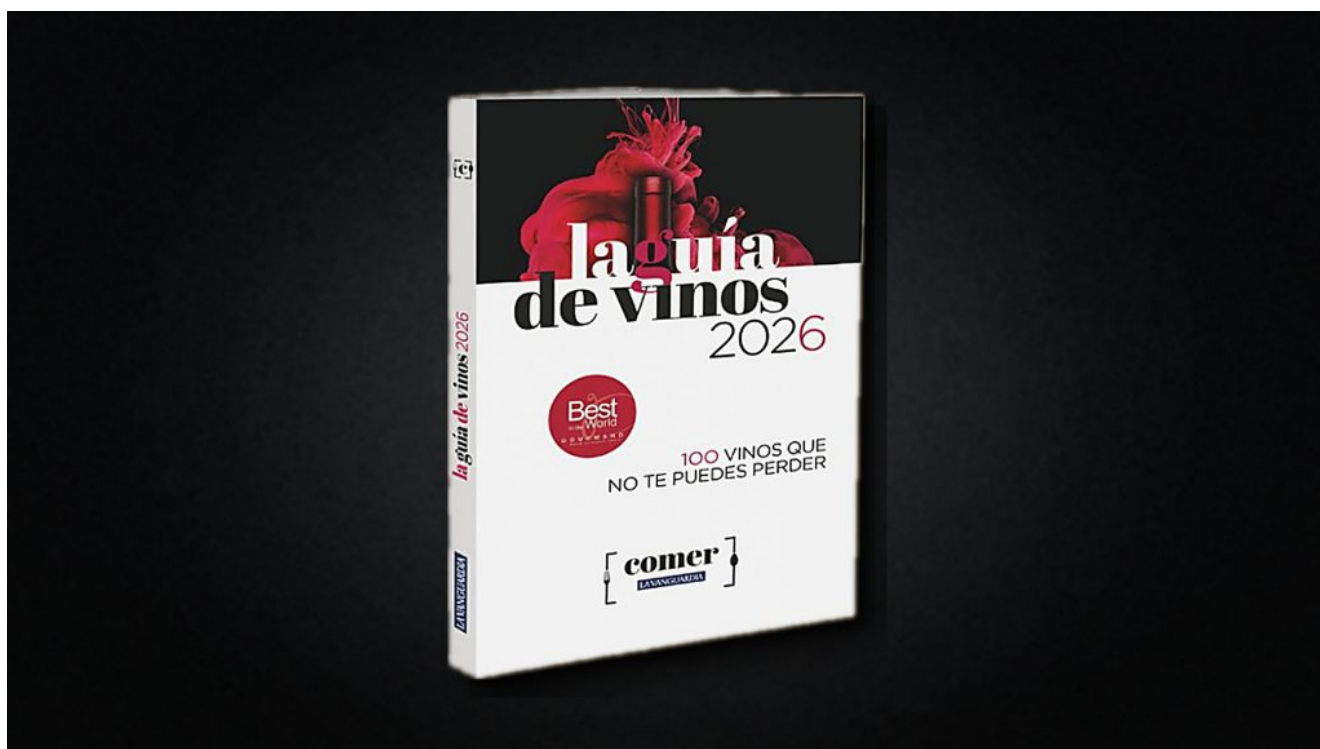


Bodegas Ferrera: un rosado con alma volcánica que conquista a España

[@ComerLaVanguardia](#)

En un mercado enológico cada vez más diverso, contar con una brújula fiable marca la diferencia a la hora de elegir qué descorchar cada año. Ese es el papel de **[“La Guía de Vinos 2026”](#)** de La Vanguardia, una publicación que reúne los **100 vinos imprescindibles del año**, dirigida por Lluís Tolosa y escrita por un equipo de sumilleres y periodistas especializados como Ferran Centelles, Meritxell Falgueras, María José Huertas, Alicia Estrada y Zoltan Nagy.



La guía recorre tintos, blancos, rosados y espumosos de toda la geografía española, incluidas las islas, y pone el foco en la identidad, el origen y la relación calidad-precio, entregando sus premios en el marco de la **[Barcelona Wine Week](#)**.

Bodegas Ferrera

[@BodegasFerrera](#)

Entre barrancos, nubes y viñedos que trepan por las laderas del Valle de Güímar, [Bodegas Ferrera](#) ha sabido convertir la tradición familiar en una historia de excelencia. Fundada en la década de **1980 en Arafo**, esta bodega tinerfeña surgió del empeño de la familia Ferrera por **mantener viva la viticultura de medianías**, recuperando un paisaje agrícola que durante años fue símbolo de identidad local.



Hoy, la segunda generación continúa ese legado con una filosofía basada en la agricultura ecológica, el respeto al entorno y el rescate de las variedades autóctonas, auténtico tesoro de las Islas Canarias.

Desde sus inicios, Ferrera apostó por la altitud y el carácter

volcánico del terreno como señas distintivas. Sus viñedos se extienden entre los **750 y los 1.000 metros**, en un suelo rico en minerales que confiere a sus vinos una personalidad única: fiel reflejo del clima atlántico y de la esencia de Tenerife. Esta visión sostenible y artesanal ha convertido a la bodega en un referente del **enoturismo insular**, ofreciendo visitas, catas y experiencias entre cepas que narran la historia de la isla a través de cada racimo.

Ese mismo espíritu es el que ha llevado al **Ferrera Rosado seco 2024 (DOP Islas Canarias)** a conquistar los paladares del jurado de *La guía de vinos* del diario **La Vanguardia**, que lo ha reconocido como el **Mejor Rosado del año 2026**. La selección, realizada por un equipo de enólogas, sumilleres y periodistas especializados, elige cada año los **100 vinos imprescindibles de España**, destacando aquellos que combinan **calidad, originalidad y equilibrio entre tradición e innovación**.



El **Ferrera Rosado seco 2024**, elaborado con **100% Listán Negro** de producción ecológica, refleja la armonía entre

técnica y territorio. Nacido a **1.000 metros de altura**, destaca por su **color pálido y limpio**, su **aroma delicado a flores y golosinas** y una frescura que lo convierte en un vino de carácter atlántico.

La sumiller y escritora Meritxell Falgueras, integrante del jurado, subrayó su proceso de elaboración -una maceración de entre cuatro y seis horas y una fermentación controlada a 16 °C- como ejemplo de precisión y elegancia.



Durante el acto de entrega celebrado en la **Barcelona Wine Week**, esta etiqueta canaria brilló junto a nombres históricos de la enología nacional, como **Chivite Colección 125**, **La Condenada** o **Juvé & Camps Reserva de la Familia V36**, reafirmando que los vinos del Archipiélago ocupan ya un lugar destacado en el mapa español.

El **consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria del Gobierno de Canarias, Narvay Quintero**, celebró este reconocimiento como “una muestra del excelente trabajo de viticultores, bodegas y profesionales de la enología canaria”, destacando también la labor de promoción que la marca **Volcanic Xperience** desarrolla a través de **GMR Canarias** para dar a conocer la diversidad de los vinos isleños.



Meritxell Falgueras y el consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria del Gobierno de Canarias, Narvay Quintero

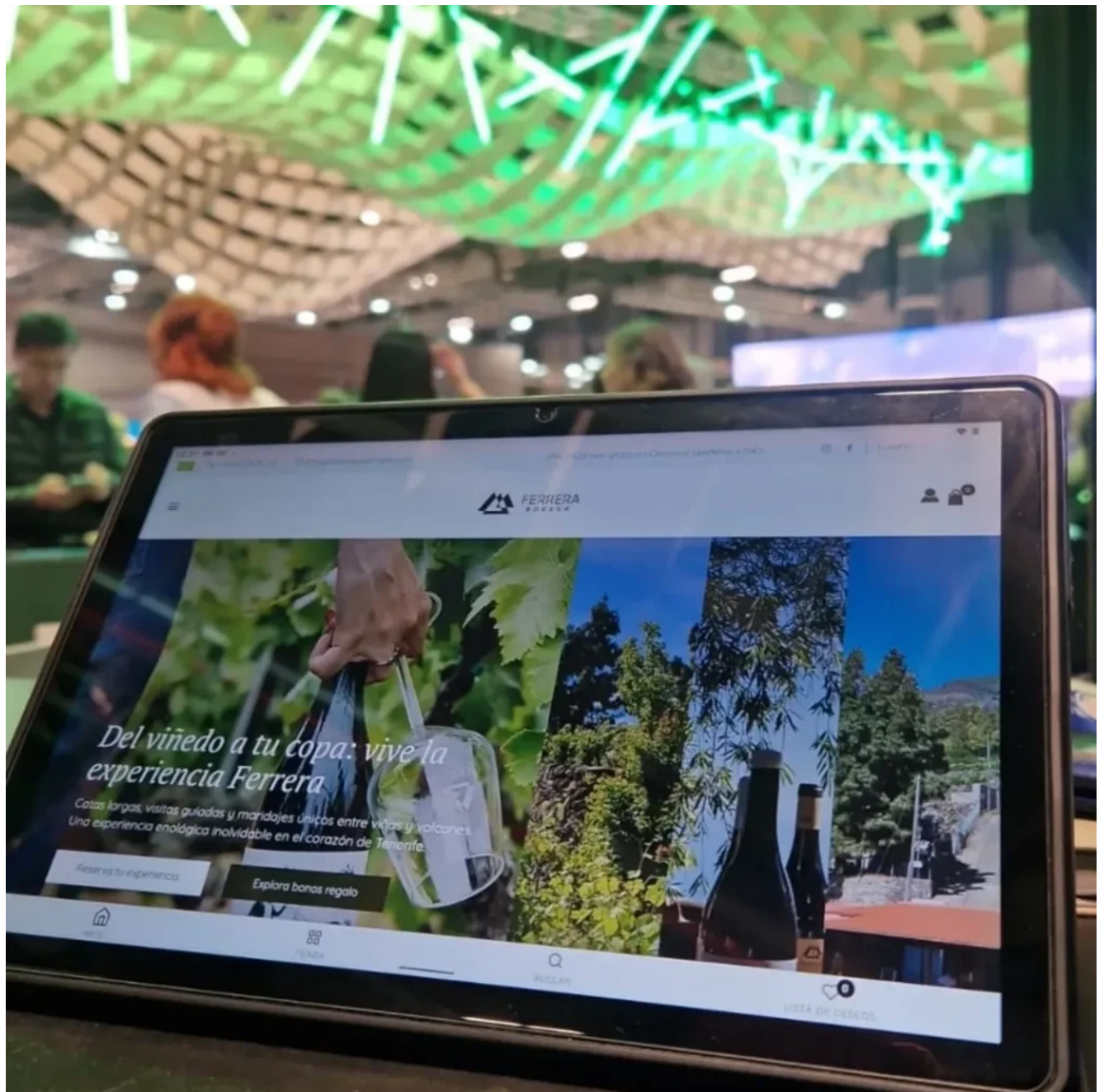
Con este nuevo galardón, **Bodegas Ferrera** consolida una trayectoria marcada por la **pasión, la constancia y el respeto al entorno**, reafirmando que el vino canario puede competir, con identidad propia, entre los mejores del país. Y lo hace desde [Arafo](#), donde cada vendimia sigue siendo un homenaje a la

tierra, al clima y al alma volcánica de Tenerife.

