. Canarias fue **uno de los primeros lugares del mundo donde se cultivó papa fuera de los Andes**, y aún conserva una colección genética única: *bonita, colorada, negra yema de huevo, azucena blanca, borralla...* nombres que saben a tierra y a resistencia.

**La piña de millo**, por su parte, cuenta otra historia: la del **maíz atlántico**, que vino de las Indias Occidentales y se quedó en las medianías del norte, donde los vientos alisios lo acunan y el sol lo dora despacio. El maíz se transformó en gofio, en potajes, en sustento para animales y en símbolo de una cultura que no desperdicia nada.



Y luego están las **costillas saladas**, herederas del ingenio campesino: **sal para conservar, fuego lento para ablandar, y una olla grande para compartir**. De la necesidad nació la técnica, y de la técnica, el sabor.

## **Tenerife, un laboratorio atlántico**

El siglo XVI convierte a Canarias en **puerto de escala y cruce de civilizaciones**. El archipiélago recibe productos americanos cuando Europa aún los desconoce. En esas idas y venidas del comercio y la colonización, las islas aprenden a mezclar: a

**plantar lo ajeno en suelo propio** y hacerlo suyo.

Así se cocina *papas, costillas y piñas*: en el fondo de la historia, no en la cocina. Es la consecuencia natural de un territorio que vive entre la escasez y la abundancia, entre la mar y la medianía. Una receta de lo posible que se transforma en lo perfecto.

## El puchero corto

No hay sofritos, ni cebolla, ni aceite. Aquí manda la lógica del campo: **tres ingredientes, una olla y paciencia**. Primero, las **costillas desaladas**, que sueltan su fuerza en el agua. Luego, la **piña de millo**, que endulza el caldo con su almidón y su dulzor vegetal. Y, por último, las **papas**, que absorben el sabor del cerdo y del maíz, y engordan el guiso hasta volverlo denso, casi meloso.

El resultado es lo que los viejos llaman un **caldo corto**: sin exceso de agua, sin grasa sobrante, sin adornos. Un plato que no pretende impresionar, pero que **emociona por su pureza**. Cada cucharada sabe a casa, a ladera verde, a domingo de romería.

## Cuando la olla se vuelve fiesta

Si el plato nació en el trabajo, **creció en la alegría**. En el norte de Tenerife, cada vendimia y cada matanza terminaban alrededor de un caldero. Los **guachinches** –esas casas donde se vende el vino de la cosecha y se come lo que hay– adoptaron *papas, costillas y piñas* como su bandera.



No hay [guachinche](#) sin vino del país, y no hay vino que no pida algo salado que lo acompañe. Así se fijó la trinidad: vino joven, papa vieja, cerdo salado.

Con el tiempo, la receta se extendió por todas las islas, pero su alma sigue en los valles del norte tinerfeño: **La Orotava, Tacoronte, Tegueste, La Matanza**, lugares donde el fuego lento es una forma de conversación.

## Lo que no lleva, también cuenta

Este plato enseña más por lo que **no tiene** que por lo que

ofrece. No lleva aceite, ni tomate, ni cebolla, ni especias que distraigan. No lleva prisa. No lleva pretensión.

**Solo lleva equilibrio: la sal de la costilla, el dulzor del millo y la nobleza de la papa. Y quizás por eso se ha mantenido intacto, inmune a la moda, orgulloso de su sencillez.**



Papas, costillas y piñas. Chef Rogelio Quintero Montesdeoca –  
Foto: Roger Méndez

Cada casa tiene su modo, claro: quien desala más o menos, quien parte las piñas por mitades o en rodajas, quien prefiere papas bonitas o yema de huevo. Pero nadie discute su esencia. *Papas, costillas y piñas no se reinterpretan, se respetan.*

## **Tenerife, una olla de identidad**

Hay platos que definen ciudades; este **define una isla entera**. Es el sabor de las medianías, del campo que resiste, de la familia que se sienta junta, de la conversación entre sorbos de vino. Es el plato que reúne a los que están y los que vuelven, el que se sirve cuando se celebra y cuando se echa de menos. Porque no se trata solo de comer: se trata de **recordar quiénes somos**.

**Y en Tenerife, esa respuesta suele venir servida en un plato hondo, con papa tierna, costilla melosa y una piña de millo que sonríe desde el borde.**

Canariasgourmet! Haciendo de Canarias el Mejor Destino Gastronómico del Mundo!

---

## **Como la gastronomía impulsa el Turismo**

**Canarias ofrece una rica paleta gastronómica tan diversa como sus paisajes.**

Esta región es un crisol de culturas donde ingredientes emblemáticos del sector primario, como el cochino negro canario y el patudo canario entre muchos otros más, se combinan con productos locales como los plátanos, las papas

arrugadas y el gofio.

Estos ingredientes se entrelazan con técnicas gastronómicas tanto tradicionales como innovadoras, creando platos que son una verdadera fiesta de sabores para los sentidos. Los eventos gastronómicos de las islas no solo ponen esta evolución en valor, sino que también atraen a [visitantes](#), destacando el importante papel de la cocina canaria en el impulso al turismo regional.

## **La relación entre gastronomía y turismo**

La gastronomía no solo alimenta el cuerpo, sino que también nutre el alma de la cultura y la economía de un destino turístico. En las Islas Canarias, la gastronomía actúa como un embajador cultural, atrayendo a visitantes de todo el mundo ansiosos por experimentar sus sabores únicos y autóctonos.

Este fenómeno no es accidental, es el resultado de una interconexión entre la gastronomía y el turismo, una relación que impulsa tanto la preservación de las tradiciones, como la innovación y la evolución de nuestros recetarios.



Impulsar la gastronomía canaria es clave para atraer un turismo de mayor poder económico y cultural. La creciente reputación de la cocina local, conocida por su calidad y autenticidad, está llamando la atención de viajeros internacionales que buscan experiencias excepcionales.

De acuerdo con un estudio de la Federación de Hostelería de Canarias, el 35% de los turistas que visitan las islas lo hacen motivados por su oferta gastronómica. Este segmento de turistas tiende a gastar más en experiencias de alta calidad, incluyendo restaurantes de lujo, tours de comida y productos gourmet locales.

**Este interés no solo impulsa ingresos significativos para los establecimientos y productores locales, sino que también contribuye de manera sustancial al desarrollo económico del sector turístico**

Al posicionarse como un destino gastronómico de primer nivel,

las Islas Canarias fortalece su imagen internacional y generan oportunidades económicas que trascienden la temporada turística convencional, promoviendo un crecimiento económico más estable y diversificado.

Esta estrategia no solo enriquece la oferta turística de las islas, sino que también afianza un modelo de turismo capaz de atraer a un mercado de mayor poder adquisitivo, interesado en la riqueza y diversidad de la gastronomía canaria.

