

El sector del vino de Canarias debe aprender de esta situación

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, les adelantamos entrevista con **Edgar Sabina** y algunos de los tópicos que entrarán en debate.

La Entrevista

José Garavito.- Se prevé una caída de ventas de entre 20% – 40% aproximadamente ¿qué pasará con las uvas de los agricultores en la próxima vendimia?

Edgar Sabina.- En mi opinión es muy probable que se deje gran parte de la cosecha en la finca al no poder absorber las bodegas toda la producción, estando aún llenas con vinos de la cosecha pasada (y parte de las anteriores). Es curioso como en 2019, sin la crisis de la COVID-19, se daba una cosecha muy pobre y este año, los viñedos parece que vienen cargados. La ley de Murphy no falla.



El sector del vino de Canarias, debe aprender de esta situación.

De todos modos, es posible que las bodegas más fuertes y con mayor músculo financiero puedan hacer el esfuerzo de responder

a sus compromisos con los viticultores (compromisos que, por cierto, en los últimos años, muchos se han sellado con contratos entre bodega y viticultor ante la “guerrilla” que ha habido), y recoger su producción de este 2020. Pero a ver cuándo y cómo se paga (¿Préstamos ICO, pólizas de crédito, ayudas de organismos públicos?). Las bodegas no han podido cobrar muchas de sus ventas que se concentran en su mayoría en el canal HORECA.

El tema es frenar el abandono de viñedos que está sufriendo el sector en Canarias y la reorientación hacia otros cultivos aparentemente más rentables en el corto plazo por su demanda actual (por ejemplo, arrancar viñas centenarias para plantar aguacateros).

José Garavito.— Tras volver a la nueva normalidad ¿se transformará el sector del vino? A tu parecer ¿Cómo sería esa transformación?

Edgar Sabina.—El sector del vino en Canarias debe aprender de esta situación, y creo que algunas bodegas lo están haciendo. Pienso que muchas han tenido una pasividad en el planteamiento de su modelo de negocio, haciendo cada año lo mismo, vendiendo lo mismo y atendiendo a los mismos mercados. Pocos exploran las oportunidades que tienen a su alrededor; exportación, comercio online, diversificación de su catálogo, renovación de su imagen, presencia en internet,... y quizás esta situación provoque que esto cambie.

En cualquier caso, es posible que vayamos viendo más presencia de vinos en el sector de la alimentación (para reorientar parte de las ventas que venían del canal HORECA) o incluso un auge del nacimiento de segundas marcas de bodegas para estar presente en este mercado (aquellos de no poner todos los huevos en una misma cesta).

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

Hablan los expertos; promoción, enoturismo y cambio climático

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

La pandemia del COVID-19 plantea desafíos sin precedentes para la industria del vino, dejando un escenario extremadamente preocupante.

La esperada disminución del consumo mundial del vino, dejará un exceso de existencias en las bodegas que, pueden verse tentados a recurrir al mercado con sus vinos a precios muy bajos.

Aunque el vino no es un activo esencial, el sector vitivinícola ha sido fundamental en la economía de muchas familias y en el campo, la recesión puede forzar la demora de algunos trabajos en el ciclo del viñedo, trabajos que pueden comprometer la calidad de la cosecha 2020.

Si. El sector sufrirá enormemente, pero depende de los

productores, de las autoridades pertinentes y del sector horeca; hacer todo lo posible para mitigar los efectos de Covid-19 y salir de esta desafortunada situación más fuertes.

Por ello, nuestro segundo ciclo de **‘Hablan los Expertos’** estará enfocado al sector del vino y, para dar respuestas al futuro que le espera (empezando desde la viña), nuestro panel de ponentes estará conformado por: **Jonatan García Lima**, Bodegas Suertes del Marques; **Edgar Sabina**, Técnico de Proyectos del sector primario de Canarias; **Gabriel Morales Francés**, viticultor y enólogo y **David Noel Ghosn**, sumiller.

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

La Entrevista



José Garavito.- Se espera que la demanda del vino canario en el sector horeca disminuya por la caída de ingresos y ausencia de turismo ¿qué planes debe seguir el sector para estimular a la restauración a adquirir vinos locales?

Jonatan García Lima.- Es un asunto complicado. Creo que se

debería, aparte de explicar a la restauración mejor los vinos que elaboramos y la calidad que tienen, hacerlos conscientes que los productos elaborados aquí sostienen la economía local y a una parte de sus potenciales clientes, con lo que, de esta manera, se retroalimenta la economía canaria.

José Garavito.- ¿Consideras que la crisis actual se muestra como el marco perfecto para potenciar el enoturismo? ¿Cuál sería tu planteamiento para activarlo?

Jonatan García Lima.- El enoturismo está en crecimiento en todo el mundo, y en Canarias, a excepción de en la isla de Lanzarote donde si se ha potenciado desde hace muchos años, aún queda mucho por hacer.

Nuestra orografía tampoco es sencilla para hacerla accesible a grupos grandes, con lo que creo que no todas están en disposición de atender a gran cantidad de visitantes.

También puede ser adaptable a el tamaño y ubicación de la bodega y así, estas bodegas más complicadas -ya sea por ubicación o dimensión- tengan posibilidades de abrirse al enoturismo . Creo que no hay que hacer mucho para atraer a los visitantes a las bodegas, solo dar más promoción y difusión y poner horarios que se adapten a los visitantes.

José Garavito.- La crisis del coronavirus pasará, pero el cambio climático irá a peor si no actuamos. Tomando en cuenta que las viñas es una de las plantas más sensibles al clima ¿en Canarias se trabaja en un plan de adaptación del viñedo?