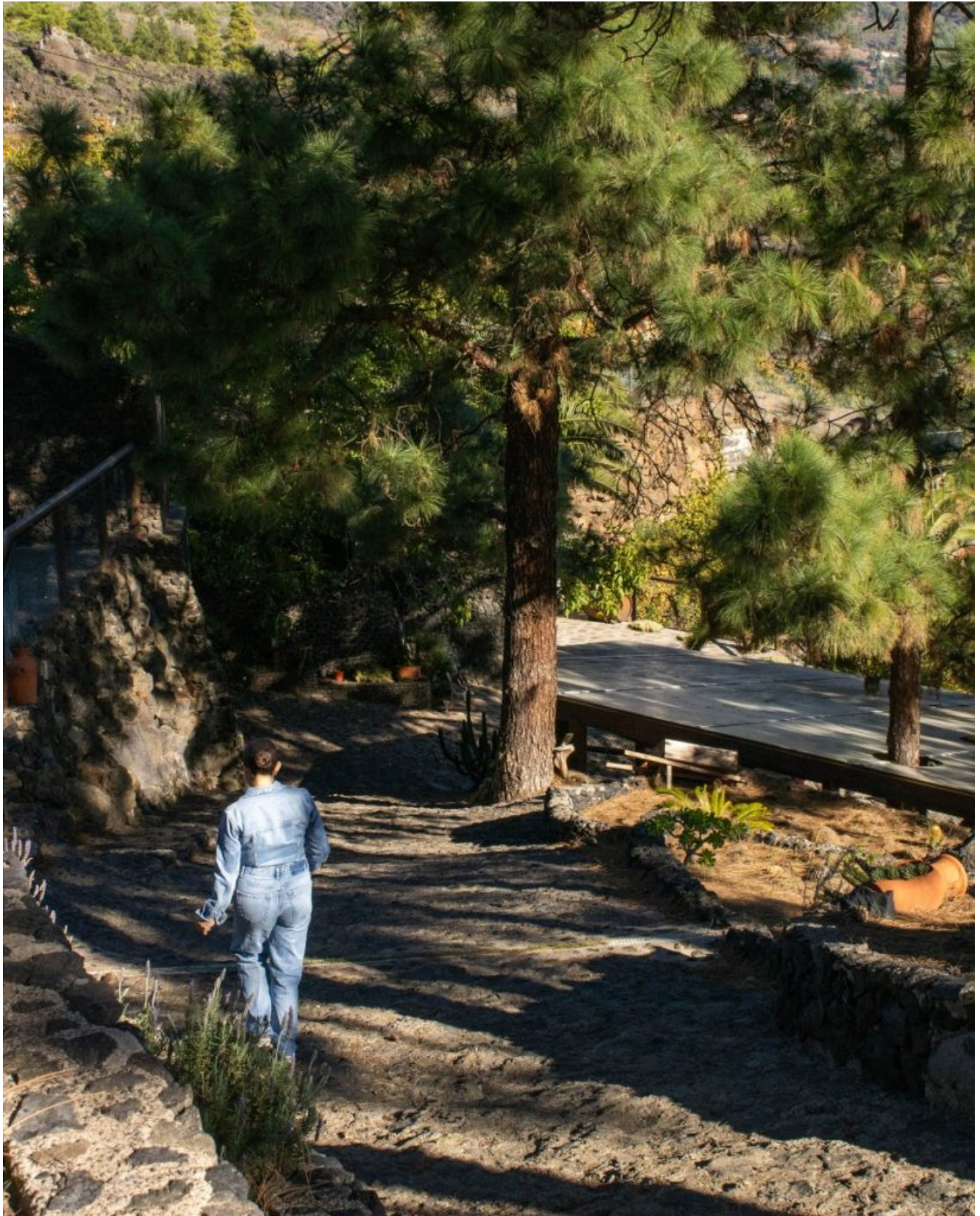
Enoturismo con vistas al volcán

Visitar **Bodegas Ferrera** es una experiencia sensorial completa: un paseo por sus viñedos en altura, catas guiadas con vistas al Teide y la posibilidad de descubrir cómo la viticultura ecológica transforma la fuerza del paisaje en sabor.

La bodega organiza recorridos personalizados, degustaciones de sus distintas etiquetas y actividades donde se entrelazan **vino, naturaleza y cultura canaria**. Una parada imprescindible para quienes buscan entender -y saborear- el alma volcánica de Tenerife a través de un brindis.









Ferrera Rosado Seco 2024

Bodega: Bodegas Ferrera, Arafo, Tenerife (DOP Islas Canarias).

Tipo: Vino rosado seco, ecológico, 100% Listán Negro.

Añada: 2024. □ **Alcohol:** En torno al 12,5% vol.

- **Vista** – Color rosado pálido, limpio y brillante, de aspecto muy atractivo en copa.
- **Nariz** – Aromas delicados a flores. Notas de golosinas, con matices dulces y sugestivos que invitan al trago.
- **Boca** – Paso ligero y fresco, con buena acidez y sensación muy refrescante. Persistencia media, ideal para beber por copas o acompañar cocina informal y mediterránea.
- **Servicio** – Temperatura recomendada: 10–12 °C. □ – Copa de

vino blanco o rosado, para resaltar su frescura aromática.

Maridaje sugerido

Mariscos y pescados de todo tipo. Quesos frescos y semicurados suaves. Platos de pasta ligera, ensaladas y cocina veraniega. Como aperitivo o con postres ligeros, tipo frutas o lácteos poco dulces.

Lógica “continental”, consecuencias insulares: así golpea Mercosur al campo canario

Un tratado escrito contra el eslabón más débil

[@AsagaCanarias](#)

El acuerdo **UE–[Mercosur](#)** se presenta como una autopista para el comercio internacional, pero en la práctica funciona como un peaje que se cobra, casi siempre, al sector primario. Los grandes beneficiados tienden a ser la industria europea con músculo exportador y las grandes agroexportadoras del Cono Sur, mientras el agricultor canario queda empujado al margen como “daño colateral” de una negociación pensada a escala continental.

Dicho de forma menos diplomática: cuando hay que cuadrar cifras, la agricultura acaba sirviendo de moneda de cambio para que otros sectores cierren sus objetivos. Y en Canarias, donde producir es más caro por definición (insularidad, logística, suelo y fragmentación), esa moneda se devalúa todavía más rápido.



En esa lógica, el campo no discute con argumentos: discute con supervivencia. Además, conviene fijar el marco real para no regalarle al lector experto el “pero eso aún no aplica”: el **9 de enero de 2026** el **Consejo de la UE** autorizó la firma del paquete UE–Mercosur (Acuerdo de Asociación y un Acuerdo Interino de Comercio), y dejó claro que hace falta la aprobación del **Parlamento Europeo** y, para el acuerdo completo, la ratificación de los Estados miembros.

Y, de hecho, el **21 de enero de 2026** el Parlamento pidió al **Tribunal de Justicia de la UE** un dictamen sobre la compatibilidad del acuerdo con los tratados, lo que mete freno jurídico y político al calendario. Traducido al idioma del agricultor: puede que el tratado no esté plenamente “en marcha”, pero el tablero ya se está moviendo, y quien vive al

límite no tiene margen para esperar a que el papeleo termine.

Desde la perspectiva canaria, el mensaje sigue siendo demoledor: se nos reconoce como Región Ultraperiférica, pero cuando llega la hora de firmar tratados, esa condición se empuja a la letra pequeña.

Se habla de abrir mercado a carne, azúcar, soja o determinadas frutas producidas a gran escala y con ventajas de coste evidentes, mientras aquí se exige cada año más burocracia, más controles y más inversión para seguir cumpliendo estándares.

El resultado es una asimetría muy difícil de explicar al que cultiva una fanegada, riega con precios de agua que duelen y encara una campaña mirando de reojo a la distribución. No es solo “libre comercio”: es libre comercio para unos y carrera de obstáculos para otros.

Competencia desleal disfrazada de “libre comercio”

[@ParlaSur](#)

La clave no es únicamente que entren más productos, sino **cómo** y **en qué condiciones** se producen. En parte de los países del bloque Mercosur se han señalado diferencias relevantes en el uso permitido de fitosanitarios, en la fiscalización laboral y en el tamaño de las explotaciones. Mientras la UE aprieta -y con razón -en trazabilidad, impacto ambiental y seguridad alimentaria, la competencia externa puede operar con estructuras de costes que aquí serían inviables. No es un debate romántico: es una ecuación económica. Si el listón regulatorio sube en Canarias (y sube), pero el precio de referencia lo marca un modelo con otra arquitectura de costes, la partida está trucada antes de empezar.

Lllamar a eso “competencia” es, como mínimo, optimista: no compiten modelos, chocan reglas radicalmente distintas.



