

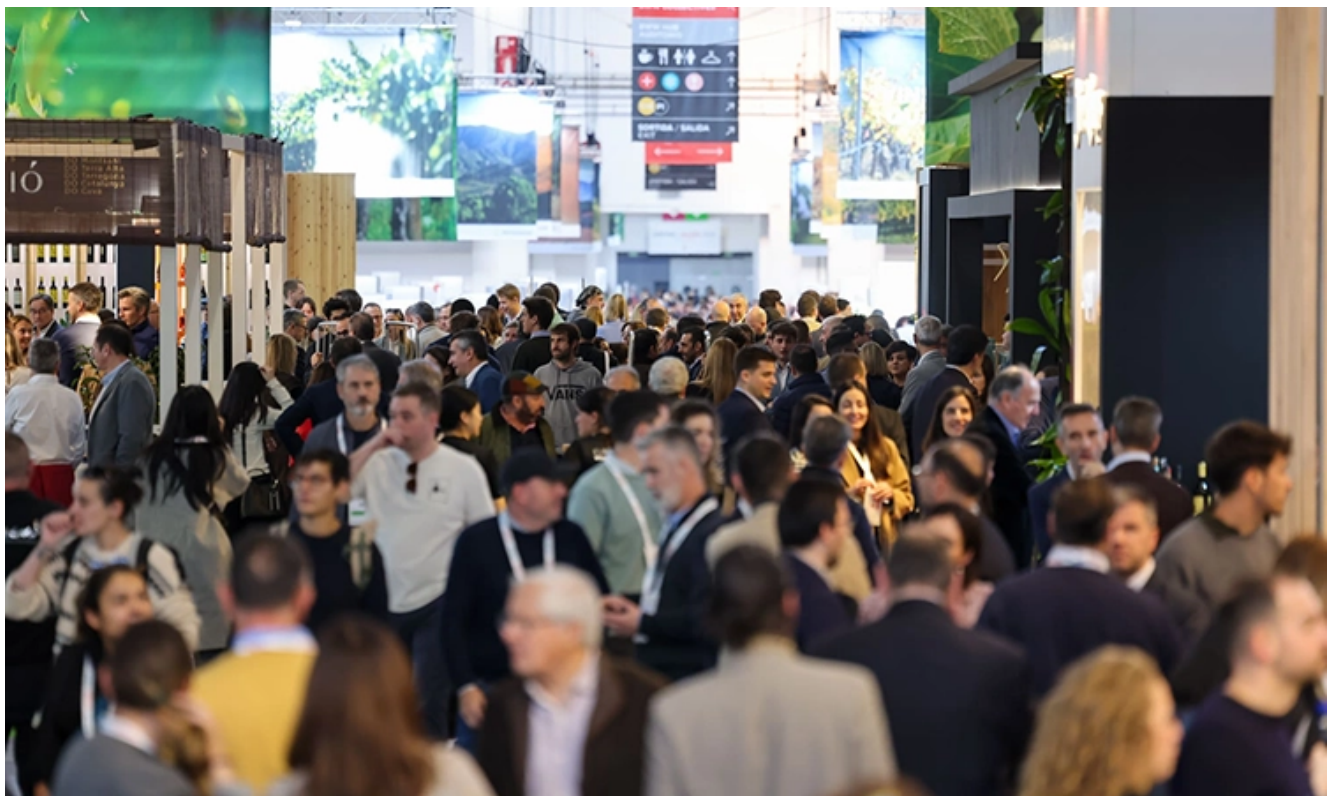
Canarias deja un excelente retrogusto en Barcelona Wine Week: 31 bodegas, nueve DOP y un escaparate clave para el negocio del vino isleño

El archipiélago firma su presencia más contundente en la gran feria profesional del vino español, con 31 bodegas de nueve DOP arropadas por el Gobierno de Canarias, ICCA y Proexca, en un contexto de más de 1.350 expositores y 26.000 visitantes profesionales

[@BCNWINEWEEK](#)

