

Madrid Fusión 2026: cuando por fin pasa algo distinto (y Tenerife toma nota)

Madrid Fusión se mira al espejo

[@MadridFusion](#)

Durante años, [Madrid Fusión](#) fue ese gran escaparate donde, edición tras edición, la sensación era de **déjà vu**: mismo modelo de ponencia, mismo formato de menú imposible de replicar y la liturgia del chef estrella como eje del relato. Había brillantez, sí, pero también una cierta inercia: caminar, mirar, hacer cola, comer algo y volver a casa con más fotos que ideas aplicables.

En 2026, el congreso parece haber reconocido el cansancio de ese guion y se ha movido de sitio: el lema **“El cliente toma el mando”** no es solo un eslogan, es un cambio de punto de vista. Ya no basta con deslumbrar desde el escenario; toca responder a un comensal que exige experiencias más cercanas, formatos flexibles y menos fuegos artificiales.

Del show al impacto: el cliente en el centro

El giro de este año se nota en varias capas. Por un lado, el discurso: se habla de **“nueva comensalidad”**, de cuestionar **menús degustación kilométricos**, de dejar de recitar relatos interminables en sala y volver al placer más directo, más comprensible. Por otro, el programa se llena de conversaciones sobre rentabilidad, [modelos de negocio](#), IA, desperdicio y salud, temas que preocupan a quien tiene un restaurante abierto todos los días, no solo a quien firma un tres

estrellas.



La clave es que la asistencia promete ser más que pasear por pasillos y picotear. El objetivo declarado es que el profesional se lleve herramientas, ideas aterrizadas y respuestas a preguntas muy concretas: ¿cómo adapto mis menús al nuevo cliente?, ¿qué tecnología me suma de verdad?, ¿qué hago con mis costes?

Madrid Fusión Experience y el salto a lo tangible

Ese cambio de tono se materializa en espacios nuevos. **Madrid Fusión Experience** nace precisamente para cerrar la brecha entre el escenario y el plato: lo que antes era puro showcooking ahora se acompaña de degustaciones estructuradas, donde el público prueba mientras escucha. No se trata solo de ver cómo se monta un plato, sino de sentir en boca si ese discurso de “cocina más cercana y más sencilla” se sostiene.

26-28
ENERO
JANUARY
2026

EL CLIENTE toma el mando

THE CUSTOMER
takes the lead



En paralelo, el ecosistema tech y de futuro gana cuerpo con **Dreams #SpainFoodTechNation**, donde se habla de IA, desaparición de la cocina doméstica o fake food desde una perspectiva menos futurista y más operativa. Son debates que afectan a cómo vamos a cocinar, pero, sobre todo, a cómo vamos a comer y qué espera ese cliente empoderado que ahora protagoniza el relato.



La suma es clara: el congreso intenta pasar de **escaparate inspiracional** a **laboratorio de soluciones**. Si lo consigue o no lo dirán las cartas y las cuentas de los restaurantes en los próximos meses, pero el gesto de mover el foco del **ego del chef** hacia la experiencia real del comensal es, al menos, una rectificación honesta del guion anterior.

Tenerife: del escaparate al bocado que se queda

[@CabildoTenerife](#)

En paralelo a este viraje, Canarias -y muy especialmente Tenerife- está jugando su propia partida para dejar de ser solo “color local” dentro de los grandes congresos. La estrategia insular ya no se limita a poner paisaje en el **vídeo institucional** y un par de **showcookings**: el despliegue para 2026 en **Madrid Fusión** se anuncia como “la mayor apuesta gastronómica de su historia”, en metros, en equipo humano y en

ambición.



Un stand de unos 400 m², cerca de cien profesionales entre cocineros, sala, sumilleres y productores, y una programación diseñada para que el visitante no solo vea **Tenerife**, sino que la coma, la beba y la entienda. Desayunos, almuerzos temáticos, catas guiadas, demostraciones continuas: la idea es que quien se siente ahí salga con un relato en la cabeza, pero también con mojos, quesos y vinos en el paladar.

Mojos, vinos y quesos: la memoria que importa

La gran novedad no es solo de escala, sino de enfoque. Tenerife insiste en visibilizar el **“trínomio sector primario-gastronomía-turismo”**, es decir, que cada bocado que se sirve hable de agricultores, ganaderos, pescadores y bodegas, no solo de chefs y destinos.



En una era donde la sostenibilidad ya no se vende solo con palabras, poner al productor en primera fila es una manera directa de hacer tangible el impacto económico de la gastronomía en la isla.

El Túnel del Vino de Tenerife, con unos 75 m² dedicados a las seis denominaciones de origen y a la idea de “vinos volcánicos que se cuentan en primera persona”, va en esa dirección. No es un simple lineal de botellas: se plantea como experiencia de cata y de relato, donde el profesional puede entender estilos, variedades y territorios, y conectar esas botellas con sus cartas.



A su lado, **los mojos y los quesos** dejan de ser mera degustación simpática para convertirse en argumento gastronómico serio: se habla de razas, técnicas, afinados, compatibilidad con la **alta cocina y la cocina informal**. Es el tipo de contenido que un cocinero o un **sumiller** puede transformar en plato, sugerencia o maridaje real al volver a su restaurante.

Dos giros paralelos para un mismo reto

La coincidencia no es menor: mientras **Madrid Fusión** intenta entregar algo más que espectáculo, Tenerife aprovecha el mismo escenario para pasar del **folclore gastronómico** a una propuesta más madura, más útil y, sobre todo, más memorable.

Que el visitante pueda irse con un manifiesto sobre la nueva comensalidad bajo el brazo y, al mismo tiempo, con referencias claras de mojos, quesos y vinos volcánicos que quiere buscar después, es una buena noticia para todos.

La escena dulce en Madrid Fusión 2026: Pastry, pan y chocolate

[Por Ángel Marqués Ávila](#)

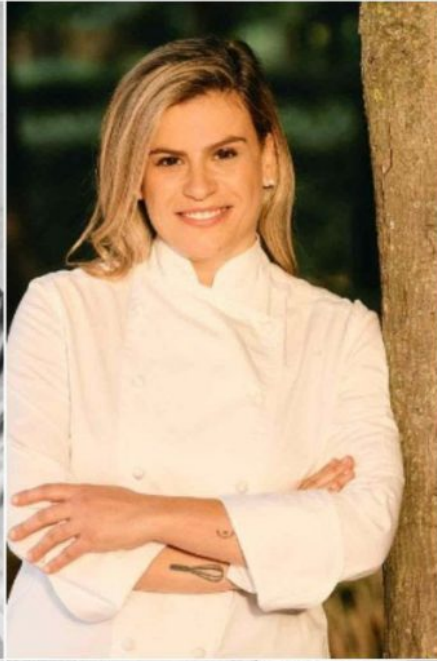
[@MadridFusión](#)

Los nombres clave del dulce español subirán al escenario del Pastry, desde Jordi Roca a Jordi Butrón, pasando por Ricardo Vélez, Raúl Bernal, Albert Adrià o Fátima Gismero.

El mundo del chocolate estará presente con una destacada figura del cacao, el pastelero italiano Gianluca Fusto. El desayuno se reivindicará en esta edición de [Madrid Fusión Pastelería](#) con las aportaciones de la chef brasileña Paula Prandini y el panadero alicantino Fran Segura.

La panadería española se reivindica como puntera en la recuperación de los panes artesanales con José Roldán y Diego Pagán.

El escenario de [Madrid Fusión Pastelería](#) se presenta este 2026 como uno de los espacios más atractivos del congreso insignia del mundo gastronómico, Madrid Fusión Alimentos de España. Ya consolidado en su cuarta edición, este simposio agrupará lo mejor y lo último del mundo de la panadería y la pastelería, un sector cada vez más dinámico e innovador que merece tener un espacio propio dentro del mundo gastronómico. Madrid Fusión Pastry es este espacio, y actúa como punto de unión entre las diferentes disciplinas que convergen en los campos pastelero y panadero.





Desde los desayunos, incluido el momento del café, **Madrid Fusión Pastry** contará con grandes figuras que pondrán de manifiesto la evolución de un sector en pleno auge, tratado desde perspectivas apasionantes. Se hablará de los últimos hojaldres ibéricos con manteca de cerdo, de los orientales sin grasa de Oriente Medio, de las nuevas expresiones de la mantequilla, de los panes secos y del papel de la sobrasada como componente adicional de las deliciosas ensaimadas mallorquinas.

Asimismo, el chocolate como ingrediente estrella contará con cifras de enorme relevancia, al tiempo que incidiremos en el creciente auge de los desayunos de hotel, del importante papel de los postres de restaurantes, de los cócteles de frutas o de los últimos turrónes de

aire.

Un escenario dedicado al mundo de la alta pastelería y panadería por el que desfilarán algunos de los mejores profesionales del sector en estos momentos, pues volverán a subirse al escenario más dulce de Madrid Fusión nombres como Jordi Roca, Albert Adrià, Ricardo Vélez, Gianluca Fusto, Jordi Butrón. En este sentido, el menor de los hermanos Roca vendrá acompañado del primogénito de la saga gerundense, Joan Roca, para juntos debatir sobre las posibilidades de la combinación de dulce y salado en la cocina. Mientras, Jordi Butrón, exdirector de la Escuela Espai Sucre, aportará su conocimiento sobre el sabor y su trazabilidad.