El resultado acaba siendo una presión brutal a la baja sobre los precios de referencia. ¿Cómo compite una explotación familiar de plátano, tomate, papa, vino o queso frente a un producto que llega con ventajas de escala, costes sociales distintos y, además, con un marco de acceso al mercado que se decide lejos del territorio que sufre el impacto? Cada céntimo que se abarata en el lineal se traduce en menos renta para quien produce, menos inversión en finca y, al final, abandono.

Y cuando se abandona una explotación en Canarias no se pierde solo “actividad”: se pierde gestión del territorio, prevención de incendios, paisaje útil y una parte del relato gastronómico que luego todos aplaudimos en los discursos.

Canarias: ultraperiferia en el papel,

periferia sacrificable en la práctica

En Canarias, las debilidades estructurales se suman como capas del mismo problema: insularidad, sobrecostes logísticos, suelo agrario escaso, fragmentación del territorio y predominio de explotaciones pequeñas y familiares. A eso se añade un modelo de abastecimiento -el REA- que, tal y como se ha aplicado, no siempre ha funcionado como escudo para la producción local, y en demasiadas ocasiones ha premiado la importación barata. Mientras tanto, al productor se le pide más profesionalización, más inversión y más controles (otra vez: con razón), pero sin corregir de raíz el diferencial de costes que lo deja fuera de juego.

El resultado es que la dependencia exterior de la cesta de la compra es altísima. Diversas estimaciones sitúan la importación por encima del 90% de lo que se consume en el archipiélago, y ese dato, por incómodo que sea, explica por qué un shock de precios o de logística aquí se siente antes y más fuerte.

Cuando la base de suministro viene de fuera, cualquier acuerdo que abarate la entrada de producto y tense la competencia interna no cae en un mercado “normal”: cae en un territorio especialmente sensible, donde el campo no es un sector más, sino una pieza de equilibrio social y ambiental.

El tratado UE-Mercosur, en su diseño y en su lógica de escala, no corrige esa deriva: la acelera. Consolida la

dependencia alimentaria del archipiélago y profundiza un modelo en el que el lineal está lleno, pero el paisaje agrícola se vacía.

Y en islas como **La Palma, La Gomera o El Hierro**, donde el sector primario aún sostiene economía, empleo indirecto y cohesión territorial, el golpe puede ser serio: menos renta en origen, menos relevo generacional y más hectáreas que pasan de ser tierra trabajada a ser tierra “en pausa”, esperando -normalmente- a que la maleza la gane.

Efectos concretos: del surco al territorio

Sobre el papel se habla de “cláusulas de salvaguardia” y, de hecho, desde Bruselas se insiste en que habrá mecanismos para reaccionar ante perturbaciones del mercado, con un reglamento específico en marcha y facultades temporales para actuar en productos agrícolas sensibles. El problema, desde la perspectiva del agricultor canario, es el de siempre: **la velocidad y los umbrales**. La salvaguardia no sirve si llega cuando el daño ya está hecho, ni si exige demostrar un “perjuicio grave” a ritmo de expediente mientras la finca cierra a ritmo de factura. En la vida real del campo, el margen se pierde semana a semana; y el cierre, cuando llega, no avisa dos veces.

- **Más competencia en desventaja para cultivos emblemáticos: plátano, tomate, papas, cítricos, viña, hortícolas.**
- **Menos margen de negociación frente a la gran distribución, que amplía su abanico de proveedores extracomunitarios.**
- **Más abandono de fincas, menos relevo generacional y mayor vaciamiento del mundo rural.**

Y no hablamos solo de economía. Cada explotación que cierra es un paisaje que se degrada: un bancale que se llena de rabo de gato, un cortafuegos que desaparece, una red de saberes que se rompe y una cultura alimentaria que se uniforma. Los costes ambientales y sociales del tratado no caben en una tabla de aranceles, pero se pagan igual, y durante décadas. Porque la “eficiencia” sin territorio no es eficiencia: es un ahorro que se financia con erosión, dependencia y pérdida de identidad productiva.

Las demandas del campo canario frente a Mercosur

Los agricultores de Canarias no piden privilegios: piden equidad. Reclaman salvaguardas que funcionen de verdad cuando el mercado se inunda y hunde precios en origen; exigen reciprocidad para que nadie produzca más barato a costa de peores condiciones ambientales o laborales; y, sobre todo, piden un reconocimiento efectivo de **Canarias** como Región Ultraperiférica, no como una coletilla protocolaria. Si el tratado se piensa con lógica continental, el corrector tiene que estar diseñado para lo insular, o el sistema premia al grande y castiga al pequeño por pura geometría.





Piden también reformar el **REA** y reforzar el **POSEI** con un objetivo concreto: que las ayudas dejen de empujar la importación barata como solución automática y sostengan, de verdad, la producción local y el relevo generacional. En el fondo, reclaman algo elemental: que antes de firmar acuerdos

en despachos lejanos, alguien mire al surco, al invernadero y a la finca familiar que mantienen con vida el paisaje y la despensa de estas islas. Porque sin campo, el relato gastronómico se queda bonito... pero hueco.

Qué piden los agricultores de Canarias

- **Participar en las decisiones que les afectan:** voz directa de las organizaciones agrarias canarias en cualquier revisión del acuerdo y en la definición de políticas agrícolas y comerciales.
- **Cláusulas de salvaguarda reales:** mecanismos rápidos y activables sin burocracia infinita cuando se hundan los precios en origen.
- **Reciprocidad en las reglas:** que lo que entre cumpla las mismas exigencias ambientales, laborales y de seguridad alimentaria que se imponen en Canarias y en la UE.
- **Reconocimiento efectivo como Región Ultraperiférica:** que la condición RUP sea un blindaje específico, no un pie de página.
- **Reforma del REA y refuerzo del POSEI:** reorientar ayudas para favorecer producción local y relevo generacional, no solo el abaratamiento de importaciones.□

Dónde nos deja este tratado... y de qué lado estamos

El acuerdo **UE-Mercosur**, tal como está planteado, deja a Canarias en un lugar incómodo: demasiado pequeña para mandar en la mesa de negociación y, sin embargo, lo bastante expuesta como para absorber el impacto en su cesta de la compra y en su paisaje agrario. Se nos pide que aplaudamos un “progreso” que, en la práctica, puede significar más dependencia alimentaria, menos renta para quien produce y menos capacidad real de decidir qué comemos y cómo se produce. Y cuando un territorio no decide su alimentación, no decide solo su economía: decide

su resiliencia.



Agricultores, ganaderos y el sector pesquero de las islas simbolizando la muerte de estos sectores

No tiene sentido celebrar el kilómetro cero, el producto local y la cocina de territorio si, al mismo tiempo, se aplauden dinámicas comerciales que empujan a la desaparición silenciosa de quienes hacen posible ese relato. La coherencia aquí no es un eslogan: es una política.

Y en Canarias, donde el campo también es **paisaje, prevención y cultura**, la incoherencia se nota rápido: primero en el precio en origen, después en el abandono, y más tarde en la pérdida de memoria productiva.

La defensa del campo canario no es una nota a pie de página en el debate comercial: es la condición mínima para que, dentro de unos años, sigamos teniendo algo que contar -y algo que comer- que lleve realmente el sello de calidad de estas islas.

Si el tratado se firma pensando en volúmenes, Canarias tiene que hacerse escuchar pensando en supervivencia. Porque cuando el último bancal se apaga, ya no hay campaña de “producto local” que lo resucite: solo queda nostalgia... y la nostalgia no alimenta.

Campo canario: POSEI: cuando cinco letras deciden el futuro del campo canario

[@GobCanarias](#)

En **Canarias** hay cinco letras que pesan más que muchas leyes: **P-O-S-E-I**. Detrás del “**Programa de Opciones Específicas por la Lejanía y la Insularidad**” no hay solo tecnocracia europea, hay algo mucho más concreto: la diferencia entre una finca que sigue produciendo y otra que se abandona. Sin el **POSEI**, buena parte del campo canario no aguanta. Con él, aguanta... pero cada vez más al límite.

El problema es que hemos dejado que el debate se pierda entre reglamentos, comunicados y siglas, mientras quien madruga para regar, ordeñar o podar siente que su realidad sigue sin contar. **El agricultor** sabe que el [POSEI](#) le salva la cuenta corriente, pero también sabe que no puede vivir eternamente enchufado a una máquina de ayudas. Quiere vender su producto a un precio justo, no vivir de expediente en expediente.

El POSEI, salvavidas... y techo de cristal

[@Asaja](#)

El **POSEI** nació para algo justísimo “sine qua non”: equilibrar

el partido, hacerlo más justo. Producir en unas islas alejadas, fragmentadas y dependientes del barco cuesta más; si queremos que aquí se siga plantando, hay que compensar ese sobre coste. De ahí salen las ayudas al plátano, al tomate de invierno, a las papas, al viñedo, a la ganadería... y el famoso **REA**, que abarata determinados insumos y productos básicos.



Funciona hasta cierto punto; gracias a esas ayudas siguen en pie cultivos que, en un mercado global que no perdona ni un céntimo, ya habrían desaparecido. Pero el **POSEI** también levanta un techo de cristal. El mensaje silencioso es: “no te hundas, pero tampoco sueñes demasiado”. Si la frontera entre seguir y cerrar depende de una resolución publicada meses después en un boletín, la explotación vive en apnea permanente. Cualquier retraso, cualquier amenaza de recorte, cualquier reforma en Bruselas se siente como un terremoto en los campos canarios.

Ahí es donde Canarias tiene que tomar posición. [EL POSEI](#) no puede ser solo una máquina de oxígeno para mantener al paciente en la **UCI**. Tiene que convertirse en palanca para que el campesino sea menos rehén de la ayuda, por el contrario más productivo y más dueño de su futuro: menos dependencia, más proyecto.

El agricultor habla, la política gesticula

Si uno escucha al campesino en la linde de la parcela, el diagnóstico se repite de isla en isla: los costes no paran de subir, los precios en origen no acompañan, los papeles se multiplican y el discurso político no se traduce en cambios reales.