Barcelona Wine Week, un mercado en tres días

[Barcelona Wine Week](#) se ha consolidado como el gran “mercado concentrado” del vino español: tres días en Montjuïc donde se dan cita más de 1.350 bodegas, unos 26.000 visitantes profesionales y cerca de 900 compradores internacionales. Para el [vino canario](#), que juega en la liga de los volúmenes pequeños pero de altísimo valor añadido, este contexto multiplica la visibilidad y abre puertas que la distribución tradicional no puede ofrecer con la misma intensidad. □





El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación , Luis Planas Puchades , el consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Catalunya, , el presidente de @firadebarcelona , @pau.relat y el presidente del Salón

Barcelona Wine Week 2026 y de la cava.do, Javier Pagés

No se trata solo de cartearse con importadores, sino de sentar en la misma mesa a distribuidores peninsulares, compradores de la UE, prescriptores y periodistas especializados, con la isla como relato diferencial. En la práctica, muchos acuerdos comerciales del año -desde cartas de restaurantes gastronómicos en **Madrid o Barcelona** hasta referencias puntuales en mercados como Estados Unidos o Asia- empiezan con una primera copa servida aquí.□

31 bodegas, nueve DOP: músculo y diversidad

La delegación canaria está formada por 31 bodegas de nueve **Denominaciones de Origen Protegida**, de las cuales 29 participan bajo el paraguas institucional del **Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA)** y **Proexca**. Esta cifra contrasta con la decena de bodegas presentes en la primera edición de 2020, reflejando un crecimiento sostenido de ambición exportadora y profesionalización del sector.



Entre las DOP representadas figuran **Islas Canarias, Lanzarote, La Palma, Valle de La Orotava, Tacoronte-Acentejo, La Gomera, Gran Canaria, Abona** y otras que completan el mapa del viñedo atlántico. La fotografía de conjunto es la de un archipiélago que se muestra como región unida pero con múltiples acentos: viticultura heroica, suelos volcánicos extremos, microclimas y una colección de variedades singulares que encajan a la perfección con las tendencias de mercado hacia vinos auténticos, de menor graduación, blancos, espumosos y elaboraciones ecológicas.

Estrategia pública: del stand al plan exportador

El **Gobierno de Canarias**, a través del **ICCA** y de **Proexca**, no se limita a “poner un stand”: financia y gestiona el espacio expositivo, la inscripción de las bodegas y el transporte de

los vinos, con una estrategia alineada con la promoción exterior del sector. En Barcelona se ha aprovechado para mantener reuniones formales entre el consejero Narvay Quintero, el director del ICCA, Luis Arráez, y representantes de las bodegas y DOP, con el objetivo de diseñar el calendario de acciones de promoción 2026–2027, desde ferias como **Fenavín** hasta misiones comerciales en mercados asiáticos.



Consejero Narvay Quintero, el director del ICCA, Luis Arráez, y representantes de las bodegas y DOP

El mensaje político-técnico es claro: coordinación con el sector y planificación a medio plazo para que cada euro invertido en promoción se traduzca en ventas, mejor posicionamiento y valor añadido en origen. En paralelo, se refuerza un eje que será cada vez más relevante para las bodegas insulares: el enoturismo, recién reconocido como actividad turística reglada en Canarias, clave para fijar población en el medio rural y generar rentas complementarias más allá de la botella.

El relato de los vinos canarios que el mercado quiere escuchar

En **Barcelona Wine Week 2026**, el discurso que mejor conecta con compradores y prescriptores coincide con la identidad del vino canario: agricultura ecológica, historias familiares, vinos de paisaje, blancos y espumosos con tensión y frescura, menor graduación alcohólica y variedades tradicionales poco vistas fuera del archipiélago. Las bodegas isleñas encajan en estas tendencias no por oportunismo, sino porque llevan décadas elaborando en condiciones extremas que hoy el mercado entiende como un plus de autenticidad.□