Jonatan García Lima.- En nuestra zona aún no es evidente, pero si que en zonas más castigadas por la sequía, los sistemas de riego y la accesibilidad al agua es clave. No entro en factores de traer variedades foráneas adaptables al cambio de clima, ya que aquí tenemos un amplio abanico de variedades locales que se adaptan a todas las circunstancias.

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

Elizabeth Boix: más base y menos esferificaciones

Hablar y compartir con los [jóvenes cocineros](#), es realmente una buena dosis para reencontrarte con la pasión y las ganas de alcanzar metas metas y enrumbar el esfuerzo del día a día para lograr el éxito que uno siempre debe anhelar en la vida.

Hoy me ha tocado acudir al encuentro con [Elizabeth Boix](#), una joven cocinera que, sin hablar inglés y con pocos conocimientos de cocina, se aventuró a abrirse camino en los fogones en el Reino Unido.

Elizabeth (Alicante), viene con esos aires y sabores de mar mediterráneo, de costa, región de poseer una huerta como pocas en el país y, por supuesto, con los secretos de esos espectaculares arroces, esos que son icono de **España** en el mundo, sin lugar a dudas.





La entrevista...

José Garavito.- Hablando de recetarios tradicionales del mundo, si tuvieras que especializarte en uno en particular ¿cuál sería?

Elizabeth Boix.- Hay muchas culturas que, gastronómicamente, me cautivan y que me atraen. Creo firmemente que la gastronomía es lo primero que conocemos de un país y con ella, a su gente, sus paisajes.

Si tuviera que escoger una, estoy segura que sería la hindú, es una gastronomía que me envuelve en todos los olores y colores de sus especies, te repito esos aromas, realmente me atraen muchísimo.

José Garavito.- Has comenzado mu joven en los fogones ¿qué ha sido lo más difícil que te ha tocado vivir hasta ahora?

Elizabeth Boix.- Sin duda alguna que fue el aventurarme sin experiencia previa en la cocina e irme a un país como Inglaterra, que te digo, para ese momento tampoco tenía los conocimientos del idioma, lo que hizo todo aún más difícil, el poder comunicarme adecuadamente me era toda una aventura.

Puse a prueba toda mi expresión corporal, facial y cuantas maneras podía usar para que me entendieran mis compañeros y para que yo comprenderlos ipero al final lo logré! Aprendí mucho de ellos, de su cultura y claro, de su cocina (ríe).

José Garavito.- Tomando en cuenta que en España poseemos una potencia turística inmensa y que la gastronomía, es parte esencial de su sostén ¿qué crees que falta para que le dé la importancia que se merece?

Elizabeth Boix.- Creo que el problema está en la poca educación que se nos ha dado desde la escuela para hacernos ver la importancia que tiene un sector tan rico como la gastronomía, más si si tomamos en cuenta que la agricultura es gastronomía, que la pesca es gastronomía, que todo lo que se cría en granjas es gastronomía, que esos maestros de sala son gastronomía, que no somos solos los cocineros quienes conformamos este mundo.

El cocinero no es más que un director de orquesta, que dice como y cuando debemos bajar la intensidad y que marcamos el ritmo de la gastronomía a través de nuestro trabajo en los fogones, creo que ahí radica parte del problema para que la gente dé la importancia al sector.

José Garavito.- ¿Qué crees que debemos mostrar más a nuestros locales?¿tradicción? o ¿mucho más vanguardia?

Elizabeth Boix.- José, debo decirte que ambas, no sé en qué proporción, pero si es importante como carta de cada región tener presente la cocina del terruño, esa con la que crecimos, las de nuestras abuelas, madres y por qué no, en muchos casos la que nos enseñaron también nuestros padres. Esa que lleva

los productos de la tierra que nos vio que crecer, que nos creó los primeros registros de nuestro paladar, eso es tradición.

Pero a su vez, debemos darle también rienda suelta a la vanguardia, esa que nos inquieta cada vez que aprendemos cosas nuevas, que nos motiva la creatividad, la creación, porque de alguna forma los cocineros somos artistas, creadores, alquimistas, somos muchas cosas, que muchos tienen aún por descubrir.

Más base y menos esferificaciones, ese sería mi reclamo.

José Garavito.- Ya que hablamos de la creatividad y el aprendizaje, ¿Cómo ves la educación gastronómica? ¿Están actualizadas las escuelas de cocina con lo que el joven se encuentra a una vez en el mercado?

Elizabeth Boix.- Para mi están actualizadas, por decirlo de alguna manera, pero si debo llamar la atención sobre un punto al que las escuelas de cocina dedican una gran cantidad del tiempo: enseñar nuevas técnicas. No le dan la misma importancia a la cocina de base, esa cocina que nos marca el camino hacia una buena sazón, a poder acentuar sabores, lo que de alguna forma va a ser el pilar de cualquier buena vanguardia, en poca palabras: más base y menos esferificaciones, ese sería mi reclamo.

La receta de Elizabeth Boix...

[Arroz viejo de chuleta de cochino negro ahumada en Jack Daniels](#)



Formación, sala y viticultura 'Hablan los Expertos'

Cerrando nuestro primer ciclo de 'Hablan los Expertos' dedicado a Sala, hoy nos acompaña **David Noel Ghosn** (Gran Canaria).

Vinculado a varios colectivos en pro de la hostelería, gastronomía y turismo. Actualmente preside la Asociación oficial de sumilleres de Canarias y es miembro del comité técnico y de formación de UAES (Unión de asociaciones españolas de sumilleres) en el cual trabaja en constante

desarrollo por enaltecer la figura del sumiller en la restauración.