## **Festivales temáticos**

Un festival temático en gastronomía centrado en productos autóctonos como el cochino negro canario y el patudo canario puede generar varias cifras impactantes y beneficios económicos, tanto a corto como a largo plazo. Aquí algunos ejemplos y estimaciones basadas en el potencial de estos festivales:

1. **Incremento de Visitantes:** Festivales bien promocionados pueden aumentar el número de visitantes de manera significativa. Por ejemplo, como si fuese una regla de tres, si un festival atrae a unos 10,000 visitantes adicionales a la región y cada uno gasta en promedio 100 euros en comida, alojamiento y actividades, esto puede traducirse en un ingreso adicional de 1 millón de euros para la economía local durante el evento.
2. **Aumento de Ventas de Productos Locales:** Durante un festival, los productos autóctonos como el cochino negro canario y el patudo canario pueden experimentar un aumento en ventas. Suponiendo que el 50% de los visitantes compren productos locales y gasten aproximadamente 30 euros cada uno, esto podría generar ventas directas de 150,000 euros en productos locales durante el festival.
3. **Promoción y Conciencia de Marca:** Un festival temático puede incrementar significativamente la conciencia de la

marca de los productos locales. El impacto mediático y las promociones pueden valorarse en términos de equivalencia publicitaria, que podría alcanzar fácilmente decenas de miles de euros dependiendo de la cobertura mediática obtenida.







1. Impacto a Largo Plazo en el Turismo: Los festivales que

logran reconocimiento y buena recepción pueden incrementar el interés turístico en la región a largo plazo. Esto puede traducirse en un aumento continuado del turismo gastronómico, lo que impulsa el alojamiento, las actividades locales y el consumo de productos durante todo el año.

2. **Efecto Multiplicador en la Economía Local:** El gasto inicial de los visitantes en el festival tiene un efecto multiplicador en la economía local. Por ejemplo, cada euro gastado en el festival puede generar entre 1,5 y 2,5 euros en la economía local debido a la circulación de ese gasto a través de diferentes sectores como alojamiento, restauración, transporte y comercio minorista.
3. **Educación y Fidelización del Consumidor:** Los festivales también educan a los consumidores sobre la calidad y el origen de los productos locales, lo que puede incrementar la lealtad y preferencia por estos productos. Esto puede traducirse en un incremento sostenido de las ventas locales incluso después del evento.
4. **Desarrollo de Nuevas Alianzas Comerciales:** Los eventos gastronómicos frecuentemente resultan en el desarrollo de nuevas alianzas y relaciones comerciales, incluyendo oportunidades de exportación para productos locales que fueron bien recibidos durante el festival.

Estas cifras y efectos subrayan cómo un festival de temática gastronómica puede ser una inversión valiosa y estratégica para promover productos locales y fomentar el turismo y el desarrollo económico regional. La gastronomía en general, incluyendo la restauración y la producción de alimentos autóctonos, desempeña un papel fundamental en la sociedad más allá de su contribución directa al disfrute y la nutrición.





Potaje de berros, uno de los platos de cuchara típico de Canarias Foto Roger Méndez



Platos de cuchara “muy canarios” Rancho Canario. Foto Roger Méndez

## **La Situación Actual del Sector Gastronómico**

A pesar de su valor inestimable para la preservación de la cultura, se cuenta con una inversión insuficiente en la promoción y protección de las tradiciones gastronómicas autóctonas. Esto es crucial no solo para mantener la diversidad cultural, sino también para apoyar a las economías locales que dependen de los productos distintivos de la región.

Económicamente, la gastronomía es un motor de crecimiento. Impulsa el turismo, apoya a la agricultura local y crea empleo a numerosos niveles, desde pequeños agricultores hasta chefs de renombre. Sin embargo, el sector se enfrenta desafíos significativos, como la falta de acceso a financiamiento para

pequeños empresarios, cargas fiscales elevadas, y una competencia feroz que a veces impulsa a los negocios a comprometer la calidad o a adoptar prácticas laborales insostenibles para sobrevivir.



Socialmente, los restaurantes y otros espacios son lugares de encuentro comunitario y diálogo intercultural. Sin embargo, los trabajadores del sector experimentan condiciones laborales difíciles, incluyendo horarios extensos, baja remuneración y falta de seguridad laboral. Esto plantea preguntas éticas sobre el coste humano de proporcionar experiencias gastronómicas asequibles y accesibles.

## **Potencial Desarrollo del Sector**

Para que la gastronomía de mano del turismo pueda realmente florecer como un pilar de la sociedad, es esencial abordar estos desafíos de manera integral. Se necesita un enfoque más colaborativo entre los gobiernos, la industria y las comunidades locales.

**Las políticas públicas podrían enfocarse más en apoyar la sostenibilidad del sector, desde incentivos fiscales para pequeños negocios hasta inversiones en formación y educación en artes culinarias.**

Es crucial fomentar un mayor reconocimiento del valor cultural y social de la gastronomía, no solo su valor económico. Esto podría incluir desde campañas de concienciación sobre la importancia de los productos locales hasta el apoyo de festivales gastronómicos que celebran la diversidad culinaria y promueven la inclusión social y atrae un nuevo turismo.

Aunque la gastronomía es indudablemente un pilar de la sociedad, las condiciones actuales bajo las cuales opera este sector no siempre permiten su máximo desarrollo o contribución. Abordar su problemática con “soluciones reales” no solo es vital para la salud del sector, sino para la salud de la sociedad en su conjunto.

---

## **Desde Barcelona al mundo: Disfrutar desafía el trono gastronómico**

*Disfrutar se enfrenta al desafío de liderar **The World's 50 Best Restaurants**, marcando el camino de **España** hacia la innovación y la excelencia gastronómica*

En el escenario global de la gastronomía, pocas distinciones son tan codiciadas y debatidas como la de [The World's Best 50 Restaurants](#). Esta lista, que cada año establece el estándar de excelencia a nivel mundial, es tanto un barómetro del estado actual de la cocina de élite como una predicción de sus futuras direcciones que seguirá el sector. Con la próxima revelación del mejor restaurante del mundo programada para el **5 de junio de 2024** en [Las Vegas, Estados Unidos](#), los ojos del mundo gastronómico se vuelven hacia **España**, un país que ha brillado en este escenario repetidas veces y que parece listo para reclamar una vez más este prestigioso título.

Históricamente, **España** ha disfrutado de un lugar prominente en la lista, con restaurantes como **elBulli** y **El Celler de Can Roca**, que no solo han ganado el primer lugar, sino que han definido y redefinido la cocina moderna. Este año, con el actual número uno, el restaurante **Central** en **Lima**, retirado de la competencia, se abre un espacio para que nuevos contendientes asciendan. Entre ellos, tres restaurantes españoles ocupan posiciones prominentes, siendo [Disfrutar](#) en **Barcelona** el que se sitúa más cerca de la cúspide, seguido por **DiverXO** en **Madrid** y **Asador Etxebarri** en **Atxondo**.

