

Joan Capilla, chef de L'Algadir del Delta

Entrevista a Joan Capilla, chef y propietario de L'Algadir del Delta: "La misma importancia tiene el nombre de la persona que se ocupa de tener las instalaciones limpias del restaurante como el buen hacer del chef. (...) Todos somos L'Algadir"

[@JoanCapilla](#)

Joan Capilla es el chef y propietario de [L'Algadir del Delta](#), un hotel cuyo restaurante obtuvo una Estrella Verde Michelin en el año 2024. Este negocio, en el que trabaja codo a codo con su pareja y parte de su familia, le costó mucho dolor, hasta el punto de poner en riesgo su salud.



Al mismo tiempo, el esfuerzo le ha llevado a levantar un

legado personal y profesional basado en el amor absoluto por su territorio: el **Delta del Ebro**, una zona privilegiada de Cataluña, en Amposta (Tarragona), vinculada históricamente al **cultivo del arroz**. Sin embargo, la cocina de Capilla no enarbola necesariamente la defensa del territorio como activismo, sino la del sentido común: conocer, consumir y proteger lo local.

Invitado al Congreso Terrae Rural en Gran Canaria este mes de marzo, siente que es más que un congreso: una oportunidad de trabajar todos juntos en el presente y el futuro de la gastronomía rural.

[@Hotelalgadirdelta](#)

Verónica Martín. – Leyendo un poco sobre cómo comenzó su proyecto de hotel y restaurante... me parece una historia curiosa. Parece ser que era, en principio, su proyecto fin de carrera hace dos décadas. ¿Imaginó desde el principio algo parecido a lo que es hoy?

Joan Capilla. – ¡Nooooo! La idea era poder tener un alojamiento tipo casa de colonias y en la tierra de cultivo de arroz de mis padres hacer allí una zona con actividades deportivas al aire libre. Yo siempre pensando en lo que había estudiado, Ciencias del Deporte, y el alojamiento o el comedor complementario... Eso sí, la idea era volver al pueblo.

Verónica Martín. – ¿Cómo valora el camino hasta aquí?

Joan Capilla. – Duro, muy duro. He llorado sangre... recordándolo ahora me están saliendo las lágrimas. Casi pierdo a mi pareja, casi pierdo la vida, me enganché al

benzodiazepínico. Tenía 24 años y no podía confiar en casi nadie... Fue duro, pero con amor de la familia que me rodea, y con el espíritu competitivo voy dando pasitos día a día. Eso sí, pienso en los amigos que voy encontrando cada día, que me dicen continuamente que estoy haciendo lo correcto.

Verónica Martín. – Su hotel y restaurante están en una zona privilegiada, en Poble Nou del Delta, una pedanía rodeada de arrozales y una joya natural. ¿Qué le debe su proyecto al Delta? ¿Y viceversa... ¿Qué cree que le ha aportado su propuesta a ese rincón de Cataluña?

Joan Capilla. – L'Algadir Del delta sin el entorno no tendría sentido. Por esto la propuesta gastronómica y del conjunto del establecimiento es DELTA puro. Productos del territorio y creando una gastronomía regenerativa en donde el comensal, a través del menú, conoce los rincones más importantes, los productos de cada estación y quien los trabaja, con nombres y apellidos.

“He llorado sangre... recordándolo ahora me están saliendo las lágrimas...”



Verónica Martín. – Su restaurante ostenta un reconocimiento como establecimiento que trabaja con estándares de sostenibilidad. ¿En qué se basa esa sostenibilidad? ¿Cómo entiende usted ese concepto en una cocina?

Joan Capilla. – Simplemente aplico el sentido común. Pero desde el 2007 que abrimos puertas quería trabajar la sostenibilidad desde el manual operacional del establecimiento, y trabajé el proyecto en 3 segmentos; primero las personas, buenas condiciones, horarios laborales, etc. Lo segundo, el producto, siempre del Delta del Ebro, si puede ser ecológico y siguiendo el movimiento Slow Food Catalunya. Y poder enseñar a los niños en el colegio el plan de descartes, reciclaje, etc... Por último, el planeta: paneles solares en el hotel, huerto en el tejado, cargador eléctrico, consumo de energía renovable, coche de empresa híbrido, compensación de la huella de carbono, plan de control de suministros, control de la iluminación led de los espacios según avanza el día... En el led se aplica el tanto por ciento necesario, sin tener que llegar al 100% de su potencia.

Fuimos en aquel momento el primer establecimiento en tener la Ecolabel (etiqueta ecológica europea) y en 2024 la **Guía Michelin** nos otorgó la **Estrella Verde**. Ahora pienso más en trabajar la **gastronomía** regenerativa. El año pasado fuimos un proyecto piloto con la Agencia Catalana de Turismo, en donde pudimos aprender muchísimo sobre agricultura y gastronomía regenerativa.





Verónica Martín. – Trabaja sobre todo con productos de la tierra, de la zona. Cuéntenos un poco para nosotros, que estamos lejos, cuáles son los productos más queridos de la zona para usted o lo más agradecidos, o los que le parecen un emblema de esa zona.

Joan Capilla. – Lo importante en mi mercado es el entorno. El Delta de Ebro es un humedal muy importante a nivel europeo, por la naturaleza y la biodiversidad. Al tener arrozales y criarme en ellos me he vuelto un *freak* del arroz, de las distintas variedades, comportamiento según producto, etc. En ellos viven los patos, una carne exquisita que maduro y hacemos muchas recetas con ellos.

A 10 km tengo el Puerto de la Rápita, el segundo puerto pesquero más importante de **Catalunya** y tengo la suerte de tener derecho a compra directa. Me gusta ver cuánto pesan los más pescados, y a partir de ello hacer el menú, no importa que sean de descarte o morralla.

Al ser una desembocadura de río, la unión de agua dulce y salada hace que el fitoplancton marino sea una riqueza excepcional para el mejillón y la ostra de nuestra bahía. Para mi gusto, tenemos el mejor langostino del mundo, pequeño pero con un sabor y textura espectacular. Entre campos de arroz y marismas tenemos la huerta de Amposta y L'Aldea y la miel del Perelló. Seguramente me dejo productos, pero solo sé que estoy enamorado de mi territorio.

“España necesita un Ministerio de Gastronomía, y dentro de él estudiar las necesidades de la gastronomía rural”

Verónica Martín. – ¿Considera que su manera de entender la cocina es una forma de defender el territorio, de ponerlo en valor?

Joan Capilla. – Considero que no es defender el territorio, sino cocinar con sentido común. Hace 30 años me acuerdo que los domingos salía con mis padres de excursión y en donde íbamos comíamos, las setas de allí, el fuet, el cordero, etc... Recuerdo que en el 2000 quería comer rodaballo y como regalo de final de carrera cogimos mi mujer y yo con el coche de mi hermana hacia Guetaria... O quien quería comer anguila venía al **Delta del Ebro**, ahora hay anguila en toda España, mariscos... No tiene sentido, nos estamos cargando la gastronomía sostenible. Reflexionemos, por un mundo mejor.



Verónica Martín. – Ahora que, por ejemplo, ha asistido a Terrae Rural en Gran Canaria, ¿qué impresión tiene cuando se encuentra con otros compañeros y compañeras que también cocinan en lo que llamamos “la ruralidad”? ¿Qué comparten, qué les diferencia, tienen quejas comunes?

Joan Capilla. – Terrae para mi es más que un congreso, Terrae está trabajando para que trabajemos el territorio. Aparte los cocineros/as rurales coincidimos en las mismas problemáticas. Y si a la administración le interesa que España no se quede vaciada nos tiene que escuchar. Porque tenemos una serie de problemas muy gordos.

No nos pueden perseguir como nos persiguen. Yo no puedo recolectar ni una simple flor del campo. Las normativas están mal hechas y mal generalizadas. No nos pueden imponer los impuestos de las grandes cadenas, ya que en los pueblos no tenemos los mismos servicios. No tenemos gente para trabajar, los jóvenes se marchan a la ciudad. En definitiva, España necesita un Ministerio de Gastronomía, y dentro de él estudiar las necesidades de la gastronomía rural.

Verónica Martín. – ¿Cómo ve el horizonte de la cocina rural en España? ¿Qué necesita la cocina rural para seguir adelante?

Joan Capilla. – Como decía antes, primero que nada escucharnos. Gracias a Terrae estamos unidos, y nos vamos a unir con los productores. A partir de aquí el futuro de la

cocina rural está en manos de la administración pública.

Verónica Martín. – He observado al entrar en su página web, donde pone el listado de quienes componen el equipo de su hotel y restaurante, que nombra con nombre y apellidos a personas que habitualmente están invisibilizadas, como las camareras de piso. Eso me ha llamado la atención. ¿Qué importancia le da a su equipo? ¿Cómo valora ese engranaje?

Joan Capilla. – Las personas son muy importantes. En la carta del **restaurante** también las nombramos, porque la misma importancia tiene el nombre de la persona que se ocupa de tener las instalaciones limpias del restaurante como el buen hacer del **chef**. O que entiendan que aquella niña que va por allí con su perrito es Bertha y que no tiene a sus padres los sábados y domingos, porque están los dos atendiendo a los comensales. Todos somos L'Algadir.

Verónica Martín. – Si un vidente pudiera decirle el futuro a 10 años de su restaurante, ¿qué le gustaría que le dijera que va a pasar...?

Joan Capilla. – Me gustaría pasar más tiempo con mi hija, que mis padres se sintieran orgullosos de mí. Y me gustaría sentarme con mis compañeros de profesión y decir: “¿Os acordáis qué duro era trabajar en un pueblo de 140 habitantes? Pues ahora la gente hace más de 200 km para comer en nuestras casas”. Y nos hacen sentir contentos porque agradecen nuestro esfuerzo por darles lo mejor en la mesa.

Antonio y Javier Abreu del proyecto Océánico Ocean Coffee (Entrevista)

Por: Verónica Martín León

En una finca de **San Juan de la Rambla**, en **Tenerife**, los hermanos Abreu han apostado por un sueño cafetero. Cultivan café desde 2021, apostando por la idea de que es un producto que puede reunir la innovación en **Canarias**, el amor por el territorio, el respeto por el medio ambiente; e incluso, sostener el hilo narrativo de su identidad personal y familiar.



Tras estos años, están satisfechos con su propia labor y con el recibimiento que ha tenido el proyecto. Aun así, acaban de empezar, les quedan metas por cumplir y ganas para lograrlas.

“Nuestro café es otra forma más de expresar el territorio”

Entrevista

Verónica Martín. – ¿Cómo nació el proyecto de Oceánico Ocean Coffee?

Antonio y Javier Abreu. – La primera semilla la sembró nuestro padre. Siempre ha sido un apasionado de la cultura canaria, profundamente vinculado al sector agrario, y desde que éramos niños nos inculcó la importancia de mantener las raíces y cuidar el medio ambiente. Crecimos con la sensación de estar en deuda con la tierra y el municipio y con la responsabilidad de devolverle algo de lo que nos había dado.

En mi caso (Antonio), mi camino profesional se desarrolló en la hostelería de alto nivel, trabajando en sala en distintos restaurantes con estrella Michelin, donde la formación continua y la búsqueda de la excelencia forman parte del día a día.



Fue precisamente en una de esas formaciones donde, casi de manera casual, recibí una introducción básica al mundo del café: sus orígenes, el clima, las particularidades de cada territorio. Aquel momento despertó una inquietud que no se apagaría. Paralelamente, por motivos personales, viajé con frecuencia a Alemania. Allí descubrí cafeterías donde el café se trataba con el mismo respeto y creatividad que un gran plato: distintos orígenes, diferentes recetas, nuevas formas de entender y relacionarse con el producto.

Todo aquello que había aprendido en las formaciones lo encontraba allí con naturalidad, mientras que en Canarias era prácticamente inexistente.

Fue entonces cuando entendimos que en un producto, en plena tendencia, como el café habíamos encontrado el hilo conductor perfecto para unir nuestra trayectoria de desarrollo personal con la necesidad de poner en valor la tierra y nuestras raíces. A la vuelta, lo compartí con mi hermano y con mi padre, y decidimos ir a por ello, con la convicción de que el café podía ser también una forma de contar quiénes somos y de dónde venimos.

Verónica Martín. – ¿Quiénes forman parte de Oceánico Ocean Coffee y qué función lleva a cabo cada uno?

Antonio y Javier Abreu. – El proyecto lo llevamos nosotros dos: Javier y Antonio Abreu, somos hermanos. Desde el principio nos obligamos a pasar por todas las fases del proceso, porque creemos que solo entendiéndolo en su conjunto se puede construir algo sólido. Es cierto que Antonio se encarga principalmente de la parte agronómica y de la [estrategia](#) de campo, mientras que Javier asume la comunicación y las ventas. Aun así, todas las decisiones se someten a debate. Formamos un buen equipo porque nuestras diferencias de carácter se complementan: uno aporta una visión más creativa e impulsiva, y otro un perfil más racional y analítico. Esa combinación nos permite madurar las ideas y avanzar con equilibrio.

Verónica Martín. – ¿Qué tipo de café

trabajan?

Antonio y Javier Abreu. – Trabajamos con una: la variedad Starmaya, un híbrido de Coffea Arábica de alta productividad, que importamos desde Nicaragua. Se trata de una variedad patentada y desarrollada por el CIRAD (Instituto Francés de Investigación para el Desarrollo), creada específicamente para hacer frente a algunos de los grandes retos actuales del café en origen, como el cambio climático y los bajos rendimientos.

Tras un largo proceso de ensayo y adaptación, conseguimos que esta variedad se adaptara al clima de Tenerife, algo poco habitual fuera de las zonas cafeteras tradicionales.

A medida que fuimos avanzando en el proyecto y acercándonos a la primera cosecha, comprendimos que nuestro elemento distintivo no podía ser únicamente la rareza del origen - Tenerife, Islas Canarias-, sino que debíamos ir un paso más allá. Fue entonces cuando decidimos especializarnos en el beneficio postcosecha, poniendo el foco en el manejo del grano como principal herramienta de expresión.



FLORACIÓN'25

DOBLE DE FLOR
DOBLE DE POTENCIAL

CONOCE MÁS >



NUESTRO CAFETAL ESTÁ EN SU MEJOR MOMENTO.
¿Sabes que hizo posible este resultado?





En el primer año comercial de la marca lanzamos cinco estilos de café diferentes, todos procedentes de la misma planta, trabajando distintos procesos para explorar al máximo su potencial: un Natural, un Red Honey, un Gold Honey, un Doble lavado sensorial y un anaeróbico natural ligeramente fermentado en agua de mar durante 48 horas.

