

La excelencia de un restaurante es cuando logra sobresalir por sus muchas cualidades

Cada restaurante es una historia, aunque en síntesis hagan lo mismo, es el cocinero el que delinea como será el sistema circulatorio de cada uno. Hoy hablamos con el chef y empresario Pedro Nel del restaurante Etéreo ubicado en Santa Cruz de Tenerife, una ciudad que está viviendo nuevos tiempos, como el resto del planeta.

De una ciudad que, en vacaciones y fines de semana, la tendencia era a quedarse sola, ha pasado a una urbe viva los siete días de la semana, con una gastronomía que se está expresando en mil formas y conceptos, regiones y países que se dan a conocer a través de los diferentes fogones, sea ya Japón, Colombia, México o muchas pinceladas de península; Santa Cruz está evolucionando a grandes pasos y nuestro entrevistado lo sabe y lo está trabajando, con mucho ahínco, porque sabe que muchos caerán y otros surgirán, pero su restaurante Etéreo ha sido reconocido de los mejores 100 restaurantes de España, se dice fácil, pero no lo es.

José Garavito. – ¿Cómo nos defines la excelencia en un restaurante?

Pedro Nel. – Para mí, la excelencia de un restaurante es

cuando logra sobresalir por sus muchas cualidades, ese calor que da un buen recibimiento, un servicio exacto, cómodo, ameno, sin embadurnar, con una comunicación que, hoy día, es más visual y más intuitiva que antes, haciendo sentir al cliente, de antemano, que será atendido de la manera más correcta, que la comida llegará al tiempo y con la sazón que ya conoce y además, con una despedida que marcará su pronto regreso, esto es lo que nos hace diferentes. En definitiva, un conjunto de sensaciones.

José Garavito. – ¿Qué significa para Pedro Nel que, Etéreo, se encuentre dentro de los mejores 100 restaurantes de España en El Tenedor? Teniendo en cuenta que esto no es un premio sino un reconocimiento de los usuarios.

Pedro Nel. – Sean ya reconocimientos o premios, lo más importante es que se mencione la isla de Tenerife en el panorama gastronómico nacional y claro, hay que decirlo, este reconocimiento viene de los clientes, de la forma que hemos dejado huellas en ellos, de ese especial gusto que le hemos brindado a su paladar y de la atención que han recibido cada uno de ellos cuando nos han visitado.



La excelencia de un restaurante es cuando logra sobresalir por sus muchas cualidades

José Garavito. – ¿Cuál es tu opinión de la actual oferta gastronómica en Santa Cruz de Tenerife?

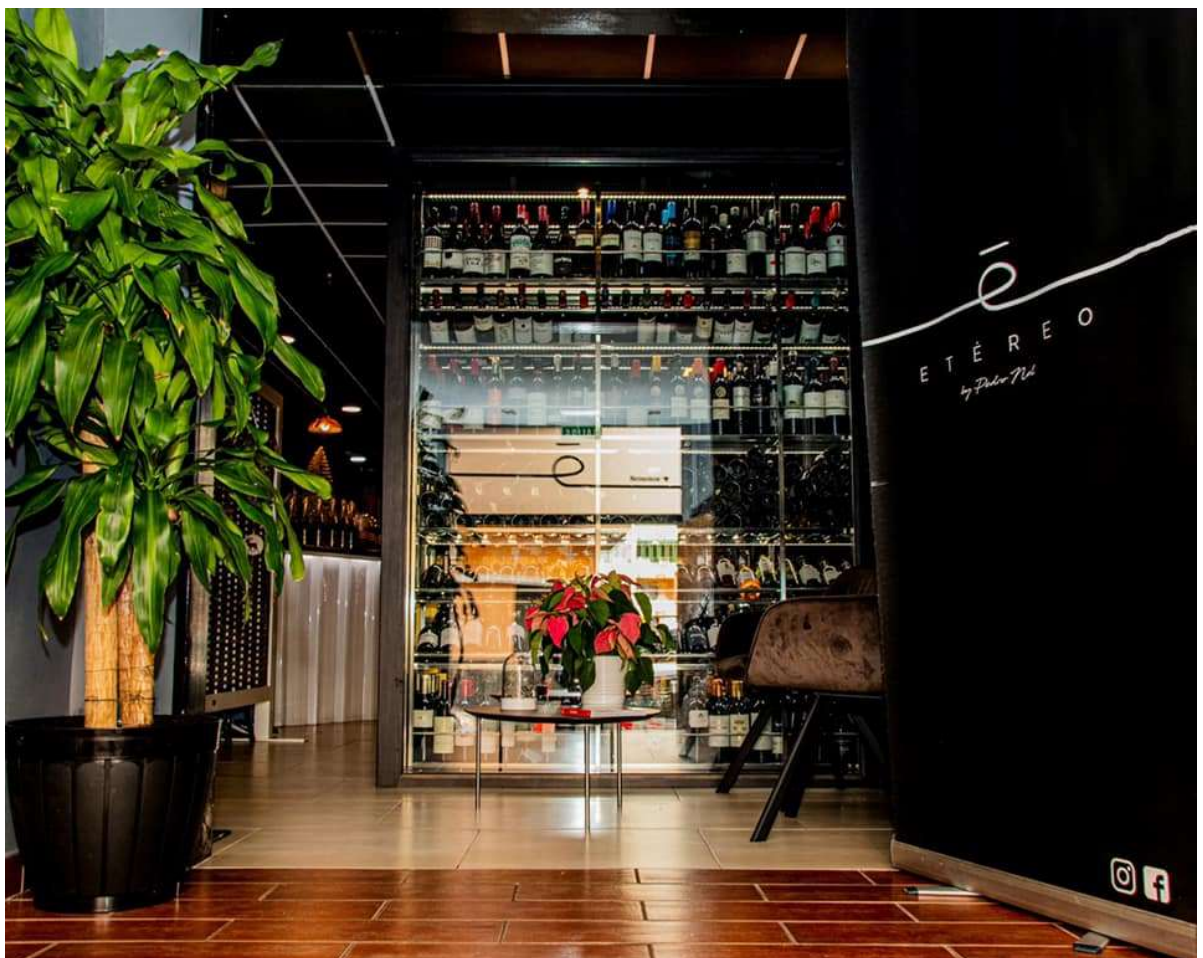
Pedro Nel. – La oferta gastronómica en Santa Cruz es cada vez más amplia, ahora mismo encuentro mucha afición por la comida japonesa y también se ponen de moda las arrocerías, pero lo que me parece muy importante es que cada vez más, los cocineros se preocupan por incluir en sus cartas producto local, por dar identidad y esto, sin lugar a dudas, el comensal, ese que ahora sabe cocinar más que antes, lo aprecia, no solo por regionalidad, sino porque cada vez se hacen más conocedores y por lógica, más exigentes en calidad y frescura, saben cada vez más del producto de cercanía, lo buscan.

José Garavito. – ¿Qué encuentra un comensal cuando entra por primera vez en Etéreo?

Pedro Nel. – La respuesta a esta pregunta está en una palabra

“Sorpresa”, una cava de vinos con más de 200 referencias, un carro de quesos que hace las delicias de los comensales, una barra de licores bien surtida y un ambiente elegante, sin saturaciones ni de luces ni de colores, el buen gusto es algo que nuestro cliente aprecia, no solo en el plato sino en todo el entorno de Etéreo.

Hemos creado una atmósfera de elegancia, buena cocina y excelente servicio, esos tres ingredientes es lo que el comensal no solo encuentra, se lo lleva y lo hace volver.



Hemos creado una atmósfera de elegancia, buena cocina y excelente servicio





José Garavito. – Hablemos con un poco con ese Pedro Nel de sus comienzos ¿Cómo era la atmosfera en las cocinas de tus inicios?

Pedro Nel. – Mis inicios fueron en la sala, razón demás para darle la importancia que tiene que tener este contacto directo con el cliente en el funcionamiento de un restaurante como Etéreo, la sala debe tener disciplina, es un factor muy importante.

Pero te puedo contar que, desde ahí, entrando y saliendo de las cocinas, poco a poco, me fui adentrando en el maravilloso mundo de la cocina, pude escuchar el llamado de los fogones y te aseguro que no lo desatendí –ríe- ahora bien, algunos ambientes fueron más agradables, otros no tanto, pero de todos me fui nutriendo y formando profesionalmente, a la final un buen cocinero es el cúmulo de experiencias vividas y aprendidas, para después darle tu sazón.

...hay mucha moda, más que vocación. Sin duda los jóvenes están

influenciados por la cocina creativa molecular y las grandes técnicas, pero se olvidan de esas bases que todo buen cocinero debe conocer.

Chef Pedro Nel

José Garavito. – ¿Cómo ves la vocación hoy día, en esa cantidad de jóvenes que deciden irse por desarrollar una carrera en los fogones?

Pedro Nel. – Me inclino a pensar que hay mucha moda, más que vocación. Sin duda los jóvenes están influenciados por la cocina creativa molecular y las grandes técnicas, pero se olvidan de esas bases que todo buen cocinero debe conocer, hay que tener disciplina, constancia y esfuerzo para llegar a ser un gran profesional de los fogones, es una profesión de mucho tesón si realmente quieres llegar a estar entre los buenos, eso es así.

José Garavito. – Así como los críticos gastronómicos tuvieron su cliché de seres despiadados con los cocineros –risas- ¿eres de esos cocineros que también tienen su cliché de déspotas con su personal de cocina? O por lo contrario ¿piensas que esa imagen ha cambiado?

Pedro Nel. – Esa imagen está literalmente mandada a recoger, caducó y el que no se haya enterado, pues le costará hacer un equipo cercano, colaborador, que trabaje a piñón contigo. La presión, los gritos, los malos tratos; no deben formar parte de un lugar de trabajo bien estructurado, eso es parte también de tu formación como profesional y claro, como ser humano, recordemos que para ser un buen cocinero, primero tienes que ser una buena persona. Un cocinero da lo mejor de sí en cada plato, pero el producto final se logra con tu equipo.

José Garavito. – Nos da la impresión que está llegando el momento de que la gastronomía latinoamericana se dé a conocer en todas partes del mundo. Háblanos un poco de la cocina

colombiana y la de otros países de nuestro continente.











Pedro Nel. – La cocina colombiana está atravesando un momento

interesante de exploración, de redescubrimiento y valorar técnicas e ingredientes que por años estuvieron relegadas a las cocinas populares o comunidades que han vivido por mucho tiempo en aislamiento cultural.