Turrón

El turrón, un dulce navideño que lucha por trascender su estacionalidad, será el leitmotiv de la ponencia ofrecida por el chef Albert Adrià, en la que nos contará sus turrones de aire. Compartirán materia con Adrià las pasteleras Fátima Gismero (Pastelería Fátima Gismero, Píoz, Guadalajara) y Noelia Tomoshigue (Monroebakes, Madrid), quienes, del estado gaseoso, pasarán al líquido con sus turrones líquidos.





De los hojaldres se ocupará en esta edición Ricardo Vélez (Moulin Chocolat, Madrid), quien, en esta ocasión, dejará el mundo del cacao para hablarnos de los hojaldres ibéricos. Como ibérica también será la ponencia que llevarán a cabo Pablo y Jacobo Moreno, artesanos de Pastelerías Mallorca (Madrid), que nos descubrirán los secretos de las ensaimadas y torteles con sobrasada. Por su parte, el **isleño Alexis García (100% Hojaldres, Santa Cruz de Tenerife)** se centrará en las nuevas expresiones de un ingrediente básico del mundo pastelero y repostero: **la mantequilla.**

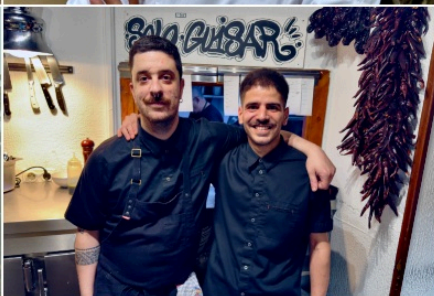
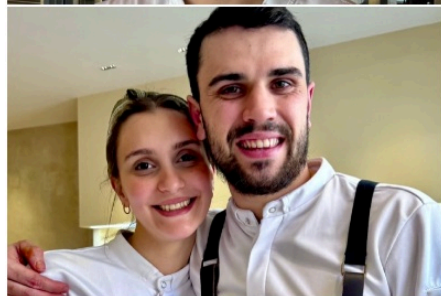
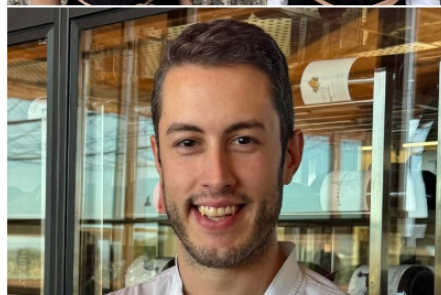
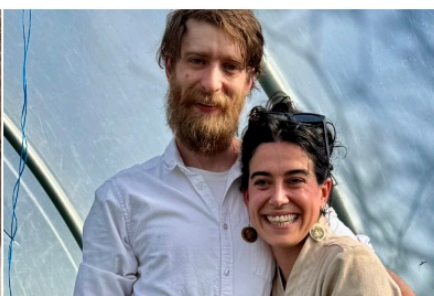
Chocolate

Y si hay un ingrediente que no puede faltar en un espacio dedicado a la repostería es, sin duda, el chocolate. El pastelero Raúl Bernal (mejor maestro chocolatero de España en 2011, mejor maestro chocolatero en 2023 y mejor bombón

artesano en 2023), de la pastelería oscense Lapaca, nos propondrá unir una de las tartas más clásicas y chocolateras –como es la tarta Sacher– con el vino. Y desde Italia, el pastelero y maestro chocolatero Gianluca Fusto (Fusto, Milán) viajará hasta Madrid Fusión para abordar las mil y una posibilidades que ofrece el cacao.

En clave internacional, Madrid Fusión Pastry contará también con la presencia de reposteros del Azerbaiyán National Culinary Center para explicar todos los secretos de un dulce típico de esta región de Oriente Medio: la pakhlava, finas capas de masa filo enmantequilladas, rellenas de frutos secos picados, bañadas en un almíbar dulce de miel o azúcar y especiadas con canela y limón. Y, aunque desde una pastelería madrileña (Panda Patisserie), Borja Gracia nos acercará a la pastelería japonesa.

Desde Dubái, la pastelera madrileña Carmen Rueda Fernández nos hablará de los postres de restaurante, y del continente americano vendrá la chef brasileña Paula Prandini (Empório Jardim & Stuzzi Bar Lebion, Río de Janeiro), conocida por su trabajo en torno a la primera comida del día y por redefinir la experiencia del café de desayuno y brunch en Brasil.



Precisamente, la primera colación del día tendrá un lugar destacado en la edición de este año en Madrid Fusión Pastry y

también será motivo central de las ponencias que realizarán Fran Segura (Pastelería Fran Segura & Co, Elche), que abordará el desayuno de hotel, y Ricardo Oteros, fundador y presidente de Supracafé, que se centrará en el ritual del café durante el desayuno.

Para cerrar el círculo, Madrid Fusión Pastry no pasará por alto el papel creciente de las frutas y su uso en cócteles con una ponencia realizada por Mireia Riba, embajadora de Zumos Juver.

Pan siempre en mesa

El pan sigue ganando protagonismo en gastronomía y también lo hace en Madrid Fusión, donde en esta vigesimocuarta edición la panadería es parte relevante del programa de Madrid Fusión Pastelería con dos nombres destacados de este mundo.



José Roldán (Panadería La Brillante, Córdoba) repite presencia

en **Madrid Fusión Pastry** después de haber sido coronado Panadero Mundial del Año 2025 por la Unión Internacional de Panaderos y Confiteros (UIBC), un galardón que reconoce su excelencia técnica, creatividad e innovación en la panadería artesanal. Conocimientos todos ellos que compartirá en la cita de enero en IFEMA Madrid. Como también lo hará el murciano Diego Pagán (Artesanos San Ramón, de Fuente Álamo), que nos hablará de los panes secos y de la cultura del pan que se forja a diario desde los obradores.

Dulce Sano

Como ya es habitual, Madrid Fusión Pastelería 2026 otorgará premios y albergará varios concursos destinados a poner en valor el talento de los maestros dulces de nuestra gastronomía. Este apartado del escenario del Pastry lo encabeza la VIII edición del Premio Pastelero Revelación, por el que competirán ocho jóvenes talentos pasteleros.



Repíete presencia también el **Premio Mejor Desayuno de Hotel**

que, por tercer año consecutivo y en sus dos categorías, Hoteles Boutique y Gran Hotel, reconoce el esfuerzo que algunos hoteles españoles realizan por alcanzar la excelencia con la primera colación del día. Y, como veterano de los concursos del Pastry, vuelve el concurso de bocados con queso, pero en esta edición se presenta con imagen renovada de la mano de [Saborea Gran Canaria](#) para reconvertirse en Concurso Bocados con Queso de Gran Canaria. Los premios “Ciudad de Madrid”, en sus dos modalidades, al mejor pastelero y al mejor panadero de Madrid, tampoco se perderán esta edición del 2026.

Novedad

[@AhumadosDomínguez](#)





Este año, además, se suman novedades a los concursos de Madrid Fusión Pastelería. La unión de dulce y salado será la protagonista del nuevo **Concurso Mejor Cruasán Gourmet con Salmón Ahumado** (patrocinado por Ahumados Domínguez). Mientras que los postres tendrán su momento de gloria con dos concursos propios: el **Campeonato Mejor Flan del Mundo** (de la mano de Huevos Redondo) y el **Concurso de la Mejor Torrija del Mundo** (ofrecido por Pascual Profesional).

Una fiesta golosa en cuatro dimensiones ofrecida por algunos de los más brillantes especialistas que complementan el festival gastronómico que supone Madrid Fusión Alimentos de España 2026.

Tendencias HORECA 2026 en Canarias: el cliente sigue saliendo, pero con otra lógica

Con el cierre del año, [Aplus Gastromarketing](#) ha puesto sobre la mesa un análisis de tendencias que está reordenando el canal **HORECA** en **España**: el consumidor sigue saliendo, pero lo hace de otra manera, con menos improvisación y más criterio. Esa **fotografía** -válida como marco general- tiene una lectura especialmente interesante en **Canarias**, donde la [hostelería](#) no solo compite por precio o por moda, sino por flujos: residentes con rutinas cambiantes, turistas con estancias finitas y zonas que viven a ritmos distintos entre norte y sur, entre capital y costa, entre barrio y hotel.









Dicho de forma sencilla, aquí el cliente no ha desaparecido; ha afinado el radar. Elige más, compara más y perdona menos. Por eso, 2026 se va a decidir en dos frentes que no se pueden separar: **eficiencia operativa** para sostener el negocio día a día y **diferenciación real** para que el comensal te elija sin necesidad de regalarte el margen. A partir de las tendencias identificadas en ese análisis nacional, esta es la traducción práctica para el **HORECA** canario: qué cambia, por qué cambia y dónde están las oportunidades para convertir un contexto competitivo en una ventaja.

Un día más largo: micro-momentos, cartas modulares y velocidad sin perder oficio

La ampliación real del día gastronómico es el primer gran movimiento del **HORECA** canario en 2026, porque el tiempo del cliente -sobre todo del turista- se está comprimiendo y

reorganizando. La estancia media se situó en 6,52 días durante el segundo trimestre de 2025 y cayó frente al trimestre anterior, con diferencias claras por islas: **Fuerteventura** alcanzó 7,24 días, **Lanzarote** 7,02, **Gran Canaria** 6,60 y **Tenerife** 6,07, mientras que en varias islas occidentales la permanencia fue menor.