El resultado en taza supuso un auténtico hito para nosotros. Dos catadores certificados por la Specialty Coffee Association evaluaron los cafés con puntuaciones que superaron ampliamente nuestras expectativas: 88,5 puntos para el natural, 87 y 86,5

para los *honeys*, y 85 puntos para el anaeróbico. Todo ello cobra aún más valor si se tiene en cuenta que, aunque contábamos con una base teórica sólida, nunca antes habíamos trabajado café de forma práctica.

Verónica Martín. – ¿Cuáles son las diferencias y similitudes del cultivo en Canarias con respecto al cultivo en otras zonas del mundo?

Antonio y Javier Abreu. – En los países tropicales (donde tradicionalmente se cultiva café), la altitud es un factor determinante. A menor latitud, más cerca del ecuador, las temperaturas son elevadas durante todo el año, por lo que es necesario ganar altura para encontrar climas más frescos y estables. Es en esas cotas elevadas donde se alcanzan los rangos ideales para el café, con temperaturas medias que oscilan entre los 15 y 24 grados, fundamentales para un desarrollo lento y equilibrado del grano.

En Canarias, sin embargo, el planteamiento es distinto. Nuestra ubicación geográfica, la influencia del océano y el clima subtropical permiten alcanzar ese mismo rango térmico a altitudes mucho más bajas. Aquí no es la altura la que enfría el clima, sino la latitud y el efecto regulador del Atlántico.

Si profundizamos un poco más y analizamos el tiempo de maduración del grano, así como los datos obtenidos tras el secado, nos encontramos con un resultado muy revelador: la densidad del grano es comparable a la de cafés de alta

altitud. La densidad es uno de los indicadores clave de calidad en un café. Está directamente relacionada con la dureza del grano, es decir, con la cantidad de materia sólida que contiene en su interior.

Cuanto más denso es un grano, más compactas son sus paredes celulares y menor es la proporción de aire interno.

Esa estructura celular más cerrada es consecuencia de una maduración lenta y controlada, y se traduce en un mayor contenido de azúcares, ácidos y compuestos aromáticos. En taza, esto se expresa como mayor complejidad, equilibrio y profundidad de sabor.



De nuevo se confirma que, aunque el café se cultive a cotas más bajas, las condiciones climáticas de Canarias permiten reproducir los mismos procesos fisiológicos que normalmente asociamos a la altitud.

Verónica Martín. – ¿Cómo ha sido la aceptación por parte del gran público y qué tipo de clientes tienen?

Antonio y Javier Abreu. – La aceptación ha sido muy positiva desde el inicio, siendo conscientes de que no somos el único

proyecto cafetero en Canarias. Aun así, nuestra iniciativa ha despertado un notable interés por su enfoque, el nivel de detalle y la forma en que abordamos tanto el cultivo como los procesos, lo que ha generado curiosidad y conversación dentro y fuera de las islas, atrayendo la atención de actores muy diversos. Actualmente contamos con microlotes ya comprometidos para tostadores de España, Suecia y Japón.

El principal interés ha llegado desde la alta gastronomía, así como de baristas y amantes del café de especialidad: un público curioso, informado y abierto a descubrir nuevos orígenes. Se trata de clientes que valoran especialmente el origen, la producción limitada y el carácter experimental de la propuesta. Asimismo, hemos percibido un creciente interés por parte del consumidor local, que siente orgullo al descubrir que en Canarias es posible producir café con este nivel de calidad. En este sentido, la aceptación no ha sido únicamente comercial, sino también emocional.

Verónica Martín. – Acerca de la fermentación con agua de mar: ¿cuáles son las características y ventajas de ese proceso?

Antonio y Javier Abreu. – Es un proceso muy puntual y experimental, que abordamos con muchísimo respeto y control. No se trata de una técnica aplicada de forma sistemática ni buscando llamar la atención, sino de una línea de investigación concreta dentro de nuestros procesos de fermentación.



El uso de agua de mar, siempre en proporciones muy pequeñas y cuidadosamente medidas, introduce una flora microbiana distinta y una mineralidad específica que no se encuentra en otros entornos. Esto influye en la dinámica de la fermentación y nos permite explorar perfiles sensoriales diferentes, siempre manteniendo la limpieza y el equilibrio en taza.

La ventaja no está en “salar” el café ni en alterar su identidad, sino en aportar complejidad. En taza se traduce en una acidez más integrada, mayor profundidad y matices que conectan directamente con el entorno atlántico. Es una forma más de expresar el territorio a través del café, de trasladar

a la taza el paisaje, el clima y el carácter de la isla.

Verónica Martín. – ¿Cómo ven el futuro del proyecto? ¿Cuáles son sus retos para 2026?

Antonio y Javier Abreu. – Vemos el futuro con ilusión, pero también con mucha responsabilidad. Nuestro objetivo es hacer rentable la empresa y poder dedicarnos por completo a esta actividad, ya que, a día de hoy, la compatibilizamos con nuestros trabajos por cuenta ajena.

No buscamos un crecimiento acelerado, sino consolidar lo que ya hemos construido, asegurándonos de que la calidad y la coherencia del proyecto se mantengan en el tiempo. En la cosecha actual, que finaliza en el mes de abril, estamos desarrollando un *lineup* especialmente disruptivo, en el que partimos de un mismo grano para crear hasta diez estilos diferentes de café, utilizando como inspiración y materia conceptual elementos propios de nuestra cultura.

Se trata de un ejercicio profundo de investigación y postcosecha que nos permite explorar al máximo el potencial del origen y seguir profundizando en la identidad del proyecto.

Además, uno de nuestros objetivos a corto plazo es seguir afinando los procesos en finca y elevando el nivel en taza, con la ambición de que alguno de los lotes alcance el umbral simbólico de los 90 puntos.

Lucy Noriega: México y Tenerife dialogan a través de la cocina en Etéreo by Pedro Nel

[@LucyNoriega](#)

Hablar de **Lucy Noriega** es hablar de una mujer que ha hecho del sabor un puente entre culturas. Nacida en México y formada en **Le Cordon Bleu de Londres**, su trayectoria la ha llevado por cocinas de prestigio internacional como el **Ritz Carlton** y los históricos **almacenes Harrods**, donde la técnica europea se unió a la pasión mexicana que la define.







Con más de veinticinco años de experiencia, ha cocinado para personalidades como la **Reina Isabel II** y el **Rey Juan Carlos**, demostrando que su talento trasciende fronteras. Su reconocimiento como **Embajadora de la Gastronomía de Guanajuato** la ha consolidado como una de las voces más influyentes de la cocina mexicana contemporánea. Además, lidera el **Grupo Reyma División Gastro & Resorts**, donde impulsa proyectos gastronómicos, experiencias sensoriales y el desarrollo de sus cocinas.

Su llegada a **Tenerife** tiene un propósito claro: tender un puente entre México y Canarias a través del sabor. Invitada por el chef **Pedro Nel Restrepo**, protagoniza unas jornadas especiales en **Etéreo by Pedro Nel**, un restaurante donde la emoción, el producto y la técnica encuentran un [lenguaje](#) común.

A propósito de esta visita, conversamos con la chef mexicana sobre su carrera, su filosofía y el significado de traer la cocina de su tierra hasta las islas, donde el fuego y el mar también forman parte de la memoria del paladar.

La Entrevista

Canariasgourmet! – La cocina mexicana tiene una fuerza emocional única, un hilo invisible que une la memoria y la tierra. ¿En qué momento descubriste que esa fuerza también habitaba en ti, y cuándo supiste que la cocina sería tu destino profesional?

Lucy Noriega – Si bien la cocina estuvo ligada a mi vida, como normalmente se acostumbra en México y sus familias –siendo siempre el momento idóneo para compartir, conversar y convivir–, no fue hasta que me topé con la necesidad de ser yo quien procurara esta dinámica cuando me casé. Pensar en aprender a cocinar para compartir con mi familia me llevó a tomar mis primeros cursos muy caseros en aquel entonces, y fue donde descubrí que una actividad rutinaria me permitía expresarme, ser creativa y encontrar mi pasión por la cocina.

Canariasgourmet! – Tu carrera te ha llevado de Londres a México, y de los palacios reales a experiencias tan disruptivas como *Dinner in the Sky*. ¿Qué

aprendizajes te dejaron esos universos tan distintos y cómo definieron tu estilo actual?

Lucy Noriega – Un paso profesional, sin duda, emocionante y diferente, cada cual en su estilo y sus formas. Los aprendizajes que me han marcado son muchos y muy importantes, pero siento que los que no están dentro de los puntos de una guía de estudios –y que son muy necesarios– los fui encontrando durante mi paso por diversas cocinas: el trabajo en equipo, el liderazgo, la disciplina, la resiliencia y la adaptabilidad, pasando por la pasión y el sacrificio. Todo esto me ha ayudado a destacar en cada actividad que realizo, sumado a un estilo basado en el respeto por los ingredientes, el rescate de los productos endémicos y la difusión de nuestras tradiciones gastronómicas, aplicándoles las técnicas adquiridas en cada una de las cocinas que he pisado.







Canariasgourmet! – Eres Embajadora de la Gastronomía de Guanajuato, un título que implica representar la esencia de una cultura. ¿Cómo vives esa responsabilidad y qué mensaje buscas transmitir al llevar los sabores de tu tierra más allá de sus fronteras?

Lucy Noriega – Más que una responsabilidad, es un compromiso y un gusto enorme poder mostrar al mundo lo rica que es mi

tierra, la magia que se puede hacer con cada insumo que nos regala Guanajuato, transmitiendo un poco de la sazón y de las recetas de antaño que pasan de generación en generación.

Canariasgourmet! – Además de tu labor en restaurantes, lideras proyectos de productos gourmet y experiencias sensoriales. ¿Dónde sientes que vibra más tu creatividad hoy: en la cocina, en la gestión o en la creación de nuevos conceptos?

Lucy Noriega – Cada uno de los conceptos tiene su magia. Lo que más me gusta es empezar un proyecto desde la creación del concepto y la propuesta gastronómica, pasando por la formación del equipo que lo operará, la creación de la carta, las pruebas de menú, la ingeniería que hay detrás, la capacitación y, finalmente, ver cómo se hace realidad en la cocina.





Canariasgourmet! – Tu primera visita a Tenerife llega de la mano del chef Pedro

Nel Restrepo y su restaurante Etéreo, un espacio que apuesta por la emoción y el equilibrio. ¿Qué te motivó a aceptar esta colaboración y qué esperas descubrir en la isla?

Lucy Noriega – Primeramente, por la admiración hacia las capacidades culinarias del chef Pedro y el reconocimiento que tiene su restaurante Etéreo. Venimos dispuestos a aprender y a dejar un poco de lo que es nuestra cocina y nuestras tradiciones. Además, somos colegas que hemos compartido en otros escenarios anteriormente, y esperamos próximamente ser anfitriones de una muestra de su cocina allá en México.

Estamos muy emocionados, pues si bien no es la primera vez que estamos en España, sí es nuestra primera visita a las Islas Canarias. Estamos ansiosos por conocer lugares mágicos y pintorescos, y por disfrutar de su gente tan hospitalaria.

Canariasmagourmet! – El menú que presentarás promete ser un viaje por la esencia de México. ¿Qué ingredientes, técnicas o historias quisiste traer contigo para que el comensal canario viva esa experiencia sin perder el toque de sorpresa?

Lucy Noriega – Es un menú muy equilibrado, lleno de texturas e ingredientes que sorprenden. Incluye recetas ancestrales mezcladas con técnicas que las llevan a otro nivel: un recorrido por lo más representativo de nuestros sabores, en una mezcla de alta cocina.









Canariasgourmet! – México y Canarias

comparten raíces en la mezcla cultural y un amor profundo por el producto local. ¿Percibes afinidades entre ambas cocinas? ¿Habrá algún guiño a los sabores canarios durante las jornadas?

Lucy Noriega – El intercambio gastronómico que surgió en el tiempo de la conquista dio pauta a un desarrollo culinario que, poco a poco, ha tomado auge. Existen platos tan ricos como elaborados, que han dado reconocimiento internacional a ambas gastronomías.

Canariasgourmet! – Cada viaje deja una huella en quien cocina. ¿Qué aprendizaje esperas llevarte de esta experiencia en Tenerife y qué legado te gustaría dejar en los comensales de Etéreo?

Lucy Noriega – Primeramente, aprender de la excelente gestión del chef Pedro, compartiendo cocina y conociendo un poco más de la cultura gastronómica de su país. Sabemos que nos llevaremos grandes amigos y crearemos lazos muy importantes para seguir construyendo en el futuro. Espero dejar huella en cada uno de los platillos presentados y que estos transporten al comensal a revivir la experiencia de estas jornadas gastronómicas.

Las jornadas con **Lucy Noriega** en **Etéreo by Pedro Nel** son mucho más que un menú: son una invitación a viajar por los sentidos. Cada plato será una historia contada a través del maíz, el cacao, los chiles y los aromas que definen la cocina mexicana, reinterpretados con la sensibilidad que caracteriza al chef colombiano **Pedro Nel Restrepo** y su equipo.



Etéreo By Pedro Nel

Durante dos noches, **Tenerife** se convierte en el punto de encuentro entre **México y Canarias**, dos tierras volcánicas que comparten alma, fuego y una misma manera de entender la cocina: con respeto por el producto y pasión por el origen. Quienes se sienten a esa mesa no solo degustarán un menú especial; serán testigos de cómo el Atlántico y el Pacífico pueden fundirse en un solo bocado.

Desde Canariasgourmet.es agradecemos profundamente a la chef Lucy Noriega su tiempo, su generosidad y la cercanía con la que compartió esta conversación.

Durante dos noches, **Tenerife** se convierte en el punto de encuentro entre **México y Canarias**, dos tierras volcánicas que comparten alma, fuego y una misma manera de entender la cocina: con respeto por el producto y pasión por el origen. Quienes se sienten a esa mesa no solo degustarán un menú

especial; serán testigos de cómo el Atlántico y el Pacífico pueden fundirse en un solo bocado.

□ **Fechas:** 10 y 11 de noviembre de 2025

□ **Lugar:** Restaurante **Etéreo by Pedro Nel**, Calle San Antonio 63, Santa Cruz de Tenerife

□ **Reservas:** Tel. +34 822 04 43 55

□ **Web:** www.etereobypedronel.com

□ **Reservas online:** thefork.es/etereo-by-pedro-nel

Jonay Hernández: el cocinero que reescribe la cocina canaria

Perfil de un chef

[@LaVieja](#)

Jonay Hernández es uno de los referentes de la **cocina canaria contemporánea**, un **chef tinerfeño** que lleva más de veinte años afincado en Mallorca al frente del restaurante **La Vieja**, en Palma. Sin alardes pero con creatividad desbordante, ha sabido impulsar una **reinterpretación de la cocina canaria** tradicional en clave actual, trazando un delicioso puente entre su Tenerife natal y el Mediterráneo balear. Su trayectoria –de Flor de Sal a La Vieja– refleja esfuerzo y evolución constante, siempre con la “**cocina de identidad**” por bandera y un respeto profundo por sus raíces.