Secretario de Fegastrocan (Federación Gastronómica de Canarias) desde donde abogan por la promoción y conocimiento del producto local a través de varias acciones divulgativas en ferias y eventos gastronómicos, y por último, miembro del actual Órgano de gobierno de Copturismo (Colegio oficial de profesionales en turismo de Canarias) en el cual dirige la mesa de trabajo de Restauración, implementando nuevas líneas de asesoramiento y llevando nuestra voz a la Viceconsejería de Turismo del Gobierno de Canarias.

A parte, dirige la Escuela de Hostelería de Las Palmas, desde donde se centran en un objetivo máximo que compete a todo el sector de la hostelería canaria: el proveer de personal operativo de restauración, formado y listo para trabajar en cualquier modalidad de establecimiento hostelero.

David Noel Ghosn, además de tocar los tópicos actuales de sala, también centra su ponencia en el sector formación y vitivinícola.

¡Atentos a nuestras notificaciones en las redes sociales! antes de iniciar nuestro segundo ciclo con los expertos (Chefs autónomos); cerraremos con el streaming coordinado por la [Revista Cielo Mar & Tierra](#) con nuestros 5 grandes de sala... la participación, aunque gratuita, estará limitada a un número de participantes para poder atender a sus interrogantes y preguntas a los ponentes.

Sector ‘formación’ tras COVID-19

La situación actual nos ha llevado a dar protagonismo en exclusiva a la formación On line, hemos tenido que adaptar gran parte de nuestros contenidos formativos a plataformas digitales y complementarlas con plataformas virtuales. Es un

hecho, la modalidad On line antes era una opción y ahora es una obligación, si no estás adaptado con las herramientas adecuadas, no estás en el mercado.

El problema que estamos padeciendo, tanto los centros de formación al desempleo y formación continua como los centros públicos, es el porcentaje relevante de brecha virtual que existe. Hoy en día hay muchos hogares que no cuentan con conexión a internet ni con equipos informáticos para dar continuidad a una formación de calidad, todo ello en gran parte debido a otro gran problema 'la brecha social'.

Esperando a iniciar la modalidad presencial que, claramente vendrá con cambios de medidas de seguridad e higiene importantes al que tendremos que adaptarnos.

La gastronomía como parte esencial de la diferenciación turística ¿más tradición y menos vanguardia?



En la cocina tradicional está el origen, no hay que obviarla, aunque si es cierto que ambas cocinas pueden vivir juntas, y de hecho, así se han fusionado, creándose platos vanguardistas con base de la cocina de antaño, no demos darle la espalda.

Una región debe contar con ambos estilos de cocina. La restauración en Canarias es cosmopolita, en ella conviven cocinas de todos los continentes y con esto, se genera una riqueza culinaria multicultural para todos los gustos. Pero independientemente del tipo de cocina, el protagonismo del producto local debe estar presente, incluso en la restauración temática. Por ejemplo un ceviche peruano elaborado con cherne o una ensalada libanesa tabbouleh a base de perejil, tomate, cebolla entre unos de sus ingredientes principales, dan protagonismo igualmente a nuestro producto sin ser cocina tradicional de nuestra región.



Cambios de sala tras el distanciamiento

Es una de las grandes incógnitas, cuanto más leo en los diversos grupos y en RRSS, veo el malestar generado y la incertidumbre en cuanto a las medidas a llevar a cabo en la restauración, ¿mamparas si o mamparas no?, entre otras de las medidas que se señalan.

Para la restauración, en primer lugar, es un palo muy grande. Desde la primera de las fases de desconfinamiento que les han trazado, con solo un 30% (al momento de publicar esta ponencia 50%) de aforo de su capacidad total, ni aun haciendo mucho de los ajustes que creas, puedes generar un margen de beneficios que por lo menos te cubra los costes fijos y variables. La luz, el gas, como ejemplo, son costes que permanecen constantes sin depender del número de comensales que nos

visite. Otro punto es el factor precios, ya que se alterarán éstos en las cartas, ya que con menos aforo, tendrás menor rotación y por ende menor capacidad de beneficio.

Seguir protocolos para ser sostenibles en el tiempo

La restauración está abocada a reajustarse en todos los sentidos, principalmente con una oferta gastronómica más corta y dinámica, menor plantilla y ésta más especializada, horarios, otros.

Hay que hacer hincapié en la formación e información previa, cómo abrirán esos restaurantes y qué protocolos deberán implementar para ser sostenibles en el tiempo. Esperemos que estas medidas se vayan acortando en un horizonte no muy largo.

¿y en el futuro vitivinícola de las islas?

Seis siglos de historia, vinos con pasado, presente y futuro. Afortunadamente el vino canario está en el panorama vitivinícola mundial con más fuerza que hace muchas décadas atrás, son muchos los prescriptores de relevancia internacional que cada vez elogian a nuestros vinos y esto motiva al viticultor a seguir elaborando con mayor respeto al viñedo.

Clima subtropical, donde los microclimas y mesoclimas son refrescados por los vientos alisios, variedades de uva autóctonas con un amplio abanico de cepas, terruño con una orografía diferenciada y orientaciones norte/sur que dan un matiz diferenciado a los vinos y el saber hacer de nuestros viticultores, enólogos y bodegueros cada vez mejor preparados, hacen que Canarias sea, con sus 11 Denominaciones de Origen, una de las regiones europeas que mejor ha ido adaptando su territorio vitícola.