**Disfrutar: la revolución gastronómica que conquista desde Barcelona**





© Francesc Guillaumet





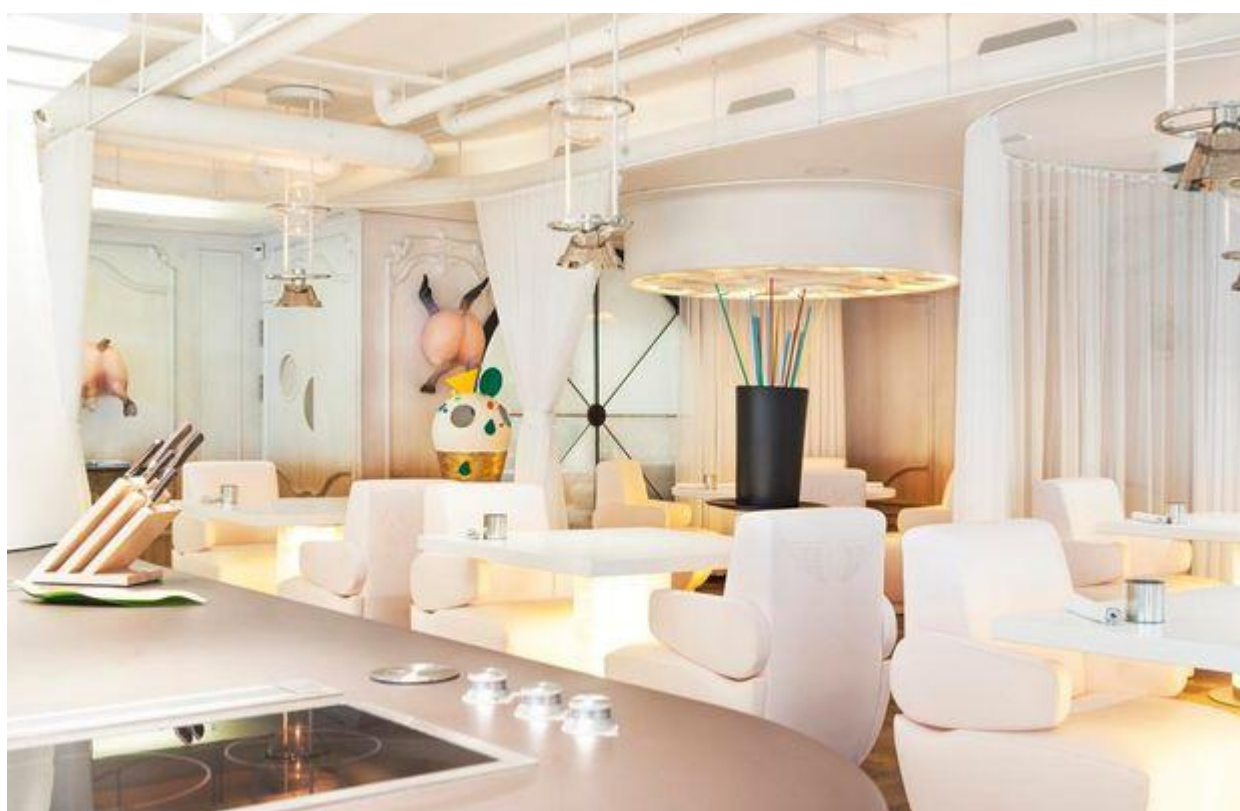


**Disfrutar**, situado en el corazón de **Barcelona**, se ha destacado por su visión de avanzada y su profundo respeto por la cocina mediterránea. Dirigido por un trío de chefs que formaron parte del legendario equipo de **elBulli**, **Disfrutar** lleva la herencia de la innovación a nuevos estándares. Los chefs **Eduard Xatruch**, **Oriol Castro** y **Mateu Casañas** no solo han mantenido la esencia de su formación bajo **Ferran Adrià**, sino que han expandido su visión con técnicas vanguardistas y presentaciones espectaculares que desafían constantemente las expectativas gastronómicas.

La cocina de **Disfrutar** se caracteriza por una creatividad desbordante plasmada en platos que son, tanto visualmente impresionantes, como exquisitamente equilibrados en sabor. La fusión de texturas, temperaturas y contrastes en cada plato, no solo ofrece una experiencia diferenciadora, sino una narrativa que se desarrolla en el paladar. Esta capacidad de contar historias a través de la comida es una de las razones por las cuales **Disfrutar** ha ascendido rápidamente en la clasificación de los **50 Best**.

# Rivalidad a fuego lento: el camino de DiverXO y Etxebarri hacia la gloria

En la evaluación competitiva dentro del panorama español, los restaurantes **DiverXO** en **Madrid** y **Asador Etxebarri** en **Atxondo**, representan dos visiones gastronómicas únicas que, mientras capturan la imaginación, enfrentan distintos desafíos en su camino hacia la cima de **The World's Best 50 Restaurants**.







**DiverX0**, dirigido por el chef **Dabiz Muñoz**, es renombrado por su cocina revolucionaria y una puesta en escena extravagante que rompe moldes. Este restaurante, que combina técnicas de alta precisión con una presentación teatral, ha creado un estilo inconfundiblemente audaz y disruptivo.

A pesar de su aclamación crítica y su popularidad, el camino de **DiverX0** hacia el primer puesto puede ser más prolongado. La naturaleza vanguardista y a veces divisiva de sus platos que desafían las convenciones tradicionales de la gastronomía, podría necesitar más tiempo para ser plenamente apreciada y comprendida por un jurado internacional diverso. Esto sugiere que, aunque **DiverX0** es un destacado candidato dentro de la élite de la gastronomía, podría no alcanzar la cima en los próximos 3 o 4 años debido a la naturaleza progresiva de su propuesta, al menos desde mi visión.





Por otro lado, **Asador Etxebarri** ofrece un contraste intrigante. Bajo la guía de **Victor Arguinzoniz**, ha alcanzado fama mundial por su habilidad para elevar técnicas de asado a niveles extraordinarios, utilizando ingredientes locales de la más alta calidad y técnicas tradicionales perfeccionadas. La

filosofía de **Etxebarri** desafía los paradigmas de la alta gastronomía con una simplicidad que es, en realidad, de una complejidad disimulada.

Su enfoque en sabores primarios y puros, aunque profundamente respetado y admirado, enfrenta el desafío de ser considerado para el primer puesto frente a propuestas más eclécticas y experimentales que suelen dominar la cima de la lista. Aunque **Etxebarri** continúa siendo una joya de la gastronomía y es probable que mantenga una alta clasificación, su camino hacia el número uno podría verse obstaculizado por la tendencia de los jueces a favorecer enfoques más ostentosamente innovadores.

Mientras que **DiverXO** y **Asador Etxebarri** ejemplifican la rica diversidad y el alto calibre de la cocina española, ambos enfrentan retos específicos en su aspiración por alcanzar el pináculo de **The World's Best 50 Restaurants**, desafíos que son tan distintos como sus respectivas filosofías.

## **Disfrutar alza la bandera: España en busca de la excelencia gastronómica global**



The World's 50 Best Restaurants 2023, Awards Ceremony  
Mientras la competencia en **The World's Best 50 Restaurants** sigue siendo acérrima y las predicciones deben ser manejadas con cautela, todos los indicadores apuntan a **Disfrutar** como un fuerte candidato para ser coronado como el nuevo líder mundial en 2024. La fusión de su herencia innovadora que rivaliza con las aclamadas cocinas nórdica y latinoamericana, coloca a **Disfrutar** en una posición excepcional, no solo para convertirse en el **Mejor Restaurante del Mundo**, sino también para redefinir el panorama de la gastronomía global.