La reciente participación de Hernández en las XIII Jornadas Gastronómicas del Grupo Monkey: ***The Art of Food***, celebradas en

Tenerife, fue fiel reflejo de su filosofía. Allí demostró técnica, identidad y sensibilidad en cada plato, confirmando por qué es considerado uno de los principales exponentes de la cocina canaria contemporánea.

Su menú ofrecido en el restaurante **Bésame Mucho** resultó un recorrido sensorial que evocó los sabores isleños con mirada contemporánea, poniendo de relieve su capacidad para reinterpretar recetas tradicionales mediante técnicas actuales y presentaciones impecables. Aquella experiencia no solo deleitó al paladar, sino que se convirtió en una celebración de la identidad culinaria canaria por parte de un chef que, pese a la distancia, mantiene un vínculo emocional indeleble con su tierra.





El “quesillo de cangrejo”, reinterpretación marina de un postre canario tradicional, sorprendió por su presentación y

*profundidad de sabor en el menú de Jonay Hernández. Quien escribe tuvo la fortuna de probar aquella propuesta en Tenerife y constatar en primera persona el discurso culinario del chef. Cada creación ofreció un guiño a sus orígenes: desde ese delicado **quesillo de cangrejo** con esencia de carabinero hasta la potente **croqueta de escaldón de grasa madurada**, que condensa en un solo bocado la intensidad de un guiso canario. Son platos que dejaron huella en el comensal por su equilibrio entre lo novedoso y lo familiar, demostrando que la vanguardia puede ir de la mano de la memoria.*

*El postre **“Verde que te quiero verde”** aportó un cierre fresco, vegetal y lleno de significado al menú degustación. Aquella creación final, inspirada en los tonos de la naturaleza canaria, no buscaba un dulzor complaciente sino prolongar la armonía del menú con notas lácteas y frutales muy sutiles. Hernández la dedicó a su hijo, un gesto íntimo que elevó la emotividad del momento. Tal como en sus platos, al hablar con Jonay afloran la humildad y la pasión por su tierra. Cada respuesta suya refleja la honestidad de quien cocina desde el corazón, **convencido de que sin identidad no hay vanguardia que valga.***

Entrevista Chef Jonay Hernández

Esta entrevista no pretende promocionar ni repetir las fórmulas habituales. No se trata de saber con quién aprendió a cocinar o cuántas estrellas lo acompañan. Se trata de conocer al hombre cuando baja la guardia, cuando duda, cuando se exige, cuando se detiene a pensar por qué sigue haciendo lo que hace. Aquí no buscamos respuestas cómodas, sino sinceras. Porque detrás del oficio, también hay una persona que cocina con su historia.

Canariasgourmet!. – Hace más de 20 años

que dejaste Tenerife para establecerte en Mallorca. ¿Qué te llevó a tomar esa decisión?

Jonay Hernández. – En ese momento necesitaba seguir creciendo y alejarme de mi tierra para madurar, y ahora sé que acerté. Aunque tengo que decir que, cada vez que voy a mi tierra, me cuesta más volver. Se extraña...

Canariasgourmet!. – ¿Qué estaba pasando en la gastronomía canaria por entonces que te hizo mirar hacia otro lugar?

Jonay Hernández. – En aquel entonces no estaba yo muy en la ola gastronómica. Solo quería seguir aprendiendo y formarme tanto administrativamente como gastronómicamente en esta profesión. Por eso estuve diez años trabajando en Meliá, donde aprendí mucho administrativamente y organizativamente.



Canariasgourmet!. – ¿Qué actitud o frase de un comensal te hace hervir la sangre en silencio?

Jonay Hernández. – ¡Muchas, jajajaja! Los años y horas de trabajo constante que llevo en esta profesión no soportan críticas sin sentido **gastronómico**. Pero si alguna me molesta, es cuando dicen que todo estaba muy bueno, pero que era muy caro. Y eso suele ir acompañado de la mejor puntuación tanto en servicio como en comida.

**Canariasgourmet!. – ¿Gritas o te callas y condensas tensiones silenciosas?
¿Dónde está tu válvula de escape en plena**

faena?

Jonay Hernández. – Crecí en un ambiente donde la voz se alzaba mucho en pleno servicio. Esto, con los años, lo he pulido y, sobre todo, me he auto enseñado a que no era lo correcto.

Me he relajado mucho y he aprendido a pensar antes de actuar. Con el equipo he aprendido a tener paciencia con quien le pone ganas, escucha y es evolutivo. También he aprendido que, si alguien no le pone ganas y malgasta mi tiempo cuando le enseño... a ese lo dejo volar.

Canariasgourmet!. – **¿Qué plato tuyo crees que ha sido malinterpretado –o sobrevalorado– y nadie se ha atrevido a decírtelo?**

Jonay Hernández. – Quizás nuestro postre Hulk... pero ya lleva más de once años en carta y hay que decirlo también, es un postre que ha ido evolucionando con nosotros.



Canariasgourmet!. – ¿Cuál es tu plato más íntimo y al que nunca invitarías a un crítico gastronómico?

Jonay Hernández. – Mi tortilla de sobras de mi nevera, después de entrenar ☐

Canariasgourmet!. – ¿Has tenido que complacer con un plato que odias solo porque sabías que iba a gustar al público o a la crítica?

Jonay Hernández. – Tengo un plato de manitas de cerdo que es un éxito ¡ABSOLUTO! que yo no he probado, porque no me gustan las manitas de cerdo. Me gusta trabajarlo y llevarlo a mi terreno gustativo, pero solo mentalmente. Es un plato que saqué a sala y que nunca he probado, pero ha triunfado.



Canariasgourmet!. – ¿Cuál ha sido el momento más incómodo que has vivido en todos estos años de cocinero?

Jonay Hernández. – Pues en un show cooking, en un congreso en el que no sé qué pintaba yo allí, y además me metieron fuera de tiempo, y lo que tenía preparado tuve que intentar hacerlo en menos tiempo. ¡Fue muy incómodo!

Canariasgourmet!. – ¿Hay algún restaurante –en cualquier parte del mundo– que recomiendes sin dudar?

Jonay Hernández. – Y una línea que me gusta mucho porque me hace explotar la cabeza es Enigma. Me gusta mucho lo que hace Albert y su equipo desde que tenían el grupo de El Barri.





Canariasgourmet!. – Y lógicamente uno en Canarias

Jonay Hernández. – Pues siempre recomiendo, sin dudarlo, la casa de Braulio Simancas... El Silbo Gomero. Visita obligada cada vez que voy a Tenerife.

Canariasgourmet!. -¿Qué buscas tú cuando

**te sientas a comer como cliente:
sorpresa, confort, precisión, ¿algo más
emocional?**

Jonay Hernández. – Esto siempre he dicho que es como ver una película... según el día, te apetece ver una u otra. Cuando salgo a comer un día normal, me gusta comer sencillo, casual, pero que esté rico, claramente. Me gusta ir a sitios donde te traten bien y, sobre todo, a casas de compañeros de profesión, donde sé que va a haber un cariño especial en lo que te dan.

Sabe a mar. Se queda contigo.



Cuando quiero ir a comer en un día especial, o si implica una preparación previa –como coger un avión solo para ir a comer a un sitio– quiero que me sorprendan, que me hagan pensar, no solo por lo que me van a dar de comer o beber, sino también por la organización del lugar, la decoración, los detalles...

algo que no me deje dejar de pensar ni de mirar el entorno. Que me vaya conociendo gente nueva y donde haya recibido una calidez genuina.

Canariasgourmet!. – Gracias, Jonay. Por las respuestas, por no edulcorar, por mostrar también lo que cuesta ser honesto cuando se cocina desde la verdad. Esta entrevista no es un cierre: es una fotografía en movimiento, como tu cocina. Nos vemos en La Vieja, o en tu la próxima visita a Tenerife.

¿Quieres reservar? Dirección: Plaça de Raimundo Clar 11, 07002 Palma, Illes Balears. Teléfono: +34 871 531 731 Email para reservas: reservas@lavieja.net

“La cabra tira al monte”, el mejor queso de cabra del mundo

Por Ángel Marqués Ávila

“La cabra tira al monte” es una granja situada en el municipio de Villalba de la Sierra en pleno Parque Natural “Serranía de Cuenca”. Hable con Rodrigo González Garrido, gestor, pastor y quesero que nos me descrito cómo hace su trabajo junto a las cabras, de raza autóctona y en peligro de extinción, “blanca celtibérica”, “cabras del Guadarrama” y sus cruces.



Rodrigo González Garrido, gestor, pastor y quesero

Ángel Marqués Ávila. -¿Cómo se presenta el 2025 para el sector del queso?

Rodrigo González Garrido. – Este año va a ser muy bueno, el mundo del queso cada vez tiene más auge y cada vez hay mejores quesos y queseros, pues se está avanzando mucho en la formación para hacer que tú producto destaque.

Ángel Marqués Ávila. – ¿Cuál es el nivel de la aceptación por parte del consumidor español a la hora de comprar queso artesanal?

Rodrigo González Garrido. –Al consumidor en general no le importa pagar más por un queso siempre y cuando sea bueno, somos un país que tiene una gran vulnerabilidad quesera en cada comarca ha habido siempre unos quesos de toda la vida y además

tenemos a nuestro país vecino que es la cuna de las cuajadas lácticas y al consumidor español le gusta tanto la tradición como el probar sabores y texturas nuevas.

Ángel Marqués Ávila. – ¿Qué papel están jugando las tiendas especializadas en la venta de quesos?

Rodrigo González Garrido. – Es una manera de en un mismo sitio dar a conocer múltiples quesos no sólo del país sino también de cualquier parte del mundo y de los quesos más demandados a nivel mundial y nacional.

Ángel Marqués Ávila. – ¿Cómo llegaste al mundo de los quesos?

Rodrigo González Garrido. – Casi de casualidad, mi familia tenía un pequeño rebaño de cabras simplemente para tenerlas en el monte y comernos algún cabrito de vez en cuando, pero cuando acabé la carrera en el 2007, había una crisis brutal y al no encontrar trabajo empecé a llevar el rebaño, entonces me di cuenta, que quería vivir en mi pueblo y llevar el rebaño de mi familia.



Ángel Marqués Ávila. – ¿Y qué te llevo a dar ese pasó?

Rodrigo González Garrido. – Quería ser cabrero, pero había que buscar la manera de hacerlo más rentable, pensé en los quesos pues era algo que estaba en auge, y comencé a formarme en normativa quesera y en elaboraciones, a la vez q empecé a aumentar el rebaño.

Ángel Marqués Ávila. – ¿Qué es lo más importante a la hora de elegir un queso?

Rodrigo González Garrido. – Para mí, que sea artesano, de leche cruda y de ganadería extensiva, esto último es lo más difícil de encontrar pues las cabras de intensivo, dan mucha más leche, pero la calidad de la extensiva es otro nivel, tanto a nivel de calidad del producto como de calidad medioambiental.

Ángel Marqués Ávila. – ¿Qué destacaríais del mundo del queso?

Rodrigo González Garrido. – La gran variedad de tipos que existen, las diferentes leches, las fermentaciones, los cuajo, las curaciones, los mohos... son varias cosas que combinando unas con otras nos dan la multitud de quesos que tenemos en España y en el mundo.

Ángel Marqués Ávila. – Y ahora, ¿cuáles van a ser tus siguientes pasos?

Rodrigo González Garrido. – Por el momento seguir como estoy, quiero seguir siendo una pequeño en este mundo, eso es lo que me hace fuerte, tener una producción limitada y muy mimada me da la posibilidad de venderlo directamente sin intermediarios

y al precio que yo quiero.

Ángel Marqués Ávila. – ¿Cuál es el concepto y la filosofía y de vuestra quesería?

Rodrigo González Garrido. – Mi quesería se basa en 3 pilares fundamentales:

- Bienestar animal, dejar que las cabras vivan como cabras que son, que salgan todos los días al monte y se relacionen con el medio y entre ellas como cabras, vamos que estén felices.
- Sostenibilidad ambiental, la ganadería extensiva hace que todos los productos que salen de ellas, los animales se lo devuelvan al medio con creces, estercolando el monte abonando suelos, abriendo praderas y limpiando el monte de matorrales pudiendo utilizar para la lucha contra incendios, generando diversidad en el medio y con todos los seres del entorno, desde el más pequeño hongo, hasta el mayor depredador del ecosistema.
- Calidad laboral, tener una vida laboral acorde al año en que vivimos.

Ángel Marqués Ávila. – ¿Hábleme de las referencias de tu quesería? Elaboración, variedad, tratamiento, condiciones, etc.

Rodrigo González Garrido. – Estoy haciendo cuatro tipos de queso y dos yogures. Queso fresco de leche pasteurizada de cabra, tipo queso de Burgo, este queso es fresco, fresco, por la mañana está la leche en la teta y por la tarde te lo puedes merendar, con solo 8 días de vida pues solo lleva leche pasteurizada, cuajo de cabrito y sal.



Queso de pasta blanda y corteza florecido, este es el tipo camembert para que el cliente sepa más o menos como es, de unos 260 gramos con la corteza blanca de *penicillium candidum*, se vende con 15 días de curación, es de leche cruda, y la particularidad de este producto es que según se va madurando se va haciendo más blando desde el interior de la corteza hasta el centro de al cabo de 3 meses es totalmente fluido y mucho más fuerte, tipo una torta del Casar.

Queso curado de leche cruda y 2 meses de maduración, es un tipo manchego pero de leche de cabra, formatos de un kilo y maduración de 2 meses y formato de 3 kilos y maduración entre 6 y 9 meses, este queso se ha llevado dos medallas, una "GRAN ORO" en Frankfurt en 2023 y un "ORO" en Lyon en 2024.

Ángel Marqués Ávila. – Queso azul de

leche cruda y 2 mese de curación, es un azul suave, con poco hongo en su interior, la gente se asombra al probar un azul de cabra y suave.

Rodrigo González Garrido. – Yogur natural de leche pasteurizada, simplemente leche y fermento. Yogur con mermelada de saúco, mermelada hecha en el pueblo aldeano al mío, e al fondo del tarrito quedan las bayas de saúco y el sirope se mezcla con la leche dándonos yogur de color rosa muy bonito.





Espectaculares

Rodrigo me envió para la cata yogur natural de cabra: yogur con mermelada de saúco; queso fresco de leche pasteurizada, pasta blanda de 15 días de curación y leche cruda; queso curado de 2 meses y leche cruda y queso azul de 2 meses y leche cruda.