2-4.02.26
Recinto Montjuïc | Palacios 1 y 8

BWW
BARCELONA WINE WEEK
THE SPANISH WINE EVENT

BARCELONA WINE WEEK
del 02 a 04 febrero 2026

Inscripciones
hasta el 17 de octubre

 Cofinanciado por la Unión Europea

 GOBIERNO DE EXTREMADURA
MINISTERIO DE FISCALÍA Y JUSTICIA

 Fondos Europeos

 Extremadura
avante

JUNTA DE EXTREMADURA

La cata “Un vino, una historia”, organizada por el ICCA y dirigida por Manuel Capote (CERVIM), funciona como escaparate emocional de esa realidad: proyectos como Bodega Erupción en Lanzarote o la Comarcal Valle de Güímar en Tenerife ejemplifican desde la copa conceptos como adaptación al medio volcánico, trabajo cooperativo y continuidad generacional. Para importadores y sumilleres, ese tipo de relato convierte cada referencia en una pieza de conversación en la sala y añade un valor intangible que justifica el posicionamiento en

carta.□□

Reuniones, contactos y negocio: lo que no se ve desde el pasillo

Mientras el visitante general percibe un mar de copas y ruido de feria, para las bodegas canarias la agenda real se escribe a puerta casi cerrada: **reuniones programadas con distribuidores, importadores y grupos de restauración que han llegado con objetivos concretos.** En el caso de proyectos insulares que ya exportan, Barcelona Wine Week permite consolidar relaciones, renegociar condiciones, testar nuevas añadas y abrir líneas para referencias alternativas (espumosos, parcelarios, series limitadas).

□



Para las bodegas que están dando sus primeros pasos fuera del archipiélago, la feria ofrece algo todavía más valioso: feedback directo de profesionales de varios países, que ayudan

a afinar precios, segmentación y discurso comercial. Y en un plano más macro, las reuniones entre **Gobierno, ICCA, Proexca** y sector sirven para priorizar mercados, valorar misiones inversas y ajustar la promoción a la demanda real, desde la UE hasta Asia.

Canarias como marca-región: más allá de la suma de islas

Uno de los grandes aprendizajes de las últimas ediciones es que el vino canario funciona en Barcelona no solo por la singularidad de cada isla, sino por el concepto de “archipiélago volcánico atlántico” como marca-región. La presencia conjunta de nueve DOP y 31 bodegas refuerza la idea de un origen compacto, reconocible y con una personalidad gustativa coherente, pese a la diversidad interna.

Esa visión compartida facilita acciones de promoción conjunta, concursos como Agrocanarias, y genera un relato de continuidad entre lo que se sirve en un restaurante en Las Palmas, una vinoteca en Barcelona o un wine bar en Berlín. Al final, cada botella que sale de la feria cerrando un nuevo acuerdo comercial es una pieza más en la construcción de esa marca “Vinos de Canarias” que el sector lleva años reclamando.□

Cierre: un punto de inflexión para el vino canario

Barcelona Wine Week 2026 marca un punto de inflexión: nunca antes tantas **bodegas canarias** habían coincidido en un escaparate profesional de esta dimensión, con un respaldo institucional tan claro y una agenda comercial tan definida.

Si el sector aprovecha el impulso -con continuidad en ferias, misiones comerciales y desarrollo del enoturismo-, esta edición puede leerse dentro de unos años como el momento en que el vino canario dejó de ser una rareza de nicho para convertirse en una opción sólida en el mapa internacional del

vino.

Disfrutar... el Nacimiento de un Planeta Culinario en Barcelona

En el corazón de Barcelona, se encuentra un templo gastronómico que ha revolucionado la cocina contemporánea: Restaurante Disfrutar.

Este restaurante, que abrió sus puertas en 2014, es el resultado de una fusión creativa entre tres chefs cuyas carreras individuales son tan destacadas como su obra conjunta.

Eduard Xatruch, Oriol Castro y Mateu Casañas, los fundadores de Disfrutar, no son ajenos al mundo de la alta cocina. Antes de embarcarse en este proyecto, el trío trabajó en el Bulli, el icónico restaurante de Ferran Adrià situado en la Costa Brava. Allí, no solo perfeccionaron sus habilidades culinarias, sino que también desarrollaron una visión compartida que eventualmente los llevaría a abrir su propio establecimiento.



Eduard Xatruch, conocido por su meticulosidad y creatividad, comenzó su trayectoria en la cocina a una edad temprana. Tras pasar por varios restaurantes de renombre, su camino lo llevó a el Bulli, donde su pasión por la innovación floreció.