Si **España** reclama nuevamente este título, no solo confirmará su renombre como un epicentro de creatividad y excelencia gastronómica, sino que también consolidará su influencia perdurable en el escenario de la alta cocina mundial, destacando la versatilidad y la riqueza innovadora de su cocina frente a los gigantes gastronómicos del mundo.

# Únete a la quiniela 50 Best: ¿Quién será el mejor restaurante del mundo?



¿Cuál crees que será coronado como el mejor restaurante del mundo en 2024 según la lista de "The World's 50 Best Restaurants"?

- ☐ Disfrutar - Barcelona
- ☐ Diverxo - Madrid
- ☐ Asador Etxebarri - Atxondo

**Vota**

---

## La crisis de contratación de empleados en el sector restauración de Canarias: una problemática compleja

El sector de la restauración en Canarias se enfrenta a un desafío cada vez mayor: la dificultad para contratar personal. Esta problemática no solo afecta el funcionamiento diario de los

**establecimientos, sino que también puede tener un impacto en la experiencia del cliente y en la calidad del servicio ofrecido y por ende la pérdida de clientela.**

## **Impacto de la crisis**

La falta de personal puede tener un impacto negativo en la experiencia del cliente, ya que puede provocar retrasos en el servicio, [errores en los pedidos](#) y una atención al cliente deficiente. Por ejemplo, un estudio realizado por la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) en 2022 encontró que el 40% de los clientes que visitaron un restaurante en España en los últimos meses tuvieron que esperar más de 15 minutos para ser atendidos. Además, el 25% de los clientes informaron de errores en los pedidos.

A largo plazo, la crisis de contratación de empleados también puede tener efectos negativos en el sector. Si no se resuelve, podría provocar la pérdida de competitividad del sector, ya que los restaurantes no podrán ofrecer el mismo nivel de servicio que sus competidores. Además, podría reducir la oferta de puestos de trabajo en el sector, ya que las empresas tendrían que reducir su plantilla para adaptarse a la falta de personal.

## **Retos y soluciones**

### **La escasez de talento cualificado**

El sector de la restauración requiere empleados con habilidades específicas, como conocimientos de cocina, atención al cliente y habilidades interpersonales. Sin embargo, la oferta de trabajadores cualificados no es

suficiente para satisfacer la demanda.

Los costes laborales en el sector de la restauración han aumentado en los últimos años, lo que hace que sea más difícil para los restaurantes competir por el talento.



**El sector de la restauración, la falta de personal puede tener un impacto negativo en la experiencia del cliente**

La restauración a menudo se asocia con condiciones laborales precarias y salarios bajos. Esto puede desalentar a las personas de considerar una carrera en este sector.

Para abordar esta problemática, se necesitan soluciones a largo plazo que aborden los retos mencionados anteriormente. Algunas posibles soluciones pasan por incluir:

## **Programas de formación y capacitación**

Iniciativas que fomenten el desarrollo de habilidades

específicas para el sector restaurantero. Estos programas podrían ser financiados por el gobierno o por las propias empresas o en combinación los dos sectores.

## Mejoras en las condiciones laborales

Ofrecer beneficios y condiciones atractivas para atraer y retener talento. Esto podría incluir salarios más altos, horarios flexibles y oportunidades de desarrollo profesional.



Todos los restaurantes no podrán ofrecer el mismo nivel de servicio que sus competidores

## Colaboración con instituciones educativas

Establecer alianzas con escuelas y centros de [formación](#) para promover el interés en las carreras relacionadas con la

restauración. Esto podría incluir programas de prácticas y becas.

## **Campañas de promoción laboral**

Difundir la cultura y las oportunidades profesionales dentro del sector gastronómico para atraer a nuevos trabajadores.

## **Acciones de los ayuntamientos**

Los ayuntamientos también pueden desempeñar un papel importante en la resolución de esta problemática. Algunas acciones que podrían tomar son:

## **Promover la formación y la capacitación en el sector de la restauración**

Los ayuntamientos podrían ofrecer cursos y talleres de formación gratuitos o subvencionados para ayudar a las personas a desarrollar las habilidades necesarias para trabajar en el sector y desarrollarse en los establecimientos del municipio.



## **Apoyar a las empresas del sector**

Los ayuntamientos podrían ofrecer incentivos fiscales o subvenciones a las empresas que contraten a personas desempleadas o que ofrezcan formación y capacitación a sus empleados.

## **Sensibilizar sobre la importancia del sector de la restauración**

Los ayuntamientos podrían promover campañas de sensibilización para resaltar la significativa importancia del sector de la restauración en la economía local y en la generación de empleo.

La crisis de contratación de trabajadores en el ámbito de la restauración en Canarias es un problema complejo que demanda soluciones a largo plazo. Las medidas sugeridas en este artículo forman parte del plan de restauración y gastronomía de la Asociación Cielo Mar & Tierra en el municipio de Santa Úrsula.

Se busca establecer una colaboración fructífera entre entidades privadas y gubernamentales, ya que esto permitiría abordar de manera efectiva las soluciones a este problema y garantizar la continuidad de este sector como un motor clave para la economía en todo el archipiélago.

---

## Del Chiringuito a la Terraza de playa

**Autor: Eduardo Martín del Toro Doctor Arquitecto**

**A punto de comenzar la época estival, toca hacer una reflexión acerca de los compañeros gastronómicos en nuestras playas: los Chiringuitos.**

Playa, estos pequeños establecimientos, de **edificación** más o menos provisional, nos suministran de bebida frías y alimentos (normalmente pescado fresco, o deberían) a unos elevados precios de venta, **justificados por la idónea localización.**



A pesar de que consiguen grandes beneficios en un corto espacio de tiempo, su estética muchas veces no se cuida todo lo que debería. Principalmente existen tres tipologías:

## El “contenedor” metálico

Prefabricado y sin ningún valor estético, donde su imagen nos incita a creer que su cocina no será todo lo limpia que nos gustaría y su comida se basará en fritangas bañadas en aceite.

Estos *containers* -más propios del almacenaje de mercancías que de deleitar los sentidos de los comensales- bajo el sol del

[verano](#) se convierten en verdaderos hornos que nos van cocinando a fuego lento al tiempo que intentamos averiguar qué clase de pescado es el que nada en el aceite de nuestro plato.

Este tipo de construcciones de **playa** corren el riesgo de ser confundidas con otros usos completamente opuestos al propio, como pueden ser los de aseos o vestuarios, ya que su estética parece más relacionada con los mismos.

## El kiosco temático de playa

Intenta trasladarnos a una isla desierta -con poco éxito- basado en simular una construcción aborígen, normalmente propia de otra cultura y longitud (Caribe y alrededores), que parece sacada de una tienda de *souvenirs*.