Ángel Marqués Ávila. – De sus quesos y yogures, después de mi cata es difícil calificarlos con palabras, espectaculares, extraordinarios, etc. Pues no es fácil destacar uno u otro,

pues cada uno tiene su particular textura y sabor y olor.

Rodrigo González Garrido. – Pero en general, todos son cremosos, lógicamente el freso más que el curado, pero ambos resaltan en boca su cremosidad, todos dese mi punto de vista tienen, una excelente curación en tiempo y medida, igual que en sal, yo que tengo problemas de tensión, y enseguida noto la sal, me parecieron que estaban perfectos.

Es difícil valorar uno más que otro pues cada uno tiene su particularidad, y lo que se nota es que están elaborados con amor y cariño, de un cabrero que cuida y se preocupa por sus cabras con las que tiene una fusión que luego transmite a la hora de hacer sus quesos. Lo que me sorprendió de grata manera respecto a otros quesos de cabra que he catado, que estos quesos para nada saben a cabra, lo que les hace más interesantes todavía.

Marco Quelca: El Chef Boliviano que Revoluciona la Gastronomía

En el mágico y maravilloso escenario de la **gastronomía sudamericana**, pocos **chefs** han logrado dejar una huella tan profunda y disruptiva como **Marco Quelca**, el artífice detrás de Sabor Clandestino y referente de la cocina boliviana contemporánea. Desde sus raíces aimaras en Cotahuma hasta las cocinas de restaurantes con **estrellas Michelin** en España, Quelca ha forjado un camino que combina la excelencia técnica con una visión social y cultural única, reivindicando los

ingredientes autóctonos y la cocina de autor como motores de identidad y transformación.

La propuesta de Marco abarca mucho más allá del plato: es una experiencia sensorial, un acto de reivindicación y un puente entre la alta cocina y la calle, donde la creatividad y la memoria se fusionan en cada bocado. Proyectos como “Somos Calle” han llevado la alta gastronomía a los barrios populares de La Paz, democratizando el acceso a sabores y técnicas que antes parecían reservados para unos pocos.

El reciente reconocimiento internacional a su libro **“Del Concepto a la Realidad”** -galardonado en los **Gourmand World Awards 2023**– confirma el impacto global de su trabajo y la vigencia de su filosofía: **la cocina como herramienta de cambio, diálogo y celebración de lo propio.**



Además, esta entrevista con el chef boliviano, tuvo lugar en un escenario muy especial: un restaurante al que le tengo un cariño entrañable y que, sorprendentemente, en estos tiempos de soles, estrellas y reconocimientos a granel, no ostenta ninguno de estos galardones, aunque cueste creerlo.

Esto invita a reflexionar sobre el trabajo de los inspectores de las distintas guías en la isla, cuyo criterio parece estar más ligado a las “relaciones personales” que a los verdaderos valores de cada local gastronómico. Me refiero a El Mesón El Drago y a su chef Carlos Gamonal, un templo de la cocina tradicional canaria.

Así que los invito a imaginar la conversación entre estos dos gigantes de la gastronomía tradicional, a la que tuve el privilegio de asistir y todo al compás de un excelente almuerzo y buenos vinos.

En esta entrevista exclusiva, **Marco Quelca** comparte el pulso de su cocina, las raíces de su inspiración y su visión sobre el futuro de la **gastronomía boliviana**. Una conversación imprescindible para quienes buscan entender cómo la pasión, la innovación y el compromiso social pueden transformar no solo la mesa, sino también la sociedad.

La Entrevista Marco Quelca

Canariasgourmet. – ¿Cómo influyó tu origen aimara y su infancia en Cotahuma en su visión y propuesta gastronómica?

Marco Quelca. – Ser parte de una cultura originaria y haber vivido en un espacio periférico de la ciudad ha sido un recordatorio positivo de seguir manteniendo viva toda esa herencia ancestral y tener una mirada más inclinada con la parte social más obrera. La gastronomía está ligada al contexto, su arte, dialecto, cotidianidad e idiosincrasia. Está implícito en mis acciones toda la herencia y formación cultural. En resumen, hace que sea de alguna manera responsable de poder mantenerla y transmitirla.

Canariasgourmet. – ¿Qué te motivó para iniciar su carrera en la gastronomía y cómo fueron sus primeros pasos en la Escuela de Hotelería y Turismo de Bolivia?

Marco Quelca. – Me inicié en la gastronomía por curiosidad; estaba seguro de seguir la carrera de Ciencias de la Educación por inclinación familiar. Estuve buscando ramas técnicas para poder escapar un poco de aquello. Me encontré con la cocina y fue un encuentro, quizás, con una especie de niñez no vivida. El sentir sabores, emociones a partir de la cocina me hizo más curioso y apasionado. Es un mundo por explorar y es gratificante pasear por este entorno.

Canariasgourmet. – ¿De qué manera tu experiencia en restaurantes con estrellas Michelin en España transformó su enfoque

culinario al regresar a Bolivia? (describe un poco la estancia en cada uno de ellos)

Marco Quelca. – La cocina exige una formación constante. Yo inicié mi formación en restaurantes con estrellas Michelin en El Bohío de Pepe Rodríguez, donde me di cuenta de la diferencia entre un buen restaurante y los que tienen estrellas. Pasé por Kabuki de Madrid, donde me apasionó el arte del trabajo con el producto de mar; en Aponiente, que hoy en día es mi otra casa, donde la construcción creativa no para y han creado una propuesta única y que se renueva constantemente.

En mi pase por Martín Berasategui, tanto en el País Vasco como en el restaurante Lazarte de Barcelona, un trabajo lleno de disciplina y amor por el producto. Atrio en Cáceres es una muestra de cómo la organización te lleva a una calma y trabajo prolijo, una cocina que es, en el mejor sentido de la palabra, una familia. Son casas donde las reglas y normas son diferentes, y cada una de ellas está llena de esfuerzo. Sabor Clandestino tiene su propia personalidad y, a la vez, tiene en sus genes cada cocina por la que hemos pasado.



Canariasgourmet. – ¿Cuál es la filosofía detrás de tu proyecto “Sabor Clandestino” y cómo ha impactado en la gastronomía boliviana contemporánea?

Marco Quelca. – Sabor Clandestino es compartir cocina, conocimiento, técnica y cultura viva. Encontrar formas de hacerlo es nuestro trabajo. Más allá de la parte de

restauración, la parte de apoyo social y conexión con ella es importante. No se trata solo de dar de [comer](#); se trata de que la sociedad entienda que la gastronomía es una forma política del buen vivir.

El impacto es notorio y transformador. Hace diez años nadie entendía lo que estábamos haciendo y ahora casi el 90% de las propuestas están siguiendo el camino que hemos trazado: trabajar con nuestra cultura viva.

Canariasgourmet. – ¿Qué rol juega la reivindicación de ingredientes autóctonos y la cocina de autor en su trabajo?

Marco Quelca. – Es necesario poder trabajar con el producto local. Bolivia tiene 24 pisos ecológicos y, con ello, un sinfín de productos que debemos consumir, no solo en los restaurantes, sino en la cotidianidad. Ese es el verdadero trabajo, buscar un equilibrio mediante la cocina para tener una sostenibilidad alimentaria para la sociedad en general.





Canariasgourmet. – ¿Cómo surgió y en qué consiste la iniciativa “Somos Calle” y qué impacto social ha tenido en Bolivia?

Marco Quelca. – Somos Calle es nuestra primera propuesta e hizo que nazca Sabor Clandestino. Llevar alta cocina a las calles populares de manera gratuita es interpelación pura, es una acción política que nos dice mucho... Comer productos locales, que todos nos merecemos mejor alimentación, cuán alcance tiene una buena comida... Muchas preguntas con una acción, y creo que lo hemos conseguido.

Hoy por hoy nos sigue haciendo repensar en una cocina más consciente y hacer acciones más de carácter social. No solo queremos que la gente venga a Sabor Clandestino a comer productos locales, nutritivos y con menor culpa posible, si no también queremos que ese pensamiento se impregne en los hábitos cotidianos de la comunidad.

Canariasgourmet. – ¿Cuáles han sido los mayores desafíos personales y profesionales que ha enfrentado Marco Quelca en su carrera gastronómica en Bolivia?

Marco Quelca. – El mayor desafío fue que en Bolivia entendieran que el proyecto de Sabor Clandestino es de carácter más dador, más social y tiene una mirada más de compartir. Al principio, el mundo gastronómico no entendía lo que estábamos haciendo, porque por un lado regalábamos comida y, por el otro lado, no lo hacíamos con el uniforme que normalmente se utiliza; Desde ahí nos caracteriza el pasamontañas.

Creo que estábamos muy adelantados a ese tiempo y había muy poca gente que nos entendía. Había que buscar nuevas formas de

expresión para que la cultura gastronómica sea parte de nuestra cotidianidad y sea como una herramienta, sobre todo para la libre expresión, positiva en este caso. Entonces, creo que durante todo este tiempo el mayor desafío ha sido que nuestro contexto, como Bolivia, entienda que puede haber acciones, vamos a decirlo, “vanguardistas”, que puedan aportar de manera positiva a nuestro entorno culinario.

Canariasgourmet. – ¿Qué importancia tiene la experimentación y el arte en la cocina de Quelca, y cómo se reflejan estos elementos en sus platos y presentaciones?

Marco Quelca. – Creo que, por un lado, tengo la parte técnica profesional que trato de mantener de una manera constante y, por otro lado, soy un curioso. Tengo el lado de arte contemporáneo como tal, experimentando y haciendo desde hace más de unos 12 años, y esa unión de ambas hace que la propuesta gastronómica de Sabor Clandestino, o Marco Quelca en este caso, sea un poco diferente... tenga bastante personalidad en el sentido de que no solamente ya es el trabajo de investigación y desarrollo de los productos autóctonos y locales de Bolivia, sino también el pensar en cómo el comensal va a consumirlo y cuál va a ser el viaje que vamos a tener a partir de ello.

Es importante la construcción total de la experiencia y creo que eso es hoy en día Sabor Clandestino: una experiencia gastronómica pensada desde el principio hasta el final, y hace que nos aventuremos y sigamos siendo curiosos en utilizar y emplear diferentes disciplinas para que el comensal tenga una verdadera experiencia sensorial y lleguemos más allá de las papilas gustativas con ello.



Canariasgourmet. – ¿Cómo abor das la accesibilidad de la alta cocina para sectores populares y qué estrategias ha implementado para ello?

Marco Quelca. – La alta cocina, pues, siempre va a tener un trabajo por detrás. El producto también de selección es importante y tiene un plus creativo, de investigación, es un espacio donde mucha gente está trabajando y todo ello tiene su precio.

Por otro lado, se puede compartir una muy buena cocina en nuestros hogares, y creo que eso también es una de las cosas importantes para Sabor Clandestino y principalmente para mí, que soy una persona que ha crecido con una despensa totalmente humilde.

Las cosas buenas se pueden comer... los productos locales de temporada son la mejor opción, y espacios como Bolivia hacen que brillen esas cosas; por regiones, como decía antes, por diferentes pisos ecológicos que tenemos, creo que estamos bendecidos por toda la variedad de productos con los que contamos, ya que cada uno va en su temporada, en su región, y eso hace que en casas humildes económicamente hablando, pues tengamos productazos, tengamos buena cocina, cocina saludable y hecha con cariño, que creo que eso es lo más alto de cualquier cocina.

Canariasgourmet. – ¿En qué consiste el libro “Del Concepto a la Realidad” y por qué ha sido considerado una obra irreverente e innovadora en la gastronomía boliviana?

Marco Quelca. – El libro “Del Concepto a la Realidad” tiene algo muy especial y bonito, una joyita guardada... por un lado, la estructura, el diseño es súper bonito y pensado, hemos trabajado entre varias cabezas creativas en ello, pero el ingrediente principal está en haber contado la historia de Sabor Clandestino, que el hilo conductor sea la historia de todas las etapas que hemos pasado, de todos los esfuerzos y altibajos y de dónde nace la idea... de un espacio totalmente diferente, atípico, y que haya resultado, sobre todo creo que eso ha sido el ingrediente principal que ha hecho que el libro haya sido reconocido a nivel mundial y que nos diga a la vez que las ideas, los conceptos, los sueños pueden hacerse realidad, cómo se han hecho en Bolivia.



Canariasgourmet. – ¿Cuál es tu visión actual sobre el futuro de la gastronomía boliviana y qué mensaje transmite a las nuevas generaciones de cocineros?

Marco Quelca. – Yo creo que los caminos, los senderos, por lo menos los hemos ido marcando, no solamente Sabor Clandestino y Marco Quelca, sino grandes personajes que en los últimos años se han puesto la chaquetilla y han dado alma, vida y corazón, y lo estamos haciendo.

Las generaciones venideras deben agrandar esos senderos y, por otro lado, también que sean puntos de fuga y que también haya otras propuestas a partir de ello. Creo que la gran parte de ver la luz la hemos tenido ya, y lo que continúa es un gran trabajo de la mano con la cultura, el arte, la idiosincrasia,

la identidad boliviana, porque si perdemos eso se pierde lo especial y bonito que tiene Bolivia.

Si nos llega la globalización culinaria, pues se pierde bastante ello y ya dejamos de ser un atractivo y dejamos de tener la esencia, que es lo que está pasando ahora; Tanto la parte de turista interno como externo está dando gran valor a toda la propuesta que estamos haciendo allá en Bolivia, a no perder y seguir trabajando con la cultura viva.

Canariasgourmet. – Marco, ¿cuál ha sido el costo personal y profesional que has tenido que asumir para alcanzar el éxito en la gastronomía?

Marco Quelca. – Creo que hasta el día de hoy el trabajo netamente de cocina ha sido constante. La formación fue uno de los pilares importantes, dedicarnos no simplemente a la investigación y desarrollo del producto boliviano, sino también poder viajar, poder ver otro tipo de casas, otro tipo de cocinas, otro tipo de sociedades y culturas es aquello lo enriquecedor para uno mismo, para la propuesta misma de Sabor Clandestino, y creo que no puedo llamarlo esfuerzo a algo que se está haciendo con gran pasión y que no estamos descuidando ningún momento, ni un minuto para seguir avanzando.