Nuestro sector hostelero debe ser embajador de nuestros vinos, hay que conocer sobre ellos para así lograr su promoción y venta.

Conclusión

El sector necesita cada vez más personal formado, orientado al servicio y la sala, un sector que ha perdido cierto protagonismo, y pienso que se recuperará con nuevos alicientes. Debemos contar con profesionales titulados, debiendo ser éste requisito 'imprescindible' para ejercer en la profesión y ofrecer, por ende, un servicio de calidad.

La confianza, motor de la 'nueva normalidad en sala'

A un ponente de cerrar el primer ciclo de ponencias ['Hablan los Expertos'](#) dedicado a la sala; hoy hablamos con **Roberto Castro**, Maître con una dilatada experiencia en dirección de sala. Dentro de su trayectoria, cabe mencionar su paso por el MB Tenerife de [Martín Berasategui](#) durante la consecución de su primera estrella en la guía Michelin en dicho establecimiento. Además, es el único canario en sala que puede ostentar de llevar en su recorrido, 3 estrellas Michelin!!!.

Gracias a sus conocimientos en el sector de la hospitalidad y en particular, al servicio dirigido a un comensal exigente; actualmente desempeña su labor en [El Secreto de Chimiche](#) (Granadilla de Abona, Tenerife) y se ha consolidado en un referente de excelente atención al público, con un servicio impecable capaz de entender y anticipar los gustos de su variada clientela.

Roberto nos ofrece su visión de cómo generar confianza en el sector restauración de cara al cliente ¿es seguro llevar una servilleta, un cubierto, un plato? ¿qué esperamos los clientes?... profesionales del sector: toca sacar pluma y papel y escuchar a los **expertos**.



‘No es lo mismo Asia que América, ni que Europa. Y tampoco es lo mismo Europa del Norte, que Europa del Sur’

Generando confianza

¿Cómo generar confianza en sala? es la pregunta a la que muchos de este sector tan delicado llevamos semanas dándole vueltas, junto con otras tantas... Esta interrogante, a la par que importante, es compleja.

Esta crisis sanitaria inos ha cogido en bragas a todos!, ni siquiera los pensantes de este país y otros, tienen claro que hacer y como hacerlo. Y cuando hacen algo, siempre lo hacen asesorados por expertos ‘que tampoco saben’...Todo se resume a

esperar ver lo que hace China u otros países que comienzan su vida normal, para copiar y para seguir esos pasos. Pero también debemos pensar que no es lo mismo Asia que América, ni que Europa. Y tampoco es lo mismo Europa del Norte, que Europa del Sur.

Dicho esto, tendrían que haber unos cánones sanitarios de seguridad para todos, y luego, cada país y cada comunidad, adaptarlo a su forma de vida, costumbres sociales y tipología del lugar de trabajo (no será lo mismo un Bar de pueblo que un Restaurante Gourmet o que un Restaurante de Hotel, o que un Guachinche..), aunque todos, insisto, deban de cumplir unas medidas mínimas de higiene en cuanto al Covid-19 se refiere.



¿y cómo lo hago?

¿Qué haría yo para generar confianza? sobre todo pensando en 3 elementos que el cliente va a pasar por su boca o incluso, se va a meter en ella, no es lo mismo una servilleta de tela que

una de papel, yo que trabajo con tela, las podría individualizar y plastificar y dársela al cliente cuando llegue, pero ¿quien le dice al cliente que ese plástico donde esta envuelta la servilleta no está contaminado?. En el caso de los cubiertos y las copas, se ponen al momento siempre con guantes, esas copas y esos cubiertos están esterilizados con agua a más de 60 grados (al igual que toda la mantelería), pero, esos guantes que yo estoy usando para ponerle la copa o el cubierto al cliente ¿son los mismos que he usado para el mismo cometido en la mesa de al lado? quiero decir, no puedo tener unos guantes de tela para cada mesa iseria una autentica locura! Esas copas, esos cubiertos que yo con tanto cuidado esto poniéndole al cliente ¿quien le garantiza que antes de el llegar, alguien los ha tocado, o estornudado o tosido al lado?

Conclusiones

Creo que ideas pueden haber, y muchas, pero el cliente tiene, 'Y DEBE', confiar en el nombre del Restaurante, en los profesionales que allí trabajan, porque si no es así, da igual lo que implantes, las medidas que pongas, porque siempre habrá una desconfianza brutal que le impida disfrutar de una comida y de todo lo que eso lleva de la mano en un Restaurante.

Cambiar la mentalidad, las costumbres, e incluso las formas cotidianas de las personas frente al Covid-19, va a ser -y con diferencia- lo mas difícil de conseguir. Lo económico se recuperará, las costumbres de un país... será algo mas complejo

Por supuesto, tendremos que darle al cliente la confianza de que estamos haciendo todo lo posible para que se encuentre seguro y a gusto, poniendo todos los medios higiénico sanitarios. Manteniendo separación entre mesas, extremando las medidas de higiene de manos entre en personal, y un largo etc. Pero insisto, el cliente también tiene que querer CREER Y CONFIAR, en los profesionales del lugar. Va a ser un camino largo y duro....cambiar la mentalidad, las costumbres, e incluso

las formas cotidianas de las personas frente al Covid-19, va a ser, y con diferencia, lo mas difícil de conseguir. Lo económico se recuperará, las costumbres de un país... será algo mas complejo.

Imaginando el futuro inmediato de sala

Imaginar el futuro inmediato de la sala, la rentabilidad de un aforo reducido y una adaptación (más allá del cambio), son algunos de las interrogantes que plantea **Ángel Muñoz Garriga** (Maître, profesor de formación profesional en sala y empresario) en '**Hablan los Expertos**'.