En paralelo, se registraron 22.438.805 pernoctaciones, con concentración en **Tenerife** (8.137.917 noches) y **Gran Canaria** (6.157.549), seguidas de **Lanzarote** y **Fuerteventura**. ¿Qué significa esto en caja? Que el local ya no compite solo por

“comida” y “cena”, sino por capturar micro-momentos: un desayuno que no sea trámite, un aperitivo que se convierta en plan, una merienda con intención, una sobremesa que pida segunda ronda y un pre-cena que funcione en zonas hoteleras donde el huésped sale “a ver qué hay”.

Por tanto, se está viendo que ganan los negocios que trabajan con cartas modulares (pocas piezas, bien pensadas) y con formatos flexibles (medias raciones, platos para compartir, menús rápidos) sin perder identidad.

Además, la operación se está ajustando a ritmos reales: mise en place diseñada para picos, rotación sin improvisación y un equipo que cambia de velocidad sin que el servicio se ponga nervioso. La clave no es abrir más horas; es ser relevante en más horas.



Y eso, en Canarias, se decide a veces en lo pequeño: el café bien tratado, el vino por copa bien elegido y un bocado que haga que el cliente se quede cinco minutos más, porque esos

cinco minutos suelen acabar pagando la cuenta de la semana.

El súper y el apartamento: la competencia que no se sienta a tu mesa, pero se lleva tu ticket

El rival más constante del **HORECA** canario en 2026 no siempre tiene carta: tiene cocina en el apartamento y una nevera que se llena el primer día de vacaciones “por si acaso”. Esto no es intuición; está medido en gasto. En el segundo trimestre de 2025, el gasto turístico en alimentación fue de 684 millones de euros, compuesto por 468 millones en restaurantes y 215 millones en supermercados, y ambas partidas crecieron respecto al mismo trimestre del año anterior.







Es decir, el visitante reparte presupuesto entre mesa y carrito sin remordimientos, y el residente hace lo propio cuando la conveniencia le gana a la pereza de cocinar. Además, el retail se ha profesionalizado: **Mercadona** publica listados de tiendas con sección “**Listo para Comer**” donde figura **Islas Canarias**, y cadenas locales como **HiperDino** comercializan categorías completas de platos preparados. Por tanto, competir solo en precio es una batalla desigual y, con frecuencia, innecesaria.

La defensa se está construyendo donde el súper no llega igual: hospitalidad, recomendación, experiencia, identidad y comunidad.

En la práctica, esto se traduce en tres cosas muy concretas: primero, una propuesta que se pueda explicar en una frase (si el cliente no la entiende, no la defiende); segundo, un motivo

emocional para salir (barra viva, cocina a la vista, producto local contado con verdad, y no con **marketing de cartón**); y tercero, una fricción cero para decidir (carta accesible, reservas claras, tiempos honestos).



Cuando el súper ofrece rapidez, el restaurante tiene que responder con certeza: que el cliente sepa qué va a pasar al sentarse. Y cuando el apartamento ofrece control, el local tiene que ofrecer algo que no cabe en esa cocina: un buen servicio y un recuerdo que empuje a volver, aunque sea antes de que termine la estancia.

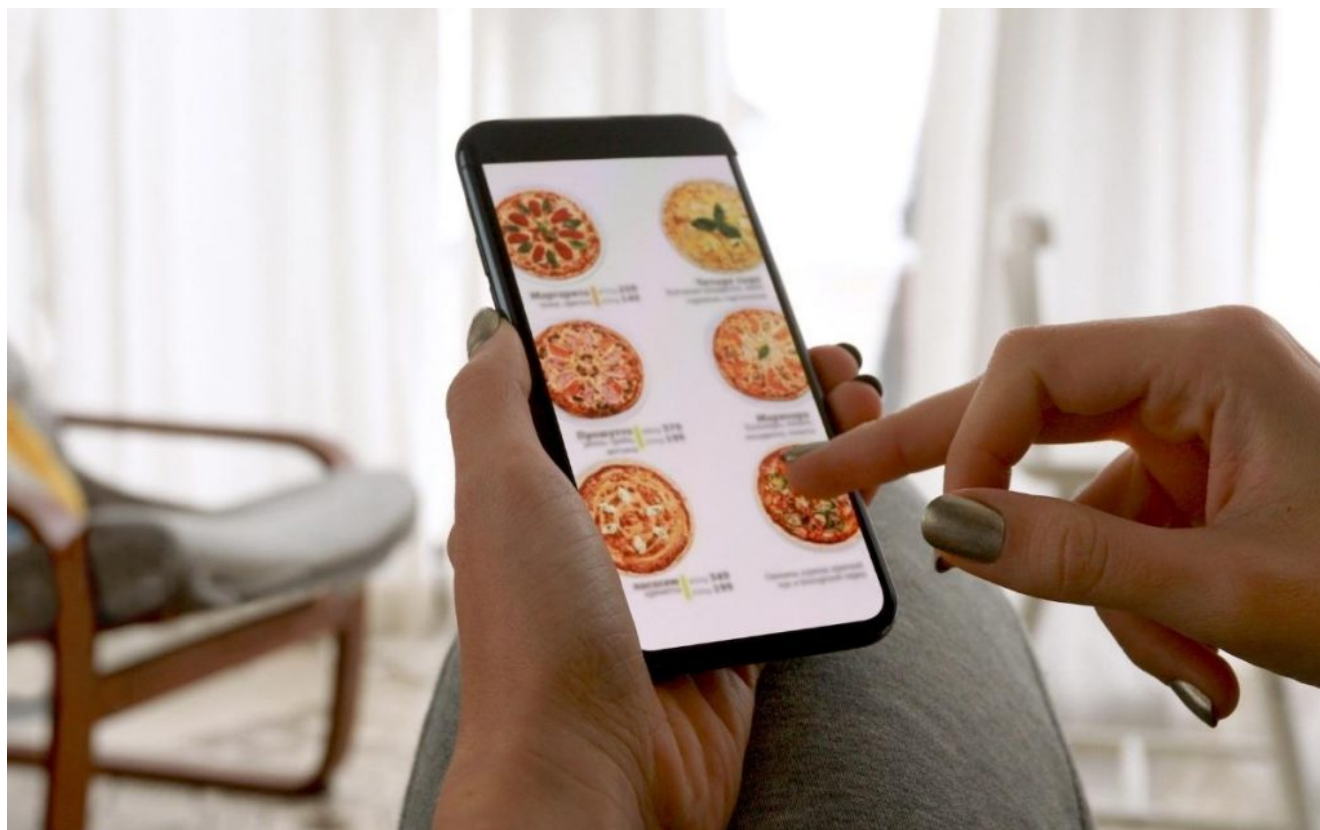
El restaurante multipunto: sala, recogida y envío, con un estándar que no se negocia

El **restaurante** de 2026 está siendo, cada vez más, un negocio multipunto: **sala, recogida y envío**, con un estándar único

aunque cambie el formato. El **off-premise** (*consumo fuera del local: para llevar y a domicilio*) ya no se comporta como plan B; se ha integrado en el hábito del consumidor, y en Canarias se cruza con una logística que obliga a ser metódico, porque el error viaja rápido y la reseña también.

Por eso, la experiencia se evalúa también fuera de la mesa: en la bolsa, en el packaging, en la puntualidad y en la recompra.

De hecho, cuando el cliente pide para llevar no está “**bajando el listón**”; está cambiando el contexto, y el listón se traslada a otras variables: temperatura, textura, orden, limpieza del envase y claridad del producto. Por tanto, la carta de sala no puede ser, sin más, la misma carta para llevar: hay platos que pierden dignidad en 20 minutos y otros que viajan como si tuvieran billete en primera clase.



El trabajo fino está en seleccionar, adaptar y estandarizar: salsas aparte cuando convenga, acabados pensados para casa, tiempos de preparación medidos, y un protocolo de empaquetado que no dependa del humor del turno.

Además, el off-premise (*consumo fuera del local: para llevar y a domicilio*) exige comunicación alineada: fotos reales, tamaños claros, y promesas modestas que se cumplan siempre, porque en digital el castigo es inmediato.

En paralelo, la recogida en local se está volviendo un canal de margen interesante si se diseña bien: punto de entrega ordenado, señalización, pago sin fricción y un incentivo de repetición que no sea regalarte el negocio. Aquí hay una lección simple: la marca ya no vive solo en la sala; vive en cada interacción, incluida la que ocurre cuando el cliente abre la bolsa y decide, en silencio, si merece repetir.

Eficiencia por dentro, identidad por fuera: datos, fidelización y ocio con sentido para que el cliente vuelva

Si el mercado se está volviendo más competitivo, la respuesta no será solo creativa: será también de sistema. Por dentro, la hostelería en Canarias avanza hacia una **operación más eficiente**: mise en place bien planificada, bases estandarizadas, control real de mermas y compras afinadas. La razón es simple: la **rentabilidad del restaurante** se protege primero en cocina y almacén –con orden, previsión y consistencia– y solo después se confirma en la sala.



Por fuera, el comensal exige justo lo contrario: una experiencia **más personal, más coherente y fácil de entender**. En 2026 destacarán los restaurantes que puedan explicar su propuesta en una frase y sostenerla en cada gesto: servicio con criterio, tiempos bien medidos, estética cuidada, una carta de vinos con sentido y esa cortesía canaria que, cuando es auténtica, convierte una visita en costumbre.

A esta ecuación se le está sumando el ocio, pero con cabeza: música en vivo, catas, colaboraciones culturales o formatos híbridos funcionan cuando elevan la experiencia sin convertir el restaurante en un altavoz.