Reconocimientos y Premios

- Instituto D' Gallia Lima-Perú (2004)
- Latinoamericano Azteca-México D.F. (2005)
- Olimpiadas Culinarias-Montevideo, Uruguay (2006)
- Primer lugar en Gourmevalle 2007
- Primer lugar en Top Cuisine 2009
- Primer lugar en "GourmeValle 2010" en cocina creativa, organizado por la Asociación de Chefs de Bolivia
- Mención de honor con la obra "Boceto" en el Concurso

Nacional de Arte Contemporáneo ExpresARTE Bolivia (2014)
▪ Premios Gourmand 2023, Umea, Suecia

Chef Carlos Gamonal – Mesón El Drago

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento al restaurante [Mesón El Drago](#) y a su chef y amigo, Carlos Gamonal, por habernos brindado un almuerzo excepcional en un entorno tan especial. Su generosa hospitalidad y exquisita cocina fueron el marco perfecto para una entrevista enriquecida por el altísimo nivel de conversación entre ambos chefs, cuyas ideas, experiencias y visiones culinarias hicieron de este encuentro una experiencia verdaderamente inspiradora. ¡Gracias por compartir su arte, su tiempo y su pasión con nosotros!













Álvaro Prieto...forjado en la excelencia!

En el universo de la **alta gastronomía** y la **sumillería**, destaca una figura cuyo recorrido es tan diverso como inspirador. **Álvaro Prieto**, oriundo de Astorga (León) y **forjado en la excelencia**, ha dejado su impronta en algunos de los establecimientos más prestigiosos de **España** y del extranjero.

Su carrera abarca roles tan emblemáticos como el de **Head Sommelier y Assistant Manager** en el **restaurante MB del Hotel Abama** en Tenerife, integrante de la exclusiva cadena **Ritz-Carlton**, donde, bajo la batuta del **chef Martín Berasategui**, se alcanzó la primera estrella **Michelin**.

Pero su trayectoria no se detiene allí. Su experiencia se extiende hasta Londres, donde perfeccionó su arte en **Ametza** –un establecimiento asociado con Arzak– y también ha contribuido en prestigiosos locales como el Hotel de la **Reconquista** en Oviedo, el Gran Meliá, **Bahía del Duque** en Tenerife y el Hotel Arts en Barcelona. Además, su pasión y profesionalidad le han llevado a destacar en competiciones de sumillería, consolidándolo como un referente indiscutible en el mundo del **vino**.

Actualmente, como co-propietario del restaurante **Zuara Sushi en Madrid** –que obtuvo una estrella **Michelin** poco después de su apertura– Álvaro continúa innovando y dejando una huella imborrable en la **hostelería**.

Hoy, en esta entrevista, nos hablará de su visión, su meticuloso criterio en la **gestión de bodegas** y su habilidad para crear **maridajes** que realzan cada experiencia culinaria han marcado un antes y un después en el sector. ¡Bienvenidos a

una conversación con uno de los grandes maestros del **vino**!

Álvaro Prieto: La Entrevista

Canariasgourmet. – Zuara Sushi ha ganado una estrella Michelin poco después de su apertura. ¿Cómo ha influido este reconocimiento en su enfoque hacia la selección de vinos y el maridaje?

Álvaro Prieto. – Creo que la oferta no debe de estar condicionada por el foco, la oferta de **vinos** de **Zuara**, durante estos tres años ha sido dinámica, sí. Pero esto ha sido propiciado por la escasez de ciertas referencias y el escaso alcance a botellas muy limitadas en algunos **vinos**. Esto nos ha obligado a buscar ciertas alternativas, pero siempre con el mismo criterio de calidad.





Hoy por hoy tenemos una diversidad casi inabarcable de **vinos** a nuestra disposición, los gustos de cada uno son muy personales y seguro que habrá quien no esté de acuerdo conmigo, en si le gusta o no alguna referencia, lo mismo me pasa a mi cuando visito otros **restaurantes**, puede haber **vinos** que no sea del estilo que más me gusta, pero detrás de la selección de un profesional es difícil ver una referencia de la cual podamos dudar de su calidad.

Creo que hay que ser fiel a un criterio, que pueda definir la oferta, habrá clientes a los que guste más la selección y otro a los que no, pero intentar agradar a todos al final es desagradar a muchos.

Canariasgourmet. – ¿Podrías hablarnos sobre la bodega de Zuara Sushi? ¿Cómo está organizada y qué la hace única?

Álvaro Prieto. – La carta de Zuara es tan única como muchas,

yo no invento nada, eso ya lo han hecho los enólogos y viticultores con su trabajo. Yo solo selecciono. Prestamos especial atención a los **vinos blancos**, con gran presencia de estilos ligeros y cuerpo medio y por supuesto también a los espumosos, dónde el **champagne** es un gran protagonista.

Evidentemente también hay **tintos** con cuerpo, porque indudablemente tienen su público, intentamos que nuestras opciones de **vinos** con cuerpo, como puedan ser los de **Toro** o **Priorato**, correspondan a añadas maduras que ya estén muy redondas o de **bodegas** que cuiden mucho el trabajo con la madera para intentar que la concentración de **los vinos** venga de la fruta y no de la **barrica**. Aun así, la representación de los **tintos** en la carta viene marcada por **vinos ligeros** como los **borgoñas** o **pinot noir** de otras regiones y perfiles similares. Además, también tenemos una buena selección de **sales** y **cervezas**.

Canariasgourmet. – Háblanos de la cocina del Chef David Arauz y la experiencia omakase y la respuesta de la clientela

Álvaro Prieto. – Cuando los clientes vienen por primera vez al **restaurante**, en ocasiones lo que más llama la atención es que el servicio se desarrolle en la barra, parece que impone y es incomprensible en un país donde las barras de los bares son punto de encuentro.

El **sushi** de David es de estilo **Edomae**, podríamos decir que es el estilo más clásico donde se respeta más el producto y se huye del **pescado** con exceso de **aderezos**. La experiencia es distendida, **el cliente** una vez termina la primera parte del **menú** empieza a recibir los **nigiris** elaborados uno a uno para cada cliente, al momento y ajustando la cantidad del **wasabi** al gusto del cliente, si te gusta el sushi ¿Que puede salir mal?







Los comensales pueden interactuar con todo el equipo, se crea un ambiente muy distendido, donde es frecuente que los clientes acaben hablando entre ellos. Tenemos un porcentaje muy alto de clientes que repiten, algunos de una forma más esporádica y otros con una frecuencia más definida, una vez al

mes, cada quince días... Tener esa clientela tan fiel es lo que nos hace saber que estamos en el buen camino

Canariasgourmet. – La cocina japonesa tiene sabores muy delicados. ¿Qué criterios utiliza para seleccionar vinos que armonicen con estos platos sin sobrepasarlos?

Álvaro Prieto. – En el conjunto global de la cita de vinos de Zuara, encontramos que los vinos son más bien ligeros, con mayor presencia de blancos, alta acidez, bajo tanino, bajo alcohol y poco marcados por la madera.

Canariasgourmet. – ¿Cómo integra los vinos españoles en el maridaje con la cocina japonesa? ¿Hay alguna región vinícola española que destaque especialmente en este aspecto?

Álvaro Prieto. – Como es lógico hay gran presencia de vinos españoles y con los criterios que hemos comentado antes tenemos ejemplos de toda la geografía del país, tanto en blancos como en tintos, incluidas las DO de **Canarias** que con la variedad de suelos, orientaciones, altitudes y variedades nos ofrecen un mosaico de **vinos** con los que jugar.

Canariasgourmet. – El sake es lo tradicional en la gastronomía japonesa. ¿Cómo equilibras la oferta de sake y vino en sus maridajes?

Álvaro Prieto. – En Zuara no ofrecemos un maridaje como tal, tenemos una selección de **vinos blancos, tintos, espumosos,**

generosos y sakes.

*Cuando un **cliente** pide maridaje, le preguntamos por sus gustos, hay quien solo quiere **sake**, o quien solo quiere **vino**. Hay quienes quieren **vino**, pero no les importa probar un **sake** y viceversa. Somos muy flexibles, por que el mejor **maridaje** es con el que el cliente se siente cómodo.*

Tenemos clientes que llevan viniendo desde que abrimos hace 3 años y siempre toman **sake**, nunca los he visto tomar **vino**, otros, todo lo contrario. La cultura del **sake** está creciendo rápido pero aún está en pañales.

Canariasgourmet. – Los vinos de Jerez se mencionan a menudo como excelentes acompañantes para el sushi. ¿Cuál es su opinión sobre esta combinación y cómo la implementa?

Álvaro Prieto. – Me encantan los vinos de **Jerez**, pero con el **sushi** no son mi primera opción, los **nigiris**, sean de pescados más o menos potentes son **bocados delicados** que necesitan, a mi entender de vinos más sutiles. Tenemos muchos **vinos de Jerez**, con los que jugamos en el **aperitivo**, otros más viejos son perfectos para la **sobremesa** y aunque hay clientes que los demandan para toda **la comida**, prefiero recomendar otros **vinos** del marco (o de otras zonas) elaborados con velo de flor y sin encabezar, que mantienen ese carácter del Jerez, pero de una forma algo más contenida.ç

Canariasgourmet. – Para platos japoneses más intensos, como el unagi o el toro, ¿qué tipo de vinos suele recomendar?

Álvaro Prieto. – La **anguila**, **unagi** y la **ventresca** de **atún**

toro, aunque son bocados muy diferentes tienen mucho en común, ambos son **bocados** muy grasos y de sabor muy intenso. En **Zuara** suelen estar en la parte final del **menú**. Aunque **el sushi** siempre se asocia a la [variedad riesling](#), a mí me gusta más con **viognier**, por lo que un **Condrieu del valle del Ródano**, podría ser una gran opción y para quien sea más de **tinto** un **pinot noir de Russian River** en California sería perfecto.





Canariasgourmet. – ¿Cómo aborda la educación de los clientes sobre el maridaje en la experiencia gastronómica de Zuara Sushi?

Álvaro Prieto. – Creo que este no es un campo donde tengamos que educar, educar suena a imposición. Tenemos que tener en cuenta los gustos personales de los clientes, pero también otros aspectos como su herencia cultural, hay países donde se **come** con destilados. No de forma muy frecuente, pero sí de vez en cuando nos visitan clientes que beben **whisky** (por supuesto japonés) durante todo el menú. Si están acostumbrados a eso yo no le puedo decir que beba otra cosa y deje el **whisky** para la sobremesa.

En España, abusamos de la **sal**, en otros países abusan del **picante** y en otros de la **mantequilla**, creo que lo mejor es entender sus gustos para ayudarles a mejorar la experiencia,

pero sin que tengan la sensación de que se le está cuestionado.





Canariasgourmet. – Mirandohacia el futuro, ¿qué tendencias prevé en el maridaje de vinos con cocina japonesa y cómo planea innovar en este campo?

Álvaro Prieto. – No considero que tengamos que innovar en los maridajes, nuestra función es mostrar el trabajo de las bodegas, mostrar a los clientes nuevos proyectos, de lo que si no somos altavoz se quedan por el camino. Eso creo que es clave, las grandes bodegas seguirán existiendo, pero la variedad de pequeños proyectos familiares que están apareciendo (y en eso Canarias tiene mucho que decir) muestran un trabajo y unos resultados que hay que transmitir al cliente final y entiendo que, en las cartas de vinos, al menos en alta restauración, crecerán en presencia de pequeños viticultores y descenderán las bodegas de más volumen.

El interés por el mundo del sake irá en aumento y eso hará que los importadores nos traigan cada vez productos más especiales.

Canariasgourmet. – Gracias Álvaro por tan rica y enriquecedora entrevista.

Información para reservas

web : <https://zuarasushi.com/>

C/ Pensamiento 28, Madrid 633 467 780 Horario de reservas
lunes a viernes. De 13:30 a 14:30 y de 21:00 a 22:00.
info@zuarasushi.com

Conversación con María Ritter: entre la raíz y la vanguardia, el futuro de la gastronomía española

Conversar con [María Ritter](#), Directora de la Guía Repsol, es adentrarse en un discurso lúcido, apasionado y profundamente comprometido con la evolución de la gastronomía. Su forma de entender la cocina trasciende lo puramente sensorial; para ella, es una expresión cultural, un reflejo de la identidad de un pueblo y una herramienta de transformación que conecta el pasado con el futuro.

Confieso que le di muchas vueltas intentando resumir el contenido de este diálogo con **María**, pero cada intento me parecía cada vez más injusto. Su discurso es una combinación de pasión, claridad y un conocimiento profundo que no admite atajos. Cada palabra suya lleva consigo un matiz, una visión precisa de la gastronomía que no podía permitirme simplificar.

Más que una entrevista, fue una conversación llena de energía, de esas que te envuelven y te hacen repensar la manera en que entendemos la cocina. Su manera de expresarse no es solo informativa, sino inspiradora y no podía privar al lector de esa riqueza, de esa autenticidad que transmite al hablar. Por eso, aunque traté de condensarlo, he decidido preservar la esencia '**casi intacta**'... porque hay diálogos que no solo deben leerse, sino sentirse.

Desde su llegada a la dirección de la [Guía Repsol en 2015](#), ha impulsado una nueva forma de reconocer y valorar la gastronomía, alejándola de etiquetas encorsetadas para acercarla a la gente. Hoy, ese cambio se manifiesta con más fuerza que nunca, y la elección de **Tenerife** como anfitriona de la **Gala de los Soles** es una prueba irrefutable de ello. La

isla, con su riqueza gastronómica diferenciada y su férrea voluntad de poner en valor su tradición, no solo recibe un reconocimiento, sino que asume un rol protagonista en el panorama gastronómico nacional.

La conversación con **María** fluye con espontaneidad y entusiasmo, su energía es contagiosa y su emoción palpable, especialmente ante la inminente celebración del evento. **“Estoy como loca”**, confiesa entre risas. **“Ya queda muy poquito y, cuando lo vivas, entenderás que lo que va a pasar es realmente emocionante. Piensa que la gente viene aquí a encontrarse, hay un sentimiento de unión precioso. Son días de convivencia, de compartir, de celebrar juntos”**. Para **Ritter**, la clave del evento está en esa conexión que trasciende lo profesional y se convierte en una experiencia humana genuina.

Uno de los cambios más significativos ha sido la evolución del concepto de la gala en sí misma. **“Siempre se ha llamado gala, pero esa palabra se asocia con algo elitista”**, reflexiona. **“Y la Guía Repsol no camina en esa dirección. Queremos que la gastronomía sea un disfrute accesible, abierto, donde todos puedan participar”**. Por eso, el evento ha adoptado la forma de un auténtico **festival gastronómico**, con actividades en mercados, bares y distintos puntos de la ciudad. **“Es fascinante ver a chefs con tres Soles, como Begoña Rodrigo, sirviendo desayunos en una barra junto a un Solete. Eso rompe cualquier barrera que alguien pueda imaginar. No hay distancias; hay cercanía, hay interacción, hay autenticidad”**.

Un modelo gastronómico centrado en el comensal



Leonor.- ¿Cómo han cambiado los hábitos de consumo en los últimos años y qué está haciendo la **Guía Repsol** para adaptarse a estas nuevas expectativas del comensal?

