

II Premios Volcanic Xperience: Canarias consolida su apuesta histórica por el producto local

El Espacio Mutua Tinerfeña de La Laguna fue escenario, este 4 de diciembre, de algo más que una entrega de premios. Allí, el **Gobierno de Canarias**, a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria y la empresa pública **GMR Canarias**, puso cifras, rostros y proyecto común a una idea que lleva años repitiéndose en discursos y foros: el producto local no es sólo una etiqueta en la carta ni un reclamo turístico, sino una política estructural que atraviesa al sector primario, a la gastronomía, al turismo, a la industria y a la educación.



Los **II Premios Volcanic Xperience** han servido para cerrar el balance anual de la estrategia **Crece Juntos**, que en 2025 ha incrementado sus acciones un 171%, hasta alcanzar 415 intervenciones en todas las islas y consolidar 359 operaciones de exportación de **producciones canarias** hacia mercados nacionales e internacionales. En el escenario, productores, cocineros, una aerolínea, un club deportivo y un proyecto vitivinícola de **El Hierro** dibujaron un mapa claro: cuando el sector primario se conecta con quienes cocinan, transportan, comunican y consumen, el territorio deja de ser un eslogan para convertirse en una cadena de valor real, medible y con futuro para quienes viven de la tierra y del mar.

Crece Juntos: cuando la política pública llega al plato

Crece Juntos nació como una estrategia para conectar mundos que, durante demasiado tiempo, caminaron en paralelo: agricultores, ganaderos y pescadores por un lado; hoteles, restaurantes, industria agroalimentaria, centros educativos y operadores turísticos por otro. En 2025, este programa ha dado un salto cuantitativo y cualitativo: el incremento del 171% en sus acciones y las 415 intervenciones registradas en todas las islas hablan de una red cada vez más tupida de acciones formativas, encuentros profesionales, misiones comerciales, acompañamiento técnico y promoción específica del producto local.



Detrás de esos números hay realidades muy concretas: cartas que incorporan quesos y vinos de denominaciones de origen canarias, acuerdos estables entre productores y cadenas hoteleras, pequeños obradores que consiguen sacar sus elaboraciones fuera del Archipiélago y jóvenes que descubren, en un taller o una visita guiada, que el campo y la pesca también pueden ser una opción profesional digna.

El consejero **Narvay Quintero** lo resumió subrayando que se están generando “oportunidades reales” y proyectando “la calidad de lo nuestro mucho más allá de las islas”, reforzando el peso del sector primario en la economía local. Traducido al lenguaje de la gastronomía, significa algo muy sencillo: **si hoy un comensal se encuentra en la misma mesa un queso de Gran Canaria, un vino de El Hierro y un aceite de Tenerife, no es casualidad ni moda pasajera; es la consecuencia de una estrategia que ha decidido tratar al producto local como política de Estado y no como recurso decorativo.**

Volcanic Xperience 2025: un mapa de alianzas en torno al producto local

Los **Premios Volcanic Xperience**, la marca que da visibilidad a Crecer Juntos, funcionan como una fotografía de las nuevas alianzas que sostienen al producto local cuando abandona la finca, la quesería o la lonja. En esta segunda edición, el galardón a **Binter** reconoce el papel de la aerolínea como conector territorial, llevando producciones canarias a otros destinos y convirtiendo cada vuelo en una oportunidad para contar qué se cultiva, qué se elabora y qué se cocina en las islas.







El reconocimiento al agricultor **Sergio Rodríguez, “Nito”**, pone nombre y apellido a una realidad que suele quedarse en el anonimato: **pequeños productores** que innovan, diversifican

cultivos, apuestan por la venta de proximidad y construyen, día a día, el relato de una agricultura que quiere seguir viva. Las queseras de **Gran Canaria**, con mención especial a **Quesería Naroy**, representan a una generación que ha sabido unir oficio, certificaciones de calidad y narrativa de territorio, elevando el queso canario de producto cotidiano a emblema gastronómico.