El Gobierno de Canarias se declara “del lado del sector”. Firma manifiestos, aprueba resoluciones, viaja a Bruselas, adelanta dinero que el Estado no ha pagado aún. Todo eso cuenta, se reconoce y se agradece. Pero en la finca la pregunta es otra: “¿Y esto, en qué se traduce para mí? ¿Pago menos luz? ¿Me entra la ayuda cuando la necesito? ¿Tengo un contrato digno con quien me compra?”.



Hasta ahora, la interlocución ha sido, sobre todo, reactiva. El campo se moviliza, corta carreteras, sale en portada, y entonces llegan las visitas, las fotos, las promesas. Falta algo más incómodo pero imprescindible: una hoja de ruta clara, con plazos y medidas concretas, que vaya más allá de **“defendemos el POSEI”** y se atreva a usarlo de forma estratégica.

Eso significa, por ejemplo:

- Revisar qué modelo de explotación se está premiando: no solo hectáreas y kilos, sino calidad, sostenibilidad, empleo digno, relevo generacional.
- Simplificar de verdad la burocracia, no solo cambiar formularios y nombres de convocatorias.
- Sentar en la misma mesa al pequeño agricultor, a la cooperativa, a la industria transformadora y a la distribución, con voz real, no como parte del decorado

en rueda de prensa.

Si no se hace, el riesgo es claro: que el campesino termine viendo el **POSEI** como otra herramienta diseñada lejos, útil, sí, pero más al servicio del equilibrio político que del surco que trabaja cada día.

La paradoja de las importaciones: competir contra uno mismo

Hay un punto que irrita especialmente al sector y que cualquier lector de **Canariasgourmet** reconoce en cuanto entra en un supermercado: ¿cómo es posible que entren productos de fuera, a veces bonificados, que compiten directamente con lo que ya producimos aquí?

EL REA, pensado para garantizar abastecimiento y contener precios, tiene su lógica en un archipiélago que depende de los contenedores. El problema aparece cuando ese mecanismo se utiliza para introducir frutas, forrajes u otros productos que ya tienen una producción local relevante.



Entonces el sistema se muerde la cola: se subvenciona la entrada de un competidor que no solo juega con costes más bajos, sino que muchas veces no cumple las mismas **exigencias ambientales y sanitarias** que se le piden al **productor canario**.

Para el campesino, la escena roza el absurdo: se le obliga a cumplir una normativa europea exigente, a invertir en trazabilidad y en controles, y luego ve en el lineal una banana de terceros países más barata, un forraje importado que hunde el precio del suyo, una fruta tropical que se pasea por las islas mientras sus árboles se quedan sin comprador. Le

piden correr una maratón con piedras en los bolsillos mientras al de fuera le asfaltan la pista.

A eso se suma el miedo a los riesgos sanitarios: cada contenedor mal controlado puede traer una plaga o una enfermedad que arrase lo que aquí se ha cuidado durante décadas. En un territorio tan frágil como el nuestro, eso no es un detalle técnico, es una cuestión de supervivencia.

Tomar partido: del resistir al proponer

Desde un periódico gastronómico es imposible mirar esto desde la distancia. La gastronomía no empieza en el restaurante; empieza en la parcela, la quesería, el lagar, el obrador. Cuando se debilita el campo, se empobrece también la cocina y el relato que contamos al mundo.

Tomar partido hoy implica varias cosas muy claras:

- Defender un **POSEI** que no solo compense, sino que oriente: que premie a quien cuida el territorio, mantiene variedades propias, apuesta por calidad y alimenta a su entorno.
- Revisar con valentía las reglas del juego de las importaciones: si algo se produce aquí con calidad y arraigo, no tiene sentido bonificar que entre desde fuera para ahogarlo. Y lo que entre debe cumplir las mismas normas que el producto canario y además, razón suficiente para prohibir su entrada.
- Poner al agricultor en el centro del debate, no como **figurante romántico**, sino como profesional que sostiene empleo, paisaje y soberanía alimentaria.
- Implicar al consumidor: cada vez que elegimos producto local estamos votando por un modelo de territorio. No es solo sabor; es una decisión política silenciosa en la cesta de la compra.

No se trata de levantar **muros comerciales** ni de negar lo innegable; vivimos en un mercado abierto. Se trata de algo más sencillo y más justo: que las reglas no condenen a quien produce aquí a ser siempre la parte más delgada de la cuerda y que pierda y debe seguir adelante.

¿Archipiélago de contenedores o de agricultores?

El campo canario lleva años resistiendo. **El POSEI** ha sido su escudo, pero un escudo no hace una estrategia. Si queremos que dentro de diez años sigamos hablando de tomates de invierno, de papas bonitas, de vinos de listán y de quesos de cabra que sepan a monte y a salitre, hay que dejar atrás el modo “emergencia permanente”.



Eso exige que el gobierno asuma que no basta con “acompañar” al sector: tiene que empujar cambios incómodos, revisar cupos, defender de verdad condiciones justas en Europa, simplificar la vida administrativa del campesino y apostar por proyectos que conecten campo, cocina y ciudadano. Y exige también que el

propio sector se mire hacia dentro, supere divisiones, y ponga sobre la mesa un modelo de futuro que no dependa solo de la próxima convocatoria de ayudas.

Desde canariasgourmet.es, el compromiso es claro: contar lo que pasa con nombres, fincas y productos; dar voz a quienes siguen sembrando donde otros ya habrían tirado la toalla; y recordar que cada plato con producto canario es, también, una clara toma de posición.

Porque al final la disyuntiva es brutalmente simple: ¿queremos un archipiélago de contenedores o de agricultores? Cinco letras -POSEI-, y las decisiones que se tomen en torno a ellas, van a inclinar la balanza. Conviene decidir de qué lado estamos.

Castilla y León será la sede oficial del Día Mundial de las Legumbres de la FAO el 10 de febrero de 2026

Valladolid pone fecha a la “excelencia humilde”

[@Fao](#)

Si alguien todavía cree que las legumbres son “comida de supervivencia”, la [FAO](#) le acaba de mandar una invitación formal para que actualice el software. Castilla y León ha sido designada sede oficial del **Día Mundial de las Legumbres 2026**,

y el próximo **10 de febrero de 2026** Valladolid se convertirá en el punto de encuentro internacional donde la alubia, el garbanzo y la lenteja dejarán de pedir permiso para sentarse a la mesa grande.

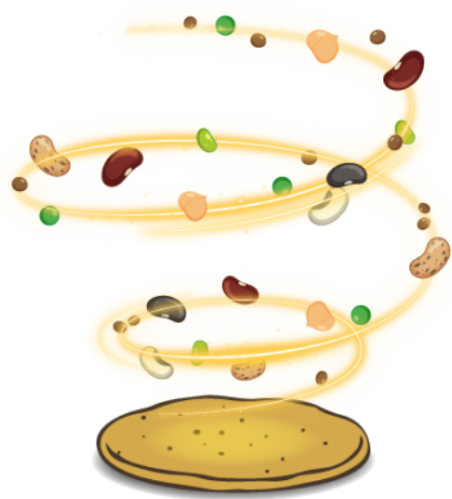
El evento se celebrará en el **Centro Cultural Miguel Delibes**, bajo un lema que ya viene con **storytelling** incorporado: **“Legumbres, de la modestia a la excelencia”**. No es un título decorativo; es una declaración gastronómica y agraria al mismo tiempo, porque aquí se está hablando de producto, de territorio y de futuro alimentario en una sola frase. La elección supone un reconocimiento al peso agrícola y culinario de la Comunidad, pero también a su encaje con las prioridades globales que la FAO viene empujando: seguridad alimentaria, nutrición y sostenibilidad.

Además, el hecho de que esta edición se celebre en España tiene un valor añadido: será una de las pocas ocasiones en que esta jornada se organiza fuera de Roma, rompiendo la inercia de que lo internacional siempre “pasa en otro sitio”.

En otras palabras, durante un día Valladolid será el escenario donde se cruzarán agricultura, ciencia, gastronomía y divulgación, con la legumbre como hilo conductor. Y sí: eso incluye también el universo tapa, porque cuando un producto se vuelve protagonista mundial, la creatividad de barra y cocina termina apareciendo por pura lógica.

De un campeonato de tapas a un hito

FAO: así se cocinó la candidatura



III CAMPEONATO NACIONAL des**TAPA** las **LEGUMBRES** *tierra de sabor*

Detrás de esta designación no hay casualidad, sino una secuencia bastante bien armada: la candidatura se impulsó a partir del **Campeonato Nacional “Destapa las Legumbres Tierra de Sabor”**, un certamen que ha servido como escaparate para demostrar que la legumbre no vive únicamente en la cazuela de invierno, sino también en formatos contemporáneos, breves y seductores: tapas, bocados, técnicas actuales y discurso de producto.

En ese contexto, la consejera de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, María González Corral, trasladó la propuesta a un responsable de legumbres de la división técnica de la FAO invitado al certamen, abriendo una puerta que después se trabajó por vía institucional.

A partir de ahí, las gestiones fueron escalando: el movimiento pasó por los cauces oficiales ante el director general de la FAO, Qu Dongyu, y también ante el representante permanente de España ante la organización, el embajador Miguel Fernández-Palacios Martínez.



El resultado ha sido la aceptación formal de la candidatura y la confirmación de Valladolid como sede para 2026. Este detalle es importante: no se trata solo de “hacer un evento”, sino de alinearlo con una agenda global, con su protocolo, sus actores y su capacidad de proyección.







El mensaje es claro: cuando la tapa se convierte en herramienta de prestigio para un producto primario, se produce

algo interesante, porque se está traduciendo campo en deseo, y deseo en valor. Y eso, para cualquier territorio con ambición agroalimentaria, es directamente una palanca económica.

Castilla y León, músculo productor: cifras, calidad y relato de origen

Para entender por qué Castilla y León ha ganado esta carrera, conviene ir a los números, que en el sector primario suelen hablar más alto que cualquier eslogan.

La Comunidad concentra aproximadamente el 38 % de la superficie nacional dedicada al cultivo de legumbres, con más de 164.000 hectáreas y una producción cercana a 200.000 toneladas en la última campaña, lo que la sitúa como el principal territorio productor de España.