Y, mientras tanto, la tecnología está entrando por la puerta práctica: reservas mejor gestionadas, analítica de ventas por franja, programas de fidelización sencillos, y uso de IA para tareas repetitivas (previsión, inventario, respuestas iniciales) que liberan tiempo para atender mejor.

En términos operativos, el 2026 canario se puede ejecutar con cuatro movimientos: diseñar micro-momentos rentables (desayuno, aperitivo, tardeo) con una oferta específica; profesionalizar el off-premise con carta propia y packaging serio; reforzar identidad con producto local contado con verdad, no con eslóganes; y medir lo que duele, para corregirlo antes de que lo escriba el cliente en una reseña.

La buena noticia es que no hace falta inventar nada: basta con dejar de improvisar donde no se debe, y reservar la creatividad para lo único que el retail no puede copiar: una experiencia humana bien hecha.

El Corte Inglés refuerza su apuesta por los platos preparados y proyecta crecer con nuevos formatos

[@ElCorteIngles](#)

En **Navidad**, el tiempo se vuelve un ingrediente caro: todo el mundo quiere mesa puesta, pero casi nadie quiere vivir pegado a los fogones. Con esa realidad como telón de fondo, [El Corte Inglés](#) ha vuelto a poner el foco en una categoría que conoce bien: los platos preparados. En una comunicación fechada en Madrid el 10 de [diciembre](#) de 2025, la compañía remarca que reforzará su presencia en 80 puntos de venta entre **El Corte Inglés e Hiperacor**, y que el crecimiento de este negocio se apoyará en nuevos formatos y en más superficie dedicada en tienda.

El mensaje es claro: **la cocina lista para llevar** ya no es un

“plan B” para días sin tiempo, sino una solución cotidiana que también se estira hasta los momentos más simbólicos del calendario, cuando el listón emocional sube y la expectativa de ‘que salga perfecto’ se dispara.

De hecho, cada campaña navideña se atiende a más de 630.000 clientes y se prepara la comida y la cena de más de 25.000 familias, cifras que funcionan como termómetro de la demanda real.

En un país donde la tradición pesa – **y donde, a la vez, los horarios aprietan-**, el atractivo está en resolver con garantías: recetas reconocibles, control de oficio y una puesta en escena que no obligue a renunciar al placer de compartir.



Para el consumidor, la ecuación es simple: ganar tiempo sin perder calidad; para la empresa, el desafío es más sofisticado, porque **el producto** debe sostenerse en sabor, regularidad y variedad. Por eso el discurso se apoya en tres palabras que se repiten como mantra: calidad, tradición e innovación. Y en el fondo, lo que se está vendiendo no es solo comida, sino tranquilidad: la certeza de que la mesa llega a tiempo.

Crecimiento por superficie y libre servicio: Diagonal y el modelo Castellana

La estrategia para sostener ese crecimiento se articula en dos palancas operativas. Por un lado, se prevé ampliar los metros dedicados al propio espacio de platos preparados dentro de los centros, de manera que el surtido pueda respirar y que la compra se haga con menos fricción, incluso en jornadas de alta afluencia. Por otro, se impulsa el libre servicio, un modelo que ya se está explorando en Diagonal (Barcelona) y que combina elaboraciones realizadas en tienda con producto que llega desde la cocina central y desde proveedores seleccionados.

En términos prácticos, se busca un equilibrio entre frescura, rotación y amplitud de oferta: que haya platos listos para resolver el día a día y, al mismo tiempo, piezas de mayor complejidad pensadas para celebraciones. En paralelo, el nuevo modelo integrado de panadería, pastelería y platos preparados implantado en **Castellana (Madrid)** se posiciona como referencia para los espacios que están en desarrollo, con una experiencia de producción más conectada y un estándar de imagen más homogéneo.



No se trata solo de “**vitrinas bonitas**”: se está reforzando un circuito de trabajo donde la receta, la materia prima y la ejecución se vigilan con el mismo rigor con el que se vigila el lineal de un producto gourmet. Además, se ha renovado la implantación del departamento con nueva **vajilla** y un surtido que se ajusta según la época del año, el día de la semana y la región, una forma inteligente de leer hábitos locales sin romper el hilo de marca.

En este enfoque, la identidad se sostiene en la elaboración propia, en recetas artesanales y tradicionales, y en un criterio de selección de **ingredientes** que pretende diferenciar a la compañía en un mercado cada vez más competido.

22 referencias exclusivas: del carabinero al Wellington, con postres de roscón

Si la cocina preparada se juega su reputación en algún momento, es en diciembre. Para esta **Navidad** se presentan 22 referencias exclusivas que suponen la elaboración de 228.000

unidades y cerca de 139.000 kilos de producto. El catálogo recorre carnes y aves, hojaldres, cremas y salsas, y se cierra con postres que ya se han convertido en clásicos de temporada, como la tarta de queso o la torrija de roscón.



Entre las novedades, aparecen propuestas que hablan de ambición técnica sin perder el guiño festivo: **crema de carabineros; carrillera ibérica con salsa de colmenillas y foie; solomillo de cerdo ibérico Wellington con salsa de Pedro Ximénez y foie; pavo relleno asado con salsa de colmenillas y foie; caldereta de rape con gambones; salmón en hojaldre**

relleno de espinacas a la crema; y calabaza asada con sésamo negro, una opción que también piensa en quien quiere equilibrar el menú sin ponerse ‘en modo penitencia’.

Como comodín para elevar platos en casa sin empezar de cero, se ofrece además la salsa de colmenillas y foie. En el apartado dulce se suman el pionono de mousse de naranja y crema de mandarina tostada, además de la torrija de **roscón de Reyes** con nata. Y para quienes prefieren ir un paso más allá, se contemplan encargos especiales – siempre sujetos a disponibilidad- que incluyen desde cocochas de bacalao al pilpil o en salsa verde hasta carabineros al Palo Cortado, media langosta con mantequilla, ajo y perejil, medio **bogavante a la plancha** o incluso **solomillo de vaca Wellington**.



En la práctica, se propone un menú que permite “quedar bien” sin convertir la cocina en un maratón. En paralelo, el surtido de cremas y salsas funciona como “kit de acabado” para quien quiere aportar su sello final sin complicarse.

La campaña en números: unidades, kilos y seis fechas que concentran el 45% de las ventas

Las cifras desglosadas permiten leer la campaña como una operación de precisión. En carnes y aves se superan las 53.130 unidades, con referencias como roti de **pularda rellena**, paletillas de cordero y pularda rellena; en hojaldres, el salmón y el **solomillo de cerdo ibérico Wellington** alcanzan 16.000 unidades; y en cremas y salsas se rondan los 58.000 kilos, con elaboraciones que van desde la española a versiones de colmenillas y foie, Oporto, Pedro Ximénez y foie, boletus, naranja o cumberland.



A esto se suma el bloque de “otros preparados”, donde aparecen 28.700 unidades de propuestas como croquetas de carabineros, quiche de boletus, salpicón de marisco y relleno de marisco.

En postres, la cifra se eleva hasta 72.000 unidades entre pirámides de chocolate, tartas de queso, torrijas de roscón y piononos de mandarina. Sin embargo, lo verdaderamente

determinante es el calendario: la campaña se concentra en los días 23, 24, 30 y 31 de diciembre de 2025, y 4 y 5 de enero de 2026, cuando se realiza cerca del 45% del total de las ventas del periodo navideño.

Es decir, se decide casi media Navidad en apenas seis fechas, con todo lo que eso implica en planificación y disponibilidad. Por eso se insiste en el sistema de encargos, disponible en los centros y también a través de la web específica de platos preparados de Navidad, una vía pensada para ordenar la demanda y evitar que el último minuto se convierta en un deporte de riesgo. Y sí: cuando el supermercado se vuelve escenario, el que se adelanta suele brindar más tranquilo. Además, al variar el surtido por temporada y territorio, se intenta que el mostrador dialogue con hábitos locales sin perder coherencia.

Roscón y panettone: obrador afinado y un surtido que no descansa el resto del año

En el terreno del obrador, el Roscón de Reyes se ha afinado con mejoras muy concretas: se emplean huevos de gallinas camperas, se incrementa la cantidad de almendras, se alargan las fermentaciones y se renuevan los hornos del obrador de Valdemoro (Madrid). Además, se incorporan dos variedades nuevas –pistacho y crema de limón–, mientras que el 90% de la venta continúa concentrándose en las opciones más demandadas: el relleno de nata y el sin relleno.

A la vez, el panettone confirma su ascenso como complemento casi obligatorio de estas fechas. El Corte Inglés, que se presenta como precursor del auge de esta categoría en España, reúne más de cien referencias entre **El Club del Gourmet** y **el Supermercado**, apoyándose tanto en proveedores locales como en importaciones de productores italianos.





Entre los más emblemáticos del **Club del Gourmet** figuran el clásico y el de chocolate, envasados en lata con diseño exclusivo cada Navidad por el fabricante milanés **Chiostro di Saronno**, además de panettones en colaboración con la siciliana **Fiasconaro** con recetas exclusivas de chocolate negro y pistacho. Y cuando la temporada baja, el mostrador no se queda sin narrativa: siguen tirando fuerte la ensaladilla -la receta actual, dicen, es la número 37-, las croquetas y la familia de fritos (finger, pechuga Villaroy...), los arroces elaborados desde cero en el punto de venta y los guisos tradicionales trabajados en el obrador, desde albóndigas hasta estofados.