María Ritter.- Sí, efectivamente, lo has expresado muy bien. Cuando nos propusimos redefinir la estrategia de la **Guía Repsol**, lo hicimos con una visión digital, con un modelo centrado en el usuario, lo que llamamos **user-centered design**. El comensal es el eje de todo porque creemos que nuestra función es ayudar a la gente a encontrar lugares donde ser feliz. La Guía tiene un impacto real, dirige a la gente hacia los restaurantes y dinamiza el sector.

No quisimos posicionarnos como críticos gastronómicos porque entonces la perspectiva cambiaría por completo. Nosotros no hacemos críticas, sino recomendaciones. Buscamos generar felicidad. A veces nos cuestionan por el número de **Soles** que otorgamos, y yo digo: ¿pero qué más queremos que tener muchos Soles? En este país hay talento de sobra, hay una gastronomía dinámica y en constante evolución. Cuantos más Soles haya,

mejor, porque además contribuimos a otro aspecto esencial: generar actividad económica tanto en la hostelería como en el turismo. Un Sol tiene un impacto directo en el negocio de un restaurante.

Tenerife, epicentro de la gastronomía

Leonor.- Ahora, enfocándonos en **Tenerife**, desde **Canariasgourmet** nos llena de ilusión que este gran festival –no vamos a llamarlo ‘gala’– se celebre por primera vez en la Tenerife. Este evento representa un reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional para la isla como destino gastronómico y turístico. ¿Cómo ha sido este proceso y qué significa para la **Guía Repsol** que este evento tenga lugar aquí?

María Ritter.- Pues mira, la relación entre la Guía y los territorios se da de manera muy natural. Es curioso, porque en algún momento decidimos que, tras tres años en **Donosti**, había llegado el momento de hacer la maleta y recorrer **España**. **San Sebastián** es un lugar con una carga emocional brutal para nosotros, es un epicentro de la gastronomía, pero queríamos ampliar la visión, **España** es mucho más que un solo punto neurálgico.

Hoy recorres el país y encuentras talento en todas partes. La **cocina vasca** y la revolución de **elBulli** en **Cataluña** marcaron una época, pero ahora el panorama está mucho más diversificado. Cada comunidad autónoma tiene su sello, expresa su cultura gastronómica con gran personalidad y eso es maravilloso. Estamos en un momento distinto, en otra etapa de la historia de la gastronomía.



Leonor.- Sí, y en ocasiones nos centramos demasiado en las grandes potencias gastronómicas, dejando en segundo plano regiones con una riqueza gastronómica bárbara e inexplorada.

María Ritter.- Exacto, y esa es precisamente una de las funciones de la **Guía Repsol**. Nos encargamos de poner el foco en todo el país, en esos rincones que muchas veces quedan fuera del radar. Un ejemplo claro es cómo distintos territorios han ido postulándose para albergar el festival. Primero **Valencia**, luego **Murcia** y ahora **Tenerife**.

Cuando seleccionamos una sede, analizamos múltiples factores: la capacidad hotelera, la infraestructura, el número de Soles en la región y, sobre todo, la historia que podemos contar. En el caso de **Tenerife**, todo encajaba. La isla ha experimentado un posicionamiento gastronómico impresionante en los últimos años, con un crecimiento estructurado y bien planificado. Además, es clave la apuesta institucional; sin el respaldo de

las instituciones, es difícil que una gastronomía evolucione. En este caso, la sinergia ha sido evidente, **Tenerife** tenía que ser la elegida porque tiene mucho que contar. Creo que **Canarias** ya está en el imaginario de todo el mundo, de todos los comensales y con muchísima calidad

Leonor.- Ha sido un trabajo de muchos años, en el que han intervenido instituciones, sector público, medios de comunicación y, sobre todo, la unión del sector primario con la restauración. Canarias tiene una despena privilegiada y cada vez más cocineros están apostando por una cocina de producto, una cocina de raíces que conecta directamente con el territorio.

María Ritter.- Totalmente. Aquí hay un discurso muy sólido, hay identidad. Lo que nosotros hacemos desde la **Guía Repsol** es sacar una fotografía de lo que está pasando en la gastronomía española en cada momento. Y lo que estamos viendo ahora es una vuelta a las raíces.

Fíjate, el año pasado una de las tendencias que hemos identificado es el regreso a las casas de comida. Volvemos a los orígenes. El año pasado, por ejemplo, detectamos otra tendencia interesante: muchos jóvenes cocineros se estaban trasladando a las afueras de las grandes ciudades, ya sea por costes o por el deseo de volver a sus pueblos de origen y la gente los sigue, viaja para visitarlos. Esto demuestra que la gastronomía está viva, en constante evolución. No se trata solo de entregar Soles, sino de entender qué está ocurriendo en el sector.

Un comensal más consciente y exigente



Leonor.- Claro, efectivamente, la gastronomía, nos guste o no, al igual que evoluciona, también sufre una involución. Es decir, volvemos a recuperar esos sabores de siempre, esas casas de siempre...

María Ritter.- Sí, y es ahí donde ves otra cosa muy interesante: todo cuadra con otros conceptos sociales, con otras manifestaciones culturales que van en paralelo. La gastronomía es una expresión de lo que está ocurriendo a nivel social. Hay una traslación de tendencias, valores y estilos de vida a través de lo que comemos, de lo que nos gusta, de lo que estamos valorando.

Por ejemplo, hace poco hicimos un estudio a nivel digital para analizar qué estaba buscando la gente respecto a la gastronomía y cómo la asociaba con la sostenibilidad. Lo que encontramos es que la sostenibilidad ya no es un factor marginal para el comensal cuando va a un restaurante. Antes podía ser una tendencia, pero ahora es un criterio decisivo, especialmente entre los más jóvenes, que están dispuestos a

pagar más por una experiencia sostenible y alineada con sus valores.

Leonor.- Sí, efectivamente, más allá de la propuesta gastronómica en sí misma, lo que buscan es una experiencia. La gastronomía es ese momento que se comparte alrededor de una mesa, bien sea con amigos, con familia...

María Ritter.- Exactamente. Para comer hay que parar. Y cada vez se revalorizan más esos espacios y establecimientos que apuestan por el momento en sí, por la calidez de la sala, por un servicio cercano y humano.

Leonor.- Y ahí es donde entran en juego esos restaurantes que han sabido recuperar esa esencia.

María Ritter.- Sí, y esto es muy interesante porque además, sucede en **España**. Es maravilloso porque se está consolidando una identidad propia, un lujo español. **España**, tradicionalmente, ha sido más *“middle”*, más accesible en cuanto a su oferta gastronómica, pero si te fijas en cómo ha evolucionado la hostelería en los últimos años, en ciudades como **Madrid**, ves que ya está absolutamente internacionalizada. Y este posicionamiento no es exclusivo de **Madrid**, sino de toda **España**. La gastronomía española ha subido de nivel y ha sabido trasladar este crecimiento a su propuesta global.

Leonor.- Absolutamente, **María**. Me encanta escucharte porque, como periodista, veo constantemente guías, rankings, clasificaciones... y muchas veces parece que son solo una más, pero al hablar contigo descubres la visión que hay detrás de la **filosofía de Repsol**.

María Ritter.- Sí, sí. Lo que ocurre es que el posicionamiento de la **Guía Repsol** es diferente al resto, pero cuesta que esa diferenciación filtre al público. La gente nos compara con **Michelin** constantemente, pero la realidad es que tenemos filosofías completamente diferentes.

Leonor.- Eso es algo que se percibe cuando analizas su funcionamiento.

María Ritter.- Exacto. Y también hay que entender que la **Guía Repsol** pertenece a **Repsol** y la **Guía Michelin** a **Michelin**. Son compañías con visiones y aproximaciones distintas. **Repsol**, en nuestro caso, no tiene una guía de negocios detrás, sino que la **Guía Repsol** pertenece a su área de comunicación, es un vínculo con los usuarios. Queremos que vivan una experiencia diferente con **Repsol**, que entiendan que la carretera une, que el viaje une. Por eso, nuestra labor es de apoyo al sector y, al mismo tiempo, de servicio a los comensales.

Y ahí hay una diferencia muy grande, porque hemos conseguido formar parte de la comunidad gastronómica. Hablamos con cocineros, con productores, entendemos lo que está pasando en el sector porque estamos ahí. La **Guía Repsol** es un proyecto con alma.

Leonor.- Realmente hay un hilo conductor, una historia detrás de cada elección que hacen.

María Ritter.- Sí, hay un análisis profundo. La profesionalización que ha experimentado el sector de la hostelería también se ha trasladado a la **Guía**. Antes se tenía una visión de los restaurantes como simples negocios que podían funcionar o no. Ahora hay una conciencia de comunidad, de industria. Y desde la **Guía** hemos intentado reflejar eso en nuestras recomendaciones.

Sostenibilidad: Un pilar fundamental en la valoración gastronómica





Leonor.- Antes, **María**, habíamos la sostenibilidad, que cada vez cobra más protagonismo. Desde la perspectiva del comensal y, naturalmente, en el sector gastronómico ¿hasta qué punto

influye este factor en la concesión de un Sol por parte de la Guía Repsol?

María Ritter.- Es un aspecto crucial, sin duda. Te cuento, el sistema de calificación de la **Guía Repsol** lo rediseñamos hace unos seis años porque nos dimos cuenta de que estábamos evaluando los restaurantes bajo un modelo tradicional y algo limitado. Antes nos basábamos en tres aspectos: la sala, la bodega y la cocina. Sin embargo, nos dimos cuenta de que este enfoque no ponía al comensal en el centro, y la gastronomía ha cambiado radicalmente. Más que una crítica gastronómica, queríamos ofrecer una recomendación realista basada en la experiencia completa de quien visita un restaurante.

Para entender bien este cambio, nos fuimos al **Basque Culinary Center** y analizamos lo que llamamos el **user journey**, es decir, el viaje del usuario cuando vive una experiencia gastronómica. Y ahí descubrimos aspectos esenciales que hasta ese momento no se estaban evaluando con suficiente profundidad.

Por ejemplo, la experiencia empieza mucho antes de sentarte a la mesa. Desde la gestión de la reserva hasta cómo funciona la web del restaurante, todo influye. ¿Te piden la tarjeta para reservar? ¿Tienes que esperar seis semanas para conseguir mesa? ¿Cómo has descubierto el restaurante, en redes sociales, en una recomendación de confianza? Todo esto es parte de la experiencia gastronómica.

Luego está la experiencia dentro del restaurante: ¿la música está demasiado alta? ¿La iluminación es adecuada? Un detalle que no entiendo, es cómo hay restaurantes de altísimo nivel donde las fotos de los platos salen oscuras. ¿Por qué no se cuida ese aspecto? Es una tontería, pero en la era digital, la imagen es fundamental.

Leonor.- Totalmente, como periodista me pasa igual. A veces veo imágenes de platos espectaculares, pero la iluminación es tan mala que no hacen justicia a la propuesta gastronómica.

María Ritter.- Exacto. Esas son cosas que también evaluamos en la **Guía** porque sabemos que influyen en la experiencia del comensal. Y luego está la parte posterior ¿cómo te sientes después de haber comido allí? ¿Te quedas con la sensación de haber vivido algo memorable?

Leonor: Y en todo este proceso, la sostenibilidad juega un papel clave...







María Ritter.- Desde luego. La sostenibilidad es un eje transversal dentro de nuestro sistema de evaluación. No te puedo decir exactamente qué peso tiene en la puntuación final porque hay muchas variables, pero sí te aseguro que está incluida en cada categoría que evaluamos.

Además, en la **Guía** hemos desarrollado la **Comunidad Sostenible**, donde colaboramos con diversos actores del sector para fomentar prácticas más responsables. Por ejemplo, en **El Cenador de Amós** instalamos puntos de recarga para vehículos eléctricos, paneles solares y sistemas de eficiencia energética. Lo increíble es que la energía generada por estos paneles no solo abastece al restaurante, sino que también se ha convertido en una comunidad energética que suministra energía a otros establecimientos cercanos.

El compromiso con la sostenibilidad es una prioridad para la **Guía Repsol**, y proyectos como **Cocinas de Excelencia Energética** reflejan esta apuesta. Un ejemplo es el **Cenador de Amós**, que, en alianza con **Repsol Solmatch**, ha creado la primera comunidad solar en un restaurante en **España**, generando su propia energía

renovable y compartiéndola con hogares cercanos. Además, el establecimiento combina distintas fuentes energéticas y ha instalado puntos de recarga para vehículos eléctricos, reforzando su modelo de negocio sostenible. Esta visión se enmarca dentro de un esfuerzo más amplio por fomentar la eficiencia y la reducción de la huella de carbono en la restauración.

Leonor.- ¡Qué maravilla!

María Ritter.- Sí, es que trabajar dentro de una gran compañía como **Repsol** te da la capacidad de hacer cosas a gran escala. Y además, tenemos la obligación de hacerlo. **Repsol** se ha comprometido a alcanzar la neutralidad de emisiones en 2050, y esa responsabilidad también se traslada a la gastronomía.

Por eso certificamos la **Cocina Sostenible** junto con **AENOR**. Mandamos inspectores que analizan la huella ambiental de cada restaurante, certifican en qué punto está y les ofrecen una hoja de ruta para mejorar.

Leonor.- Claro, porque la sostenibilidad no es solo un concepto, sino un proceso de mejora continua...

María Ritter.- Exactamente. No se trata solo de cumplir con ciertos requisitos, sino de avanzar poco a poco hacia una gastronomía más sostenible. Además, hemos creado el **Sol Sostenible** en colaboración con **Alimentos de España**, que es una distinción especial para aquellos restaurantes que hacen un esfuerzo extraordinario en este ámbito.

Pero más allá del **Sol Sostenible**, la sostenibilidad es una parte integral de cada evaluación que hacemos. Cada inspector que visita un restaurante tiene que rellenar una plataforma digital con innumerables criterios, y uno de ellos es el impacto ambiental. Todo esto nos permite tener una trazabilidad y transparencia total en nuestro sistema de calificación.

Leonor.- Está claro que la sostenibilidad ha pasado de ser un

valor añadido a convertirse en un elemento determinante dentro del sector gastronómico.

María Ritter.- Así es. El comensal ya no solo busca excelencia culinaria, sino que también quiere saber qué hay detrás de cada plato: ¿de dónde vienen los ingredientes?, ¿se está apoyando a los productores locales?, ¿qué medidas toma el restaurante para reducir su impacto ambiental? Todo esto pesa cada vez más en la decisión final de los comensales, y nosotros, como Guía, debemos reflejarlo en nuestras recomendaciones.