Por su parte, **Oriol Castro**, destacado por su enfoque en los detalles y la experiencia sensorial de la comida, también encontró su lugar en el Bulli, dejando una marca imborrable en cada plato que tocaba. **Mateu Casañas**, el tercer pilar de Disfrutar, aporta un equilibrio entre la tradición y la vanguardia. Su experiencia en cocinas de alto nivel y su habilidad para reinventar platos clásicos con un toque moderno, complementan perfectamente la tríada.



La Revolución Culinaria de Disfrutar

El menú de **Disfrutar** es un testimonio de su compromiso con la creatividad y la experimentación en la cocina. Con cambios semestrales, cada plato es una obra de arte culinaria. El 'Panchino', una fusión única de donut, caviar y queso crema, desafía las expectativas tradicionales. Otros platos como el sándwich de helado de gazpacho y el pesto multiesférico con pistachos y anguila, reflejan el espíritu de experimentación del restaurante.

No es simplemente comer, es una Experiencia Sensorial y Decorativa

El espacio de **Disfrutar**, con su estética minimalista y contemporánea, complementa la experiencia culinaria. La cocina abierta ofrece una ventana al proceso creativo, mientras que la disposición del restaurante fomenta una experiencia íntima y personal.



© Francesc Guillaumet

**Pichón con mazorca fermentada, salsa de mole y trufa. Foto:
@Francesc Guillaumet**



© Francesco Guillet

El 'Panchino', una fusión única de donut, caviar y queso crema. Foto: @Francesc Guillamet



Disfrutar Gilda. Foto: @Francesc Guillamet

El servicio es conocido por su profesionalismo y pasión por la gastronomía. Cada miembro del equipo contribuye significativamente a la experiencia, ofreciendo un servicio personalizado y atento.

Así late el Corazón de Disfrutar

La filosofía de Disfrutar se centra en empujar los límites de lo convencional, explorando nuevas formas de interpretar los sabores y las texturas. Esta búsqueda constante de innovación se refleja no solo en sus platos, sino también en su enfoque global hacia la experiencia del comensal.



La Gamba en Suquet. Restaurante Disfrutar

Hemos tenido la oportunidad de que este trio de chefs nos comentara el como ha sido la concepción de este plato , **La Gamba en Suquet**, que dicho por ellos mismos, es un plato que bien resume, a través del producto, el vínculo con el territorio.

Detrás de la creación de este plato hay una historia y una visión que aportan como cocineros al producto de cercanía. Una versión única del tradicional (y típico) Suquet, preparado con unas patatas esféricas extremadamente cremosas y una gamba cocida al punto.

“En otras ocasiones hemos empleado langostino, bogavante, rapea merluza o incluso corvina. Para nosotros la cocina popular o tradicional es esencial para poder ofrecer una cocina creativa. Sin una buena base, no seríamos nada”.

Influencia y Reconocimiento en la Escena Gastronómica

El prestigioso reconocimiento de Disfrutar como el número 2 en la lista de los mejores restaurantes del mundo, según la organización **50 Best Restaurants**, es un testimonio de su excelencia culinaria y su influencia en la escena gastronómica internacional. Esta distinción, otorgada por una entidad reconocida en la evaluación y promoción de restaurantes a nivel mundial, pone de manifiesto el impacto y la innovación que Disfrutar ha aportado a la cocina contemporánea.





Bogavante reposado en amasake y kombu. .



© Francesc Guillaumet

Pesto multiesférico con pistacho y anguila

50 Best Restaurants, conocida por su riguroso proceso de selección y evaluación, reconoce no solo la calidad de la comida y la experiencia gastronómica, sino también la creatividad, la originalidad y la contribución general al mundo de la gastronomía. Al ocupar un lugar tan alto en su lista, **Disfrutar** se establece como un líder en la industria, influenciando tendencias y estableciendo nuevos estándares en la cocina de vanguardia.

Esta posición elevada en la lista de **50 Best Restaurants** también refleja el compromiso de **Disfrutar** con la excelencia y la búsqueda constante de nuevas formas de deleitar y sorprender a sus comensales. Representa no solo un reconocimiento a su trabajo actual, sino también un impulso para continuar innovando y explorando los límites de la gastronomía.