Estas construcciones -que en un primer momento pueden resultar amables a la vista- suelen funcionar bien cuando se destinan únicamente a la venta de bebidas pero suelen dar muchos problemas si además sirven comida.

Su [diseño](#) está más preocupado en recrear el “engaño” que en ser funcionales para el lugar donde se encuentran y el uso al que están destinadas.



## Los chiringuitos “de diseño”

Son aquellos que tienen detrás un trabajo de diseño por parte de profesionales, donde además de buscarse una estética elegante, prima en su concepción la funcionalidad y cuidar todos los aspectos necesarios.

**Primero para que la preparación de los alimentos se realice con las mayores garantías y segundo que los comensales puedan disfrutar de la misma en las condiciones más adecuadas, sin perder el contacto con su entorno: la playa.**

El concepto fundamental de estos espacios es introducir todas las premisas que tenemos en cuenta cuando diseñamos un

restaurante urbano, pero haciéndonos sentir que estamos en plena playa, por lo que deben conjugar los preceptos que explicamos en el número anterior.

La permeabilidad visual (transparencia) para que podamos conjugar el disfrute de los alimentos que estamos degustando con el paisaje marino, de donde provienen (entendiendo que la carta de estos locales se basan en pescado fresco como ya he comentado).



### **Del Chiringuito a la Terraza de playa**

*Por último, un efecto pernicioso que pueden sufrir cualquiera de los tres tipos expuesto es el crecimiento descontrolado.*

“Morir de éxito” toma toda su expresión, cuando uno de estos locales aumenta el volumen de público por encima de sus expectativas e intenta acapararlo a toda costa a través de una ampliación (o varias consecutivas) que se realizan de forma casi improvisada y a toda prisa, donde la única consideración

es poder acomodar a más comensales a toda costa.

---

# Espacios del Sabor en un Restaurante

Arquitectura & Gastronomía

Por: [Eduardo Martín del Toro](#) Doctor Arquitecto

Es evidente que el primer ingrediente que debe de tener un restaurante para que atraiga nuestra mirada es una comida exquisita, pero no es el único.

En un restaurante, muchos son los **factores** que influyen para que el placer de la comida sea agradable o se convierta en un tremendo fracaso, como el trato amable y profesional por **parte del servicio** o estar en un ambiente adecuado que nos permita disfrutar lo que estamos degustando.

Precisamente, de este último punto voy a tratar en este artículo: las condiciones ambientales que han de darse en un **local destinado** para el disfrute de los sentidos -el gusto, el olfato, la vista, – para que un placer como el de comer no se convierta en una auténtica tortura.

Dado que cuando degustamos un plato empleamos todos los sentidos, a la hora de diseñar un comedor, también tenemos que tenerlos en cuenta para que ningún aspecto exterior nos distraiga de lo que verdaderamente nos ha llevado hasta allí, el completo disfrute de los manjares.

*Un buen comedor debe estar bien aislado y acondicionado*

Dependiendo del tipo de comida, del tipo de ambiente que se quiera conseguir, etc. primaran unas características u otras, pero hay una serie de aspectos generales que deben darse para cualquier tipo de **restaurante**.



En primer lugar, el espacio debe contar con una iluminación suficiente que nos permita apreciar el plato -sus colores, su composición, sus texturas- pero controlada y bien distribuida,

evitando deslumbramientos y creando [ambientes agradables](#) con cierta intimidad, ya que en muchos momentos desearemos olvidarnos que estamos en un lugar público, imaginado que nos encontramos a solas con la comida.

**Otro aspecto fundamental, y por desgracia poco tenido en cuenta en muchos locales, es el sonido o, mejor dicho, su hermano molesto: el ruido.**

Un buen comedor debe estar bien aislado y acondicionado. Lo primero nos garantiza que los ruidos que se produzcan en el exterior del local no interferirá en nuestra degustación, lo segundo nos va a generar una mejora de la inteligibilidad de la palabra (se entenderá con mayor claridad al interlocutor al disminuir los tiempos de reverberación), mejorará la calidad de la música ambiente y disminuirá el nivel de emisión en el interior de la sala (al no tener la necesidad de hablar muy alto para que nos oigan).



**Hay una serie de aspectos generales que deben darse para cualquier tipo de restaurante.**

Las condiciones térmicas también tienen gran importancia. Un calor excesivo o un frío insoportable pueden aguar el mejor de los manjares.

Para ello, será necesario que el local esté bien diseñado térmicamente, con un buen aislamiento y un correcto [número de huecos](#), bien orientados, que permitan captar energía solar en los momentos de bajas temperaturas o evitarla cuando el calor es excesivo.

Completamos este diseño con equipos específicos que termine de corregir la temperatura cuando no sea suficiente con el correcto diseño, como los aparatos de aire-acondicionado o de calefacción.

**Es muy importante que estos equipos se encuentren bien mantenidos, ya que su mal estado puede ser causante de ruidos y de transmisión de partículas de polvo y de olores desagradables.**

Junto con la climatización, es muy importante la calidad del aire. Se debe garantizar una adecuada renovación de aire, que evite los “ambientes cargados” y los malos olores.

Los olores de los demás comensales no deben interferir en nuestro plato, además de que es muy desagradable que al salir de un local terminemos apestando a comida.



Por último, pero de gran importancia, es el espacio en sí. Que el comedor tenga unas dimensiones suficientes, con un techo no demasiado bajo que nos dé sensación de ahogamiento; la distancias entre mesas holgadas para que no tengamos la impresión de que el señor de la mesa de al lado está comiendo con nosotros; un mobiliario cómodo que no se asemejen a sillas de tortura; una ligera música rosa y una decoración cuidada acordes con el tipo de comida que se sirve; un nivel de limpieza propio de un quirófano y un cuidado y un mimo en los detalles que nos haga sentir más a gusto allí que en nuestra propia casa.

Como pueden comprobar, adecuar un local que va a ser usado como comedor, no es para nada sencillo. Y es que en un espacio donde queremos agasajar a todos nuestros sentidos debe estar cuidado hasta el más mínimo detalle.

De ahí que en este tipo de espacios sea donde la necesidad de la figura de un profesional con experiencia es imprescindible, ya que trágico sería el fracaso de la puesta en marcha de un restaurante con una magnífica carta y un excelente personal,

pero que no contará con un ambiente que invite a disfrutarlo.

Y más de un local conozco que ha caído en ese error, y siempre son las mismas consecuencias. Ahora que lo sabe, no se permita ese fracaso.

---

## **Es el trabajo con señas de excelencia lo que debe marcar la senda del éxito**

**En las islas Canarias, tras unos 15 o 16 años, pasamos de lo inesperado a esperar la gala para saber quiénes serán los nuevos restaurantes en ganar estrellas Michelin del archipiélago.**

Y es que hay que reconocer la importancia que se le da y que, en muchos casos, mejor dicho, en su gran mayoría lograr el [codiciado](#) reconocimiento por un restaurante, no solo significa la gratificación de un trabajo bien hecho, sino aclarar el futuro tanto en lo profesional, como en lo económico.