Con este repertorio, se dibuja una idea de futuro muy contemporánea: que la cocina preparada sea una categoría estable, versátil y cada vez más exigente en producto, técnica y presentación, donde lo práctico no tenga que pedir perdón por ser bueno. La promesa, al final, es simple: que el paladar mande y la agenda no arruine la fiesta.

Latin America's 50 Best Restaurants 2025: Colombia alcanza la cima

La escena gastronómica latinoamericana volvió a mirarse en el espejo de Latin America's 50 Best Restaurants 2025, cuya gala se celebró el 2 de diciembre en Antigua Guatemala, con **El Chato**, en Bogotá, ocupando por primera vez el número uno y convirtiéndose en el primer restaurante colombiano en alcanzar la cima del listado.

El podio lo completan **Kjolle**, en Lima, como mejor restaurante de **Perú**, y **Don Julio**, en Buenos Aires, reconocido como el mejor de Argentina, en una edición donde **Sudamérica** copa 9 de los 10 primeros puestos y consolida su papel de epicentro creativo del continente.



No hablamos solo de cocinas brillantes: hablamos de modelos de una fuerte relación con el territorio, con sus productores y lo más importante, con la memoria colectiva de cada país, que es, al final, se quiera o no, donde se está librando la batalla del relato gastronómico contemporáneo.

El **Top 10** que hoy nos ocupa funciona como una suerte de mapa comprimido de la región: **Ecuador, Perú, Brasil, México, Chile, Colombia y Argentina** aparecen representados en una secuencia que va de la biodiversidad andina a la brasa porteña, pasando por la cocina caribeña de investigación o las lecturas urbanas de las grandes capitales.

Cada uno arriba a la lista no solo por lo que sirven en sus platos, sino por la capacidad de articular discursos sobre

sostenibilidad, identidad, investigación y hospitalidad. No es casual que varios de ellos encadenen reconocimientos paralelos: Nuema con el Estrella Damm Chefs' Choice Award para Alejandro Chamorro, Cosme como Highest Climber, Boragó con el Icon Award para Rodolfo Guzmán o Kjolle con el Art of Hospitality Award, en una fotografía que premia tanto la emoción en sala como la precisión en cocina.

No.10 Nuema (Quito, Ecuador): biodiversidad ecuatoriana en estado de alta cocina

[@nuema_restaurante](#)

Nuema fue el primer restaurante ecuatoriano en entrar en los grandes listados internacionales y hoy se consolida en el número 10 de Latin America's 50 Best como el mejor restaurante de Ecuador. Desde Quito, Alejandro Chamorro y la pastelera Pía Salazar trabajan con una idea radicalmente clara: revisar a diario la biodiversidad del país y traducirla en un menú que se mueve al ritmo de las estaciones y de las altitudes.

En sus platos aparecen ingredientes endémicos como la mashua, raíces andinas, camarones de río de Manabí, ajíes y fermentos como la nepia, una pasta de yuca y chile que condensa muchos de los matices de la cocina popular. La puesta en escena es deliberadamente contemporánea: formas angulosas, colores intensos, texturas precisas y un trabajo de fermentación y maduración que acerca el recetario tradicional a un lenguaje de vanguardia.



El reconocimiento de 2025 trae, además, un matiz político dentro del propio ecosistema de 50 Best: Chamorro recibe el Estrella Damm Chefs' Choice Award, un premio votado por sus colegas, que lo señala como uno de los cocineros más

influyentes del continente.



Nuema se lee, así como un manifiesto sobre lo que puede ser la cocina ecuatoriana cuando se libera de complejos: un diálogo entre territorio y técnica que no renuncia al riesgo estético y que entiende la alta cocina como una herramienta para devolver valor a los productores de costa, sierra y Amazonía. Para la región, y para quienes miramos desde este lado del Atlántico, es también la confirmación de que los “países periféricos” empiezan a ocupar el centro del relato.

No.9 Cosme (Lima, Perú): cocina casera con técnica y un salto histórico en la lista

[@cosme.pe](https://www.cosme.pe)

Cosme cumple una década y lo celebra como pocos: ascendiendo hasta el puesto 9 y llevándose el Highest Climber Award 2025 tras escalar casi veinte posiciones en un solo año.

El proyecto de **James Berckemeyer** nació en Lima con una consigna sencilla pero poderosa: **“comida casera con técnica”**. Es decir, sabores que remiten a la mesa cotidiana peruana, pero tratados con el rigor y la sensibilidad de alguien que pasó por cocinas de alta cocina dentro y fuera del país.



De ahí salen platos como arroces con frejoles y cerdo afinados al extremo, tacos de maíz con costilla bbq, o versiones de guisos tradicionales como el cau cau trasladados a un registro contemporáneo sin perder su carácter reconfortante.

En 2025, Cosme refuerza esa identidad con una experiencia más estructurada: un menú degustación de nueve pases, la “Experiencia Cosme”, que articula el relato de la casa desde los snacks hasta el postre sin abandonar el código de bistró relajado que lo hizo famoso entre limeños y visitantes.



El crecimiento no se traduce en pompa, sino en profundidad: mejor lectura del producto, mayor precisión técnica y una sala que funciona como prolongación del comedor de casa, pero afinada para un público que ya se mueve con naturalidad entre listas globales y fondas de barrio. Que un formato así se cuele en el Top 10 dice mucho de hacia dónde se está moviendo la gastronomía peruana: menos espectáculo y más cocina que apetece volver a comer.

No.8 Tuju (São Paulo, Brasil): estaciones brasileñas en tres pisos

[@tuju_sp](#)

Tuju es uno de esos restaurantes que explican una ciudad entera. Tras un paréntesis y una reapertura con mirada afinada, el proyecto de **Ivan Ralston** regresa a la primera línea como número 8 de Latinoamérica y mejor restaurante de Brasil, apoyado en un menú de diez pases que se reinventa cada tres meses siguiendo el pulso de las estaciones paulistas.

El concepto va más allá del calendario: cada menú se asocia a rasgos climáticos –humedad, lluvia, viento, sequía– y se construye a partir de productos locales, muchos de ellos cultivados en el huerto urbano del propio restaurante, o procedentes de pequeños agricultores y recolectores.



En el plato eso se traduce en combinaciones que cruzan coliflor con crema de cacahuete y chocolate blanco, costillas de wagyu con mandioca y nueces de Brasil, o trabajos minuciosos con yacón, tucupí y hierbas del entorno.



La experiencia se despliega en un edificio de tres niveles que ha convertido la hospitalidad en parte del discurso: bar-patio a pie de calle, comedor principal en el segundo piso y terraza para sobremesas largas, cócteles o simplemente para dejar que la [ciudad](#) haga de telón de fondo. **Tuju** fue reconocido en 2024 con el **Art of Hospitality Award** y mantiene esa línea: servicio cercano pero altamente profesional, tiempos medidos y una

narrativa en sala que ayuda a entender por qué Brasil, con su mezcla de biomas y culturas, está reclamando cada vez más espacio en la conversación gastronómica global.

No.7 Quintonil (Ciudad de México, México): la emoción como hilo conductor

[@rest_quintonil](#)

Quintonil ya jugaba en la liga de los grandes antes de esta edición: en la lista mundial de 2025 se sitúa en el tercer puesto del planeta, consolidando a Jorge Vallejo como una de las voces más sólidas de la cocina mexicana contemporánea.

Su restaurante, abierto en 2012 junto a Alejandra Flores, es la prueba de que se puede hacer alta cocina profundamente técnica sin romper el hilo que conecta con la cocina callejera, los antojos de mercado y los sabores que muchos mexicanos reconocen como los de su infancia. El nombre procede de una hierba comestible y la metáfora es clara: un proyecto que crece desde lo humilde, desde el solar y la milpa, para ocupar un lugar central en la escena global.







En este templo de la gastronomía se trabaja con un huerto urbano propio y una red de productores que permiten articular menús en los que conviven insectos, quelites, moles y técnicas prehispánicas con recursos contemporáneos. La crítica ha subrayado esa capacidad de Vallejo para hacer que la cocina

emocione de verdad: hay comensales que se han echado a llorar frente a ciertos platos porque los sabores les devuelven recuerdos de familia y territorio.

En un contexto en el que **México** suma ocho restaurantes en la lista latinoamericana, Quintonil aparece como estandarte de una forma de entender el fine dining: menos piruetas, más verdad en el plato y un enorme respeto por la historia culinaria del país.

No.6 Boragó (Santiago, Chile): territorio, investigación y un ícono llamado Rodolfo Guzmán

[@boragoscl](https://twitter.com/boragoscl)

Boragó lleva casi dos décadas construyendo un relato muy particular de Chile y su cocina. Desde 2006, el chef Rodolfo Guzmán ha ido tejiendo una red de más de 200 recolectores, pequeños productores y comunidades que le permiten trabajar con plantas, algas, frutos y hongos que rara vez se veían en un restaurante de alta cocina.

El resultado es un menú que habla de desiertos, bosques lluviosos, cordillera y costa, con referencias constantes a la cosmovisión mapuche y a las prácticas de caza y recolección del sur de Chile y Argentina. No se trata solo de usar ingredientes “raros”, sino de construir una gramática nueva a partir de lo autóctono: postres que evocan glaciares, preparaciones a base de piñones de araucaria, productos fermentados en frío o madurados en condiciones extremas.