Estar en la cima de la lista de **50 Best Restaurants** no solo honra a **Disfrutar**, sino que también lo posiciona como un

referente culinario global, atrayendo la atención de gourmets, críticos y entusiastas de la gastronomía de todo el mundo.

Las Voces de la Experiencia

Los testimonios de quienes han visitado el restaurante hablan por sí solos. Comensales de diversos orígenes describen su experiencia en Disfrutar como única e inolvidable, destacando tanto la calidad de la comida como la del servicio.

Disfrutar no es solo un restaurante, es un destino gastronómico imprescindible en Barcelona. Con chefs innovadores, un menú en constante evolución, un servicio excepcional y una filosofía culinaria que desafía los límites, cada visita se convierte en una experiencia inolvidable y transformadora.

Basqueland, cerveza que enamora

Basqueland Brewing, es una cervecera artesana, pionera e independiente afincada en Hernani (País Vasco), reconocida recientemente y por segunda vez consecutiva como “Mejor cervecera del año” en el Barcelona Beer Challenge, convirtiéndose en la primera en ganar de forma sucesiva este título en los siete años de historia del certamen.

Por Ángel Marques Ávila. Periodista gastronómico

Este hito viene a confirmar el buen momento en el que se encuentra Basqueland Brewing, que prosigue su crecimiento

imparable, con una facturación de 2,7 millones de euros y una producción de cerca de 600.000 litros en 2021, para finales de este año espera aumentar sus ingresos en un 40% y llegar a una producción de 800.000 litros.

Un jurado internacional le ha concedido 8 medallas en esta última edición del BBC, por sus sorprendentes cervezas, fruto del “know how” de su potente equipo profesional, encabezado por Kevin Patricio, CEO de Basqueland.

215 cerveceras que han presentado 1.315 cervezas

El Barcelona Beer Challenge es a día de hoy el concurso cervecero más prestigioso de España y uno de los mejor considerados de toda Europa.

En esta edición 2022, han participado 215 cerveceras que han presentado 1.315 cervezas distintas a competición, más cervezas que nunca.

60 jueces especializados [valoraron](#) las cervezas participantes, otorgando a Basqueland un total de 8 medallas (dos oros, cinco platas y un bronce) por sus cervezas Santo Tomas, Tiki Idol, Cat Skills, Matryoshka, S’mores, A Lager a Day, Live Forever y Barrel Works Cognac.



Basqueland Brewing, es una cervecera artesana

Tiki Idol y Live Forever

Un oro y una plata han recaído en las cervezas lupuladas “IPA”, seña de identidad de Basqueland, aunque también han sido reconocidos otros estilos como las lagers, stout o sour.

Cabe destacar, entre las premiadas, Tiki Idol y Live Forever, oro y plata en la categoría más experimental de “Cerveza con fruta o especias”, o “Barrel Works Cognac”, resultado del programa de barricas iniciado por Basqueland en invierno 2020 y cuyos resultados van saliendo a la luz poco a poco.

“Esta distinción viene a avalar nuestra capacidad de hacer diferentes cervezas premium, donde aplicamos innovación y creatividad, cervezas hechas para sorprender a los amantes de las crafts, algunas de ellas elaboradas en colaboración con otras cerveceras “amigas” del sector.

Ediciones limitadas donde se puede saborear el buen saber hacer y la creatividad de nuestros cerveceros, a través de las cuales invitamos al público a abrir la mente y descubrir el mundo de la cerveza desde otro punto de vista", asegura Kevin Patricio, [CEO](#) de Basqueland. En este sentido, la cervecera lanzó más de 80 cervezas de edición limitada en 2021 y ha elaborado unas de 300 cervezas diferentes desde sus inicios.

Gracias a una importante inversión económica en su actual fábrica de Hernani, Basqueland espera poder producir 1,25 millones de litros en 2023, duplicando así la producción de 2021.

80 barricas de madera para el programa de envejecimiento Barrel Works.