Si algo ha cambiado en este tiempo, y hablamos de más de una década, es que ya no se percibe el “amiguismo” que rodeaba al hecho de poder lograr una estrella Michelin en Canarias y eso es un factor de progreso real.

### **Estrellas Michelin...**

Siempre he dicho y así lo [mantengo](#), que las estrellas de Martín Berasategui en Tenerife son de alguna manera territorial, que tienen un gran peso es indudable su valor e

importancia para el sector gastronómico canario.

Pero a todos se nos abrió el apetito de tener estrellas al 100% canario eso fue indudable y ese apetito hizo que nuevas camadas de cocineros se dieran a la tarea de conseguirlas.



**Los Chefs Paolo Casagrande y Martín Berasategui cuando recibieron la primera estrella en el MB Tenerife en el 2015**

En el 2015 llega esa primera estrella a Tenerife MB de Martín Berasategui y se abrieron las puertas, esto colocó a Tenerife en el mapa gastronómico que, aunque con mucha anterioridad la tuvieron el Restaurante El Patio y el siempre muy especial Restaurante teguestero, El Mesón El Drago, es la del MB la que hace que se vuelva a hablar del archipiélago a nivel gastronómico mucho más allá de la tradición.

*Es importante el recordar la historia para poder darle más valor al presente.*

## **Los jóvenes, esas nuevas propuestas**

Ahora es el momento de que de una vez por todas se le dé y se le reconozca la importancia que tiene el sector gastronómico

en el desarrollo de unas islas como Canarias.

Los gobiernos deben abrirse con un apoyo contundente a todo el sector, no solo son negocios que venden comida, estos jóvenes cocineros y empresarios están dando importancia a las raíces, a la producción sostenible, creando nuevos panoramas llamando la atención de un público a nivel mundial que en nuestro caso se convierte en más turistas visitándonos.

## **Crece, crece y crece**

La familia Padrón, Adrian Bosch y Eduardo Domínguez, Abraham Ortega y el pastelero Áser Martín y Borja Marrero son el presente de un futuro prometedor si se trabaja y se hacen las cosas en equipo.

Tenemos la oportunidad de crecer de manera correcta, progresiva, productiva si se oyen a los sectores, si deponemos diferencias políticas, sobre todo.



**El chef Abraham Ortega y el pastelero Áser Martín en Tabaiba Gran Canaria**

**ESTRELLAS**



**Novedad**

## **SAN-HÔ**

**Adeje (Santa Cruz de Tenerife)**  
Canarias



**ADRIÁN BOSCH y  
EDUARDO DOMÍNGUEZ**

La restauración y la gastronomía en general, son una parte muy importante del buen desarrollo de una región, no solo en lo económico; la gastronomía es cultura, es historia, es la familia unidad, es mucho más que gente vendiendo comida, es agricultura, pesca, ganadería es educación.

Hemos querido desde la redacción hacer algo más que felicitar y repetir la misma noticia, lo que en música podemos llamar “variaciones sobre un mismo tema”.



## **El chef Borja Marrero de Muxgo al momento de recibir su Estrella Verde**

Hemos querido hacerles llegar a todos los protagonistas de este excelente momento que se vive en Canarias, un momento que nos habla de un gran futuro en gastronomía, cierto real donde queda demostrado a través del trabajo de estos jóvenes cocineros, que los premios ni los reconocimientos se compran.



**Los hermanos Padrón en la gala al recibir la segunda estrella Michelin para el Rincón de Juan Carlos**

Es el trabajo con señas de excelencia lo que debe marcar la senda del éxito, así que nuestras más sinceras felicitaciones a todos los ganadores y las gracias por demostrar que el buen trabajo siempre será reconocido sin palancas ni amiguismo.

...y que sigan triunfando.

---

## Una cocina a blanco y negro

Una cocina a blanco y negro no significa la ausencia de color, al contrario, es el inicio de una nueva era de sabor, del inicio de la formación de los nuevos talentos de la cocina, que cual guerreros inician su etapa de entrenamiento

enfrentándose a descubrir un mundo completamente abundante y apasionante.

© **Maridaje Latitud o by Cristian Carrera Villarreal**

Cuando un **joven cocinero** pisa por primera vez una cocina real, se enfrenta a un mundo en blanco y negro, pero solo de él o de ella dependerá adaptarse, prepararse, experimentar y crear su propio estilo de cocina, para llenar su mundo de **color, sabor, texturas, aromas y grandes recetas**.

Las tendencias en la **cocina** se crean en cada generación de **chefs** alrededor del mundo, pero solo aquellas tendencias que no son resultado de una copia de otra o de una mala interpretación de la creatividad de un **cocinero**, son las que en verdad formaran parte del desarrollo de la **gastronomía mundial**.

Es así que, a través de la intervención de [grandes maestros de la cocina](#) en la formación de las nuevas generaciones de **cocineros**, se logra estipular una **cocina a blanco y negro** en la que solo una conexión profunda entre las locuras del maestro y la curiosidad del estudiante lograran armonizar para crear, innovar y revolucionar la **cocina** desde sus raíces.

Muchas veces la gente nos discrimina por nuestra edad, si [somos muy jóvenes](#) no tenemos la experiencia necesaria o si somos muy viejos que nuestras ideas ya están pasadas de moda, nunca complaceremos a la sociedad, pero el trabajo de un cocinero no es **satisfacer** la necesidades de ego de una sociedad pobre en pensamiento, sino alimentar los **estómagos** del mundo, acariciar su paladar con nuestros **sabores** y tentar los sentidos de la humanidad entera para demostrarles que la edad es solo un número que no enmarca la veracidad de nuestro talento.



### **Una cocina a blanco y negro**

Es así que **los grandes chefs del mundo** que un día iniciaron como jóvenes inexpertos deben ser ahora mentores, maestros y amigos de todos los jóvenes que luchan por insertarse en **el mundo real de la gastronomía**, a través del esfuerzo, la constancia, el mérito propio, la satisfacción de crecer profesionalmente consientes en cada segundo de sus vidas de que el camino que se encuentra fuera de su aula de clases es largo de recorrer pero hermoso de descubrir, ellos se encargaran de pintar su vida y su **profesión de los grandes colores**, de alimentar al mundo con sus pasiones y de **avivar la locura del hombre** con sus creaciones.

### **¿Pero cómo se forma a un estudiante de cocina?**

Esa es una gran incógnita. Hay miles de maestros de las grandes **cocinas mundiales** que no tienen un título de docencia, pero cuyos conocimientos y grandes enseñanzas han formado a otros miles de estudiantes ansiosos por redescubrir el **mundo**

**cocinando.**

En nuestra casa muchas veces nuestras **Madres y Abuelas** se convierten en las más prestigiosas **maestras del arte culinario**, en los lugares donde menos lo esperamos encontramos a alguien del cual aprender, porque la cocina no es un mundo cerrado y cautivo, al contrario, es un mundo que se expande y todos estamos en la capacidad de convertirnos en maestros del conocimiento, en **líderes de formación mundial**, en **consejeros del arte**, en científicos de **la vida**, en amantes de compartir con criterio aquello que nosotros hemos aprendido.