El papel de la mujer en la alta gastronomía



Leonor.- María, una pregunta obligada, sobre todo entre nosotras que somos mujeres. Durante años la alta cocina ha estado dominada por figuras masculinas, aunque cada vez vemos a más mujeres liderando proyectos gastronómicos de primer

nivel. ¿Cómo ves este cambio y qué crees que falta todavía para lograr una representación más equitativa?

María Ritter.- Son muchas cosas a analizar aquí. Desde la **Guía Repsol**, hemos tenido claro desde el principio que debíamos poner el foco en el talento femenino y visibilizarlo. No solo porque es justo, sino porque había muchas mujeres con un trabajo excepcional que estaban en la sombra. Creo que aún hay camino por recorrer, pero sin duda hemos avanzado.

Para mí, el gran reto está en reconocer el papel de la mujer más allá de la cocina, sobre todo en la sala, donde las profesionales han jugado un papel clave en la evolución de la restauración. Hay que darles voz, hacerles reportajes, visibilizarlas en redes sociales, porque son una parte fundamental de la experiencia gastronómica.

Leonor.- Es responsabilidad de todos, medios de comunicación, guías, instituciones...

María Ritter.- Exacto. Pero te diré algo, cuando hablo con los cocineros que forman parte de nuestra comunidad de **Soles**, no percibo un ambiente machista. En la gastronomía hay una gran camaradería y respeto. Es cierto que la representación de mujeres aún es baja en ciertos niveles, pero eso está cambiando rápidamente.

Leonor.- Lo importante es que la evolución ya está en marcha.

María Ritter.- Sí, estamos en un buen camino. Lo crucial es seguir impulsando y apoyando a las mujeres para que ocupen el lugar que merecen.

La identidad gastronómica de España









Leonor.- Para cerrar, más allá de la **Guía Repsol**, a nivel personal, si tuvieras que definir la gastronomía española con una sola palabra o concepto, ¿cuál sería?

María Ritter.- Si tuviera que hacerlo con un gesto, sería una sonrisa. La gastronomía española es alegría, es compartir, es hospitalidad. Pero si tuviera que definirla con un concepto, diría que es una **identidad en evolución**. Hemos pasado de tener una cocina tradicional arraigada en la historia a ser una potencia culinaria reconocida a nivel global. Y lo más importante es que hemos aprendido a valorar lo que tenemos sin complejos, sin necesidad de imitar a nadie.

Estamos en un momento dulce, pero también de reflexión. Crecemos a un ritmo vertiginoso, estamos de moda y eso conlleva una gran responsabilidad. Debemos asegurarnos de que esta evolución sea sostenible y que el éxito no solo se mida en términos económicos, sino también en la conservación del entorno, el bienestar del sector y la calidad de la experiencia gastronómica en su conjunto.

Las administraciones han entendido el potencial de la gastronomía como motor económico y cultural, y eso está ayudando mucho. Pero la clave está en trabajar unidos, en que cada territorio reivindique su identidad sin caer en la competencia innecesaria.

Leonor.- Estoy completamente de acuerdo. Creo que este momento tan especial que estamos viviendo también nos invita a sincerar lo que es nuestra propuesta gastronómica como país.

María Ritter.- Exactamente. Y es curioso, porque si analizas las distintas regiones de **España**, cada una tiene su propio lema gastronómico: Saborea Tenerife, Murcia, mil y un sabores, Euskadi Gastronomika... Si juntáramos todas esas frases, obtendríamos la mejor definición de lo que es la gastronomía española.

Es hora de actuar en conjunto. Ya no estamos en una etapa de rivalidad entre territorios, sino de complementariedad. **España** no es un solo destino gastronómico, es un conjunto de experiencias diversas, cada una con su historia, su producto y su identidad.

Leonor.- Claro, cada región es un universo en sí mismo. Y es que no tiene sentido competir cuando cada una es rica en su propio territorio...

María Ritter.- Y con la demanda actual, la competencia interna ya no es necesaria. Los comensales buscan autenticidad, conocer la historia detrás del plato, descubrir productos locales, experimentar la gastronomía desde su raíz, ahí es donde radica nuestra fortaleza.

Mira **Canarias**, por ejemplo. No solo tiene una cocina de producto impresionante, sino que su entorno la hace única. Es una gastronomía con influencias atlánticas, con ingredientes y sabores que no encuentras en la península. Y lo más valioso es que hay una reivindicación del sector primario: los cocineros están volviendo al producto local, a trabajar con los

productores, a fortalecer la cadena de valor desde la tierra hasta la mesa.

Leonor.- Sí, completamente diferente al resto de España.

María Ritter.- Totalmente, en algunos casos, con matices casi tropicales. **Canarias** es como viajar a otro país.

Leonor.- Y sin salir de España...

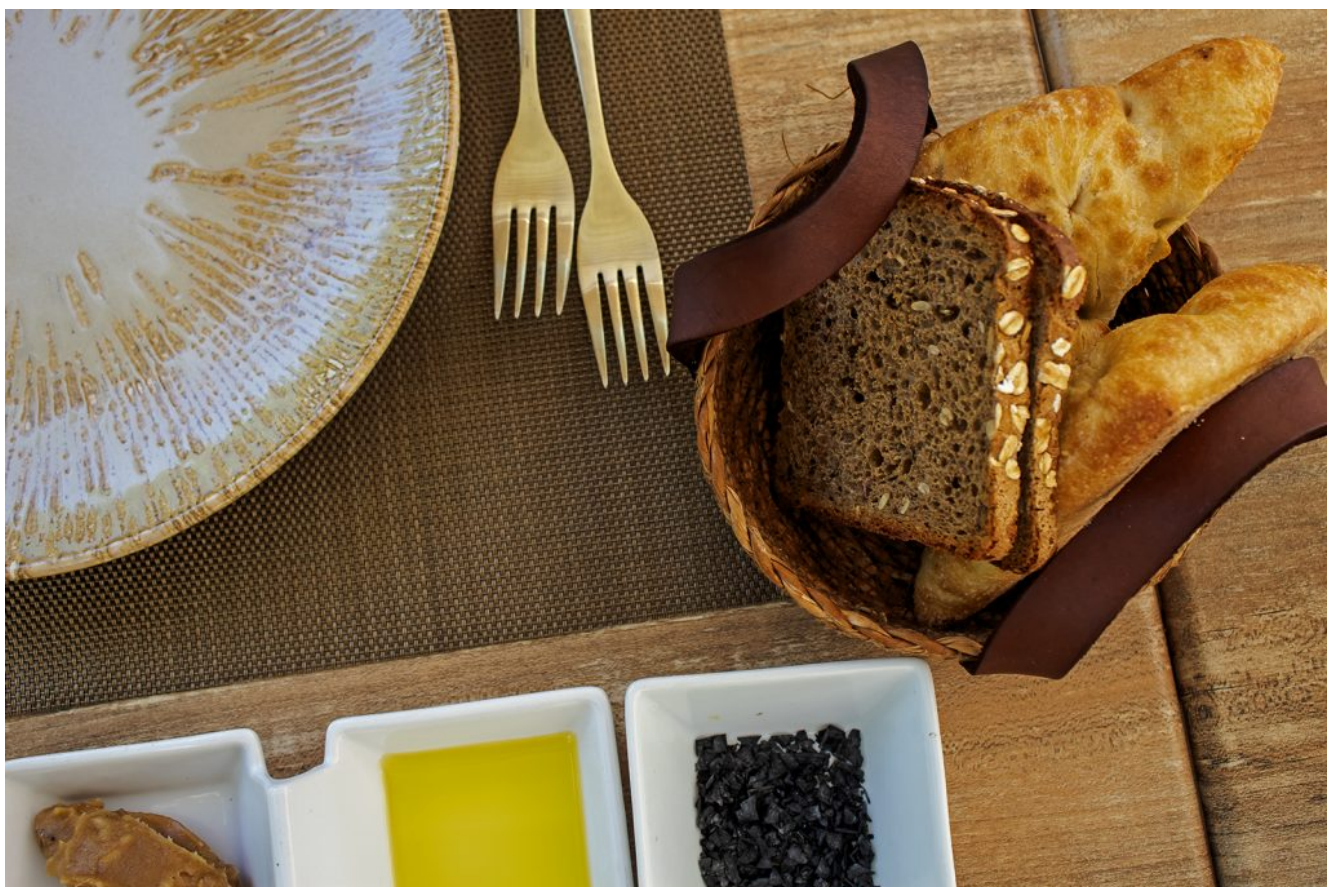
María Ritter.- Y eso, en el escenario gastronómico global, es un valor diferencial enorme. La clave está en seguir construyendo sobre esa identidad sin perder la esencia.

Flamboyán by Aday Estévez

Actualmente, **El restaurante Flamboyán** se ha convertido en uno de mis restaurantes favoritos. Su cocina destaca por una creatividad que no pierde de vista el producto y el recetario local. El **Chef Aday Estévez** ha logrado una fusión sincera y muy fina al paladar, fiel reflejo de la filosofía del restaurante: **autenticidad, humildad y pasión**. Esta misma esencia se siente en su equipo, donde la amabilidad y profesionalismo van de la mano.

Aday, con su mirada sincera y joven, transmite esa ilusión de quien tiene grandes metas, pero siempre desde la humildad. Su propuesta **gastronómica** se disfruta aún más gracias al entorno privilegiado en el que se encuentra este [restaurante](#): rodeado de naturaleza, donde la tranquilidad y el sosiego acompañan cada bocado.





¡Un bienvenida excelente!

Este **chef tinerfeño** cuenta con una sólida formación en **gastronomía**, habiendo pasado por reconocidas cocinas de la

isla antes de liderar el proyecto del **restaurante Flamboyán**. Su inquietud por experimentar con sabores internacionales, sin perder el arraigo a su tierra, ha sido clave en su éxito. Además, su compromiso con el producto local y las prácticas sostenibles lo sitúan como una de las **jóvenes promesas de la cocina canaria**.

La Entrevista

Canariasgourmet. – ¿Qué te inspiró a crear el concepto gastronómico de Flamboyán?

Aday Estévez. – Tras cerca de nueve años gestionando la gastronomía del hotel, sumado a otras experiencias como la de catering de eventos. Había llegado el momento de emprender algo que siempre había tenido en la cabeza.

Comentando la idea con mi director, **Lorenzo Moreno**, allá por 2022 llegamos al consenso de por qué no hacerlo desde dentro del complejo y nos pusimos manos a la obra.

Canariasgourmet. – Aday, tu cocina ha ganado reconocimiento por su equilibrio entre innovación y tradición. ¿Cómo describes el proceso creativo detrás de cada plato?

Aday Estévez. – Creo que es sencillo, intentamos indagar en los recuerdos de los platos que comíamos en casa desde críos. Desde este punto comienza la magia donde tanto el equipo de cocina como el de sala exponemos nuestras ideas y vamos dando forma a los platos.

También nos hemos apoyado en recetas antiguas que se van perdiendo con el paso de los tiempos donde finalmente logramos

adaptar a nuestro concepto.

Canariasgourmet. – El recetario local es una pieza clave en tu propuesta. ¿Qué ingredientes o elaboraciones canarias consideras imprescindibles en tu menú?

Aday Estévez. – No sabría decirte algún ingrediente en específico, pero creo que toda cocina con amor por los buenos fondos necesita la cebolla y el ajo. Sin estos elementos sería muy difícil. Por otro lado, tenemos elementos como el millo o la miel de palma que también están muy presentes en varias de las elaboraciones que tenemos actualmente en carta

Canariasgourmet. – Tu experiencia abarca desde cocina hotelera hasta catering para bodas. ¿Cómo equilibra la cocina de volumen con la creación de experiencias gastronómicas más íntimas y personalizadas?

Aday Estévez. – Tener ambas experiencias a mis espaldas ayuda a tener una visión mucho más amplia. La cocina de buffet es una cocina que te debe entrar por la vista, si no te entra por el ojo no te apetecerá tocar ese plato, quizás este aspecto ayuda a tener una visión mucho más amplia y atractiva del emplatado. En cambio, el haber gestionado varios años catering de bodas y eventos ayuda mucho a todo el sistema de coste y rentabilidad de los platos, en este tipo de servicios para ser 100% rentables no debe haber margen de error.

Canariasgourmet. – Su formación en

Revenue Management es poco común entre chefs. ¿Cómo aplica estos conocimientos para optimizar tanto la rentabilidad como la calidad gastronómica en su cocina?

Aday Estévez. – En mi opinión es algo esencial. Hay muchos factores a tener en cuenta a la hora de gestionar un restaurante y este tipo de formaciones son idóneas. Llevar un control exhaustivo no solo del coste, sino también [rentabilidad](#), sostenibilidad, factores como ser atractivos en carta, poder analizar, detectar y cambiar platos que, aunque nuestro nivel de coste y rentabilidad sean buenos, saber detectar que es el momento idóneo de quitarlo ya que esté no este teniendo el éxito esperado frente a otro que nuestro margen de beneficio sea menor, pero el éxito sea superior. Estos pueden ser algunos de los detalles, aunque engloba mucho más.

Canariasgourmet. ¿Cuál consideras que es el plato estrella de tu carta y qué historia esconde detrás?

Aday Estévez. – Es difícil desde mi posición decantarse por alguno, esta pregunta es mejor preguntar a los comensales. Por historia y cariño tenemos varios que si es verdad que arrastran algo especial. “el consomé de los domingos” Este plato nos hace recordar ese caldo de nuestras abuelas (a mí en concreto a mi abuela Marina) el cual es típico en algunas casas del norte de la isla. Ese caldo de pollo o gallina clarito con su atadito de hierbabuena que te hacia renacer un domingo en la mañana.







Nosotros hemos adaptado esta receta-recuerdo presentándola como un consomé concentrado y reducido de gallina, un atadito de hierbabuena, un picadillo de verdura en el fondo y acompañado de un pan de bono en forma de mini bollo. Este consomé es servido en mesa por nuestros chicos en sala.

Canariasgourmet. – Flamboyán se encuentra dentro del Parque Vacacional Edén, un enclave que respira naturaleza. ¿De qué manera este entorno influye en tu concepto de hospitalidad?

Aday Estévez. – Desde el primer momento que nos pusimos a crear el proyecto tenía claro donde teníamos que ubicarlo. Anteriormente era una zona destinada hacia campamentos infantiles de verano. Rodeados de jardines, un manantial precioso y un árbol flamboyán que jamás he visto uno igual de grande.

Una vez establecidos allí y con el proyecto en marcha, el éxito ha sido total. Reservar con antelación mejora significativamente la experiencia; en algunas ocasiones, hemos tenido mesas reservadas desde las 14:00.









Canariasgourmet. – ¿Qué importancia le das al equipo humano que te acompaña en sala y cocina?