En 2025, el listado reconoce esa trayectoria otorgando a Guzmán el Icon Award, un premio que va más allá de una temporada brillante y señala una influencia de largo recorrido en la región.



Sexto en Latinoamérica y mejor restaurante de Chile, Boragó se mantiene como un laboratorio vivo donde la sostenibilidad no es un adorno, sino una práctica diaria: trabajo con su propio huerto, minimización de residuos, reflexión sobre la huella ecológica y un diálogo estrecho con las comunidades que

suministran el producto. Para muchos cocineros jóvenes del continente, Guzmán representa la prueba de que es posible construir una alta cocina radicalmente local sin perder ambición ni proyección internacional.

No.5 Celele (Cartagena de Indias, Colombia): el Caribe como territorio de investigación

[@CeleleRestaurant](#)

Celele es la demostración de que el Caribe colombiano es mucho más que postal y playa. El restaurante, ubicado en **Getsemaní**, nace del proyecto **Caribe Lab**, con el que **Jaime David Rodríguez** dedicó más de diez años a recorrer la región, documentando productos, técnicas y recetas en riesgo de desaparecer.



“Mi cocina está basada en la cultura y la biodiversidad del Caribe colombiano”

Jaime David Rodríguez, chef.

PERSONAJES
DEL
AÑO
2025

De esa investigación salen platos que hablan de ñames, sueros, pescados de temporada, frutas ácidas, especias, tubérculos y técnicas ancestrales reinterpretadas con una estética contemporánea muy reconocible: **vajilla artesanal**, colores vivos y una cocina que mira de frente a la diversidad étnica y cultural de la zona. **Celele** no romantiza el Caribe, lo

complejiza, y ahí está gran parte de su valor **gastronómico** y político.







En 2025, el restaurante no solo alcanza el quinto puesto de Latinoamérica, sino que consolida su imagen global tras haber recibido el **Sustainable Restaurant Award** en el entorno de **The World's 50 Best** por su trabajo con productores locales,

comunidades indígenas y afrodescendientes, y una cadena de suministro diseñada para ser justa y responsable. En paralelo, **Rodríguez** ha sido reconocido entre los mejores chefs del mundo en distintos listados, reforzando la idea de que el futuro de la cocina colombiana pasa por territorios que hasta hace poco eran invisibles en los grandes relatos gastronómicos. **Celele**, en ese sentido, funciona casi como un manifiesto comestible sobre biodiversidad, memoria y desarrollo económico sostenible.

No.4 Mérito (Lima, Perú): una fusión latinoamericana con acento barranquino

[@MeritoRestaurant](#)

Mérito es uno de los ejemplos más claros de cómo Lima se ha convertido en una ciudad laboratorio para la cocina latinoamericana. El **venezolano Juan Luis Martínez**, formado en Caracas y con un paso decisivo por Central, abrió este pequeño restaurante de dos plantas en Barranco en 2018, con una idea fija: cruzar la despensa peruana con la memoria y las técnicas de su país de origen.



La casa se ha hecho famosa por una cocina intensa, juguetona y precisa, donde aparecen **arepas, sancochos y sabores caraqueños** reinterpretados con productos **andinos y amazónicos**. El espacio es mínimo, con una barra muy codiciada frente a la cocina abierta, y un ambiente que mezcla la energía de un bar de

barrio con el rigor de un fine dining.

MERITO

LATIN
AMERICA'S
50
BEST
RESTAURANTS
2025
A Publication of the Restaurant Association of America



#4







En 2025, **Mérito** escala hasta el puesto 26 del mundo y se instala en el **número 4 de Latinoamérica**, después de haber sido octavo en la edición regional de 2024, consolidándose como una de las direcciones imprescindibles de Lima. Críticos y

comensales coinciden en señalar la potencia de sus sabores por encima de cualquier artificio: platos que parecen sencillos en la carta pero esconden capas de acidez, humo, texturas crujientes y fondos trabajados. Ese equilibrio entre informalidad y alta exigencia técnica ha convertido a **Mérito** en un símbolo de una nueva generación de **cocineros latinoamericanos** que ya no se definen solo por su país, sino por una identidad híbrida construida a caballo entre fronteras.

No.3 Don Julio (Buenos Aires, Argentina): la parrilla que se volvió templo

[@DonJulioParrilla](#)

Si hay un restaurante que ha sabido convertir un imaginario nacional en alta cultura gastronómica, ése es Don Julio. En una esquina de Palermo, **Pablo Rivero** empezó hace más de 25 años con una **parrilla** de barrio que, a base de obsesión por el producto, hospitalidad y una bodega pensada como declaración de amor al vino argentino, se transformó en la referencia absoluta de la carne en la región.



Hoy, junto al **chef Guido Tassi**, **Rivero** trabaja con una finca propia donde se crían reses Aberdeen Angus y Hereford bajo criterios de agricultura regenerativa, se cuida la trazabilidad de cada corte y se madura la carne en casa para lograr una profundidad de sabor que se ha convertido en sello de la casa. La parrilla, en Don Julio, es técnica, pero también es narrativa: cuenta una historia de ganadería, paisaje y cultura porteña.













En la edición 2025, Don Julio se mantiene en el podio como número 3 de Latinoamérica y mejor restaurante de Argentina, tras haber ocupado el número 1 el año anterior, en un gesto que confirma su condición de clásico vivo más que de simple **“restaurante de moda”**.

Rivero, elegido **mejor sumiller de América Latina** y después del mundo en otros listados, ha situado el vino en el centro de la experiencia, reforzando la idea de que una parrilla puede dialogar de tú a tú con cualquier tres estrellas. Mientras, el equipo de sala sostiene una hospitalidad cálida, nada

impostada, que termina de explicar por qué comer en **Don Julio** es, para muchos, un rito de paso cuando se visita Buenos Aires.

No.2 Kjolle (Lima, Perú): la voz propia de Pía León sobre la despensa peruana

[@KjolleRest](#)

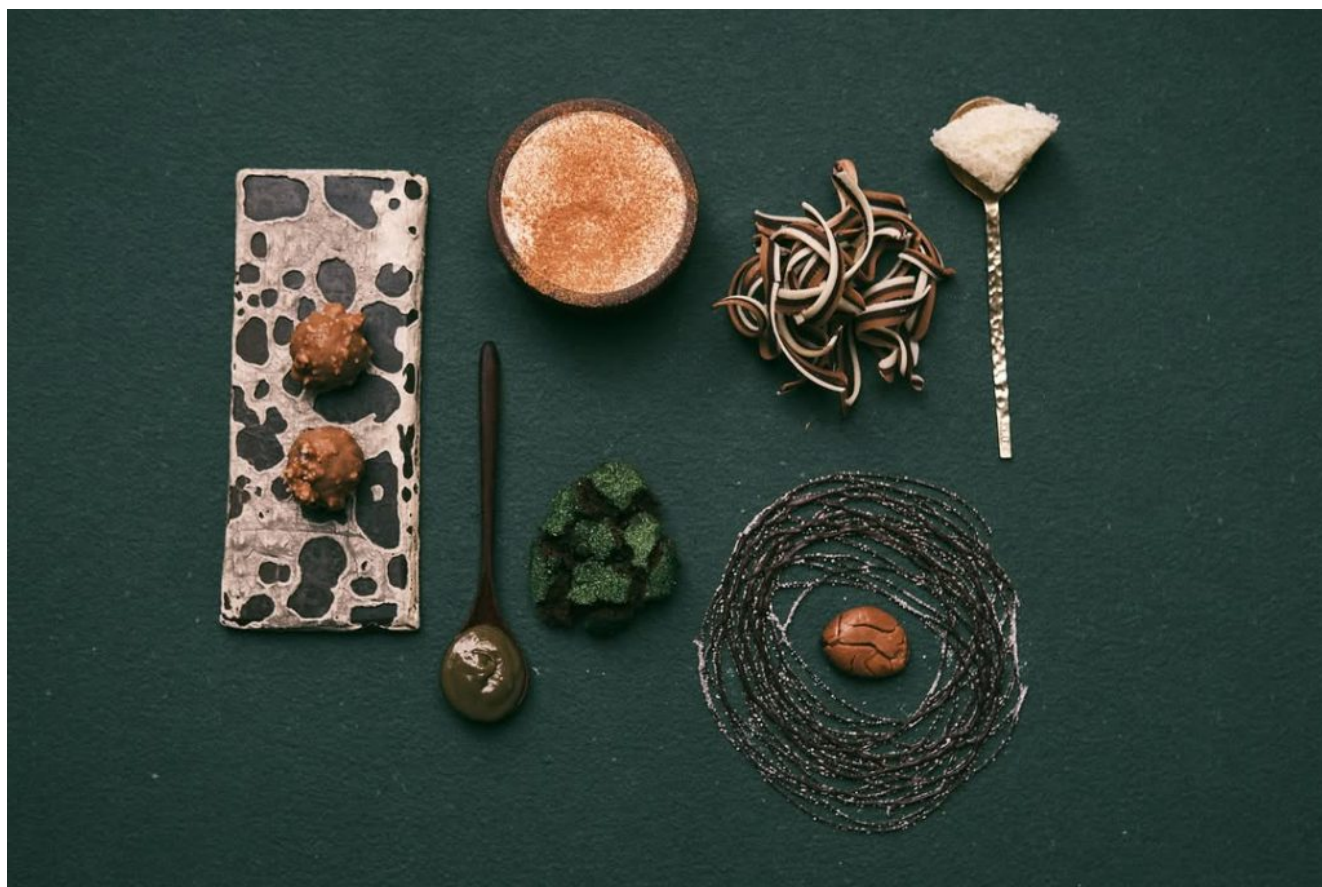
Kjolle no es “el otro restaurante de Central”; es el proyecto en el que [Pía León](#) despliega su propia mirada sobre la despensa peruana. Tras ganar visibilidad mundial como **jefa de cocina de Central** –elegido **mejor restaurante del mundo en 2023**–, la chef abrió en 2018 este espacio en Barranco, donde los productos se organizan menos por altitud y más por intuición, color y textura.