La cocina colombiana está atravesando un momento interesante de exploración

La asimilación de las técnicas de vanguardia por parte de cocineros de altos niveles y su deseo de innovar, está permitiendo darle un gran valor a ingredientes y maneras de cocinar y al mismo tiempo, está influyendo en una generación de jóvenes cocineros interesados en la investigación y la construcción de una nueva cocina que se basa en fundamentos,

sabores y saberes de nuestras raíces. En un claro ejemplo de una positiva influencia de modas y tendencias del mundo aplicados a las cocinas locales.



Chef Pedro Nel. Mis inicios fueron en la sala, razón además para darle la importancia que tiene que tener este contacto directo con el cliente.

José Garavito. – No podemos cerrar esta entrevista sin hablar de que está viviendo la restauración a causa del covid_19 ¿Cómo haces para mantenerte en pie?

Pedro Nel. – Estamos pasando por un momento que nunca imaginamos que llegaría a pasar, ya que todo el mundo espera crecer y sacar adelante su empresa. Hemos podido mantenernos gracias a la experiencia de años anteriores, reinventando, adaptándonos, buscando la buena cara y grandes soluciones a los malos momentos, tenemos que recordar que hemos sabido estar abajo y hemos conseguido apoyarnos para darnos impulso,

pero también hemos sabido estar arriba, y ninguna de ambas situaciones se pueden obviar ni olvidar si queremos ganarle a la adversidad, pero de lo que no me cabe ninguna duda, es que de esta saldremos fortalecidos y con una experiencia que tendremos que saber transmitir a las nuevas generaciones para afianzar el futuro, no solo de la gastronomía, sino de nuestra sociedad

Restaurante La Ceba 18... un sueño realizado

[Entrevista al Chef Ayoze Quintero](#)

Sin lugar a dudas, iniciar un proyecto en esta época es cosa de héroes, de valientes y sobre todo, de personas que creen en estas Islas Canarias, que aún bajo la situación de zozobra e incertidumbre, creen en el futuro, creen que hay que seguir encarando esta inimaginable época covid con trabajo y positividad.

A todo esto, súmele un porcentaje mayor si el negocio a emprender es en el sector gastronomía. Con un momento en el cual, da la impresión que el mayor culpable de los contagios son los restaurantes y no otros puntos de reunión, a pesar de que son estos establecimientos donde de la mejor manera y con todo el rigor de higiene y seguridad brinda las mayores garantías, porque los cocineros y restauradores han comprendido que hoy día, la seguridad dentro del establecimiento, también es parte fundamental de su propuesta gastronómica.



Restaurante La Cepa 18... un sueño realizado Foto: Clara Rodríguez

Hablar de [Bodegas El Lomo](#), es hablar de tradición, de trabajo de familia, de una parte de Tenerife que nos cuenta el avance de estos últimos cuarenta años de la producción del vino en las islas y, también nos habla del sueño de una mujer, Clara Rodríguez.

Restaurante La Ceba 18

El [Restaurante La Ceba 18](#) está capitaneado por un joven cocinero de Tenerife quien, podemos dar fe que, desde sus inicios se ha abocado a buscar la calidad y excelentes preparaciones culinarias para hacerlas parte de su repertorio gastronómico. Hablamos de Ayoze Quintero y, es con él, con quien nos enteramos de primera mano, de todo lo que habrá en este novel restaurante Teguestero.



Chef Ayoze Quintero Jefe de cocina del restaurante La Ceba 18

José Garavito.- Ayoze, comienzas con una aventura en una

época, que decir difícil, es poco. Cuéntanos un poco ¿qué vamos a encontrar en la carta de La Cepa 18?

Ayoze Quintero.- La verdad es que sí, es una época más que difícil para abrir un restaurante, pero como en toda crisis para unos es un caos y para otros una oportunidad. En nuestro caso surgió así, en un momento de pandemia y decidimos que no iba a ser un inconveniente para desarrollar un nuevo proyecto.

En la carta de La Cepa 18 vamos a encontrar una reinterpretación de los sabores, aromas y textura de la cocina canaria, apoyando al productor local y haciendo mucho hincapié en el uso del producto de nuestra tierra. Además, nos especializamos en carnes maduradas, y para ello contamos con el apoyo de uno de los mayores proveedores de carnes de la isla.



Croquetas de plátano con miel de palma

José Garavito. – ¿Cómo ha sido el desarrollo de todo el proceso? el planteamiento de cocina-sala, carta de vinos, esto

tomando en cuenta que el restaurante está dentro de una de las más emblemáticas bodegas de Tenerife, como es El Lomo.

Ayoze Quintero.- El desarrollo del proceso ha sido algo complejo, dado la situación en la que nos encontramos. Respetando todas las medidas actuales del COVID 19 hemos planteado un servicio cercano en sala, donde el cliente se sienta tranquilo y relajado y pueda disfrutar del enclave natural que envuelve el restaurante.

Para la carta de vinos, la bodega cuenta con una variedad de vinos espectacular, por lo que la carta del restaurante se ha diseñado para que halla una sinergia perfecta entre ambas. Cabe destacar que este año, con el tema de los vinos habrá muchas sorpresas además de tener vinos exclusivos para el restaurante.

En el caso de la cocina, hemos optado por la exposición, tanto de las carnes maduradas como de un carro de quesos de las diferentes islas. En el desarrollo de los platos, se ha aplicado diferentes técnicas respetando siempre el producto y que el cliente pueda identificarlo en el resultado final. Y para no perder la línea que me identifica, dentro de la carta hay alguna que otra sorpresa para mantener siempre viva la llama de la curiosidad.



José Garavito. – Tenemos unos cuantos años conociéndonos y se puede decir que vimos y probamos platos de tus primeros pasos. Sé que en ese tiempo de transición has hecho muchas cosas. Pero no te lo pondré fácil. Desde aquel menú en La Orotava, si mal no recuerdo, hasta la fecha ¿como ha sido esa transformación de tu cocina?

Ayoze Quintero. - La verdad es que desde mis inicios siempre he

sido fiel a mi estilo de cocina. Siempre me ha gustado innovar y usar todos aquellos ingredientes que me causan curiosidad, además de realizar mezclas que a veces parecen imposibles.

Durante todo este tiempo me he ido formando en diferentes restaurantes como son el Mesón El Drago o el BIBO Madrid, entre otros.

Como todo cocinero siempre sigo una formación continua, lo que me ha llevado al uso y estudio de las flores comestibles, al desarrollo de una pastelería moderna de restaurante, además de la adquisición y aplicación de la cocina internacional dentro del recetario canario.

José Garavito. – ¿En qué centraste el menú de La Ceba 18? en esta época de ver el final del uso de muchas técnicas, como nitrógeno y cuantas cosas se usaron en los años de la efervescencia del Bulli y, ahora con unos comensales cada vez más exigentes y lo más importante, conocedores de la materia, y con la tendencia de volver a producto, sazón y cocina, pura y dura ¿qué nos cuentas de tu carta actual y por qué?

Ayoze Quintero.- La carta de La Ceba 18 se ha centrado en el recetario canario, respetando los sabores de infancia. Se ha desarrollado una cocina de tradición, pero con un toque actualizado donde hemos incorporado elementos de otras culturas como la asiática o la mexicana, respetando siempre el producto y el sabor tradicional.

En el tema de la repostería nos hemos decantado en reinterpretar postres como el *“Príncipe Alberto”* o crear un postre de restaurante con nuestra famosa *“Berlina”*.



“Príncipe Alberto” o crear un postre de restaurante con nuestra famosa ***“Berlina”***.

¿El por qué?... pues el restaurante se encuentra dentro de las instalaciones de la Bodega El Lomo donde se realizan espectaculares vinos canarios y queríamos que la comida transmitiese y pusiese en valor la gastronomía canaria como lo hacen sus vinos.

José Garavito. – Hablemos ahora de los que tú consideras los productos estrellas de la carta y, hablemos de los proveedores, que vi, en redes, que te va esta idea de identificación con ellos, como un apoyo mutuo, lo cual, me parece muy digno y merecido.

Ayoze Quintero.- El producto estrella de la carta son las Carnes Maduradas, los quesos de la tierra y los mojos, tema donde hemos trabajado mucho para tener una gran variedad de ellos, permitiéndonos incorporar algunos de cosecha propia como son el de zanahoria y miel de palma o el mojo a la mostaza verde los cuales maridan a la perfección con los productos del mar.



José Garavito. – Planes, cuéntanos, si tienes alguna mirada o idea a los próximos cambios de carta, o vas a dejar muchos platos de la primera, según veas la aceptación por parte de

los comensales

Ayoze Quintero.- Parte de la carta podrá variar a lo largo del año, ya que trabajamos con los productos que nos va ofertando la temporada o la disponibilidad debido a que trabajamos con producto fresco y dependemos de lo que nos ofrezca el mercado.

Restaurante La Cepa 18

★★★★

restaurantelacepa18@gmail.com

[633238306](tel:633238306)

Calle el Lomo, 18. Tegueste (dentro de las instalaciones de la Bodega el Lomo)
Tegueste 38280

Un cocinero debe convertirse en emigrante si quiere que su cocina sea casi infinita

Por: José Garavito

[Entrevista con:](#) Chef Massimiliano Ferrara

[Restaurante Negramoll](#) – Santa Úrsula

Los destinos gastronómicos, como lo son las islas Canarias, tienen la suerte de atraer a gente que viene buscando establecerse con su profesión de cocineros en alguna de sus islas, esto, es gastronomía al cien por ciento ¿Qué nos traen?

Nos traen mundo, cocinas, experiencias, nuevas y tradicionales técnicas, enriqueciendo el panorama culinario del

archipiélago, por esto y muchas razones más, Canarias hoy día, ofrece mucho más que sol y playa, ofrece a sus visitantes cocinas afincadas al recetario tradicional y cocina del mundo, en franca danza con la mejor calidad de nuestros productos.

Entrevista al Chef Massimiliano Ferrara Restaurante Negramoll

José Garavito.- Siendo la cocina italiana una embajadora de pastas, harinas, arroces; te has dejado cautivar por la cocina del mar ¿Qué te apasiona de este género?

Massimiliano Ferrara.- Por las innumerables opciones que da este producto maravilloso que el mar nos regala con todos sus diferentes sabores, texturas y matices. Además, en mi caso, la creatividad se agudiza, es lo que pasa cuando eres cocinero, y claro, nos gusta trabajar con un amplio abanico de géneros diferentes. Siempre debemos estar en un estado de aprendizaje permanente, pero para mí, el mar, esos aromas y sabores, definitivamente, es mi *“huerto preferido”*, en el buen sentido de la palabra.



Salmón a la plancha sobre una vinagreta de maracuyá y mojo de cilantro

José Garavito.- ¿Que caracteriza tu cocina cuando hablamos de cocina internacional y que caracteriza tu cocina cuando hablamos de Italia?