Este liderazgo, además, no se sostiene únicamente en volumen: se apoya en un sistema de **calidad diferenciada** que refuerza origen, trazabilidad y reputación, un punto clave cuando se quiere competir en mercados donde el consumidor pide “historia verificable” y no solo buen precio. Por eso la sede del **Día Mundial de las Legumbres 2026** no se trata solo un premio simbólico: es una validación de cadena completa, desde **agricultura** hasta **gastronomía**.

De hecho, la cita en el **Miguel Delibes** se plantea como un espacio de actividades institucionales, técnicas y divulgativas, con presencia de autoridades, expertos, investigadores y divulgadores vinculados a nutrición, alimentación y cocina.



En términos de narrativa gastronómica, esto se traduce en una oportunidad: si el producto está respaldado por estructura

productiva y por relato de origen, el restaurante -y especialmente la tapa- se convierte en el altavoz perfecto para modernizar su imagen sin traicionarla.

En 2026, Valladolid puede funcionar como un “escaparate-laboratorio” donde se vea, en directo, cómo un ingrediente que fue humilde por costumbre pasa a ser excelente por decisión.

Por qué el mundo mira a las legumbres: nutrición, clima y el “factor futuro”

La FAO lleva tiempo insistiendo en que las legumbres no son una moda saludable: son un **activo estratégico**. Son fuente asequible de **proteína vegetal** y **fibra**, tienen **larga vida útil** y, además, encajan con dietas equilibradas sin exigir grandes artificios. En paralelo, su valor agronómico es difícil de discutir: la capacidad de **fijar nitrógeno** contribuye a la fertilidad del suelo y puede reducir dependencia de fertilizantes, mientras que su eficiencia hídrica y su papel en sistemas resilientes refuerzan su relevancia ante el estrés climático.

Por eso no sorprende que el **10 de febrero** sea una fecha oficial en el calendario global: la ONU proclamó ese día como **Día Mundial de las Legumbres** a propuesta de Burkina Faso, y desde entonces la celebración se usa para impulsar conciencia, colaboración e inversión. La edición de **2025** tuvo celebración global en **Lima (Perú)** junto a la FAO, y el salto a Valladolid en 2026 consolida esa línea de “salir al mundo” con un mensaje claro: el futuro alimentario se construye con productos que funcionan en plato y en campo.

Para el lector canario, **esto también tiene lectura propia: aquí sabemos que la legumbre sostiene cultura - potajes, garbanzas, cuchara con identidad - pero también admite reinterpretación fina, desde fondos, potajes y cremas hasta bocados de barra con precisión técnica.**

Así que, si el 2026 va de pasar “de la modestia a la excelencia”, la pregunta para cocinas y barras no es si las legumbres vuelven, sino cuánto talento y esfuerzo vamos a poner para que no vuelvan a irse.

Las Preferencias de los Expertos: el Top Ten de vinos de David Ghosn

[@DavidGhosn](#)

Con esta publicación inauguramos en Canariasgourmet.es una nueva sección que ha llegado para quedarse: **“Las Preferencias de los Expertos – Top Ten”**. A partir de hoy, nuestros lectores podrán asomarse, copa en mano, a las listas completas de quienes viven el vino a diario, sin filtros y sin maquillajes comerciales. No hablamos de rankings fríos, sino de selecciones personales que cuentan una manera de entender la gastronomía líquida: qué se abre en casa, qué se recomienda en una mesa de amigos, qué se sirve cuando uno quiere quedar bien de verdad. Cada entrega llevará nombre y apellidos, y funcionará como una pequeña carta de navegación para elegir vinos con más criterio y menos improvisación.

Abrimos esta serie con el **Top Ten de David Ghosn**, uno de los sumilleres más reconocidos de Gran Canaria y una de esas voces a las que se recurre cuando hay que construir una carta de vinos con alma. Su selección para Canariasgourmet.es mezcla espumosos de apertura, blancos frescos y salinos, tintos de altura y un final dulce que mira de frente a la [Navidad](#), siempre con un hilo conductor claro: vinos que hablan de paisaje, de bodegas pequeñas y de productores que trabajan

pegados a la tierra.

En su lista conviven referencias de **Gran Canaria, Lanzarote, La Palma, Tenerife y El Hierro**, todas con un punto en común: no son vinos de escaparate, son vinos para disfrutar, comentar y compartir en la mesa. A partir de aquí, el lector tiene la palabra: este es el **Top Ten de David Ghosn**, una guía directa para quien quiera llenar la bodega de estas fiestas –y del año entero– con etiquetas que han pasado por el paladar de un profesional que se juega su prestigio en cada recomendación.

Top Ten David Ghosn

Vinos blancos

[Milagro de Magmasía](#), una **Malvasía volcánica** de la DO Lanzarote. Fresco, salino, cremoso y largo, para acompañar de aperitivos salados y entrantes del mar. –



Los Loros, La bota de Mateo de la DO Valle de Guímar, un

monovarietal de **Listán blanco**, criado sobre lías, frutal y mineral con grandes matices, sabroso y complejo, con ese toque de la bota jerezana que le aporta matices salinos. –



Tamerán Marmajuelo, de la **DOP Gran Canaria**. Monovarietal de

Marmajuelo, vino opulento , graso, de acidez fresca que lo hace idóneo para acompañar con Foie, y pescados con peso.



Vinos tintos

Lava Finca Las Arbejas, Vijariego negro, Tintilla y Listán negro de la [D0 Gran Canaria](#). Vino de altitud, donde la fruta roja madura y carácter especiado lo hacen con idóneo para acompañar nuestras carnes y quesos curados. –



Viñátigo ensamblaje tinto, Listán Negro, Negramoll, Vijariego Negro, Tintilla y Baboso Negro, DOP Islas Canarias. Notas especiadas como pimienta negra, frutos negros maduros y setas. Platos de ave en salsa, vena mechada, calamares en su tinta. –



Lalo-Chupadero de Victoria Torres Pecis, vino D0 La Palma, de Listán Negro y Negramoll. Vino tinto natural, con notas de frutillas rojas, balsámico, floral, muy agradable en boca por su paso ligero y sabroso. Irá muy bien con asados de cabrito, cochinillo o paletilla de cordero.



Vinos dulces y licorosos

Agala Dulcelena, vino de la **D.O.P. Gran Canaria**, un vino de altitud con grata expresión de la **Moscatel de Alejandría**, buen equilibrio dulzor-acidez que acompaña muy bien con los surtidos dulces navideños sobre todo con los mazapanes y hojaldrados. –



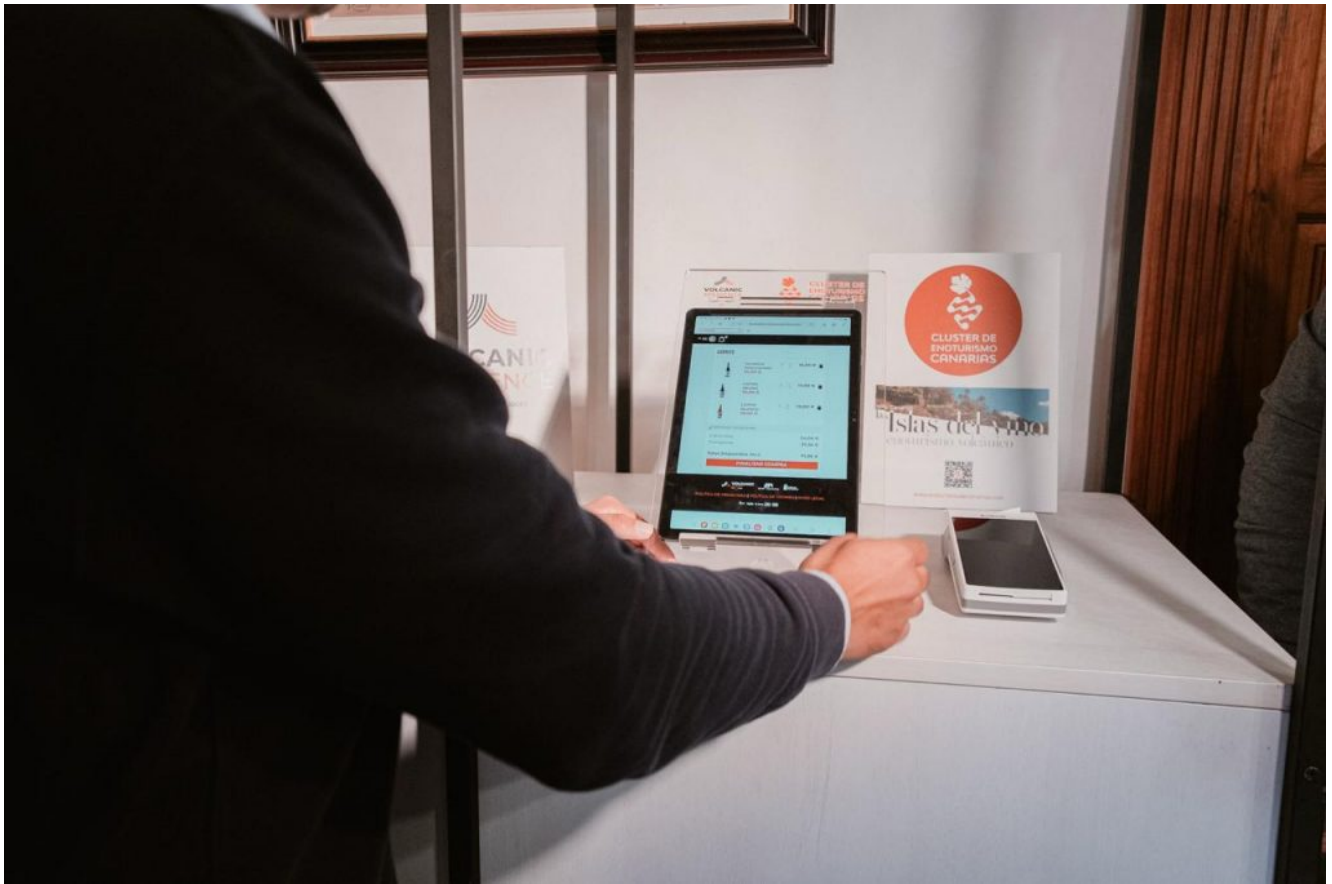
Gran Salmor, vino licoroso de la **D0 El Hierro**, elaborado con uva sobremadura de las variedades **Bremajuelo**, **Gual** y **Verijadiego**. Muy sutil, aromas a frutos pasificados como orejones, piel de naranja, especiados como canela.