El servicio tendrá que adaptarse durante algún tiempo, buscando el equilibrio entre seguridad y trato; todo ello sin perder su esencia.

Una disminución de aforo reduciría drásticamente la rentabilidad

Imaginarme el futuro inmediato de la sala es complicado. De momento se está hablando de medidas higiénicas específicas, algo que no representará ningún problema en este sentido. Sin embargo, una de las medidas planteadas es una separación de dos metros para evitar cruces entre trabajadores y clientes. Esto es algo complicado, ya que el soporte actual de la mayoría de las cartas se entrega en mano; además, al tomar la comanda a viva voz y a esa distancia se perdería intimidad para el cliente y la nula discreción del personal de sala. Desde un punto de vista económico, esta disminución de aforo

reduciría drásticamente la rentabilidad o simplemente no sería factible para el negocio.

Transporte y servicio

El transporte y servicio de platos y bebidas es otro de los aspectos más complicados. El contacto directo con la mesa solo se puede sustituir por sistemas de autoservicio o análogos, pero para ello es necesaria cierta infraestructura de la que la mayoría de establecimientos carece, a no ser que hablemos de hoteles. Por otra parte, en este tipo de servicio se pierde la comunicación y la complicidad que existe en el servicio.



El servicio, por su parte, tendrá que adaptarse durante algún tiempo, buscando el equilibrio entre seguridad y trato; todo ello sin perder su esencia.

Adaptación temporal

Creo que más que un cambio en el servicio, debemos verlo como una adaptación temporal hasta que los investigadores encuentren un tratamiento eficaz o descubran la vacuna que acabe definitivamente con esta pandemia.

Me resulta muy difícil concebir un cambio radical ante una forma de vida muy arraigada: generaciones de ciudadanos han pasado parte de su vida en cafés, restaurantes y bares, y estos establecimientos, a su vez, han dado personalidad propia a las tantas, barrios y ciudades de este país. El servicio, por su parte, tendrá que adaptarse durante algún tiempo, buscando el equilibrio entre seguridad y trato; todo ello sin perder su esencia.

La dulce creatividad de Jesús Camacho

Con un corto recorrido, este joven canario ha dado grandes pasos al lado de algunos de los mejores reposteros del mundo dulce de España. Su comienzo en el restaurante El Patio, al lado de Lázaro Rodríguez y Jesús Marrero, marcó lo que sería el principio de una excelente carrera.

Pero es el conocido chef canario David Moraga, quien enrumba definitivamente a Jesús Camacho a la pastelería, esto en el Hotel Villa María, lugar donde nació esa chispa gastronómica, dulce y creativa que hoy día, lo distingue entre los mejores en Donaire.

Inquieto y con una clara visión de la importancia de la formación, explora las dimensiones del mundo dulce con los

mejores y las mejores instituciones: [Chocolate Academy Barcelona](#), Xano Saguer y Jordi Buitrón ([Espaisucre](#)), Frederic Bau ([Valrhona](#), Lyon), [Oriol Balaguer](#), [Jordi Bordas](#), [Celler de Can Roca](#)...







La entrevista...

José Garavito.- Cuando la mayoría de los jóvenes que ingresan en gastronomía buscan trabajar la parte salada, tú te decidiste por la dulce ¿por qué?

Jesús Camacho.- Cuando empecé en el Restaurante El Patio, con Lázaro Rodríguez, fui el encargado de la pastelería y, además, donde primero me mandaron a ayudar. Allí aprendí muchísimo y me enamoré de la profesión, pero cuando de verdad tomé la decisión, fue después de unos años y varias jornadas gastronómicas tuvieron que pasar para darme cuenta que, aquí, en Canarias, estábamos ricos en grandes chefs con talento, pero decaía mucho en la parte dulce y que, era el talón de “Aquiles” de casi todos los restaurantes. Así que si quería destacar, tenía que elegir ese camino, que no te lo voy a negar, ya me gustaba mucho, así que, busqué reforzar las bases que tenía y formarme de la mejor y más completa manera. ¡Eso

fue lo que hice!

En un menú degustación tan largo, cuando toca mi turno, el cliente ya no tiene hambre y está un poco cansado, así que lo que intento es afrontar que el cliente se sienta como en una “montaña rusa” de sabores, texturas, aromas y terminaciones...

José Garavito.- La parte dulce es el último sabor que nos llevamos de un menú. Esa responsabilidad ¿Cómo la enfocas a la hora de hacer tus postres?

Jesús Camacho.- Esa responsabilidad es la que no me hace bajar la guardia en ninguno de los cinco postres que tenemos en carta, porque en un menú tan largo, cuando toca mi turno, el cliente ya no tiene hambre y está un poco cansado, así que lo que intento es afrontar que el cliente se sienta como en una “montaña rusa” de sabores, texturas, aromas y terminaciones en mesa para que no decaiga en ningún momento y, así, pueda darle continuidad a una experiencia que ya empezaron mis compañeros momentos antes en cocina.

José Garavito.- Recientemente estuviste en una corta estancia en el **Celler de Can Roca** ¿Qué fue lo que te llevaste de ese par de semanas al lado de un grande como es Jordi Roca?