Massimiliano Ferrara.- Mi cocina internacional se caracteriza porque, a través de nuestras propuestas, puedes emprender un viaje a diferentes partes del mundo. Un cocinero debe nutrirse de los viajes, de retos en diferentes países y regiones, conocer sus productos, sus recetas desde la base, cada lugar del mundo donde cocinas es un nuevo descubrimiento.





Desde un kebab a la pizza, Ferrara cocina de mundo

Al utilizar sus especies, su materia prima y con ello, descubrir y reconocer sus sabores, se puede decir que esto se llama 'paladear el mundo' y lo haces trabajando con chefs de todos los lugares que visitas, conociendo gente autóctona que gustosos te enseñan sus secretos de la cocina tradicional de cada lugar. Un cocinero siempre debe convertirse en emigrante,

si quiere que su cocina sea casi infinita.

Ahora, si hablamos de Italia, en mis platos podrán encontrar lo que es la esencia de la cocina italiana: materia prima de calidad con cocina tradicional la de la abuela la de toda la vida.



Lasaña, cocina tradicional la de la abuela la de toda la vida. José, cada región de Italia contiene un mundo de productos, de recetas pre y post segunda guerra mundial y ahora con una cocina vanguardista, con cocineros de gran talla que están aportando la modernidad; pero en su gran mayoría, desde el respeto de los productos italianos y su alta calidad, que te puedo decir de Italia y su gastronomía, que no te lo diga desde el corazón –reímos-.



Chef Ferrara...los cocineros debemos ser emigrantes

José Garavito.- Negramoll como restaurante es una joya gastronómica que encierra la carrera de un chef como tú. Cuéntanos un poco tu recorrido por el mundo gastronómico

Massimiliano Ferrara.- Esto es fácil, como te comenté antes, me he ido a diferentes partes del mundo, pero eso sí, antes que nada, para aprender con “*las abuelas*” ver de primera mano esas cocinas, que a veces terminas cocinando a leña, en fogones antiguos, frente a un río isí! esos que guardan la receta y la tradición culinaria de generación en generación.

Poder aprender lo que es la verdadera cocina de cada lugar, la sazón; por ejemplo, cuando llegué a Canarias, me dediqué a ir a los verdaderos guachinches para aprender, buscando descubrir los sabores de las islas Canarias solo para aprender a cocinar con la esencia, recuerda que cada región y a veces en distancias cortas, los paladares guardan diferentes registros, eso siempre hay que tenerlo en cuenta.



Producto del mar fresco del día es lo que se sirve en Restaurante Negramoll. Lapas

Y con todas las experiencias y aprendizajes, vas creando tu cocina particular de la zona, es inevitable no hacer una fusión, con tu recorrido por el mundo, tu creatividad, tu parte alquimista, terminas dando el toque personal, tu sello. En pocas palabras, la región se integra a tu cocina.

José Garavito: La cocina italiana es quizás, una de las cocinas con más adeptos en todo el mundo. ¿A qué crees que se debe esto?

Massimiliano Ferrara.- A la variedad infinita de sabores y sensaciones que puede producir la cocina italiana en tu paladar. Además, Italia ha sido un país de muchos emigrantes, llevando de la mano, sus recetas, productos, técnicas. En el continente americano ni se diga, espaguetis, risotto, pizza son recetas que se han hecho parte del día a día en muchísimas partes del planeta, por lo menos en el mundo occidental. Se puede decir que es una de las gastronomías con más influencia y presencia.



Calidad y buena cocina, es la orientación que llevamos en Restaurante Negramoll

Aunque no mucha gente lo sepa, en el recetario italiano puedes encontrar de todo, desde platos con mucha presencia de carne, exquisiteces de platos de pescado, pastas y verduras a granel; tenemos un recetario rico, muy rico, frutas, gelatos, que te puedo decir, todo lo que puedes pensar gastronómicamente está en la cocina italiana, es para todos los paladares de ahí su

popularidad en casi todas partes del mundo.

José Garavito.- Cuando hablamos de cocina italiana lo primero que se nos viene a la mente es pasta o pizza. Pero ¿Qué come el italiano? Hablamos de la cocina de tu región, Nápoles.

Massimiliano Ferrara.- Son íconos, ideas que se van fijando, que se van creando con los años, con la publicidad. Ees igual que aquí en España, fuera se piensa que se come paella a diario, pero no es así, te aseguro -y tú has visto mi cocina- que el recetario italiano es realmente extenso, el abanico gastronómico de Italia es muy amplio, de mucha variedad, de siglos de tradición, y cuando la cocina de una región tiene los siglos que tiene dando de comer Italia, casi podemos hablar de infinidad.

La cocina de mi región se caracteriza, como decía antes, por la amplia variedad que tiene. Para que me puedas entender, en la cocina de mi región podemos encontrar desde la más extensa variedad de especies de pescados tan maravillosos como los de Andalucía; carne con cortes exclusivos, con excelente crianza, lo que nos lleva a que sea una carne exquisita cómo en Asturias; mariscos como en Galicia... en fin, en mi región y en toda Italia se puede degustar una variedad infinita en productos de calidad superior.



Una muy selecta selección de vinos Canarios, de España y de Italia

Esa filosofía, de calidad y buena cocina, es la orientación que llevamos en Restaurante Negramoll, queremos que se nos reconozca por este tipo de cualidades, y es lo que todo comensal espera a la hora de elegir un restaurante.

Con una selección, que más que cantidad, nos decantamos por

buenos vinos que maridan con toda la carta, un servicio atento y conocedor de lo que pasa en cocina. Somos un restaurante, sencillo, pero de mucha calidad.



Una especialidad del Chef Ferrara...cocinar con frutos del mar

José Garavito.- Aunque estamos en momentos difíciles, las personas debemos aprender a valorar ese binomio de propuesta de un restaurante que significa producto de calidad más buena cocina, sin lugar a dudas en una garantía de éxito. En un restaurante como Negramoll ¿cuánto pesa estas dos premisas?

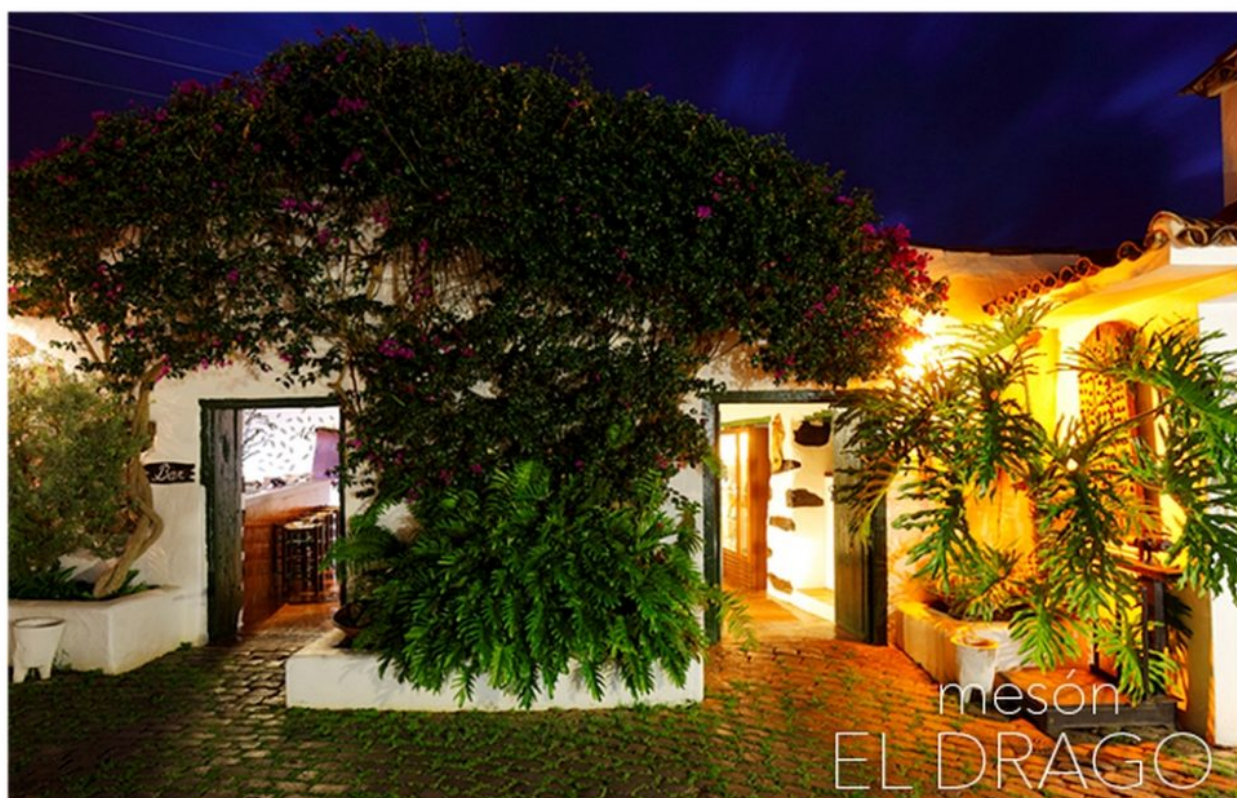
Massimiliano Ferrara.- Para nosotros estas dos premisas son lo fundamental, mi cocina se basa en ellas, se llama honestidad, se llama profesionalidad, a ver, tu cocina no habla sino de ti y de tu local, no es difícil entender que la gente va a comer a tu casa, por eso hoy día la confianza es un factor fundamental a la hora de conquistar clientela, y en mis cartas, en mis platos es lo que vas a encontrar. Eso sí, hecho a mi manera.

Es imposible no escuchar atentamente a mis clientes para descubrir cuáles son sus necesidades básicas

Si hay un apellido de mucho peso gastronómico en las Islas Canarias, ese apellido, sin lugar a dudas es 'Gamonal'. Ha logrado convertirse en sinónimo de excelencia en todo lo que cocina canaria se refiere, de hecho, considero que venir a Tenerife y no ir a comer al [Mesón El Drago](#) (Tegueste), es irte y no conocer una buena parte de nuestra identidad, es tan importante, turística y gastronómicamente hablando que, resultaría igual de significativo que dejar de ir algún punto emblemático de Canarias.

Y es la magia de los alimentos lo que más nos interesa ahora.

El Drago, referente que rompió estándares en una época donde, hablemos claro, no había tanta “manga” para obtener una estrella Michelin; el restaurante [El Drago](#), capitaneado por Don Carlos Gamonal, lo logró. Y lo hizo con cocina canaria pura y dura, pero hay que aclarar un punto donde muchos se equivocan, no fue la primera estrella en llegar a Canarias, ya que la primeriza la obtuvo un restaurante en Gran Canaria, cuyo nombre no aparece en hemerotecas, así que, continuaré investigando, restaurante El Patio y El Drago fueron simultáneas.