Además, la compañía, en su búsqueda permanente de mejora de su proceso de producción, ha incorporado estos últimos años maquinaria e infraestructuras como tanques de fermentación, tanque whirlpool, una línea de enlatado, una línea de llenado para barriles de acero inoxidable, un laboratorio de control de calidad, así como más de 80 barricas de madera para el programa de envejecimiento Barrel Works.

La compañía exporta actualmente el 30% de su producción tanto a países con larga tradición cervecera como a aquellos con gran prestigio dentro del sector craft. Entre otros, Reino Unido, Alemania, Bélgica, Noruega, Dinamarca, Países Bajos, Suiza o Austria.



Permanente de mejora de su proceso de producción, ha incorporado estos últimos años maquinaria e infraestructuras Francia, es su segundo mercado, representando el 15% de la cerveza exportada. Es la principal cervecera en el País Vasco, tanto por volumen como por calidad, y cada vez tiene más presencia en [Cataluña](#) y Madrid, los mercados nacionales más maduros en este sector junto con el País Vasco.

Artesanos, pioneros e independientes

La cervecera nació en 2015, cuando Kevin Patricio y Ben Rozzi, dos norteamericanos afincados en San Sebastián, decidieron poner en marcha una fábrica de cerveza artesana con el objetivo de acompañar a la reconocida cocina vasca con cervezas que estuviesen a su altura.



Un oro y una plata han recaído en las cervezas lupuladas “IPA”, seña de identidad de Basqueland

Siete años después han cumplido su propósito: hacer una bebida de mucha calidad y ser la más deseada por restaurantes y bares donde cuidan el producto, así como en tiendas gourmet y tiendas especializadas en cerveza.

Basqueland Brewing, es una cervecera artesana

Desde sus comienzos la apuesta por incorporar personal con amplia experiencia en cervecerías de renombre internacional ha llevado a Basqueland a formar un equipo de ensueño que elabora cervezas de estilos completamente diferentes: desde estilos tradicionales, europeos y estadounidenses, a sus singulares IPAs, que van perfeccionando en cada lanzamiento, hasta estilos experimentales donde proyectan sus inquietudes en la búsqueda de nuevos sabores que sorprendan al público.

El donostiarra Oscar Sáez, Maestro Cervecerero, y el escocés Cosmo Sutherland, Lead Brewer, lideran un “*Dream Team*” que ha visto reconocido su trabajo en diferentes certámenes cerveceros.

La oferta cervecera que ha conquistado a crítica y público tiene una gama base de seis referencias, en la que Imparable IPA es sin duda su best seller –representa el 30% de todas las ventas.



A ellas se suman Santa Clara, una Helles Lager cristalina y crujiente, una IPA sin gluten, Freebird, o Zumo, una Hazy IPA, cerveza turbia, de cuerpo sedoso y aromas frutales que ha tenido una gran aceptación, así como las ya mencionadas ediciones limitadas que lanzan todas las semanas.

Basqueland cuenta con una taberna gastronómica en San Sebastián (Guipúzcoa), Izakaia, donde se puede degustar cocina asiática ‘*street casual*’ de calidad maridada con sus cervezas artesanas y vinos orgánicos. Este año la compañía sumará un nuevo local en la capital guipuzcoana y prevé nuevas aperturas

en otras ciudades a medio plazo.

Cerveza craft

Esta cervecera artesana, pionera e independiente afincada en Hernani (Guipúzcoa, País Vasco) está elaborando cervezas desde 2015, momento que su fundador y actual responsable Kevin Patricio, junto a Benjamín Matz y Benjamín Rozzi, tres norteamericanos enamorados de la gastronomía local donostiarra que quisieron crear cerveza artesana que estuviera a su altura.

En apenas seis años se ha convertido en un referente nacional e internacional para los amantes de la cerveza craft por la altísima calidad de su producto, cervezas lupuladas de estilo californiano que configuran una carta permanente de seis variedades craft y una intensa producción de variedades efímeras que se agotan rápidamente.

En la actualidad, la empresa cuenta con 25 trabajadores y produce 600.000 litros al año. Está inmersa en un proceso de crecimiento con el objetivo de llegar a una producción de 1,2 millones de litros en 2023. En su trayectoria ha obtenido numerosos reconocimientos.