El restaurante El Moral, en Villaverde (Fuerteventura), aporta la mirada de la cocina que trabaja con kilómetro cero real: carnes de cabra y cabrito, legumbres y productos de temporada que

cuentan Fuerteventura desde el plato, con una propuesta que ha consolidado su prestigio basándose en la cocina canaria tradicional y el uso de ingredientes frescos de la isla.



Y el **CD Tenerife Femenino**, convertido en embajador del producto local gracias a su acuerdo con **GMR**, recuerda que el territorio también se defiende desde el deporte: cada vez que el equipo salta al campo, también lo hacen las marcas y los productores que lo acompañan en su equipación y en su relato.

Dinamiza Rural: 46 municipios pequeños haciéndose grandes desde el territorio

La otra gran pieza presentada en La Laguna fue **Dinamiza Rural**, un programa que pone foco allí donde muchas veces se pierden los titulares: los 46 municipios canarios de menos de 10.000

habitantes. Lanzado en 2025 bajo el paraguas de **Crece Juntos**, este proyecto cierra su primer año con alrededor de un centenar de acciones y 123 proyectos ejecutados, centrados en formación especializada, promoción del producto local y dinamización colectiva.

Hablamos de ferias, jornadas, circuitos de venta directa, experiencias enogastronómicas, planes de relevo generacional y propuestas que buscan algo muy concreto: que la gente no se vea obligada a abandonar su municipio para encontrar oportunidades, que el conocimiento agroganadero no se pierda y que la identidad rural de Canarias no quede reducida a postal para visitantes.













Dentro de esta línea se concedió el primer **Premio a la Mejor Propuesta Dinamiza Rural 2025** al proyecto **‘Vinos con Estrella’**, en La Frontera (El Hierro), que ha sabido convertir un **paisaje vitivinícola** marcado por el **origen volcánico** en un valor cultural, económico y turístico, combinando tradición, innovación y experiencias que conectan al visitante con el territorio copa en mano.

Ese tipo de iniciativas apuntan hacia un modelo en el que el vino, el queso, la carne o la verdura no son sólo productos; son excusas para generar encuentros, economía circular y orgullo de pertenencia en zonas donde cada nueva empresa, cada nueva actividad y cada nuevo relevo cuentan.

Una Canarias que se explica a través de lo que produce

Si algo dejan claro los **II Premios Volcanic Xperience** es que Canarias está empezando a explicarse –hacia dentro y hacia fuera– a través de lo que produce, y no sólo a través de sus paisajes o de sus infraestructuras turísticas. Las palabras del consejero delegado de **GMR Canarias, Juan Antonio Alonso**, definiendo estos galardones como una **“declaración de intenciones”** resumen el momento: se trata de reconocer públicamente a quienes han entendido el sector primario como fuente de riqueza, modo de vida y horizonte de sostenibilidad, y de recordar que sin agricultores, ganaderos, pescadores y transformadores no hay relato gastronómico creíble ni destino turístico que se sostenga en el tiempo.

La combinación de Crecer Juntos y Dinamiza Rural dibuja una hoja de ruta en la que la exportación convive con la venta de cercanía, el restaurante de

referencia comparte protagonismo con la pequeña quesería de medianías y una aerolínea o un club de fútbol pueden convertirse en altavoces inesperados del producto local.

El reto, a partir de ahora, será mantener el ritmo, medir impactos más allá de las cifras, escuchar a los protagonistas del campo y del mar y seguir afinando una estrategia que ya ha demostrado que, cuando se coordina bien, consigue que la agricultura, la ganadería y la pesca vuelvan al centro de la conversación económica y gastronómica.

Desde Canariasgourmet.es seguiremos atentos a cómo estas políticas se traducen en platos, cartas, mercados y experiencias que, al final, son el lugar donde el discurso institucional se encuentra con algo tan sencillo –y tan serio– como lo que llega a la mesa del comensal.