Una vista nocturna del Mesón El Drago

Aclarado el punto, volvamos a la segunda generación del restaurante El Drago, Carlos Gamonal, con quien tengo una gran amistad, de la cual, tengo que decirlo, siento un especial orgullo. Carlos es de esos cocineros que aparte de su gastronomía, también puedes filosofar y debatir puntos interesantes de cualquier otro tema, aunque siempre, de una manera u otra, la gastronomía y la música se llevan la mayor importancia.

En esta corta entrevista, en esta *“nueva normalidad”* hablaremos con Carlos Gamonal, ya un poco maduro (el Peter Pan de Carlos cree que ya no tiene mucho que hacer por ahí) y con una piel bien curtida en todo a lo que cocinar en Canarias se refiere.



Ostentó Estrella Michelin con su cocina canaria

El Drago y todo su equipo, Priscila Gamonal (Capitana del barco) Jaqueline Rivero, una jefe de sala brutal, un segundo en cocina que nos ha contado la historia completa de este emblemático restaurante canario, Fran Hernández con más de treinta años a bordo, El Drago, es uno de los mejores catering de Canarias.



Gamonal: es imposible no escuchar atentamente a mis clientes para descubrir cuáles son sus necesidades básicas

José Garavito. – ¿En qué momento profesional te encuentras ahora mismo tras toda una vida entre fogones?

Carlos Gamonal. – En un momento dulce. Mi equipo de trabajo es fiel y estable, compartimos el objetivo de disfrutar de nuestro trabajo y evitamos el estrés.

José Garavito. – ¿La innovación siempre está en tu cocina? ¿en qué trabajas ahora mismo?

Carlos Gamonal. – Continúo con mi proyecto de paisajes comestibles en una nueva fase en la que damos mucha importancia a los vegetales (flores, hojas, tallos y raíces) que no son habituales, quiero decir que no los encuentras en el mercado con facilidad...por el momento. Cocinar con estos ingredientes supone una explosión de sabores en la boca y nos permiten ofrecer una cocina de mercado mágica. Y es la magia de los alimentos lo que más nos interesa ahora. Como dijo el filósofo griego: que la medicina sea tu alimento y los

alimentos tu medicina.



José Garavito. – ¿Qué haces para reinventarte?

Carlos Gamonal. – Al analizar el tiempo vivido entre fogones, reconozco que no hago nada en particular, todo ocurre delante de mis ojos y siempre es de pura sorpresa. Mi principal labor consiste en estar bien atento. Como mantengo intacta mi curiosidad de niño, me dejo empapar por los conocimientos y las ayudas de las personas que se cruzan en mi camino

aportando ideas y, a partir de ese punto, simplemente fluyo adaptándome a las nuevas circunstancias.

Me es imposible evitar aplicar en cocina las novedades que aparecen, de la misma forma que me es imposible no escuchar atentamente a mis clientes para descubrir cuáles son sus necesidades básicas. Manteniendo esa sintonía en el trabajo, el reinventarse viene solo... vivimos en un mundo en continuo cambio y en mi casa, opinamos que tiempos pasados nunca fueron mejores.



La caldereta de cherne con papas negras

Mi equipo y yo sabemos que vivimos en el paraíso, nos sentimos orgullosos de practicar cocina paradisiaca.

Carlos Gamonal

José Garavito. – ¿Cómo defines tu cocina?

Carlos Gamonal. – ¡Qué pregunta más bonita! Nuestra cocina siempre ha sido limpia, sana, abundante y libre de alimentos transgénicos. Además, es una cocina sabrosa, honesta y regional. Mi equipo y yo sabemos que vivimos en el paraíso, nos sentimos orgullosos de practicar cocina paradisiaca. El amor es nuestro ingrediente básico y la compasión es la sal que nunca debe faltar al cocinar.

José Garavito. – ¿Qué platos destacas del menú que presentas en El Drago?

Carlos Gamonal. – La caldereta de cherne con papas negras, la ensalada de tomate relleno de atún patudo, la delicia de cochino en salmorejo, el puchero canario de las siete islas en sus versiones clásica y modernista, el chuletón de buey madurado con las bacterias que habitan en mi nevera, la torrija carnavalera con helado doble nata de leche de cabra, las chuletitas de conejo fritas en mojo picante de almendras...los snacks de frutos secos “*gofiosfera*” o los ajos maltratados. Realmente nombraría todos los de nuestra carta, cocinamos para que cada una de nuestras elaboraciones tenga su sabor especial...para que los clientes los recuerden en su paladar mental y, de vez en cuando se acuerden de nosotros y los vengán a saborear de nuevo.



La caldereta de cherne con papas negras

José Garavito. – El catering es otra actividad fuerte del Mesón El Drago. ¿Qué distingue este servicio que conlleva tanta responsabilidad?

Carlos Gamonal. – Es un trabajo deliciosamente difícil de ejecutar con éxito. Requiere mucho esfuerzo y dedicación, escuchar con atención las peticiones particulares de cada cliente para cumplir sus objetivos. El objetivo más importante de nuestros clientes suele ser que sus invitados queden contentos y satisfechos. Cualquier servicio de catering necesita una planificación larga para una ejecución corta. Nosotros cerramos el restaurante cuando nos contratan banquetes, así me aseguro tener a mi equipo trabajando conmigo. Juntos somos más.



Carlos Gamonal chef y artista

José Garavito. – ¿Qué estrategia has tomado de cara a capear la crisis sanitaria?

Carlos Gamonal. – Nuestra estrategia ha sido la de transmitir seguridad a nuestros clientes cumpliendo la normativa he intentado dar un paso al frente, tenemos la suerte de que contamos con un espacio amplio y una terraza al aire libre. Además, esta crisis ha servido para poner en practica nuevas formas de servicio, tanto en el restaurante como a la hora de servir un cóctel o evento en el exterior

Los últimos 10 años han

supuesto un gran avance en la recuperación del Cochino Negro Canario

El cerdo es parte de la historia gastronómica de la humanidad como uno de los animales más importantes que aportaron en su momento, comida, pieles para vestimenta, manteca para conservas, huesos para la elaboración de herramientas, armas y adornos, por ejemplo.

El Cochino Negro canario, queridísima y apreciada raza porcina, data de tiempos prehispánicos, tiene sus posibles orígenes, o mejor dicho 'su arribo', a las Islas Canarias, en la isla de La Palma, aunque se han encontrado restos en la mayor parte de los yacimientos arqueológicos del archipiélago, cuyos hallazgos nos arrojan una temporalidad de más de 2.500 años.



Se han encontrado restos en la mayor parte de los yacimientos arqueológicos del archipiélago, cuyos hallazgos nos arrojan una temporalidad de más de 2.500 años.

La raza, como la conocemos actualmente, se debe gracias a la mezcla genética que posiblemente recibió de razas británicas, así como de la raza ibérica traída a Canarias desde la península a razón de la conquista de Canarias por parte de los españoles.

Cochino Negro Canario

Actualmente la mayor parte de los animales se encuentran en Tenerife y Gran Canaria. El cochino negro es la única raza porcina autóctona de las islas Canarias y está incluida dentro del catálogo oficial de las *“Razas Ganaderas de España”*, además, está dentro del contexto de las Razas Autóctonas de España como Raza de Protección Especial, por encontrarse en grave peligro de extinción.

[Canariasgourmet!](#) ha querido hablar con una de las personas con mayor intervención en lo referente al cuidado y cría de esta especial raza canaria, quien además, participa en todo lo referente a proveer a los chefs que durante todos estos años han participado en el Festival del Cochino Negro, y es jurado permanente en el Campeonato de Pata Canaria, el cual se realiza en el mencionado festival. Hablaremos con [Fidel Dorado](#), presidente de **Asociación de Criadores de Cochino Negro de Canarias**, la primera empresa canaria dedicada a la comercialización de la carne del cochino negro que, además, esta constituida por ganaderos de la isla de Tenerife.

La Entrevista

José Garavito.- El cochino negro canario viene de una franca recuperación, ya que, como sabemos, estuvo a punto de extinguirse en años atrás. ¿Cuál es la situación actual de las granjas que crían esta raza canaria?

Fidel Dorado.- Los últimos 10 años han supuesto un gran avance en la recuperación del Cochino Negro Canario, pasando de una producción totalmente residual a la aparición de granjas profesionales y la consolidación del producto en las cocinas de todo el archipiélago.

Sin embargo, la raza aún está en la categoría de razas en peligro de extinción por lo que no debemos relajarnos. Es fundamental seguir desarrollando el sector para consolidar lo conseguido en estos años. En este sentido, desde la Asociación de Criadores seguimos trabajando codo con codo con ganaderos y Cabildos para generar oportunidades de desarrollo tanto desde el punto de vista de la conservación de la raza, con el mantenimiento del Libro Genealógico del Cochino Negro, pasando por el asesoramiento a nuestros socios ganaderos y la colaboración con las administraciones locales hasta llegar a la certificación de la carne de nuestros animales en los mataderos insulares.



La Asociación de Criadores seguimos trabajando codo con codo con ganaderos y Cabildos para generar oportunidades de desarrollo tanto desde el punto de vista de la conservación de la raza

José Garavito.- Con la actual situación mundial producida por el coronavirus ¿cómo se han vistos afectados los ganaderos?

Fidel Dorado.- Los ganaderos han pasado unos meses difíciles, igual que el resto de la población. En nuestro caso, el sector está formado por explotaciones de medio y pequeño tamaño, cuya producción se comercializa de forma directa desde el matadero a los clientes, que en un 80% pertenecen a la restauración y hostelería por lo que ha sido una situación muy complicada desde el punto de vista económico, ya que no sólo se ha dejado de vender, sino que cada semana que los animales no salen a comercialización aumenta el gasto de la granja en alimentación convirtiéndose en un problema por partida doble.

El sector primario lleva en abandono progresivo demasiado

tiempo y las dificultades para obtener permisos para crear granjas hacen el proceso casi imposible.

Por suerte muchos de nuestros ganaderos disponen de puntos de venta propios (carnicerías, puntos de venta en mercadillos de agricultores) que les ha permitido aguantar mejor el golpe. En cualquier caso, con la situación actual de la pandemia se va recuperando poco a poco la actividad en la restauración y eso nos permitirá ir recuperando la normalidad gradualmente.

José Garavito.- El cierre de la restauración y hoteles, es claro que tiene que estar afectando a los canales de comercialización ¿qué planes tiene el sector ganadero para poder solventar esta fuerte paralización?

Fidel Dorado.- En estos meses de confinamiento hemos trabajado para establecer nuevas vías de comercialización a través de industrias locales, que además de valorizar el producto pueden llevar la carne de cochino negro canario a las grandes superficies, donde su presencia ha sido prácticamente nula hasta ahora.