Jesús Camacho.- Fue una experiencia increíble, ya desde el día uno sabes que va a merecer la pena y durante los 15 días que estuve allí, no paré de aprender -te digo de verdad-, en ningún momento. Yo tenía claro mi objetivo, que no era otro sino el de aprender organización y creatividad al mejor nivel. Hablando muy claro, unas recetas las puedes encontrar en cualquier libro o en internet, pero el estar ahí, todos esos días y a escasos metros de Joan y Jordi, viviendo cómo es el mecanismo desde dentro de un restaurante como el Celler de Can Roca, es lo máximo y es lo que más me ha alimentado como profesional en mucho tiempo.

José Garavito.- Este confinamiento da para poner a volar la

imaginación y creatividad. ¿Qué de nuevo nos brindara en tus postres al regreso?

Jesús Camacho.- La verdad es que el confinamiento nos pilló en **Donaire** con una carta de postres a punto de salir, pero aquí, encerrado no me da para mucho, mis postres son viajeros, de experiencias vividas por ahí o sabores probados. Estar en casa no da para mucho más que leer un par de libros y luego volverte un poco loco al no poder realizar alguna prueba o llevar a cabo una idea nueva, pero te aseguro que, en mi cabeza hay muchas ideas dando vueltas.

Recetas...

Te invitamos a acercarte al universo de Jesús Camacho con 2 recetas que dejará sin aliento a tus invitados ¿cocinamos?



Tijoco: <https://www.canariasgourmet.es/tijoco/recetas>



Singular: <https://www.canariasgourmet.es/singular/recetas>

Cambios internacionales en el concepto de sala

Reanudando el primer ciclo de ponencias '**Hablan los Expertos**' -conformado por un selecto grupo de profesionales de sala-, hablamos con el Mejor Sommelier San Pellegrino 2020, **Patricio Rivera Rio**. Como Maître y co-propietario en [Koli Cocina de Origen](#) (México), nos deja su visión más internacional de los cambios que se gestan en el servicio de un restaurante.

Trabajar para que el cliente reciba una experiencia, aún mejor, de la que vivía antes de la pandemia

Cada país tiene sus costumbres y tradiciones, es evidente que todos vamos a tener que evolucionar para estar al día con las normas de higiene, y hacer todo lo que esta en nuestras manos para que el cliente reciba una experiencia aún mejor de la que vivía antes de la pandemia que enfrentamos.



Para la industria gastronómica, es muy importante el bienestar de quienes nos visitan

Hay varias acciones que tendremos que aplicar dentro de la sala de un restaurante. Necesitamos hacer énfasis en la higiene, cuidar a nuestros clientes, para así, cuidar también a los futuros clientes. Para todos nosotros en la industria gastronómica, es muy importante el bienestar de quienes nos visitan.

Generar confianza

Necesitamos generar confianza a nuestros clientes, por lo que la limpieza juega un papel extremadamente importante dentro de todo el restaurante, no solo en la sala donde se encuentra el comensal, también en la cocina donde se preparan los alimentos. Tres principales momentos del servicio son los que creo que van a tener el mayor impacto, el pre-servicio, post-servicio y evidentemente la experiencia que vivirá el comensal al momento de consumir los alimentos.

Todos los restaurantes tienen sus rutinas de limpieza antes de abrir las puertas del restaurante, sin embargo, ahora van a tener que ser mas profundas y detalladas. Desinfectar mesa por mesa, plato por plato, vaso por vaso y todo lo que este en contacto con alguna persona. Creo que la parte mas complicada de estos tres “momentos del servicio” es en la que el comensal esta sentado viviendo la experiencia. Tendremos que mantener nuestra distancia, usar tapabocas (aunque ya no podamos mostrar una sonrisa), incluso guantes para evitar el contacto con los alimentos.



Lograr el mismo objetivo sin modificar la experiencia del cliente

Un cambio en los platos para compartir

Cada país cuenta con diferentes costumbres o tradiciones al comer. Por ejemplo, en México es muy común pedir platillos al centro para compartir. Otra costumbre, que no solo es mexicana, engloba comer también con las manos. Estas formas cambiarán la experiencia del comensal en el restaurante. .

En el caso de los platillos compartidos, una opción podría ser servir en mesa las porciones en el plato de cada comensal para evitar que todos metan su cubierto. Otra alternativa sería que ese mismo platillo ya venga dividido desde la cocina.

Tendremos que buscar formas en las que logremos el mismo objetivo, sin modificar la experiencia del cliente.

Al terminar el consumo de alimentos debemos ser muy minuciosos con el desinfectado del área en dónde estuvo el comensal, los utensilios, loza y plaque. Esto de forma evidente, ya que, como lo mencionaba anteriormente, es importante generar confianza a nuestros clientes. La mejor forma de cuidar a nuestros comensales es haciéndolos sentir seguros para que quieran regresar.

Conclusiones

El día de hoy el mundo entero enfrenta este virus y no sabemos si puede volver a pasar algo similar, así que, acabando la cuarentena vamos a regresar con muchas ideas fuertes y contundentes para seguir cuidando de nuestros clientes y mas importante, su salud.

El reto será mantener la calidez y empatía al cliente, demostrándole un buen servicio para poder llevar a casa la propina que amablemente nos otorgan los comensales.

Jonatan García Lima Bodegas Suertes del Marqués

Suertes del Marqués es una bodega familiar la cual empezó a elaborar vinos en el año 2006. Ya veinte años antes había empezado la labor de viticultores vendiendo uvas a otras bodegas de la D.O Valle de La Orotava.

Geográficamente se ubica en el norte de la isla de Tenerife, concretamente en el Valle de la Orotava.

José Garavito.— Danos tu visión del sector del vino en este orden, para poder hacernos una idea general, primero a nivel mundial, segundo háganos de España, por último, centrarnos en la Islas Canarias.