Cambuyón: GMR Canarias y el Clúster de Enoturismo activan un piloto para vender vino canario al visitante y entregarlo en 48 horas

[@EnoTurismoCanarias](#)

En Canarias, el vino se recuerda con facilidad; lo que cuesta es llevárselo. Entre límites de equipaje, temor a roturas y ese trámite mental de **“ya lo compro cuando vuelva”**, demasiadas ventas se evaporan justo después de la cata, cuando el visitante está más convencido.

Para darle la vuelta a esa escena, **Gestión del Medio Rural de Canarias (GMR Canarias)** y el **Clúster de Enoturismo de Canarias** han activado un proyecto piloto que permite comprar vino en origen con total libertad y recibirlo en el domicilio en un plazo estimado de 48 horas, superando [barreras fiscales](#) y logísticas que durante años han limitado la conversión de la visita en una compra real.





La idea, sencilla en apariencia y compleja en ejecución, es que el enoturista disfrute la experiencia completa –paisaje, sala de barricas, conversación y copa– sin que el cierre de la historia sea una lucha con la maleta. Según se explicó en la presentación, el sistema está diseñado para incrementar las compras, fortalecer la experiencia enoturística y mejorar la competitividad del sector vitivinícola canario, al tiempo que se refuerza el vínculo entre

el sector primario y el turístico.

Desde el Gobierno de Canarias se defendió que, con innovación y colaboración, pueden **“derribarse barreras históricas”** que han pesado sobre la comercialización de estas producciones. Dicho en lenguaje de bodega: menos fricción, más brindis. Y, de paso, más fidelización, porque el recuerdo del viaje deja de ser solo una foto; llega en una caja bien cerrada, con etiqueta canaria y destino final en la mesa del visitante. En otras palabras, la compra no se aplaza ni se delega en la memoria: se cierra allí mismo, con la copa en la mano, y el visitante no tiene que cargar botellas en el avión; el vino viaja y llega a su casa.

Un piloto con nombres propios en Bodega El Lomo, con el sector alineado

La presentación del proyecto se celebró en la Bodega El Lomo, en Tegueste, y el reparto de nombres propios dibuja bien el tipo de alianza que se está buscando: administración, empresa pública, bodegas y conocimiento especializado trabajando en la misma dirección. Al acto asistieron el **consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria del Gobierno de Canarias, Narvay Quintero**; el **consejero delegado de GMR Canarias, Juan Antonio Alonso**; el **presidente del Clúster de Enoturismo de Canarias, José María Gómez Medina**; el **viceconsejero del Sector Primario, Eduardo García**; el **gerente del Clúster, Hernán Tejera**; y la **propietaria de Bodega El Lomo, Clara Rodríguez**.





Quintero puso en valor el “enorme potencial” del sector vitivinícola canario y subrayó que esta propuesta demuestra que la colaboración entre administraciones y sector, sumada a la apuesta por la innovación, permite derribar barreras históricas que han limitado las ventas.

Además, recordó que la acción se encuadra en el convenio de colaboración entre GMR y el Clúster de Enoturismo firmado hace un año, con la intención de que el turista que disfruta los vinos canarios pueda llevárselos a casa sin complicaciones, reforzando la economía local.

Desde GMR, Juan Antonio Alonso recalcó que la capacidad logística y tecnológica de la entidad ha sido puesta al

servicio del vino para ofrecer una solución práctica y eficiente, de manera que la insularidad y la lejanía no funcionen como freno comercial. Por su parte, Gómez Medina explicó que el Clúster –que agrupa a unas 25 bodegas, operadores turísticos y la Cátedra de Agroturismo y Enoturismo ICCA-ULL– había detectado una dificultad recurrente: el interés de compra del visitante no siempre se convertía en ventas reales. Este piloto nace, precisamente, para transformar ese interés en una compra sencilla y medible.

“Cambuyón”: tradición comercial canaria convertida en innovación digital

El proyecto conecta tradición e innovación a través de un nombre que no se eligió para quedar bonito: “Cambuyón”. En Canarias, la palabra tiene ADN mercantil y un punto pícaro (del bueno): remite a los intercambios en los puertos, a la economía de escala humana y a la vocación internacional del Archipiélago. El término procede del canarismo derivado de la expresión anglosajona “Can buy on” (“puedes comprar a bordo”), utilizada históricamente durante los intercambios entre la población local y los barcos extranjeros que recalaban en las islas.



**Si hace un siglo aquel “can buy on”
acortaba distancias en el muelle, ahora
el guiño se traslada a la bodega: se
elimina la distancia entre el flechazo
del visitante y la compra efectiva, sin
que la maleta ejerza de inspector de
aduanas. Esta capa narrativa no es menor,
porque el enoturismo no se sostiene solo
con producto; se sostiene con relato,
contexto y memoria.**

Y aquí, además, el relato viene alineado con una realidad: los vinos canarios se consumen cada vez más como experiencia de territorio, un territorio de islas y microclimas donde el visitante busca autenticidad y quiere llevársela a casa. Que el sistema se llame Cambuyón ayuda a fijar una idea simple en

la mente del viajero: “compré allí”, en origen, en el momento. Para la bodega, esa idea es oro líquido (y no, no hace falta ponerle pan brioche con oro comestible): se convierte en fidelización, recomendación y repetición de compra cuando el viajero ya está de vuelta en su ciudad.

Asimismo, el concepto funciona como marca paraguas: una promesa clara para el turista y un argumento de venta para el operador enoturístico. Cuando se simplifica la decisión de compra, se dignifica el trabajo del viticultor y del elaborador.

De la pantalla interactiva al envío en 48 horas: así funciona el sistema en volcanicxperience.com

La operativa se apoya en volcanicxperience.com, la plataforma de GMR Canarias, donde en esta fase inicial se han habilitado tiendas virtuales personalizadas para las dos bodegas participantes, concebidas como experiencia de prueba antes de una posible extensión a otras bodegas del Archipiélago. Estas tiendas están conectadas al catálogo general y al stock de producto disponible en instalaciones de GMR en la Península, lo que permite que la distribución sea realizada de forma eficaz y, según lo planteado, sin sobrecostes añadidos para el cliente.



En la práctica, durante la visita el turista selecciona los vinos a través de una pantalla interactiva y formaliza la compra mediante un datáfono: la venta queda registrada en origen, pero el producto –ya disponible en territorio continental– es enviado posteriormente al domicilio del consumidor en la fecha acordada, con un plazo de entrega estimado de 48 horas.

El enfoque es deliberado: se mantiene la emoción de la compra en bodega y se elimina el problema del transporte en avión, que es donde suelen morir las ventas impulsivas y también las planificadas. Los resultados obtenidos en esta puesta en marcha servirán para ajustar, optimizar y perfeccionar el

sistema antes de su posible ampliación, evaluando su funcionamiento real en un contexto enoturístico.

Si el piloto confirma lo que promete, el objetivo a medio plazo es estandarizar el modelo: multiplicar ventas, reforzar la fidelización del visitante y consolidar el enoturismo como complemento estratégico de la actividad vitivinícola canaria. Además, al integrarse en una plataforma orientada a experiencias de territorio, la compra puede incorporarse al itinerario: degustación, visita, elección y cierre.

Para la bodega, se traduce en más conversión sin añadir burocracia ni frenar la atención al visitante; para el viajero, en comprar sin miedo a roturas, sin cargar botellas y con la tranquilidad de recibirlas en su casa.

146 Premios Agrocanarias 2025: los mejores vinos, quesos, gofios y sidras de Canarias ya tienen nombre

Un homenaje con forma de medalla al trabajo del campo y el mar

[@ConcursoAgrocanarias](#)

Si el sector primario tuviera alfombra roja, esta vez no habría brillado por las lentejuelas, sino por el oficio. El **Auditorio de Tenerife Adán Martín** acogió el 11 de diciembre la entrega de los **Premios Agrocanarias 2025**, el certamen regional

con el que el [Gobierno de Canarias](#) –a través del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA)– distingue la calidad de vinos, quesos, gofios y sidras del Archipiélago.



Se concedieron 146 premios, entre distinciones especiales y medallas de gran oro, oro y plata, dentro de los [Concursos Oficiales Agrocanarias 2025](#). El consejero **Narvay Quintero** felicitó a las personas premiadas y puso el foco donde suele estar el verdadero titular: en el trabajo diario que sostiene esta excelencia, reflejada en una participación que superó el medio millar de productos. Además, subrayó esa doble raíz canaria que no se contradice: el peso de una tradición milenaria –**el gofio como herencia de los primeros pobladores**– y, al mismo tiempo, la incorporación de producciones más recientes como la sidra, ya plenamente integrada en el **paisaje gastronómico** actual.

Según defendió, la clave del éxito se

está jugando en una combinación difícil de falsificar: mantener procesos artesanales respetuosos con el medio ambiente y, a la vez, evolucionar para responder a nuevos hábitos de consumo sin perder identidad.

En la misma línea, el **director del ICCA, Luis Arráez Guadalupe**, enmarcó estos concursos en las políticas de fomento del consumo de producciones canarias y en la necesidad de concienciar sobre su impacto: elegir producto local impulsa economía, protege paisajes agrarios y sostiene el medio rural. Tradición e innovación, sí; pero con una condición no negociable: que el territorio se note en el paladar. Y cuando un auditorio entero aplaude a un molino, algo se está haciendo bien, sin necesidad de filtros ni fuegos artificiales.

517 elaboraciones y cuatro ganadores absolutos: del tinto al tueste medio

Los números de **Agrocanarias 2025** hablan de competencia real, no de un “premio para todos”. Participaron 517 producciones: 227 vinos, 226 quesos, 41 gofios y 23 sidras. De ese universo, se concedieron 146 galardones y, además, quedó un cuarteto de ganadores absolutos que sirve como brújula para comprar con criterio, especialmente en fechas donde el carrito manda más que el discurso.