También se ha potenciado la venta directa a los consumidores a través de los puntos de venta propios de los que disponen algunos ganaderos, que se han adaptado a la situación implementando repartos a domicilio y mejorando la oferta de productos de elaboración propia, para intentar compensar la pérdida de ventas en restauración y hostelería.

Todo esto ha permitido reducir el impacto económico en muchas explotaciones, que de otra manera hubieran tenido serios problemas para mantener a los animales.



Los últimos 10 años han supuesto un gran avance en la recuperación del Cochino Negro Canario

José Garavito.- ¿En las grandes superficies se está comercializando esta raza porcina?

Fidel Dorado.- La venta en grandes superficies es prácticamente nula, ya que la mayoría de los ganaderos optan por una venta directa a carnicerías tradicionales y puntos de venta propios, y fundamentalmente restauración y hostelería. La razón es que todas las granjas son de pequeño tamaño y no disponen de volumen suficiente para abastecer a este tipo de empresas, al menos por el momento, por lo que se busca una vía comercial más directa, que permita al ganadero obtener un pequeño margen comercial con el que subsistir.

No obstante, creo que el futuro y las posibilidades de seguir creciendo como sector pasan por derivar una parte de la producción hacia las grandes superficies, y estamos dando los primeros pasos en este camino.

José Garavito.- Como presidente de la Asociación de Criadores de Cochino Negro de Canarias, ¿Cuáles serán las ayudas requeridas para que nuestra raza autóctona no se vea afectado por la paralización y siga en franco crecimiento y recuperación?

Fidel Dorado.- Creo que los efectos de paralización de la restauración y la hostelería sólo se pueden paliar diversificando la comercialización de nuestros productos. Las ayudas económicas son importantes para aguantar situaciones extraordinarias como esta, pero considero que los paquetes de ayudas propuestos son adecuados en general, y además hay sectores que se han visto mucho más afectados, con pérdida de puestos de trabajo, cierres y demás.



La quinta edición del [Festival del Cochino Negro](#) quedó para el 2021

Sin embargo, lo que el sector necesita para crecer son cambios en la política territorial que facilite la creación de explotaciones ganaderas. El sector primario lleva en abandono progresivo demasiado tiempo y las dificultades para obtener permisos para crear granjas hacen el proceso casi imposible. La verdadera ayuda que necesita la ganadería en Canarias es una estrategia real por parte del gobierno para desarrollar el sector primario, y esto pasa por un mejor equilibrio entre las ayudas a la importación y a la producción local, la calificación de terrenos para producción primaria y mejorar el

marco legislativo para agilizar la burocracia necesaria para la creación de explotaciones.



El crecimiento de la demanda ha sido lento y muy gradual.

José Garavito.- ¿Con cuantas granjas dedicadas al cochino negro se cuenta actualmente?

Fidel Dorado.- Actualmente, la Asociación de criadores de cochino negro de canarias cuenta con 21 explotaciones asociadas (9 en la provincia de Gran Canaria, y 12 en Tenerife). El censo es unas 500 cerdas reproductoras, que producen unos 6000 cochinos al año.

José Garavito.- ¿Cómo y por qué ha subido la demanda de esta carne?

Fidel Dorado.- El crecimiento de la demanda ha sido lento y muy gradual. Por una parte, los Cabildos hicieron un gran esfuerzo por fomentar la recuperación de la raza, el sector ganadero respondió y el apoyo del sector de la restauración, con algunos de los mejores chefs de Canarias a la cabeza, han permitido valorizar el producto y darle visibilidad.

Creo que estos tres elementos son los pilares sobre los que se ha generado el éxito del Cochino Negro Canario. Como decía, ha sido un proceso lento y gradual, pero se ha creado una base muy sólida sobre la que se puede desarrollar una actividad importante en los próximos años.

José Garavito.- ¿Se está trabajando para la obtención de una IGP para nuestro cochino negro? ¿Qué se necesita para su obtención?

La certificación del origen de la carne de cochino negro, y su diferenciación por medio de etiquetados oficiales es el principal objetivo de la Asociación de Criadores.

Actualmente estamos desarrollando el Pliego de condiciones para obtener una certificación del Ministerio de Agricultura, el logotipo "*100% autóctono*", a lo largo del este año. A partir de ahí, el siguiente paso sería intentar obtener una IGP.



La producción es pequeña y aún no tenemos oferta suficiente

para la demanda local.

Para ello necesitamos seguir trabajando en la conservación de la raza y aumentar el número de animales inscritos en el Libro Genealógico, que es lo que garantiza la trazabilidad de los animales desde su nacimiento hasta que llegan al punto de venta.

José Garavito.- ¿Hay planes de exportar este ganado y sus derivados?

Fidel Dorado.- Por el momento no. La producción es pequeña y aún no tenemos oferta suficiente para la demanda local. Como decía anteriormente, es muy complicado crear nuevas explotaciones y eso supone un gran escollo para un crecimiento a nivel industrial.

José Garavito.- Por último, explícanos la diferencia entre la carne del cochino ibérico y la del cochino negro canario.

Fidel Dorado.- El cerdo ibérico y el cochino negro canario son "*primos hermanos*". Casi todas las razas autóctonas porcinas españolas tienen una influencia genética importantes del cerdo ibérico, por lo que la carne tiene bastantes similitudes, fundamentalmente en cuanto a su ternura y el nivel de grasa.



Actualmente, la Asociación de criadores de cochino negro de canarias cuenta con 21 explotaciones asociadas (9 en la provincia de Gran Canaria, y 12 en Tenerife).

Algunos estudios sugieren que el cochino negro canario puede tener una mayor capacidad de infiltración de grasa intramuscular, lo cual es muy beneficioso para la calidad de la carne ya que aporta jugosidad y sabor.

Considero que la carne de cochino negro canario tiene mejor calidad para consumo en fresco. Sin embargo, aún no podemos compararnos con el sistema de cría extensiva en dehesa del cerdo ibérico, del que se obtienen los jamones de bellota, que es un producto de una calidad excepcional.

Los productos curados de cochino negro canario, criado en extensivo en fincas de castañas, podría ser una de las vías sobre la que construir una nueva industria basada en el producto de excelencia.

José Garavito.- ¿Alguna reflexión para el sector?

Fidel Dorado.- Sólo felicitar a los ganaderos por el buen trabajo realizado para aguantar esta crisis, y animarlos a seguir trabajando juntos para mejorar el sector y garantizar un futuro sostenible.

Por otro lado, enviar un mensaje de ánimo a los compañeros restauradores, que han sido los mayores afectados por toda esta situación. Entre todos lograremos volver más fuertes.

El restaurador que ofrezca seguridad tiene mucho que ganar

Muchas veces conocemos colegas en diferentes circunstancias, pero si uno puede considerarse afortunado por conocer a una persona y colega en cualquier ocasión, este colega o uno de ellos, les aseguro que es [Francisco Belín](#). Profesional a tiempo completo, siempre con una voluntad de colaboración impresionante, me atrevería a denominarlo el “caballero de la gastronomía” y sé, que una gran mayoría estará de acuerdo conmigo.

Hoy les traigo esta pequeña entrevista como preámbulo al programa del jueves 18 de [“Hablan los expertos”](#) que les aseguro, tiene mucho que aportar al sector.

La Entrevista

José Garavito.- Hablar hoy día de comunicación y publicidad, al igual que la mayoría de todos los rubros de nuestra

sociedad actual, todos ellos han cambiado a raíz del COVID-19. ¿Cómo te planteas ahora desarrollar lo que hasta hoy has venido haciendo? ¿Cuáles serán tus ajustes en este sentido? o ¿planteas hacer exactamente lo mismo y de la misma forma hasta ahora?

Francisco Belín.- La comunicación, la información, el periodismo (en todas sus vertientes y formatos tanto de expresión como de medios) no es algo monolítico, sino que fluye respecto a los movimientos de una sociedad que paulatinamente ha demandado el producto informativo para estar al tanto de lo que acontece en un mundo globalizado.

No hay más que observar el desarrollo de las redes sociales. La Covid-19 constituyó un zarpazo bestial y, por ende, un impacto difícil de asimilar de primeras por todos-as y que, además, 'invitaba' a augurar horizontes dramáticos también para el periodismo. En mi caso particular intenté diseccionar entre elucubraciones y lo que deparará el día a día (con visos diferenciados y diferentes a cada paso que avanzamos), intentando aportar lo valioso de la información especializada para arrimar el hombro durante el confinamiento y en la presente escalada.

En estos momentos el bagaje de cada periodista y comunicador es relevante para adaptarlo a la exigencia de la realidad que vivimos y, en mi caso particular, no me reinvento si no me planteo a la adecuación de las labores que sean de verdad más útiles para la gastronomía y la sociedad.



El restaurador que ofrezca seguridad tiene mucho que ganar

José Garavito.- ¿Cómo crees que puede mantenerse el “alto nivel gastronómico” con la poca asistencia a los restaurantes?

Francisco Belín.- Es indudable que el alto nivel gastronómico como la alta cocina precisan de un incesante fuelle económico. No olvidemos que los establecimientos de gran prestigio precisan de enormes esfuerzos para igualar gastos-ingresos y que los márgenes de cocineros-as mediáticos proceden de otras actividades y acuerdos comerciales.

Esa alta restauración está anunciando tímidamente las reaperturas, pero muchos se replantearán el concepto de su filosofía y creación culinaria que desarrollaban hasta el parón universal. Como en toda hecatombe considero que habrá

selección natural y unos proseguirán y otros quizá deban cerrar si no pueden ceñirse a tal y como eran..



RADIO
concúrcuma

José Garavito.- Hay nuevos hábitos de consumo, eso es innegable y, además, hay que acotar que son los cambios del perfil del consumidor que más rápido se han instalado en la sociedad, en cuestión de semanas, todo cambió. ¿Cómo crees que el restaurante debe afrontar estos cambios? no solo de hiper higiene, sino ahora, que la gente ha descubierto que puede hacer muchas cosas en casa ¿con qué estrategia piensas que deben abordar esta nueva frontera? ¿Con el delivery?

Francisco Belín.- Me gusta insistir en ese aspecto de la pregunta que abría la entrevista y que está relacionada con aspectos, si se quiere, antropológicos. No va a ser lo mismo lo que nos figurábamos en los primeros compases del confinamiento que lo que estamos viviendo día a día y con el día 22 de junio trazado como la vuelta a una normalidad 'diferente'.

Cuando fuimos por primera vez al restaurante pudimos sentir 'miedo'. Por un lado, el restaurador que ofrezca seguridad tiene mucho que ganar; segundo, y respecto al consumidor, en estos comienzos no abarcará demasiados establecimientos, sino que repetirá en esos de máxima confianza. En cuanto al formato delivery, harina de otro costal, puede ser un camino a explorar (y exigente) pero intuyo que no demasiados restauradores lo seguirán.