Jonatan García.— Globalmente existe una situación similar a todas las escalas. Existen ciertos países como excepciones basados principalmente en que son estados donde la venta de vino al por menor (Vinotecas) están monopolizadas por cada país. Es el caso de Canadá, Noruega o Suecia, donde la venta en este nicho de mercado no se ha reducido al estar las tiendas abiertas. Pero hay que tener en cuenta que a dichas tiendas de monopolio llega una pequeña cantidad de referencias de vinos, mucho menor que las que llega en el canal Horeca.

Otros países como Alemania, muy avanzados en la venta on line, están pudiendo vender por esta vía, ya si con toda la gama de vinos existentes en el país.



Nosotros como viticultores tenemos que seguir trabajando el viñedo como si esta situación no existiese y en bodega atendiendo los vinos de igual manera.

En España y Canarias las ventas se están realizando básicamente en alimentación, lugar donde llega menos del 5% de bodegas del país, ya sea tanto por lo limitado del canal como por optar en muchas de estas cadenas por vinos de producción masiva y de bajo precio. La vía on line con entrega a domicilio ha subido mucho pero muy de lejos para poder asumir la reducción de ventas de HORECA.

José Garavito.- En lo que a la producción se refiere ¿qué ha cambiado con esta nueva situación?

Jonatan García.-Nosotros como viticultores tenemos que seguir trabajando el viñedo como si esta situación no existiese y en bodega atendiendo los vinos de igual manera. Solo está cambiando la planificación de embotellados, al no querer incurrir en más gastos de envases y embalajes y tener la capacidad de almacenamiento de vino embotellado limitada.

José Garavito.- Pese al cierre del sector hostelero, la venta del vino ¿ha repuntado?

Jonatan García.- No, estamos vendiendo depende de la bodega, entre un 1 y un 10% de lo habitual. Se está vendiendo más on line por los diferentes portales especializados o de distribuidores, pero muy insuficiente. Es incapaz de asumir la reducción en Hostelería.

Vaticino un desastre para los viticultores en la próxima vendimia si dura como se prevé el cierre de restaurantes y bares más allá de verano.

José Garavito.- Hablando de la próxima vendimia, leí un comentario tuyo en las redes acerca de la problemática que se avecina si las bodegas no logran dar salida al vino existente, para dar cabida a la nueva uva de los viticultores. Además, en este momento se visualiza para el próximo año que la hostelería vuelva a funcionar y claro, a un porcentaje mucho menor que lo acostumbrado. ¿qué crees que pasará si no se toman medidas a tiempo?

Jonatan García.- Vaticino un desastre para los viticultores en la próxima vendimia si dura como se prevé el cierre de restaurantes y bares más allá de verano. Las bodegas están llenas de vino sin embotellar al no disponer de clientela para el mismo, y por lo tanto la compra de uva se va a reducir a bodegas con suficiente espacio y respaldo económico para poder asumir otra cosecha sin sacar la anterior. En sitios de producción masiva de vino como La Rioja, Ribera del Duero, Rias Baixas, Rueda, Jerez, etc puede ser caótica la situación a vivir a partir de septiembre.

José Garavito.-Es conocido que Suertes del Marqués exporta una gran parte de su producción. ¿Cómo ha afectado el coronavirus a la exportación y demanda del vino canario?

Jonatan García.-Afecta exactamente igual a lo que está pasando

en España. Tenemos muy diversificada la exportación a través de 55 importadores en 35 países, pero están prácticamente todos en la misma situación, con muchos impagos e incapacidad de comprar hasta que saquen sus stocks de almacén.



Suertes del Marqués es una bodega familiar la cual empezó a elaborar vinos en el año 2006.

José Garavito.— ¿Tienes alguna estrategia pensada para mantener el mismo o un ritmo parecido en lo que a comercialización se refiere?

Jonatan García.—Potenciar la venta on line a través de mis distribuidores y esperar a que esto remonte. Creo que la apertura de los mercados será desigual pero seguro que ciertos países se reactivarán antes de España y por lo tanto volveremos a exportar, pero está claro que el ritmo de crecimiento del que veníamos año tras año se ha acabado y la idea es minimizar los efectos.

Si esto no remonta en los próximos meses también habría que

plantearse entrar con alguna referencia en Alimentación.

José Garavito.— ¿Crees que es el momento que tantas asociaciones, denominaciones y gobiernos se unan bajo un mismo paragua para llevar de mejor manera esta situación, la cual, vamos a estar claro, no podemos hablar de semanas, ni meses y sí, a lo mejor unos cuantos años antes de pensar en volver a una normalidad parecida al a.c. 2020?

Jonatan García.-Mi mayor temor es que si no se buscan soluciones para la vendimia los viticultores acaben por abandonar los viñedos. Esa es mi mayor preocupación. La viña no es como otros productos agrícolas como la papa, plátano, etc. Aquí si se abandonan o arrancan las viñas es muy difícil, trabajoso y caro volver a recuperar el cultivo. Por lo tanto, habría que buscar soluciones para esos viticultores que no logren vender la uva en esta añada.

Entrevista con... César Arencibia, responsable de Turismo y Relaciones Institucionales de Ron Arehucas

Fotos de archivo

Destilerías [Arehucas](#) -empresa centenaria de las Islas Canarias- lleva más de un siglo ofreciendo al consumidor nacional e internacional, una gama de productos artesanales basados en la unión de una materia prima de calidad con un

cuidadoso añejamiento de sus rones, elaborados con un excepcional aguardiente obtenido directamente de su propia plantación de caña, lo que les permite poder ofrecer un producto único y de una calidad insuperable.