El resultado es una **cocina vibrante**, con platos que parecen casi paisajes cromáticos, en los que tubérculos, granos andinos, frutas amazónicas y productos marinos se combinan en construcciones que evitan el exceso de discurso y se centran en el placer de comer. El trabajo de postres, liderado por **Anny Rodríguez**, refuerza esa sensación de “probar el arcoíris” que tantos críticos han señalado.

En 2025, **Kjolle** se instala en el número 2 de Latinoamérica y es reconocido oficialmente como mejor restaurante de Perú, al tiempo que recibe el **Art of Hospitality Award** por una

experiencia en sala que equilibra precisión técnica y calidez humana.











Diego Vásquez Luque, al frente de hospitalidad y bebidas, ha sido clave en esa construcción: el servicio acompaña el viaje gastronómico sin robar protagonismo al plato, con un discurso que explica de dónde viene cada producto y cómo se ha trabajado. En una **Lima** que coloca varios restaurantes en ambas listas –mundial y latinoamericana–, **Kjolle** se consolida como símbolo de una generación de mujeres que están reescribiendo la alta cocina en clave propia.

No.1 El Chato (Bogotá, Colombia): un bistró contemporáneo convertido en bandera de país

[@ElChatoRestaurant](#)

El Chato corona la edición 2025 como mejor restaurante de América Latina y primer número uno colombiano en la historia del listado. El proyecto de **Álvaro Clavijo**, abierto en 2017 en **Chapinero Alto**, nació como un **bistró contemporáneo** con menú de mercado y se ha ido transformando en una plataforma de visibilización de la **biodiversidad colombiana**.



Clavijo, formado en escuelas y restaurantes de **Barcelona**, **París** y otros destinos europeos, decidió volver a **Bogotá** para trabajar casi exclusivamente con ingredientes locales,

construyendo una red de pequeños productores a los que no solo compra, sino con los que experimenta nuevas variedades y cultivos. El resultado son platos que pueden combinar **palmito con rambután, coco y algas, o un steak tartar con tendón, yacón y garum de setas**, siempre con una estética sobria y una profundidad de sabor que huye del efectismo.











La victoria de El Chato es, en palabras del propio chef, “un premio para países que no están tan reconocidos por su gastronomía”, y tiene una lectura evidente: Colombia se sienta de pleno derecho en la mesa grande de la alta cocina latinoamericana.

A su alrededor, una nueva generación de proyectos –**Celele en Cartagena, Leo en Bogotá, Manuel en Barranquilla, Afluyente o Humo Negro**– refuerzan la idea de que el país vive un momento de efervescencia creativa sustentado en la alianza entre cocineros, productores rurales y una despensa de frutas, tubérculos, cereales y proteínas que todavía guarda muchas historias por contar.



THE BEST RESTAURANT IN COLOMBIA 2025



Que un bistró de espíritu cercano sea el que corone la lista habla también del cambio de paradigma: hoy la excelencia ya no se mide solo en manteles de hilo, sino en la capacidad de un restaurante para ser, a la vez, casa, laboratorio y embajada de su territorio.

Crema de mejillones estilo Berasategui

Para una cena de **Navidad** con presupuesto ajustado, **Martín Berasategui** lleva tiempo insistiendo en que no hace falta acudir a mariscos exclusivos para lograr un plato con alma de ["alta cocina"](#), sino tratar con mimo productos humildes como el mejillón, cocerlos en su punto y exprimir al máximo su jugo y su estacionalidad.

En sus intervenciones sobre menús festivos suele recalcar que lo importante es repetir técnicas que se dominan, no complicarse en exceso y construir platos muy sabrosos a partir de fondos bien hechos, algo que encaja de lleno con la lógica de una crema de marisco que se apoya en el sabor del caldo, el vino y las verduras, más que en un marisco carísimo.□

A partir de esa filosofía, esta **crema de mejillones navideña** funciona casi como una declaración de principios: convierte el llamado **"marisco de los pobres"** en un entrante sedoso, elegante y muy proteico, que llega a la mesa con discurso culinario y de territorio, pero sin poner contra las cuerdas la economía del anfitrión.



Martín Berasategui lleva tiempo insistiendo en que no hace falta acudir a mariscos exclusivos para lograr un plato con alma de “alta cocina”

Para un menú de fiesta que quiera sonar a [Berasategui](#) sin imposturas, es un plato que permite reivindicar el producto **gallego**, la temporada y la sencillez bien entendida, con una técnica asumible en cualquier cocina doméstica.

Ingredientes

- 1 kg de mejillones frescos
- 100 ml de vino blanco (albariño, txacolí, verdejo...)
- 1 cebolla mediana
- 1 puerro
- 2 tallos de apio
- 1 zanahoria
- 1–2 patatas (unos 300 g en total)
- 200 ml de nata para cocinar
- 2 cucharadas de mantequilla
- 2 cucharadas de aceite de oliva
- 500 ml de caldo de pescado
- Sal y pimienta negra molida

- Perejil o eneldo fresco para rematar

Elaboración

1. Limpia bien los mejillones, retirando barbas y raspando las conchas. Colócalos en una olla amplia con el vino blanco, tapa y cocina a fuego medio hasta que se abran, unos 5 minutos. Retira del fuego.□
2. Separa la carne de las conchas, descartando cualquier mejillón que no se haya abierto, y cuela el jugo de la cocción; resérvalo porque será la base del sabor.□
3. Pica fino la cebolla, el puerro, el apio y la zanahoria. En una cacerola grande, calienta la mantequilla con el aceite y sofríe las verduras a fuego medio unos 8 minutos, buscando que queden tiernas pero sin que cojan color.□
4. Pela las patatas, córtalas en trozos pequeños y añádelas al sofrito. Incorpora el líquido de los mejillones que tenías reservado y suma el caldo de pescado. Cuece a fuego medio 15–20 minutos, hasta que la patata esté muy blanda.□
5. Agrega los mejillones (puedes reservar algunos enteros para la decoración final) y deja que den un hervor suave un par de minutos más.□
6. Retira del fuego y tritura a conciencia hasta conseguir una crema fina y homogénea. Pasa la mezcla por un colador o chino fino para eliminar restos de concha o fibras y obtener una textura más elegante.□
7. Vuelve a poner la crema en la olla a fuego muy bajo, añade la nata y mezcla bien. Ajusta de sal y pimienta, cuidando de que no llegue a hervir para que la nata no se separe.□
8. Sirve bien caliente en platos hondos o tazas, coronando con los mejillones enteros reservados y un toque de perejil o eneldo fresco picado.□

Notas: Tiempo total: 40 minutos – Raciones: 4 comensales

□

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.

Crecer Juntos: cuando la política pública llega al plato

Crecer Juntos nació como una estrategia para conectar mundos que, durante demasiado tiempo, caminaron en paralelo: agricultores, ganaderos y pescadores por un lado; hoteles,

restaurantes, industria agroalimentaria, centros educativos y operadores turísticos por otro. En 2025, este programa ha dado un salto cuantitativo y cualitativo: el incremento del 171% en sus acciones y las 415 intervenciones registradas en todas las islas hablan de una red cada vez más tupida de acciones formativas, encuentros profesionales, misiones comerciales, acompañamiento técnico y promoción específica del producto local.



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

El consejero **Narvay Quintero** lo resumió subrayando que se están generando “oportunidades reales” y proyectando “la calidad de lo nuestro mucho más allá de las islas”, reforzando

el peso del sector primario en la economía local. Traducido al lenguaje de la gastronomía, significa algo muy sencillo: si hoy un comensal se encuentra en la misma mesa un queso de Gran Canaria, un vino de El Hierro y un aceite de Tenerife, no es casualidad ni moda pasajera; es la consecuencia de una estrategia que ha decidido tratar al producto local como política de Estado y no como recurso decorativo.

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

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







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

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



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

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



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

Dinamiza Rural: 46 municipios pequeños haciéndose grandes desde el territorio

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

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

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













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

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

Una Canarias que se explica a través de lo que produce

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

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

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

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

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

Chef, un oficio en revolución silenciosa: Cuando el futuro nos alcance...

Queramos o no, la gastronomía vive una transformación que muchos prefieren no mirar de frente. Mientras seguimos hablando de producto, técnica, territorio y tendencias, hay un movimiento subterráneo que avanza en silencio y sin pedir permiso: la **inteligencia artificial** ha entrado en la cocina, y no como un juguete futurista, sino como una herramienta que empieza a cuestionar procesos enteros.

Lo que pasa en quirófanos, aeropuertos o centros logísticos –donde la automatización mejora lo que antes dependía del pulso humano– ya está llegando a los fogones. **Robot** que fríe, brazo mecánico que filetea, algoritmo que sugiere maridajes: cada pieza parece pequeña, pero juntas dibujan un cambio que será profundo y rápido. Y no, no es [ciencia ficción](#): ya existe en **Japón, Corea, Estados Unidos** y en algunas cocinas de producción que funcionan con más eficiencia que muchos restaurantes tradicionales.