Aday Estévez. – No hay nada más importante dentro del restaurante que ellos. Sin ellos este restaurante no sería posible, sería otra cosa. Desde el equipo de cocina: Daniel Guillén, Edgar González y Rayco Martín y desde el equipo de sala: Roimy y Shirley. Cada uno de ellos aporta al restaurante su granito de pasión lo cual que hace que todo sea aún mejor. Es un grupo humano de los que ya no hay.

Desgraciadamente cada vez cuesta más encontrar profesionales de verdad, gente que se impliquen con un proyecto y que lo sientan como suyo. Yo, hoy por hoy puedo decir que me siento afortunado de estar rodeado del equipo que formamos.

Pedro Nel Restrepo: la pasión por el mestizaje gastronómico en el corazón de Tenerife

En canariasgourmet.es, el periódico de referencia para los amantes de **la gastronomía** en las islas, tenemos el privilegio de sentarnos a conversar con el **chef Pedro Nel Restrepo**, alma del restaurante **Etéreo by Pedro Nel**.

Su cocina, que ha conquistado a locales y visitantes con su maestría en **la parrilla** y su respeto por el **producto canario**, no deja de [cosechar](#) reconocimientos. Dos **Soles Repsol**, una mención en la **Guía Michelin** y el cariño incondicional de sus comensales avalan su trabajo incansable.



Si algo hay que reconocer en la labor que ha desempeñado este representante de **Colombia** en Tenerife es haber convertido su **restaurante** en un punto de encuentro por excelencia. Pedro cuenta con un equipo, tanto en **cocina** como en **sala**, cuyo engranaje se percibe al sentarse en una de sus mesas y observar la fluidez del servicio. Incluso con el local a plena capacidad, acudir a esta **cita gastronómica** en **Tenerife** es siempre un auténtico placer.

Desde su Colombia natal hasta su arraigo en Tenerife, Nel encarna una visión que va más allá del plato: rescata sabores, apuesta por el producto local y fusiona su herencia latinoamericana con la riqueza del Atlántico. Con motivo de su reciente reconocimiento como uno de los 10 colombianos destacados en España y el logro del segundo Sol Repsol, hoy hablamos con un chef que, con cada creación, rinde homenaje a la tierra que lo acogió y a su pasión infinita por el buen hacer en la cocina.

La Entrevista

Canariasgourmet! . – Pedro, **Etéreo by Pedro Nel** ha alcanzado su segundo **Sol Repsol** en apenas cinco años. ¿Cómo ha evolucionado tu concepto de **cocina** desde que abriste las puertas hasta ahora?

Pedro Nel. – La evolución es como un espejo en el que se refleja la vida real, la pura y dura que amanece y aparece cada día. Por lo tanto, en esa evolución de Etéreo (Etéreo como concepto de restaurante) se concentra **honestidad y pundonor**, a partes iguales, de un grupo humano comprometido en lo que cree. Los **Dos Soles Repsol**, por ejemplo, además de otros galardones y reconocimientos claro que son agradables y son revulsivos, pero no es otra cosa que el resultado de causa-efecto. Causa-efecto de un caudal de cosas buenas a través de la envolvente secuencia de detalles que están ahí, visibles e intangibles, en la suma de pormenores y conquistas

culinarias cotidianas.

Canariasgourmet! . – La parrilla y las carnes maduradas son parte esencial de tu propuesta, pero también encontramos guiños a la **cocina colombiana**. ¿Cuál es el reto más estimulante al fusionar estas dos identidades culinarias en cada plato?

Pedro Nel. – Desde la juventud me he movido y me he motivado para formarme al máximo nivel. En la actualidad tengo la sensación de seguir al mismo ritmo. En **la cocina** y la sala, con los equipos de **Camilo Galindo** y **Olga Esanu**, respectivamente, estamos inmersos continuamente en desafíos de introducir esencias colombianas en nuestra carta y no solo una cocina: ¡es que **Colombia** tiene varias! Implica entonces ir más allá no solo en la ejecución de los platos sino de la experiencia que se llevará el cliente; claro que si no hay personalidad en lo que hacemos no habremos avanzado ni un milímetro.



Chef Pedro Nel Restrepo

En esto me he dado cuenta: la alta calidad del producto es esencial así que jamás regatearemos ni en los **productos cárnicos Premium** ni en nuestras versiones del país que me vio

nacer. Una tierra que ahora me brinda el gran honor de recibir ese galardón de estar entre las diez personalidades más prestigiosas de **España**. Cada vez que viajo a **Colombia** traigo ideas capturadas entre la gran diversidad que se vive en sus calles, **mercados y restaurantes**.

Canariasgourmet! . – Has mencionado en otras ocasiones la importancia del trabajo en equipo. ¿Qué papel juega tu equipo en la creación de **nuevos platos** y en el mantenimiento de esa calidad que te distingue?

Pedro Nel. – El equipo lo es todo. No lo digo de ‘boquilla’, por figurar o quedar bien. Sin el grupo y sin piña humana no se puede llegar ni al aprobado y en Etéreo, en esto, queremos ser matrícula de honor. Es un camino potente, de roles, perseverancia y, si me permiten, tozudez. Estamos convencidos de que **Etéreo By Pedro Nel** es algo vivo, nuestro, de nosotros; un día una u otro podemos estar cansados pero la energía la suple el conjunto y el colectivo.



Eso es lo grandioso y por eso nuestra estrategia común ha escalado a esta cota tan extraordinaria que hoy vivimos. Equipo es sentir que se refuerza más aún nuestra filosofía basada en los valores del trabajo y del esfuerzo.

Canariasgourmet! – Etéreo es un referente de sostenibilidad, con prácticas que buscan el máximo aprovechamiento de la materia prima. ¿Cómo influye esta filosofía en la creatividad gastronómica del restaurante?

Pedro Nel. – En la **restauración** actual ya no se puede hablar de vocación por la **sostenibilidad** o la **cocina sostenible**, sino que debe ser una obligación, sin fisuras ni medias tintas. Nosotros intentamos llegar a cotas satisfactorias de **“desperdicio cero”** y que lo marca la ética y el sentido del manejo de alimentos. Un ejemplo palpable lo tenemos en la confección de las **empanadillas de La Relinda**. Asimismo, en la administración de la energía contamos con tecnología con la que se puede calcular los mínimos para cada tipo de cocción.

CHEF INVITADO

28 FESTIVAL GOURMET
EDICIÓN INTERNATIONAL
PUERTO VALLARTA - RIVIERA NAYARIT - TEPIC

CASA
cayaco

ETEREO



1 SOL
Guía Repsol 2023

Disfruta del sazón de

**PEDRO
NEL**

RECOMENDADO EN LA GUÍA MICHELÍN
RECONOCIDOS CON UN SOL REPSOL

MENÚ ESPECIAL
09 AL 19 DE NOVIEMBRE

Canariasgourmet! – En tu reciente ponencia en **Madrid Fusión** hablaste de la riqueza de los productos de Anaga. ¿Qué otros ingredientes locales te gustaría seguir explorando en tu cocina?

Pedro Nel. – Parto siempre de un fundamento para mí clarísimo

e innegociable: el producto de aquí o de fuera tiene que ser de la más alta excelencia. No hay vuelta de hoja. Todo lo que quieras realizar en hostelería ‘racaneando’ con la materia prima es un flaco favor al esfuerzo del que estaba hablando anteriormente y restar puntos ante el cliente que viene al establecimiento a encontrar precisamente esa lustrosidad en los **géneros** y en la preparación de los mismos.

Así que siempre recurriré a lo mejor entendiendo que el producto local es importante y el foráneo refuerza al nuestro. Si esa balanza se equilibra pues lo que adquirimos en el **Mercado Nuestra Señora de África de Santa Cruz** junto a lo que nos viene de Península va a confluir para algo muy sabroso, que es de lo que se trata.

Canariasgourmet! – La **gastronomía canaria** ha ganado visibilidad internacional en los últimos años. ¿Qué crees que aporta Etéreo a esa proyección de Canarias como **destino gastronómico**?

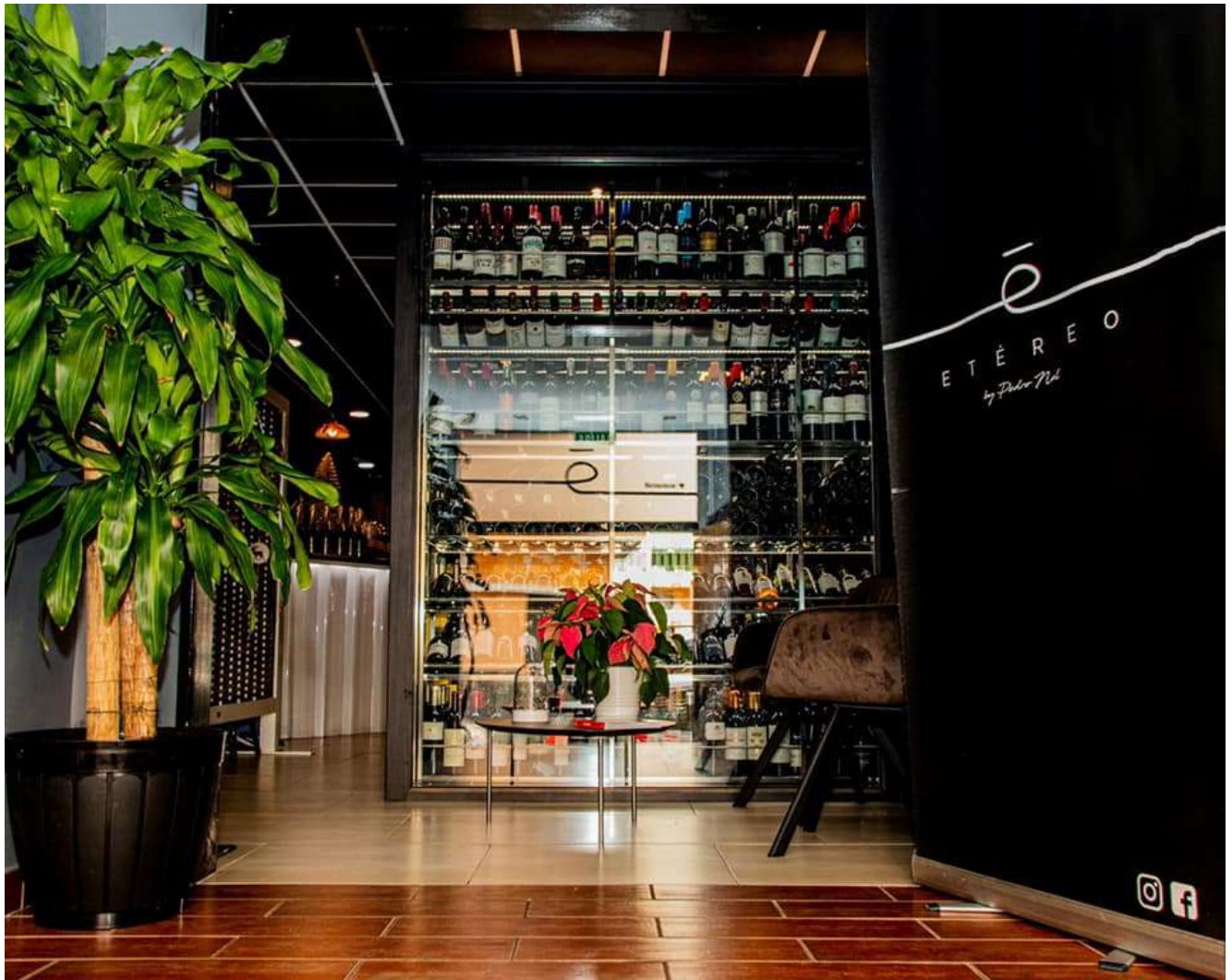
Pedro Nel. – El público en general está más educado acerca de **la gastronomía** y nosotros recibimos a muchos turistas de muy diferentes nacionalidades que salen encantados al igual que los comensales de la Isla y de Canarias.

Supongo que eso es una excelente señal de contribuir a esa visibilidad que comenta. En los congresos los **chefs** de todas las partes del mundo vuelcan lo que es cada rica cultura gastronómica; **el comensal viaja**, **el turista** ya no solo se centra en los monumentos; la **alta cocina** es una experiencia al alcance de más personas que prefieren saborear un plato que realizar una larga excursión, Televisión, redes sociales... Al parecer estamos ahí y no parece que por una mera casualidad.













Canariasgourmet! – Recibir el reconocimiento de la **Embajada de Colombia** es un gran honor. ¿Cómo ha sido ese viaje personal y profesional desde Colombia hasta convertirte en una figura destacada de la cocina en España?

Pedro Nel. – Se trata de vivir experiencias que a la postre son las que generan inspiración e ideas. Me encanta comer; visitar a los colegas, atender a los periodistas y comunicadores serios; calibrar qué tanto de bueno están defendiendo unas u otras cocinas por el mundo.

Eso es lo que amplía las perspectivas y no estancarse en la cocina propia y pensando que nadie nos supera, mirándonos al ombligo. Un **pato saboreado** en Nueva York puede aportar más información que empeñarse en una recta propia que no va a ningún lado por enrevesada. Todo cuenta para otear el horizonte del aprendizaje y no creer que éste ya está culminado.







Ya sea a **Burdeos** para aprender y asimilar toda la cultura del vino en **Francia** –y aplicarla en Etéreo-, ya sea a **México**, invitado por los colegas de **Puerto Vallarta** para el **festival gastronómico** que es una verdadera maravilla. La exposición ante diferentes culturas y formas de pensar me permite la comprensión de detalles que de otro modo se nos escaparían.

Canariasgourmet! – Con dos **Soles Repsol**, mención en la **Guía Michelin** y una sólida reputación, ¿cuál es el siguiente paso para **Pedro Nel** y su restaurante Etéreo?

Pedro Nel. – Nunca bajamos ni bajaremos la guardia el día después de recibir un reconocimiento. Venga de donde venga ahí figura el currículum de **Etéreo**, pero, ojo, no se vive de ello los días siguientes. Veo cómo trabaja **la cocina** y una Sala que es digna de todos los elogios.



Pedro Nel Restrepo un referente en la capital tinerfeña
Estos éxitos del grupo humano vienen a reforzar esos lazos del trabajo colaborativo que afianzamos junto a la estrategia que tiene el compromiso como base fundamental de lo que podamos lograr o no. Parece de perogrullo, pero tener lleno nuestro espacio de lunes a domingo es una gran recompensa a nuestro esfuerzo porque muy bien podríamos estar esperando clientes con los brazos cruzados.

No nos esmeramos en función de que nos reconozcan o no; estoy convencido que el restaurante no ha tocado techo, pero lo relevante es que lo sea por parte de los que nos visitan.
Pedro Nel Restrepo