José Garavito.- ¿Piensas que existe una fórmula mágica para lograr éxito en el ámbito gastronómico? estandarizando el tema en una misma calidad, ¿cuál crees tú que es la razón para tantos restaurantes abran y cierren al poco tiempo?

Francisco Belín.- Como se suele decir, me alegra que me haga esa pregunta! Nunca, en ningún campo de la vida, existen fórmulas mágicas, pero sí acertadas a las condiciones que se presentan y se pueden dominar. Sin darnos cuenta, la gastronomía, la variedad y calidad gastronómica unida a otros factores incluso el del ocio, se nos ha colado en la vida cotidiana y, por tanto, paulatinamente hemos sido más o menos

exigentes con la restauración.

Al final existen variables muy palpables que hacen que un restaurante a golpe de talonario cierre con estrépito y que un local familiar se mantenga por generaciones, pero lo más destacable es saber cuáles son las fortalezas y debilidades de la propuesta y servicio al comensal en cada caso para que la restauración sea rentable.



José Garavito.- Aparece ante nosotros una nueva realidad a la que nunca nos habíamos enfrentado ¿qué necesitamos? Llegar a nuevos clientes, fidelizar a los que ya hay, introducir una

nueva carta ¿no se engloba todo en una buena comunicación? ¿podemos lograrlo con buenos comunicadores aliados?

Francisco Belín.- Claro. Es lo que pasa tras cualquier “huracán” que arrasa con “lo que conocíamos” y con razón, con razones del humano y comprensibles, cada uno clamamos por ayuda y apoyo. Los sectores que podemos considerar gastronómicos (restauración, turismo, hotelería, sector primario incluso los relacionados con la sostenibilidad ambiental) han tenido un gran aliado: la comunicación especializada. ¡Que también ha sufrido un descalabro absoluto!

No olvidemos que aquella explosión de la gastronomía española de los Arzak, Subijana, Adriá, Aduriz... estuvo escoltada por renombrados periodistas entendidos en cocina y vitivinicultura y que perseveraron en una labor denodada para que la gastronomía se posicionara entre los temas hoy punteros de interés de la sociedad.

Ahora toca definir cuáles son los caminos más eficaces para desarrollar esa labor de ‘altavoces’ y que el conjunto de profesionales quizá pueda conformar una piña con objetivos comunes; asimismo, pensar en formar y preparar a conciencia a futuros comunicadores-as especializados ante los nuevos desafíos (y no tozudamente relacionados con la crítica gastronómica).

José Garavito.- ¿Crees que las proliferaciones de agencias de comunicación le están haciendo un gran daño a los medios especializados y al propio restaurante? ¿porqué?

Francisco Belín.- Nada es ‘malo’ porque sí. Lo dañino comienza cuando la proliferación de cometidos comienza a empañarse por una praxis basada en el intrusismo y en la que no hay orden y ni concierto, con la consabida actividad de algunos-as “salvapatrias” que se reactivan al olor de los billetes ya vengan de la gastronomía o de coches de alta gama.

En el orden natural de las cosas, los empresarios de la

restauración saben muy bien cuáles son unas prestaciones u otras y, a veces, se dejan llevar por algún 'canto de sirena' aunque siempre sabiendo a pies juntillas que quizá esa agencia no va a ser útil.

En muchas ocasiones vendrá la certeza y será demasiado tarde para reconocerlo. Puede gustar más o menos un estilo u otro de comunicadores-periodistas especializados, pero son los que van a precisar en las estrategias y los objetivos. Claro, que para eso hay que pagar como se paga a la empresa que se encarga de la higiene del restaurante.



Lo que dan en denominar '*nueva normalidad*' puede cambiar esta realidad, pero, por supuesto, en muy buena parte desde el origen, es decir, desde los empresarios que se cuestionen qué merece más la pena.

José Garavito.- Dinos 6 consejos que le darías a los restauradores en cuanto a comunicación se refiere.

Francisco Belín.- Confianza y seguridad en un comunicador afín (que no servil) al concepto que se marca la empresa; incluir la comunicación como un elemento más del escandallo general;

no ser cicateros y sí marcar un justiprecio en la remuneración del comunicador en el que se deposite esa confianza; favorecer sinergias con otros restauradores que reflejen movimientos y tendencias interesantes para la sociedad; que un reportaje puntual, por espectacular que sea, no va a salvar a un restaurante en momentos bajos; que la comunicación supone fluidez, marca, reconocimiento, renombre y que puede ser versátil en busca de los objetivos que se pretenden.

José Garavito.- Para terminar, ¿qué crees que pasará con los medios convencionales? ¿Desaparecerán o deberán reinventarse? ¿cómo ves el futuro a mediano plazo de la publicidad y comunicación?



Francisco Belín.- José. Recuerda aquel tema musical célebre de que *“el vídeo mató al locutor estrella de la radio”*. Nunca pasó. De todo esto que planteas se ha hablado en décadas y, al final, acontecimientos como la pandemia –como la fue la crisis de 2008- pueden haber dado en la línea de flotación de medios generalistas o revistas especializadas.

Pero, de cualquier forma, siempre estarán las PERSONAS, los-as profesionales que en cada caso van –y para eso están preparados- a diseñar fórmulas eficaces; esa rueda nunca va a parar.

Ahora bien y como afirmé en principio, vaticinando soy pésimo pero mi corazonada sí es que el futuro de la publicidad y la comunicación se encuentra ante un “*libro en blanco*” por escribir y entre todos-as se puede fortalecer un panorama que atañe a la globalidad de los que, en un cometido u otro- hacemos posible la gastronomía a diario y escribiendo aquí y ahora lo que será el futuro.

Regístrate gratis en: <https://www.canariasgourmet.es/registro/>

• MASTER CLASS EN DIRECTO •
HABLAN LOS EXPERTOS

COMUNICACIÓN & GASTRONOMÍA POST-COVID

'RESILENCIA' LA NUEVA NORMALIDAD



JUEVES 18 - 19:00 HORAS
www.canariasgourmet.es/registro

Centrarnos en dar valor al sector primario, pilar fundamental de nuestra oferta gastronómica

‘Centrarnos en dar valor al sector primario’; poco puedo decir de mi ‘compañera de batallas’, ganadas y perdidas. Creo que me equivoco como moderador de este ‘Hablan los Expertos’, porque podría contarles mucho de ella, pero no sería justo (el texto descriptivo sería muy extenso), así que lo dejo para aquellos que la conocen. [Leonor Mederos](#), periodista especializada y editora de la [Revista Iberoamericana de Gastronomía Cielo Mar & Tierra](#), como parte de nuestra historia gastronómica, también forma parte de este encuentro.

La Entrevista

José Garavito.- Hablar hoy día de comunicación y publicidad, al igual que la mayoría de todos los rubros de nuestra sociedad actual, todos ellos han cambiado a raíz del COVID-19. ¿Cómo te planteas ahora desarrollar lo que hasta hoy has venido haciendo? ¿Cuáles serán tus ajustes en este sentido? o ¿planteas hacer exactamente lo mismo y de la misma forma hasta ahora?

Tanto en [Canariasgourmet!](#) como en la [Revista Cielo Mar & Tierra](#); somos fieles a nuestra línea editorial, y como tal, su filosofía continuará siendo la misma que desarrollamos desde hace más de 12 y 8 años de continuidad y, en la que el equipo, ‘cree a pies juntillas’.

Leonor Mederos.- Tanto en [Canariasgourmet!](#) como en la [Revista Cielo Mar & Tierra](#); somos fieles a nuestra línea editorial, y

como tal, su filosofía continuará siendo la misma que desarrollamos desde hace más de 12 y 8 años de continuidad y, en la que el equipo, 'cree a pies juntillas'.

Si hablamos de ajustes -pre, durante y post covid-naturalmente, como todos, tenemos que reinventarnos iy así lo hemos hecho!. Durante la cuarentena nos olvidamos de la parte comercial y nos enfocamos a servir como 'agencia de comunicación solidaria' para apoyar a todo el sector y divulgar, sin miramientos; aperturas de mercadillos, delivery, aperturas de terrazas, etc. Comenzamos con las MasterClass online gratuitas para aportar nuestro granito de arena reuniendo a los mejores profesionales. Y precisamente este un concepto que llegó para quedarse en Canariasgourmet! y que iremos mejorando, para ello, tenemos la suerte de contar con equipo joven ial que le encantan los retos!.

Nuestra visión a medio y corto plazo, es centrarnos en dar valor al sector primario -pilar fundamental de lo que debe ser nuestra propuesta gastronómica y lo que nos diferencia de otras comunidades españolas- abrir ventanas a las nuevas generaciones y comenzar, de inmediato, en nuestro proyecto de estimular el turismo interinsular para generar economía y 'querernos un poquito más' en estos tiempos tan difíciles que nos ha tocado vivir.



José Garavito.- ¿Cómo crees que puede mantenerse el “alto nivel gastronómico” con la poca asistencia a los restaurantes?

Leonor Mederos.- Creo que el cocinero o empresario que trabaja con unos ‘estándares altos’ siempre han conocido los riesgos, y si han tomado la decisión de abrir en estos tiempos, deben naturalmente ser fieles a su oferta gastronómica, porque es precisamente eso lo que espera su clientela. No obstante, la situación actual nos permite jugar un poco para poder seguir siendo rentables y creo que una excusa como esta, no volverán a tenerla.

Si cuentan con un equipo creativo o una agencia ‘real’ que sirva de socios para aportar ieste es el momento de crear conceptos alternativos lowcost en un mismo espacio!... a mi se me ocurren mil ideas generadoras de empatía.; por ejemplo, un pequeño menú de picoteo extenso a bajo coste por tiempo limitado en tiempos de COVID. Lo único que tengo seguro, es que estáticos -como veo a muchos- no se pueden quedar, porque a diferencia, el momento actual se mueve constantemente, y sin

avisar para prepararnos.

José Garavito.- Hay nuevos hábitos de consumo, eso es innegable y, además, hay que acotar que son los cambios del perfil del consumidor que más rápido se han instalado en la sociedad, en cuestión de semanas, todo cambió. ¿Cómo crees que el restaurante debe afrontar estos cambios? no solo de hiper higiene, sino ahora, que la gente ha descubierto que puede hacer muchas cosas en casa ¿con que estrategia piensas que deben abordar esta nueva frontera? ¿Con el delivery?



Leonor Mederos.- Creo que más que cambios de consumo nos hemos 'autoprogramado' de forma obligada. Como consumidores hemos tenido un tiempo de reflexión para fijar prioridades, hemos aprendido a cocinar y le hemos vuelto a coger el gusto de quedarnos en casa. Ahora somos mucho más exigentes que antes y no nos va a bastar con que me hables de protocolos de seguridad y de lo bien que lo haces, porque voy a necesitar más.