*Porque para enseñar no necesitas de un gran título colgado en la pared, necesitas simplemente tener la vocación y la convicción de querer generar un cambio en tu vida a través de lo que siembras en la vida de los demás.*

Porque **una cocina a blanco y negro**, nos permite **fusionar** nuestros conocimientos, delinear nuestros objetivos, darle rienda suelta a nuestra locura y ser capaces de conquistar el mundo entero haciendo lo que mejor sabemos hacer **“COCINAR”**

Unidos lograremos que el mundo brille con luz propia, dando realce a cada uno de sus mágicos Sabores.

---

# **La viticultura que viene**

## **Retos y soluciones ante el cambio climático**

**Manuel Rodríguez Jiménez – Enólogo**

**Se estima que el aumento de la temperatura**

**global derivado de las condiciones de cambio climático, generará que la superficie para el cultivo de la vid merme entre un 25 y un 75% para el año 2050.**

El aumento de la **temperatura** tendrá repercusiones negativas en el sector de la [viticultura](#), afectando a la **fotosíntesis**, la acidez, la concentración de **azúcar**, el [grado alcohólico](#) y la aparición de nuevas plagas y enfermedades.

Afectando a aspectos como el período de crecimiento de las **viñas**, las diferentes fases fenológicas, la **maduración** de la uva, etc.

El **mercado** demanda cada día más **vinos** frescos con una buena **acidez** y una buena graduación (12 grados). Para lograr esto, la altitud y el clima son factores claves. El aumento de **temperatura** puede ser perjudicial para la calidad del vino, esto si se provoca una [aceleración](#) de la **maduración** de las **uvas**.

Si no se toman medidas de adaptación, los **viñedos** mediterráneos podrían llegar a sufrir graves perjuicios. Las condiciones óptimas para los **viñedos** se irían desplazando en altitud y latitud.

Mientras, el aumento de temperatura podría provocar condiciones desfavorables para permitir el cultivo de estas **cepas** en actuales zonas mediterráneas productoras.

Es evidente que el **cambio climático** de las últimas décadas, ha traído un impacto importante al sector, obligando a modificar las técnicas de la **viticultura**.



### **La viticultura que viene**

Los impactos registrados hasta ahora, son consecuencia de las emisiones del pasado.

Causando un aumento de temperatura de  $0,4^{\circ}\text{C}$  con respecto a la temperatura del periodo 1960-1990, con un incremento de  $0,18^{\circ}\text{C}$  en el periodo 1980-2006.

Este calentamiento es mínimo si se compara con el que prevén será el **clima** del **futuro**.

La comunidad científica estima que, hacia el año 2050 debería haber un aumento en la temperatura en torno a los  $2^{\circ}\text{C}$  y, entre 4 y 5 grados para el 2100.

Estos fenómenos aumentarán las posibilidades de aparición de situaciones potenciales de estrés hídrico en la **viña**.

Un **viñedo** dispone de agua para el riego, los problemas por hídrico pueden ser mitigados.

Pero se necesitan herramientas que permitan detectar con precisión y de una manera anticipada las situaciones de riesgo.



Hay que conocer la manera de llevar a cabo una gestión preventiva de las mismas.

Las actividades de gestión de una **finca** necesitan también herramientas de diagnóstico que aporten información de cada una de ellas.

Es importante tener predicciones del clima, con ellas, se puede optimizar la gestión de la finca. Esto, tanto a nivel de decisiones de **riego**, como de **poda**, **fertilización** etc. mejorando la **homogeneidad** de la finca.

Los estudios deberán realizarse de manera individual por cada finca. Ya que el cambio climático no afectará a todas las zonas de la geografía por igual.

Haciendo necesario que los viticultores dispongan de la

información específica de su finca.

Ya que es ahí donde se pueden adoptar medidas de adaptación a los cambios climáticos. Los retos que se plantean con el clima para la **viticultura** son de un importante calibre.

Las dificultades para producir uva, a consecuencia de un clima cada vez más extremo y cambiante, trae como consecuencia que los vinos están siendo vez más alcohólicos. Todo lo contrario de lo que está demandando el mercado.

Recuerdo largas conversaciones con Vicente Sotés, vicepresidente de la OIV y catedrático de **Viticultura** de la [Universidad Politécnica de Madrid](#), gran conocedor de la realidad vitícola canaria, me decía que:

El clima de un lugar determina la tipicidad de un vino, y aunque hay mucha incertidumbre sobre cuáles van a ser los efectos del cambio climático, sus efectos en el sector vitivinícola ya los estamos notando, destacando:

- Mayor estrés térmico, con olas de calor y de sequía estivales.
- Disminución de las horas de frío.
- Disminución de la amplitud térmica diaria, algo que perjudicaría a la uva en la fase de maduración.
- Períodos de crecimiento de las viñas más rápidos.
- Aparición de nuevas plagas y menor incidencia de las enfermedades fúngicas, como mildiu u oídio.
- Estados fenológicos más tempranos, tanto en brotación, floración como en envero. La uva madura también antes, lo que perjudica su calidad.
- Mayor acumulación de azúcares en la uva e incremento del grado alcohólico.
- Desacoplamiento entre maduración tecnológica y fenológica en viñedo.
- Perfiles aromáticos atípicos.
- Mayor cantidad de bayas quemadas por el sol.

## ▪ Agotamiento rápido de los ácidos orgánicos.

### Y ¿cómo pueden adaptarse los viticultores a la realidad del cambio climático?

Vicente Sotés enumera las principales medidas que se están barajando:

#### **Cambios de zonas de producción**

Tanto en altitud como en latitud, con viñedos que se podrán cultivar en zonas más al norte.

#### **Variedades más adaptadas a la sequía y de ciclo más largo**

A medio plazo, tendremos que tomar decisiones difíciles en la elección de variedades para nuevas **plantaciones**, ya que está demostrada una anticipación en la fenología de la vid, por lo tanto no descartaremos variedades de ciclo más largo o la elección de clones que de forma natural presenten una tendencia a una menor concentración de azúcar en las bayas. Importantes y buenos resultados están dando variedades **Vijariego**, tanto blanco como negro

#### **Nuevas prácticas vitícolas**

Con sistema de plantación y de poda que favorezcan un retraso de la **maduración**.

Se ha visto en muchas zonas **vitícolas** que el sistema de poda Guyot está más adaptado al estrés hídrico y térmico que el sistema de cordón royat

Además, los sistemas de conducción tradicionales como el vaso están también mejor adaptados para proteger la uva en situaciones de olas de calor que el de espaldera. También se considera interesante la implantación del vaso entutorado, interpretación canaria del vaso Gobelet y la adaptación del parral bajo, interesante para ciertas variedades vigorosas.



## **La gestión de una finca necesitan también herramientas de diagnóstico**

El deshojado también podría replantearse, ya que no sólo protege a los racimos de las quemaduras del sol sino que permite reducir la temperatura hasta 4 grados respecto a la uva que no está sombreada.