En el concurso de vinos, el máximo reconocimiento recayó en Brumas de Ayosa tinto, elaborado por la SAT Viticultores de la Comarca de Güímar bajo la Denominación de Origen Protegida Valle de Güímar (Tenerife); de las muestras recibidas de 60 bodegas, fueron reconocidas 59 en distintas categorías. En

quesos, el título de **Mejor Queso de Canarias** fue para **El Minero**, un queso de leche cruda de cabra con cobertura de ceniza y *Penicillium candidum*, elaborado por **Granja Ara** (Tenerife), en un certamen que contó con 226 muestras de 73 queserías y repartió 61 premios.



Por su parte, en gofios, la máxima distinción se la llevó el gofio de millo de tueste medio de Molino de **Gofio Buen Lugar SL** (Firgas, Gran Canaria), bajo la IGP Gofio Canario, elegido entre 41 productos de 11 molinos en una edición que otorgó 18 premios. Finalmente, en sidras, la mejor de Canarias fue La Mirla Sidrera espumosa natural, de **Bodega Castro y Magán SL** (Tijarafe, La Palma), seleccionada entre 23 muestras de nueve lagares, en un concurso que otorgó ocho galardones.

Cuatro productos, cuatro islas o comarcas distintas, y un mensaje implícito: el archipiélago compite consigo mismo... y gana. Más allá de los nombres, el palmarés dibuja un mapa: la **viticultura de valle**, la quesería que juega con afinados y coberturas, el cereal tostado que sigue siendo desayuno y

recetario, y una sidra que demuestra que también aquí se fermenta con ambición.

Cata ciega y criterio experto: así se decide la excelencia en Agrocanarias

Que un premio sea creíble no depende del escenario, sino del método. En Agrocanarias, la decisión se tomó con **cata ciega**: las muestras se presentaron con un código numérico y fueron evaluadas sin que el panel conociera qué producto tenía delante, un blindaje imprescindible para que el mérito pese más que la etiqueta. En total participaron 71 catadores y catadoras expertos, distribuidos por especialidades: 23 de queso, 22 de vino, 18 de gofio y 8 de sidra.



Es un dato técnico, sí, pero también cultural: cuando un jurado así se toma el tiempo de comparar, ajustar y puntuar, la medalla deja de ser adorno y pasa a ser herramienta para el consumidor y para el productor. En un mercado donde el lineal y el algoritmo presionan, esa credibilidad se traduce en algo muy concreto: más confianza, mejor posicionamiento y, con suerte, un precio más justo para quien produce.

Además, el concurso funciona como termómetro del año: detecta estilos, afinados, tostados y fermentaciones que van ganando espacio, y obliga a afinar —literalmente— a quienes quieren repetir en la foto. La gala, presentada por los periodistas **Miguel Ángel Daswani y Yaiza Díaz**, tuvo además un tono muy canario, sin postal forzada: la música del timplista **Benito Cabrera**, el guitarrista **Tomás Fariña** y la vocalista **Paula Gómez** acompañó una ceremonia en la que se mezclaron instituciones y oficio real.



Asistieron personas premiadas de todas las islas, el equipo directivo de la Consejería, representantes de cabildos, organizaciones profesionales agrarias, cofradías de pescadores y consejos reguladores de distintas denominaciones de origen protegidas, además de empresas del sector primario y organizaciones de productores.

También se contó con personal docente y alumnado de la Escuela de Capacitación Agraria de Tacoronte, que, en términos prácticos, es decirle a la próxima generación: esto va de futuro, no de nostalgia.

“Regala Agrocanarias” y el reconocimiento al punto de venta que más apuesta por lo local

La última pieza del engranaje no está en el campo ni en el lagar: está en el punto de venta. Durante el acto se proyectó el vídeo de la campaña “Regala Agrocanarias”, difundida en

redes e inspirada este año en la leyenda de San Borondón, con una guía interactiva que facilita localizar establecimientos donde se comercializan producciones premiadas.



En esa publicación se incluye un listado de puntos de venta en varias islas y tiendas online, y se pone el foco en un mensaje sencillo: si el consumidor quiere comprar producto ganador, se le quita el trabajo de adivinar dónde encontrarlo.

De hecho, la guía reúne 27 establecimientos identificados como “Agrocanarias Friendly” y agrupa centenares de referencias premiadas a lo largo del año, con datos de contacto, ubicación y catálogo disponible por tienda.

En paralelo, dentro de la propia gala se reconoció al punto de

venta con mayor número de elaboraciones galardonadas en esta edición: el premio **Agrocanarias Friendly** recayó por tercer año consecutivo en la tienda “De la Tierra”, de Alejandro Díaz, en el **Mercado de La Laguna** (Tenerife), con 78 elaboraciones distinguidas entre su oferta.

Este tipo de reconocimiento, aunque parezca secundario, es clave: sin distribución, la medalla se queda en vitrina; con distribución, se convierte en compra recurrente y en apoyo tangible al sector primario. Para consultar la relación completa de productos galardonados y seguir la ruta de compra, el concurso mantiene actualizado su directorio online (más info en <https://concursosagrocanarias.com/>), útil tanto para el público como para la hostelería que quiere incorporar referencias premiadas.

La herramienta está pensada, además, para la temporada navideña: permite explorar categorías, descubrir novedades y localizar dónde comprar, con el objetivo declarado de impulsar el consumo de producto canario. En esta edición se ha señalado que el directorio incorpora alrededor de 650 productos premiados durante 2025.

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 **Crecer 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.

erience
s del
tro y













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.

Vino Tinto, el alma líquida de la tierra: Día Mundial del Vino Tinto

El **Día Mundial del Vino Tinto** se celebra cada **24 de noviembre**, una fecha que recuerda por qué esta bebida forma parte del patrimonio cultural de tantos pueblos y, al mismo tiempo, una excusa para detenernos un momento y observar cómo un simple racimo de uvas puede convertirse en un símbolo universal. Esta jornada invita a curiosos y entendidos a mirar el vino desde otra perspectiva: no solo como un placer sensorial, sino como una herencia viva que sigue conectando territorios, memorias y

maneras de entender la mesa.

Historia milenaria en la copa

Para rastrear el origen del vino tinto hay que viajar más de seis mil años atrás, hasta las laderas del Cáucaso, entre Georgia y Armenia. Allí aparecieron restos de vasijas y antiguas instalaciones de fermentación que hoy se consideran el primer testimonio de una tradición que no ha dejado de evolucionar.



Desde aquellos inicios remotos, el vino acompañó a egipcios,

griegos y romanos, se coló en rituales, en celebraciones y en la vida cotidiana, y se extendió primero por el Mediterráneo y luego por buena parte del planeta. Con cada viaje, con cada adaptación y con cada paisaje nuevo, surgieron estilos propios y una diversidad vitivinícola que todavía sorprende.

¿Por qué se celebra el 24 de noviembre?

La elección de la fecha tiene un trasfondo práctico y también simbólico. Para finales de noviembre, buena parte del mundo del vino ha cerrado ya la vendimia, los lagares se han silenciado y en las bodegas empieza a definirse el carácter de los vinos nuevos. Es un momento de transición en el calendario vitícola: los mostos fermentan, las barricas se llenan, y el paisaje –que semanas antes era pura actividad– recupera un sosiego que invita a la reflexión.



Ese respiro marca el inicio de una etapa diferente, en la que las miradas se dirigen tanto al pasado inmediato como al futuro de la añada. En la década de los 2000 se fijó oficialmente esta fecha con el propósito de subrayar la dimensión cultural, social y económica del vino tinto, reivindicando su papel como hilo conductor entre territorios, tradiciones y formas de vida.

La elección de la fecha tiene un trasfondo práctico y también simbólico. Para finales de noviembre, buena parte del mundo del vino ha cerrado ya la vendimia, los lagares se han

silenciado y en las bodegas empieza a definirse el carácter de los vinos nuevos. Es un momento de transición en el calendario vitícola: los mostos fermentan, las barricas se llenan y el paisaje –que semanas antes era pura actividad– recupera un sosiego que invita a la reflexión.

Ese respiro marca el inicio de una etapa diferente, en la que las miradas se dirigen tanto al pasado inmediato como al futuro de la añada. En la década de los 2000 se fijó oficialmente esta fecha con el propósito de subrayar la dimensión cultural, social y económica del vino tinto, reivindicando su papel como hilo conductor entre territorios, tradiciones y formas de vida.

Desde entonces, cada 24 de noviembre proliferan las actividades que buscan acercarlo a públicos diversos: catas abiertas, encuentros formativos, rutas enoturísticas y celebraciones que recuerdan que el vino no se entiende solo en la copa, sino también en la comunidad que lo sostiene.



Y mientras en muchas regiones esta jornada se ha convertido en un pequeño ritual que combina elegancia, divulgación y orgullo vitivinícola, en Canarias el día suele pasar sin mayor eco, sin un gesto que ponga en valor lo que también aquí sabemos hacer bien. No deja de sorprender que un archipiélago con una identidad enológica tan singular deje la fecha correr sin una celebración a la altura.

Celebraciones y formas de disfrutarlo

Catas abiertas, degustaciones, rutas enoturísticas, charlas y talleres forman parte de la agenda de este día en diferentes países. Es una oportunidad para detenerse ante variedades tan reconocibles como el cabernet sauvignon, el tempranillo o el merlot, o para mirar hacia cepas que cuentan la historia de territorios concretos, como el listán negro en Canarias. También permite comparar estilos, técnicas de crianza y maridajes que transforman la experiencia en un pequeño viaje.

Algunas ideas para sumarse al festejo:

- Compartir una copa con familia o amigos, explorando aromas y sabores sin prisa.
- Participar en catas guiadas para aprender a interpretar matices y contrastes entre regiones.
- Descubrir etiquetas nuevas en tiendas y restaurantes, apostando por pequeños productores o zonas menos conocidas.
- Preparar platos que encajen con el carácter del vino tinto: carnes asadas, guisos, quesos curados o recetas que agradecen una copa al lado.