Leía recientemente una entrevista a **Rafael Ansón** en la que

hablaba de las 4S que el cliente actual espera de un restaurante (sostenible, solidaria, saludable y satisfactoria); yo añadiría una 'T de transparente'. Y justo aquí entra la importancia de comenzar a comunicar de forma real y sincera, marcar un buen plan de comunicación y comenzar a crear empatía poniéndote en los zapatos del que 'con una economía mermada', debe escogerte entre sus alternativas.

En el caso del delivery, estoy convencida que llegó para quedarse y los restaurantes deben aprovecharlo ihasta como una carta de presentación!.

Las 'Agencias de Comunicación' le están haciendo un daño tremendo a los medios de comunicación, pero creo que el peor daño se lo hacen al propio sector Horeca

José Garavito.- ¿Crees que las proliferaciones de agencias de comunicación le están haciendo un gran daño a los medios especializados y al propio restaurante? ¿porqué?

Leonor Mederos.- Efectivamente. A los medios de comunicación le están haciendo un daño tremendo. Pero creo que el peor daño se lo hacen al propio sector Horeca. Son muchas, incontables, las agencias de comunicación dedicadas al sector... unas tantas ofrecen un puesto seguro en los muchos premios que hay; otras, ponencias desde que firmas un contrato y las hay, quien incluso ofrece un Michelin o un Sol seguro. Lo que más gracia me da, son las que aseguran un 70 y hasta un 90 % de publicación de notas en medios de comunicación. A ver, un medio 'respetable' que mantenga una linea editorial 'clara' -y quiero entender que es precisamente donde quiere leerse el empresario- te publica una nota, pero no dos, o tres, o cuatro io muchas más de la que envían! en un mismo trimestre de una misma oferta. Yo me niego.

Creo que muchos empresarios y, coincidirán conmigo, que estas agencias nos les están aportando en valor, porque o te dejas engañar una vez, o te gusta que te engañen.

Como medios de comunicación especializados, te adelanto, se nos quedó una reunión en el tintero antes del COVID-19 para fijar una posición conjunta ante este panorama; seguramente la retomaremos en breve y nos cerraremos de forma hermética inosotros no vivimos del aire!. Y este respecto, como periodistas especializados, somos los que más sufrimos.

Te pongo un par de ejemplos. El periodista que se especializa en la crítica del cine; tiene gustosamente entradas para asistir a estrenos y para ver (en más de una oportunidad) una misma película. Porque el que invierte en cine, comprende la importancia de esta figura en la industria cinematográfica... ocurre lo mismo con un narrador o cronista deportivo, o en el teatro con un palco reservado. Pero que pasa con el periodista especializado en gastronomía ¡queremos comer gratis!, lamentablemente esta es la creencia. ¿Pero no sería más justo? Yo pago la cuenta y tu la publicidad. O ¡yo decido agendarte, en mis tiempos, y tu esperar a que te visite para llevarte una nota 'gratis'?.

José Garavito.- Para terminar, ¿qué crees que pasará con los medios convencionales? ¿Desaparecerán o deberán reinventarse? ¿cómo ves el futuro a mediano plazo de la publicidad y comunicación?



Leonor Mederos.- Los medios convencionales son una necesidad informativa y naturalmente, cada lector tiene más o menos credibilidad en uno u otro.

Si hablamos de columnas gastronómicas en medios convencionales, muchos seguirán llegando a ella por casualidad. En cuanto a los muchos blogger, influencer o pseudo periodistas especializados (porque periodistas como tal, sólo se de unos 4). Seguirán naciendo, algunos se mantendrán y otros cambiarán de sector. Y esto lo hemos visto pasar desde nuestros inicios. A mi me gusta compararlo con el mundo de la restauración y los chefs: o tienes pasión y te mantienes o has visto una oportunidad que te convenía y fracasas.

Creo que los que nos hemos mantenido en este mundo desde la tinta y el papel (como mi amigo Fran Belín), de alguna forma también hemos ‘cocinado’ en los fogones de Canarias y compartimos la pasión por el producto y en un recetario de fundamento.

José Garavito.- Dinos 6 consejos que le darías a los restauradores en cuanto a comunicación se refiere.

Leonor Mederos.- Como esta entrevista que me haces (creo que la primera en nuestra historia gastronómica), es a razón de la MasterClass ‘Hablan los Expertos’ dedicada a la Comunicación & Gastronomía Post-COVID, casi no quiero adelantarme. Más bien los invito a registrarse de forma gratuita en <https://www.canariasgourmet.es/registro/> y seguir, no sólo mis consejos, también los de mi tertulianos.

Regístrate gratis en: <https://www.canariasgourmet.es/registro/>

• MASTER CLASS EN DIRECTO •
HABLAN LOS EXPERTOS

COMUNICACIÓN & GASTRONOMÍA POST-COVID

'RESILENCIA' LA NUEVA NORMALIDAD



JUEVES 18 - 19:00 HORAS
www.canariasgourmet.es/registro

Niki Pavanelli, un chef con una receta de motivación para Canarias.

Ya son muchos quienes conocen su trayectoria profesional, llegó a España con solo 23 años y hoy -a sus más de 40 años de edad- se puede decir que la mitad de su vida la ha dedicado a demostrar que su pasión, además de la gastronomía, ha sido vivir en las Islas Canarias.

Actualmente, este [chef](#) de ya una dilatada trayectoria, dirige el Restaurante il Bocconcino di Oliva del [Royal Hideaway Corales Suites](#). La selección del Menú y sus preparaciones han sido una carta de presentación del más alto nivel, en la que ha podido demostrar, que cocinar es un arte, es pasión, es todo aquello que puede inquietar a un cocinero por dar el beneplácito de comer bien, de lograr esa sensación de placer y satisfacción que produce un buen plato, además, para Niki, esto conlleva una altísima responsabilidad con sus comensales, con sus proveedores, sus equipo de cocina, del cual, siente un especial orgullo, por entender, por dar un apoyo incondicional y por acompañarlo en esa aventura, que es cocinar.



Terraza Restaurante il Bocconcino di Oliva

Si algo ha cuidado este cocinero afincado en las islas, ha sido la escogencia de todos y cada uno de sus ingredientes para diseñar y elaborar su menú, una buena cocina tiene que estar creada desde la base de los mejores géneros que uno puede ofrecer a su clientela, es la única manera de poner en alto una buena cocina.

Así que, sabiendo que un buen chef siempre está en el proceso de creación, y Niki, sin duda alguna es un cocinero a tiempo completo, cuerpo, mente y alma; hemos decidido entrevistarlo para ver qué ha pasado en su mundo con esta situación que a todos nos ha paralizado que, de alguna manera, nos ha dado el tiempo de reencontrarnos y reeditarnos.

Entrevista Chef Niki Pavanelli

José Garavito. – La pandemia ha detenido el trabajo de muchos, ha sido algo para lo que no estábamos preparados y era difícil de imaginar que algo así pasaría. ¿Cómo la has afrontado?

Niki Pavanelli. – Es difícil correr todos los días y de pronto, sentir que todo se ha detenido, que tu día a día ha cambiado por completo y además, debes y tienes que tratar de visualizar el futuro a corto, mediano y largo plazo de una sola vez. Los primeros días -tengo que reconocerlo-, experimenté algo de confusión, pero luego entendí, y así me lo hice ver a mí mismo, que era el mejor momento para replantearme todo lo conlleva mi mundo gastronómico, tanto la parte profesional, como empresario que soy y claro, mi parte familiar, todo al unísono.

José Garavito. – ¿Qué crees que va a pasar con todo el contingente de restaurantes? es obvio que la demanda va a disminuir, el turismo, tal como lo hemos vivido todos estos años, por un tiempo no podrá acudir a las islas, o por lo menos, no podrán venir los millones de visitantes que anualmente nos visitaban ¿que pasará en general?

Niki Pavanelli. – Está claro, las cocinas de humo, esas que no tienen las bases sólidas para mantenerse en una situación como esta, desaparecerán. Llego el tiempo de mostrar y demostrar el respeto por la profesión, el tiempo de valorar a los clientes, y por sobre todo, llegó el momento de dar el total apoyo a la producción local, a lo nuestro, a esos maravillosos productos canarios, de nuestra tierra y de nuestro entorno, llegó el

momento de valorar al 100 por ciento los productos de aquí.





4 platos de la exquisita carta del Chef Pavanelli

José Garavito. – Siempre es bueno oír las propuestas de los profesionales, conocer sus ideas en una situación como esta. ¿Cuáles serían tus ideas para volver a impulsar el turismo y la gastronomía luego que este confinamiento vea su final?

Niki Pavanelli. – Todo cambió, lo que antes nos ponía en cierta desventaja, que era la lejanía de tierra firme, hoy se ha convertido en una gran ventaja. Creo que Canarias debe volverse muy selectiva, se deben implementar certificados para poder venir y, además, esto debe hacerse con mucha inteligencia.

Canarias es un tesoro desde el punto de vista que la veas, no se necesita mucho esfuerzo, la naturaleza se ha encargado de darnos todos los privilegios que un destino como el nuestro puede ofrecer, pero lo que sí hay que ponerle ahora, son muchas ganas de lograr las metas, de analizar y visualizar los errores que se cometieron antes del Covid-19 y ahora no solo no cometerlos de nuevo, sino poner en práctica mejores y nuevos planteamientos, dar oportunidades de trabajo y de profesionalizarse, y que esto esté más a la mano, para que todos tengan una buena oportunidad.



Chef Niki Pavanelli

Es el momento de exigirle al turista y, poner en claro las reglas para el momento de su visita, las cuales, deben ser cumplidas a cabalidad. Ahora todos los que habitamos en el archipiélago debemos dar mucho más que antes, como población debemos enfocar que el bienestar común sea priorizante para que el desarrollo se dé de manera fluida y de un beneficio

general, no a pequeños grupos o élites.

Pero esto a su vez, nos obliga a dar mucha más calidad en todo, en servicio, en cosas tan simples como buenas informaciones y éstas, que estén de manera clara explícita al visitante, debemos ser diferentes a todo lo que fuimos, el control que demos en nuestra labor diaria, será la confianza que ganemos del que nos visita, la higiene, la disciplina que se convierta en el orden del día, las medidas que todos debemos acoger para que podamos volver a encausarnos como uno de los mejores destinos turísticos de España, porque ahora la prioridad es generar confianza, confianza y más confianza.