## **Cambios normativos:**

Las normas actuales de los consejos reguladores de las **Denominaciones de Origen** y de las Indicaciones Geográficas Protegidas obedecen a una situación pasada que está cambiando y se deberían adaptar a la nueva realidad, tanto en la cualificación de calidad de los terrenos como de los vinos.

## **Implantación de sistemas de regadío de precisión.**

El riego debe ser utilizado como una herramienta para gestionar un nivel de estrés hídrico moderado y controlado en la planta, lo que permite el control del crecimiento vegetativo y el vigor la vid. Ya hay en el mercado algunas aplicaciones para monitorizar el riego y así lograr una buena

optimización.

**Técnicas enológicas, con soluciones correctivas que reduzcan el grado alcohólico e incrementen la acidez.**

En algunas regiones vinícolas se está empleando con mucho éxito la técnica de la desalcoholización por osmosis inversa que nos permite eliminar del vino inicial una mezcla de agua/alcohol filtrándolo a presión alta (80 bares) en una membrana (tipo filtración tangencial).

Se están estudiando levaduras que durante la fermentación del vino hacen que se produzca menos etanol y más glicerol, con lo que, partiendo de la misma uva, los vinos resultantes son diferentes y más frescos.

Al mismo tiempo a la hora de elección de nuevas parcelas para plantar también debemos tener en cuenta aquellas situadas a mayor altitud y posiblemente con una exposición solar menos favorable.

Con todo lo expuesto, el futuro no es sencillo y si se cumple la predicción que vaticinan los expertos de que la temperatura subirá de 4 a 5 grados hasta el 2100, las consecuencias serán considerables para la viticultura tal y como la entendemos hoy, por eso hay que aportar soluciones para comprender y adaptarse a esa **“VITICULTURA QUE VIENE”**

---

**Se requiere carácter para  
llegar a la cima**

**No será los chefs blandengues los que lleguen al éxito**

**El liderazgo es una potente combinación de estrategia y carácter**

**Por: Chef [Juan José Haşşan Gattaş](#) – Presidente de la Asociación Culinaria de Venezuela**

Hay que tomar en cuenta que producir una **sinergia** asertiva y efectiva en una brigada de cocina es casi como si fuese una receta mágica que no está contemplada ni en un manual de **cocina** ni en las escuelas. Aunque lo expliquemos, cada realidad de cada brigada de cocina en su área de trabajo es diferente.

Hay tres elementos fundamentales en el resultado de una buena gestión; **platos exquisitos** donde se contemple el incentivo de los 5 sentidos, una buena gestión de **restaurante**, el liderazgo y gerencia del **Chef**.

En frecuentes encuentros que tengo con diversos **Chef** de múltiples organizaciones, escucho siempre que se sufre mucho a la hora de resolver situaciones imponderables que se presentan en el transcurso de sus operaciones. Si usted es de los que desea soportar el dolor permanentemente antes que tomar buenas decisiones, con apego a su escala de valores del hotel, restaurante, catering etc., entonces no se queje. Sepa que está convertido en un líder al que le falta **CARÁCTER**.

**¿Por qué hablar de carácter en liderazgo?**

Todo **Chef** sabe que es necesario pagar un precio por llegar a desarrollar al máximo su potencial y, más aún, para ponerlo al servicio de los demás. Nada es fácil y nada viene sin un precio por el cual debe pagarse. Hacer un equipo orientado al servicio y alinear una organización para que ejerza un nivel de servicio superior a sus clientes, exige también alinear las mentes de las personas que en ella colaboran para que puedan

vivir en **CONGRUENCIA** con la visión del negocio; y esto exige carácter de parte de los **Chefs**, para poder hacer que su visión se traduzca en una realidad es necesario tener un alto nivel de confianza, porque la confianza es el fundamento del **liderazgo**, y ello tiene que ver también con el ejercicio de la toma de decisiones.

Con frecuencia veo **líderes**, en distintas organizaciones, que refieren haber adquirido la confianza suficiente para no dudar siquiera de sus capacidades. Pero cuando son puestos a prueba por la vida en temas delicados, veo con desgano como muchos de éstos se caen a pedazos antes que tomar una decisión en beneficio de los miembros de sus equipos, o inclusive de sus clientes.



### **Se requiere carácter para llegar a la cima**

En primer lugar es importante señalar que el **carácter** comunica coherencia porque en la vida diaria no se puede contar con líderes sin fuerza interior; son éstos quienes tienen la obligación de lograr que los miembros de sus equipos les tengan la **confianza** suficiente para que puedan desplegar su potencial.

Ellos confían en usted y si no saben qué esperar de su nivel de actuación, pronto dejarán de buscarle para que los dirija.

En segundo lugar, debe saberse que el **carácter** comunica potencial y cuando el líder tiene **carácter** genera la confianza suficiente en el equipo y gana la credibilidad de sus miembros. Carácter no son gritos ni insultos. Ningún hombre puede ascender más allá de las limitaciones de su **carácter**. Sólo los hombres con carácter están preparados para los más complejos desafíos de la vida y tienen el valor de enfrentarlos frente a frente. Prepárese entonces para lo inesperado y gánese el respeto de su gente manteniéndose firme en sus objetivos de satisfacción de clientes y en el trato justo a su gente.

*“El liderazgo surge en el interior de las personas y enfrentarse a sí mismo es la prueba más fuerte que tendrá en su vida para mostrar carácter”.*

En tercer lugar, confirmo que el carácter comunica respeto y éste es un valor fundamental que requiere el **Chef** para lograr que su gente le siga con ojos cerrados. Si usted requiere que sus colaboradores le tengan respeto, no les falle, no se vea débil frente a ellos, de lo contrario no los tendrá de su lado jamás. En muchas ocasiones es- cucho decir a muchos **Chef** que su gente no despliega compromiso y la gran respuesta tiene que ver con su falta de carácter, es una realidad.

Por último, el [carácter comunica sabiduría](#). Las personas siguen a la gente que sabe por qué de ellos aprenden y, necesariamente, es lo que todos buscamos en nuestro proceso de crecimiento. Si los miembros de su equipo observan que usted es de los que sabe, seguramente les inspirará respeto y confianza; si no es así, olvídese, está perdido su liderazgo.



**El carácter comunica potencial y cuando el líder tiene carácter genera la confianza suficiente en el equipo y gana la credibilidad de sus miembros**

No deje por ningún motivo que la relación de confianza con los miembros de su equipo se termine, ni siquiera disminuya. Usted está a un paso en su proceso de crecimiento en liderazgo y por lo tanto, debe confiar en usted mismo para poder desplegar su potencial.

Recuerde que el ejercicio de liderazgo inicia en la voluntad de cambio de las personas y es aquí donde debe confrontar sus miedos, paradigmas y pensamientos oscuros para darle claridad a su vida. La luz está al alcance de todos pero, sin duda, todos requerimos de un empujón hacia el éxito.

De aquí que la aseveración de que *“El Talento nunca es Suficiente”* sea una realidad, pues se requiere CARÁCTER para desencadenar al Chef Líder que todos llevamos dentro. La constancia y la excelencia nos conducirán siempre al éxito.