Tras paralizar la producción de ron por el cierre preventivo de su fábrica, se ha sumado a la lucha contra el Coronavirus con la destilación de alcohol de uso sanitario, poniendo a disposición de Sanidad -tanto sus existencias como la capacidad productiva-.

Desde Canariasgourmet! hablamos con **César Arencibia**, responsable de Turismo y Relaciones Institucionales de Ron Arehucas; quien nos hablará sobre esta iniciativa y el futuro inmediato de la empresa.

Leonor Mederos.- Tras el cierre preventivo de su fábrica, [Arehucas](#) se ha sumado a la lucha contra el coronavirus con la destilación de alcohol de uso sanitario ¿con cuántos litros de materia prima para destilar alcohol cuentan?

César Arencibia.- Contamos con alrededor de un 1 millón de litros de materia prima que destilamos para producir alcohol de alta graduación neutro, apto para fines sanitarios. También elaboramos alcohol parcialmente desnaturalizado, alcohol neutro al que se le añade un marcador químico.

Esta crisis nos ha golpeado muy duro, como a todas las familias y al tejido empresarial canario



Leonor Mederos.- Arehucas ya contaba con una producción de alcohol sanitario como segunda vía de negocio, frente a la creciente demanda ¿qué cantidad se estima producir ante la crisis sanitaria actual?

César Arencibia.- Hasta ahora dedicábamos aproximadamente un 5% de la producción anual a la elaboración de alcohol de alta graduación, apto para el uso sanitario. En estos momentos, en cambio, dedicamos todo nuestro esfuerzo y nuestra maquinaria a la producción de este alcohol. Es difícil hacer previsiones en las actuales circunstancias. En todo caso, esta crisis nos ha golpeado muy duro, como a todas las familias y al tejido empresarial canario. Y nuestros esfuerzos actuales van encaminados a contribuir a acelerar el final de esta crisis para poder volver a dedicarnos cuanto antes a lo nuestro, que es elaborar ron.

Leonor Mederos.- ¿Qué cadena de distribución tendrá el

producto final?

César Arencibia.- Nosotros no distribuimos el producto, porque no elaboramos el producto final. Sí ayudamos a las empresas y entidades que nos contactan para encontrar una solución logística. Se trata de empresas dedicadas a la producción de geles hidroalcohólicos y farmacias las que nos están solicitando que les suministremos alcohol. También hospitales y laboratorios.

Leonor Mederos.- ¿Cuáles son los procesos de control que ralentizan a un producto como el alcohol que puede generarse en 24 horas? ¿en cuánto tiempo está listo para distribuirse?

César Arencibia.- El alcohol, como producto, está sometido a una compleja regulación. En el caso del alcohol parcialmente desnaturalizado, por ejemplo, que es el idóneo para la elaboración de geles antisépticos, es necesaria una autorización de Aduanas cada vez que producimos un lote. Afortunadamente, las administraciones públicas, conscientes de la grave situación que enfrentamos, han acelerado los trámites en este caso.

Leonor Mederos.- Hablando ahora de rones y licores ¿cuentan los mercados con suficiente abastecimiento?

César Arencibia.- En el momento de proceder al cierre preventivo de nuestras instalaciones para evitar el contagio de nuestros empleados y de, por tanto, interrumpir la producción de ron y licores; hemos abastecido a nuestros clientes para una larga temporada. Así que, en principio, no debería haber problemas de abastecimiento.

Aunque ahora nos cueste creerlo, porque nos encontramos en el peor momento y podemos tener la impresión de que la pandemia se va a eternizar, esto va a finalizar, y Arehucas volverá a elaborar su ron



Leonor Mederos.- En caso de que la demanda sea mayor ¿con qué stock cuentan en almacén de los productos más demandados por el público final?

César Arencibia.- Tenemos suficiente para, en caso de ser necesario, volver a abastecer los mercados. Aunque ahora nos cueste creerlo, porque nos encontramos en el peor momento y

podemos tener la impresión de que la pandemia se va a eternizar, esto va a finalizar, y Arehucas volverá a elaborar su ron.

Leonor Mederos.- En plena entrada de la época de zafra ¿cómo se verá afectado el proceso de recogida de la caña de azúcar?

César Arencibia.- Todavía es factible comenzar con la recolección de la caña de azúcar en nuestra plantación a mitad de abril, como estaba previsto. Pero, si fuera necesario, podríamos retrasarla algunas semanas con escaso perjuicio.

Leonor Mederos.- ¿Cómo ve el futuro inmediato de Arehucas?

César Arencibia.- El futuro inmediato va a ser duro y de mucho trabajo y esfuerzo para restañar las heridas que nos está dejando esta crisis. Pero confío en la solidez y resiliencia de una empresa que lleva desde 1884 comprometida con hacer las cosas bien.

Leonor Mederos.- ¿Podría dejarnos un mensaje de aliento para el sector productivo de nuestras islas?

César Arencibia.- Tengo plena confianza en la capacidad del tejido productivo canario para volver a levantarse después de esta dura caída. Ya hemos dado muestras de esa capacidad en el pasado. Son tiempos de extrema dificultad, pero juntos lograremos superarlos y resurgiremos más fuertes.



Actualmente, el ron Arehucas es el más vendido en las Islas Canarias. Compuesta por 4308 barricas de roble blanco americano, de entre 210 y 400 litros, Arehucas es conocida como una de las más antiguas y más grande de Europa. La bodega produce una gama de 20 productos, incluyendo ron y los licores. La marca Arehucas también presente en el mercado internacional.