Esto nos dará algo que siempre ha sido importante, pero hoy día se volverá primordial, nos dará una buena o, mejor dicho, una excelente reputación, haciendo que el turista retorne y convirtiéndose en vocero a través de las redes sociales, del boca a boca, que hable, pero que hable de lo bien y limpio que están nuestras calles, nuestros establecimientos, de lo agradable que es nuestra gente a la hora de acogerlos, que hable de nuestro maravilloso clima, de los paisajes, de sus productos, que todo lo que lleve el sello Islas Canarias sea sinónimo de calidad turística.



Bruno Rossi, Ricardo Della Bella y Niki Pavanelli

José Garavito – Bueno, ahora hablemos un poco de tu restaurante, pero déjame mencionar lo espectacular que es, su ubicación dentro de un hotel del sur de Tenerife en el que la piedra natural es parte de su decoración, de su presentación, de la bienvenida, para después llegar a un restaurante donde te atienden a la máxima expresión de una buena y potente sala, profesional y enterada de lo que de su chef su cocina se refiere, con una terraza al compás de buena música acorde para los buenos sabores italianos, así es donde está este chef. Dime a tu regreso ¿qué ofrecerás como nuevo en tu menú?

Niki Pavanelli. – Huerto, mucho más huerto, comida más saludable, con menos harinas y azúcares, este tiempo ha sido, un *“tiempo maestro”*, lleno de reflexiones, de enseñanzas, siento que he madurado mucho más, el poder reflexionar con calma de tantas cosas, me ha dado la oportunidad para darme cuenta, de lo importante que es y debe ser la salud para

todos.

Y lo tengo que hacer, tengo que llevar a mi cocina, a mis fogones, ese aprendizaje, debo poder compartir con mis comensales, lo que ha sido la intimidad de todas mis reflexiones durante este confinamiento, donde uno, como apasionado de la cocina, mira en retroceso, pero miras que lo que has hecho, lo has hecho bien, y a la vez entendemos que, como parte de un proceso, ahora tienes que mejorar lo hecho hasta el momento y tratar de superar lo nuevo que tienes por hacer.

¿Mi reflexión gastronómica? La salud vale mucho, pero esta no se cuida sola, uno tiene que abogar por ella, uno tiene que atender de manera responsable, el cuidado tu salud y uno como profesional, tiene que intentar guiar a nuestros comensales, hoy día, queda demostrado que un cocinero, es más, es mucho más que una simple persona que mezcla guisos y especies, hoy día tenemos que ser el mejor enlace entre su comensal y la alimentación y que, la vida sin salud, no vale nada.

La viticultura Canaria es muy diferente de la peninsular

Segundo ciclo de [Hablan los Expertos](#) 'El Vino Canario ante el desafío del COVID-19'.

Como adelanto a la MasterClass Online del sábado 30 a las 11:30, Hablan los Expertos 'El Vino Canario ante el desafío del COVID-19'. Les adelantamos entrevista con el viticultor y enólogo [Gabriel Morales Francés](#), quien nuestra una realidad de la viticultura canaria y de lo que se sucede en la viña.

La Entrevista



Gabriel Morales Frances: La realidad de la viticultura Canaria es muy diferente de la peninsular

José Garavito.- ¿Qué tipo de ayudas están ofreciendo las administraciones a los agricultores? ¿Cuáles crees serían las adecuadas ante la posible pérdida o caída de vendimia?

Gabriel Morales Francés.- Ayudas directas no estamos recibiendo salvo las ayudas del Posei, y este año vienen con retraso, no obstante, no somos el sector peor parado por el

covid19, la hostelería y el sector turístico están peor que nosotros.

Creo que a nivel Local nos deberían facilitar más la comercialización directa, crear el marco adecuado para acortar los canales de distribución, facilitar la logística para exportar nuestros productos, eliminando gastos arancelarios como el Dua a las pequeñas ventas, que encarecen excesivamente los productos en destino. No soy muy partidario de las ayudas públicas sin más.

Avibo ha planteado un incremento de las ayudas del Posei, por kilo de uva producido, pero priman la producción. Un viticultor que produzca 10.000 kg por hectárea recibiría más dinero que un agricultor que produzca 2000 kg por hectárea. Creo que esto no es justo y puede acarrear más abandono de viñedos viejos de secano, que pueden producir uvas de gran calidad, y al final lo que se conservaría por tener una mayor rentabilidad serían los viñedos de regadío, mecanizados y de grandes rendimientos aunque de peor calidad. Esto puede ser nefasto para el sector.

Jose Garavito.- Algunas bodegas ya han enviado cartas a los productores informando que este año no se comprara uva ¿qué soluciones está tomando el agricultor? ¿Una vendimia en verde? ¿una destilación de la crisis con la compra de uva por parte del sector público para elaboración de alcohol?

Gabriel Morales Francés.- La realidad de la viticultura Canaria es muy diferente de la peninsular. Aquí hay muy pocos viticultores profesionales, al menos 95% de los viticultores son a tiempo parcial, normalmente tienen otra actividad, la viticultura la practican por herencia familiar y supone solo un pequeño suplemento de su economía, por tanto las soluciones que se plantean a nivel estatal, no tienen nada que ver con lo que ocurre en Canarias.

Por otro lado el año pasado, en Canarias, la cosecha fue una

de las peores que se recuerda, y la mayor parte de las bodegas están vacías, el problema no es que no tengan capacidad para recibir la uva, sino suficiente liquidez para pagarla. En tiempo y forma. Por lo tanto aquí, en Canarias, no creo que nadie se plantee una vendimia en verde, ni tirar uva, ni destilación de crisis.

Las ayudas mediante créditos bonificados a las bodegas, para que estas puedan pagar la uva en tiempo y forma podrían ser una solución. También primar a aquellos establecimientos de hostelería que defiendan el producto local, de forma que si sus principales proveedores fueran locales, recibieran bonificaciones en los tipos impositivos.

MasterClass Online ‘El Vino Canario ante el desafío del COVID-19’

DÍA: 30 DE MAYO // **HORA:** 11:30 pm

Canarias 11:30 h – Península: 12:30 h – EE.UU: 06:00 h

INSCRIPCIÓN: www.canariasgourmet.es/registro

DURACIÓN APROXIMADA: 1 hora

EL STREAMING CONTARÁ CON CHAT PARA PREGUNTAS A LOS PONENTES

6 siglos de historia de nuestros vinos y aún nos planteamos dudas de su compra y consumo

Segundo ciclo de [Hablan los Expertos](#) ‘El Vino Canario ante el desafío del COVID-19’.

6 siglos de historia de nuestros vinos y aún nos planteamos dudas hacia su compra y consumo. Entrevista a David Noel Ghosn.

Como adelanto a la MasterClass Online del sábado 30 a las 11:30, les adelantamos entrevista con [David Noel Ghosn](#) con algunos de los tópicos que entrarán en debate.

La Entrevista



6 siglos de historia de nuestros vinos y aún nos planteemos dudas hacia su compra y consumo

José Garavito.- ¿Cuáles crees serán las claves para sobreponer el sector a la crisis que ya comienza a vivir?

David Noel Ghosn.- En primer lugar considero hay que hacer un balance de la situación anterior y la que estamos viviendo actualmente, son dos escenarios totalmente diferentes, no podemos pensar como antes, los procesos de orientación del

mercado deben cambiar, sobre todo a no jugar todas las cartas al sector hostelería (se ha visto las orejas al lobo) sino también del consumidor de casa que ha salvado parte de los ingresos del confinamiento donde cierta “culpa” la tienen las promociones realizadas en RRSS, AAPS, otros.

La sostenibilidad social, mediante la reinserción laboral de los empleados dependientes directa o indirectamente de las bodegas y la sostenibilidad económica, abriendo nuevos canales de comercialización como garante de presente y futuro, donde la inversión en herramientas TICS deben estar cada vez más presentes para ampliar el mercado digital.

Otro punto a considerar es la unión del sector vitivinícola canario, en pro de trazar acuerdos comerciales mediante firmas de convenios con el sector hostelería y turismo y con el sector comercio, para así garantizar la promoción y venta del vino local.

José Garavito.- Hasta ahora, los Consejos y bodegas de Canarias, vienen librando una batalla para hacerse un hueco en la restauración ¿por qué crees que los restauradores apuestan tan poco por el vino local?

David Noel Ghosn.-Principalmente porque siguen considerando el factor precio como decisivo de compra sin atender a buscar diferenciación en sus cartas dando énfasis al vino local, con sus características propias y negándose por ende a ser embajadores de lo nuestro. 6 siglos de historia de nuestros vinos y aún nos planteamos ciertas dudas hacia su compra y consumo, me parece denigrante (la ignorancia es pertinaz).

El 35% de nuestro PIB viene del Turismo, donde se genera el 40% del empleo en Canarias, hay que hacer énfasis en ello ya que gran parte está en centrarse en dar mayor formación, conocimiento y facilitar los canales de interacción entre bodegas y el sector de hostelería y turismo.

José Garavito.- ¿Qué cambios deberían hacerse? ¿Cambiará la

mentalidad tras el Covid-19?

David Noel Ghosn.- Si debe de haber cambios ante este escenario actual y el venidero, principalmente en la manera de pensar y actuar, la capacidad de respuesta tiene que ser clave ante posibles desviaciones negativas del mercado ya que se tendrán que adaptar a los cambios de hábitos de los clientes de hostelería y del turismo.

Ante estos cambios de mentalidad tras el Covid-19, destaco las siguientes acciones que se podrían considerar:

- La apuesta por nuevas formas de elaboración donde cada vez se busque más la esencia de la uva y el suelo, dando valor a la viticultura frente a vinicultura, donde los vinos naturales (en tendencia) irán en alza.
- Equilibrar la comercialización entre canal Horeca Vs canal alimentación, donde a raíz del forzoso confinamiento (se estima que la crisis del Covid-19 reduzca entre un 40-60% los ingresos de la hostelería española en general con respecto a 2019), se ha visto como el canal alimentación ha ganado la partida. El consumo en casa parece que se verá incrementado.
- Oferta en enoturismo y agroturismo, pensando en el turismo interno y desde que se abran fronteras en el turismo receptor, ya que no todas las bodegas a día de hoy lo tienen contemplado.
- Guía de ruta de bodegas, con señalética, mapas y otros elementos informativos que atraigan al consumidor.
- Potenciar las TICS para abrir vías de desarrollo empresarial en las islas y abrir fronteras al mercado exterior.

MasterClass Online 'El Vino Canario ante el desafío del COVID-19'

DÍA: 30 DE MAYO // **HORA:** 11:30 pm

Canarias 11:30 h – Península: 12:30 h – EE.UU: 06:00 h

INSCRIPCIÓN: www.canariasgourmet.es/registro

DURACIÓN APROXIMADA: 1 hora

EL STREAMING CONTARÁ CON CHAT PARA PREGUNTAS A LOS PONENTES