Salud y beneficios

El consumo moderado de vino tinto ha sido objeto de numerosos estudios que destacan su potencial para mejorar la salud cardiovascular, apoyar la función cognitiva y aportar antioxidantes que ayudan a reducir ciertos riesgos inflamatorios y degenerativos. Parte de estos efectos se atribuyen a compuestos presentes en la piel de la uva, como los polifenoles, el resveratrol o la vitamina E.

Eso sí, la moderación no es un detalle menor: los especialistas recuerdan que solo dentro de esos límites se aprecian beneficios reales.



Un brindis global por la cultura y la vida

El Día Mundial del Vino Tinto no es únicamente un evento señalado en el calendario; es una invitación a mirar el vino como un puente entre la tierra y la cultura. Cada copa resume un recorrido de siglos, un trabajo paciente en viñedos y bodegas, de familias enteras en algunos casos y una forma de celebrar la vida en compañía, porque un buen vino tinto debe ir de la mano de una buena compañía.

Mañana, al abrir una botella, no solo descorcharás un vino: estarás sumándote a un homenaje compartido por millones de personas que reconocen en esa copa una historia que no deja de escribirse.□

Lentejas milenarias y aguacates inéditos: Dos tesoros de Canarias

Las Islas Canarias son tierra de contrastes y sorpresas, también en el terreno agroalimentario. Dos cultivos sobresalen hoy no solo por su calidad, sino por el halo de historia y pionerismo que los envuelve: las lentejas milenarias y el primer aguacate del mundo con Indicación [Geográfica Protegida \(IGP\)](#). Ambos son ejemplo de resistencia, adaptación y orgullo insular.

Lentejas canarias: semillas de dos mil años

Hablar de las **lentejas canarias** es hablar de una historia que se remonta a los orígenes mismos de la vida agrícola en el archipiélago. No se trata solo de un alimento humilde, sino de un testigo genético del pasado insular. Un **reciente estudio genético realizado por las universidades canarias** ha confirmado que estas pequeñas legumbres, encontradas en antiguos silos excavados en [roca volcánica](#), tienen **una antigüedad estimada de más de dos mil años**, lo que las convierte en uno de los cultivos más antiguos documentados del Atlántico.



Lentejas

Los hallazgos, localizados en zonas altas y áridas de Gran Canaria, no solo confirman la **sofisticación agrícola de los aborígenes canarios**, sino también su sorprendente conocimiento sobre conservación y almacenamiento. Las lentejas se guardaban en cuevas o silos herméticamente sellados con piedra y barro, donde la **temperatura estable y la humedad constante** creaban un microclima perfecto para su preservación. De ahí que las semillas halladas hoy se mantengan intactas, como si esperaran pacientemente su momento para volver a germinar.

La importancia del descubrimiento trasciende lo arqueológico. Los análisis de ADN revelan que las variedades actuales cultivadas en las islas guardan una **continuidad genética casi pura** respecto a aquellas legumbres ancestrales, lo que convierte a las lentejas canarias en un auténtico fósil vivo de la agricultura prehispanica.

Este hallazgo revaloriza el papel de Canarias como laboratorio agrícola natural, un territorio donde la biodiversidad, la resiliencia y la cultura agrícola se entrelazan desde hace milenios.

Además, la simbología que rodea a esta legumbre es profunda: en muchas culturas, las lentejas representan **la abundancia, la renovación y la humildad como virtud esencial**. En Canarias, ese simbolismo cobra una nueva dimensión, porque cada plato de lentejas conecta el presente con la raíz de una civilización que, sin herramientas modernas, ya entendía el equilibrio entre tierra, clima y alimento.

Las lentejas canarias, pequeñas y de piel fina, son hoy el resultado de ese legado invisible que sigue alimentando al pueblo isleño, recordando que **el verdadero lujo no siempre está en lo nuevo, sino en lo que nunca se perdió.**

Adaptación y legado ancestral

Las **lentejas canarias** son una lección viva de adaptación y resistencia. Durante más de veinte siglos han sabido prosperar en un entorno donde la escasez de agua y los suelos volcánicos imponen sus propias reglas. Su éxito radica en una evolución natural guiada por la **destreza agrícola de los antiguos pobladores**, llegados desde el norte de África en torno al siglo III. Ellos aprendieron a leer el paisaje, a sembrar en

terrazas y a aprovechar la humedad nocturna, creando un sistema de cultivo perfectamente sincronizado con el clima insular.



El resultado es una legumbre que no solo sobrevivió al paso del tiempo, sino que mantuvo intacta su esencia. Los estudios genéticos recientes demuestran que el ADN de las variedades actuales conserva una **continuidad sorprendente con las de época prehispánica**, confirmando una línea de herencia casi ininterrumpida. Cada semilla encierra, por tanto, un fragmento de historia y un modelo de adaptación que hoy despierta el interés de científicos, agricultores y cocineros por igual.

Transmisión y cultivo tradicional

Durante siglos, el cultivo de la lenteja en Canarias fue un **acto silencioso de resistencia cultural**, mantenido en el ámbito doméstico cuando el mundo exterior parecía haberla

olvidado. Las verdaderas guardianas de este legado fueron las **mujeres rurales**, que seleccionaban las mejores semillas, las guardaban en pequeños saquitos de lino y las volvían a sembrar cada temporada. En muchas casas, la lenteja era parte del ajuar familiar, un símbolo de continuidad que pasaba de madres a hijas junto a las recetas y los secretos del fogón.

Cuando llegaron los conquistadores y los cultivos comerciales –como la caña, el vino o el plátano– acapararon el interés económico, la lenteja quedó relegada al autoconsumo. Pero fue precisamente esa **invisibilidad la que aseguró su supervivencia**. En los huertos familiares y las fincas escondidas del interior insular, la tradición continuó sin interrupciones, salvando de la extinción una variedad que hoy se redescubre como patrimonio genético y cultural del archipiélago.



Variedades y características

Existen diferentes variedades por isla, y su diversidad genética puede resultar vital para la mejora agrícola futura frente al cambio climático: las lentejas canarias poseen genes de resistencia y productividad en condiciones áridas, lo que despierta el interés internacional de científicos y chefs. Destaca la **“lenteja tipo Lanzarote”**, famosa pese a que hoy su variedad procede de hibridaciones con la península. Físicamente, suelen ser pequeñas, terrosas, con piel fina y sabor delicado, perfectas en potajes y platos tradicionales de la dieta insular.

El aguacate canario: pionero y exclusivo en el mundo



Pinkerton

En pleno siglo XXI, Canarias vuelve a escribir su nombre en la historia agrícola con un logro sin precedentes. El **aguacate cultivado en el archipiélago** se ha convertido en el **primero**

del mundo en obtener la **Indicación Geográfica Protegida (IGP)**, reconocimiento publicado oficialmente en el *Diario Oficial de la Unión Europea* el **22 de abril de 2025**. Este sello europeo certifica su **origen, calidad diferenciada y arraigo territorial**, protegiendo seis variedades cultivadas en las islas: **Hass, Fuerte, Orotava, Pinkerton, Reed y Carmen**.

El hito no solo consolida al aguacate canario como un producto de excelencia, sino que también refuerza su valor social, económico y ambiental. Desde las medianías del norte de Tenerife hasta las laderas soleadas de La Palma o los valles fértiles de Gran Canaria, cada árbol refleja la unión entre tradición agrícola y modernidad sostenible. Este fruto, de pulpa cremosa y sabor inconfundible, se ha convertido en **símbolo de identidad y orgullo insular**, elevando a Canarias al podio mundial de la agroalimentación de calidad.

Propiedades organolépticas y climáticas

El **aguacate canario** posee una personalidad gustativa que lo diferencia de cualquier otro del mundo. Su pulpa cremosa, de textura fina y color dorado verdoso, concentra una **untuosidad natural que recuerda al aceite de oliva joven**, con notas de **fruta seca, hierba fresca y un sutil matiz mineral** que revela su origen volcánico. Cada variedad aporta matices propios –desde el carácter mantecoso del *Hass* hasta la frescura herbal del *Fuerte* o la elegancia equilibrada de la *Orotava*–, lo que convierte al conjunto en un catálogo de sabores que seduce tanto a cocineros como a consumidores.



El aguacate

El secreto de esta singularidad está en el **clima templado y los suelos volcánicos del archipiélago**, donde la humedad del alisio se combina con el calor del sol atlántico. Estas condiciones permiten una **maduración lenta y homogénea**, que potencia la concentración de aceites naturales y vitaminas sin necesidad de tratamientos artificiales. Además, los cultivos, en su mayoría de pequeña escala y manejados de forma sostenible, respetan los ritmos de la tierra y preservan la biodiversidad local.

Impacto social, económico y cultural

La **Indicación Geográfica Protegida del Aguacate de Canarias** marca un punto de inflexión en la agricultura del archipiélago. Este reconocimiento europeo garantiza autenticidad, refuerza la trazabilidad del producto y brinda al pequeño agricultor una herramienta real para competir con justicia en los mercados. Detrás de cada aguacate hay una cadena de valor que comienza en el terreno volcánico y termina en la mesa, con la certeza de que la calidad nace del cuidado.

Aguacate de Canarias

NUEVA INDICACIÓN
GEOGRÁFICA PROTEGIDA



Se caracteriza
por su pulpa
cremosa

Con un sabor
ligeramente
herbáceo con
notas a frutos
secos

Gracias a su
influencia de
los suelos
volcánicos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

El nuevo etiquetado protege el nombre “Aguacate de Canarias” y evita su uso indebido, consolidando una marca de confianza dentro y fuera del país. Su influencia ya se percibe en la restauración, en la exportación y en la economía local, donde la fruta se ha convertido en motor de desarrollo y orgullo

para el sector primario.

Ese mismo impulso de continuidad que conservó las lentejas durante dos milenios se refleja hoy en este cultivo joven y pujante. Ambos productos –antiguo y contemporáneo– comparten la misma raíz: la de una tierra que no se rinde y que ha sabido transformar la tradición en un futuro posible.