La pregunta no es si la **IA** va a intervenir en la cocina; la pregunta es hasta dónde la vamos a dejar entrar. Porque el chef del futuro no pasará el día picando cebolla: será un arquitecto gastronómico que diseñará recetas maestras, ajustará parámetros técnicos y definirá el alma del plato, delegando la ejecución repetitiva en sistemas inteligentes capaces de calibrar tiempos, temperaturas y ritmos de producción mejor que cualquier humano.

Incluso la carta de temporada podrá generarse a partir de sus instrucciones: **el chef define sabor, estructura y producto, y la IA equilibra costes, disponibilidad, mise en place y**

capacidad real de cocina según los pax previstos. El resultado será un escenario donde la creatividad seguirá siendo humana, pero la ejecución será un diálogo entre máquina y criterio. Y cuando ese punto llegue –porque llegará– habrá que decidir si hablamos de evolución... o de vértigo.

Robots que fríen, algoritmos que diseñan recetas: ¿quién cocina de verdad?

La imagen romántica del cocinero frente al fuego abierto está quedando para los libros de Ferran Adrià y para el recuerdo sentimental de una profesión que, sin perder alma, está mutando con una velocidad que sorprende incluso a los más veteranos.

Hoy existen robots capaces de freír, planchar, sazonar y repetir una receta con una precisión imposible para un ser humano que lleva ocho horas en un pase caliente. Flippy, el robot estadounidense que trabaja en cadenas de hamburguesas, es solo la punta del iceberg: lo verdaderamente interesante está pasando en las cocinas fantasma que funcionan de manera casi autónoma, donde el ser humano supervisa, pero ya no ejecuta el grueso del trabajo.

A esto se suma una IA que no solo ajusta temperaturas, sino que **diseña recetas completas** a partir de miles de matrices de sabor, patrones de cocción, combinaciones históricas y estadísticas de aceptación del público. Algunos chefs ya lo están usando en silencio para probar maridajes, prever reacciones del comensal y analizar tendencias de temporada antes de lanzarlas a sala.

Es la parte incómoda: la creatividad humana empieza a convivir con la creatividad algorítmica, y aunque ninguna

máquina puede replicar un gesto aprendido de una abuela, sí puede proponer un plato que funcione técnicamente y que, para muchos paladares, resulte sorprendentemente coherente.

Entonces surge la pregunta que duele y fascina a partes iguales: **quién cocina de verdad?** Si un chef diseña la receta y una máquina la ejecuta con exactitud quirúrgica, dónde empieza y termina el arte? El oficio de cocina siempre ha sido mezcla de técnica, intuición y repetición. Esa última parte, la repetición, es precisamente la que la IA está empezando a absorber con una eficiencia inquietante. Y eso obliga a replantearlo todo, desde la formación en escuelas hasta el concepto de autoría culinaria. El debate está servido.

Lo que los chefs no dicen en público: ¿y si la IA también cultiva el plato perfecto?

Hay una conversación que muchos chefs evitan en voz alta, no por miedo a la tecnología, sino por respeto a un oficio construido sobre intuición, memoria y territorio. Sin embargo, la pregunta ya está encima de la mesa: si la IA puede diseñar recetas y ejecutar procesos, **¿qué pasará cuando también controle el origen del ingrediente?**





Porque la revolución no nace solo en la cocina: está empezando en la **agricultura, en los invernaderos inteligentes y en los cultivos monitorizados que ajustan luz, humedad y nutrientes al milímetro.** Y cuando la tierra se conecta con el algoritmo, aparece una posibilidad inquietante y fascinante: **el plato perfecto**, un producto cultivado según parámetros exactos para una receta que aún no existe.

En algunos países, la IA ya determina cuándo sembrar, qué variedades usar y qué nivel de estrés hídrico mejora el sabor de un tomate o la textura de una papa. Imagínate ese poder aplicado a la gastronomía: un chef diseña una receta, sube los requisitos a un sistema agrícola inteligente y el cultivo se adapta a la

creación.

No hablamos de manipulación industrial; hablamos de tecnología al servicio del sabor, de un producto que nace ya calibrado para ese plato concreto. Es una idea que incomoda a los defensores de la agricultura tradicional, pero también abre un debate serio: ¿es esto evolución o es una traición al azar maravilloso que siempre ha tenido la cocina?



La IA permitirá tomates con el grado exacto de dulzor, papas con densidad uniforme, vinos que minimicen defectos gracias a patrones predictivos y carnes criadas con perfiles ideales según el corte y la técnica. El futuro no es que la máquina cocine mejor que el humano; es que la tierra y la cocina estarán conectadas en un mismo sistema inteligente. Y ahí, sí, la pregunta toma forma: **¿llegará el día del plato perfecto?** Quizá sí. Pero será un plato perfecto según la lógica del algoritmo, no según la emoción humana.

Un factor que ninguna máquina puede

replicar: la memoria... aunque Albert, el sous-chef robot, ya esté tomando nota

La industria tecnológica lleva años intentando construir el ayudante de cocina ideal, y para sorpresa de muchos, ya lo han conseguido. Albert, el sous-chef robot desarrollado para restaurantes de producción alta, es capaz de cortar, medir, pesar, montar y repetir una receta con una precisión que pondría nervioso a cualquier stagier en su primer servicio. No se cansa, no protesta, no pierde el ritmo. Aprende cada gesto y lo optimiza. Es, literalmente, el sueño húmedo de cualquier inversor en hostelería... y la pesadilla silenciosa de quienes creen que el oficio se sostiene únicamente en manos humanas.

Pero incluso con Albert fileteando, emplatando y ajustando puntos de cocción, hay un territorio donde ninguna máquina puede entrar: la memoria gustativa.

Esa mezcla de emociones, terroir, vivencias, historias y accidentes felices que hacen que un chef entienda un producto más allá de su ficha técnica. Una IA puede repetir una receta mejor que un humano, pero no puede comprender por qué un mojo se vuelve inolvidable cuando lo prepara una abuela en La Palma ni por qué un caldo de papas sabe distinto después de un día de vendimia. Ese conocimiento no está escrito en una tabla: está cosido a la vida.

La paradoja es evidente: la tecnología cocina con perfección, pero no con significado. Albert puede calcar cien platos iguales en el mismo tiempo en que un humano monta treinta, y aun así no puede añadir ese matiz inesperado que surge del instinto. La pregunta no es si el robot es capaz; la pregunta es si queremos que lo sea. Porque por mucho que avance la IA, todavía no existe un algoritmo capaz de replicar el sabor de un recuerdo, ni el temblor del cocinero que sabe que ese

plato, justo ese, debe emocionar.

¿Fin del cocinero o renacimiento del oficio?

La irrupción de la inteligencia artificial no anuncia la desaparición del cocinero, sino su transformación. La profesión tal como la conocemos cambiará, pero no hacia la amenaza que muchos imaginan, sino hacia un escenario donde la creatividad será más valiosa que nunca.

Cuando la máquina ejecute los procesos repetitivos, el chef podrá concentrarse en aquello que ninguna estructura algorítmica domina: interpretar el territorio, jugar con los matices culturales, contar historias comestibles y crear experiencias que van más allá de una receta repetible. La IA puede diseñar una carta equilibrada, calcular costes, prever flujos de sala y ajustar la producción al número de comensales, pero no puede sentir la responsabilidad emocional de un plato que debe hablarle a alguien en concreto.



El futuro es incómodo para quien se aferre a la cocina como acto mecánico, pero es una oportunidad para quienes entienden el oficio como una expresión intelectual. El chef ya no será un ejecutor extenuado; será un editor de procesos, un compositor que trabaja con ingredientes y técnicas como quien escribe partituras.

La IA se ocupará de mantener el ritmo, de ajustar temperaturas, de garantizar consistencia. El cocinero, en cambio, tendrá que elevar su mirada y decidir qué quiere contar, qué memoria quiere activar, qué gesto humano quiere preservar en ese diálogo constante entre materia y sensibilidad.

La cocina de mañana no será menos humana; será más exigente con lo humano. Y cuando los robots como Albert ocupen la parte técnica del pase, quedará claro que lo insustituible no es la mano, sino la intención.

Tal vez el futuro no plantee la desaparición del chef, sino su madurez definitiva: una profesión que, por fin, se libera del ruido y se queda con lo esencial. Y ahí empieza un territorio nuevo que aún no tiene forma, pero sí una certeza: la creatividad seguirá en manos humanas.

Agenda

Gastronómica

Canariasgourmet! del 28 al 30 noviembre

La **Agenda Gastronómica** de este fin de semana del **28 al 30 de noviembre de 2025** Canarias se llena de planes para quienes viven la gastronomía con pasión: **ferias de tapas y vinos, fiestas de San Andrés, rutas de tapas en pueblos con encanto, festivales del vino nuevo, producto local en las cumbres**. Una agenda a la altura de los lectores de **Canariasgourmet**, el periódico digital especializado en gastronomía de Canarias y el mundo. □

Tenerife: capital, sur y norte a bocados

Feria Gastronómica de Tapas y Vinos · Santa Cruz

El **Parque La Granja** se convierte este sábado en uno de los epicentros gastro del archipiélago con la **Feria Gastronómica de Tapas y Vinos 2025**. Más de treinta propuestas de cocina local y una amplia representación de bodegas tinerfeñas servirán tapas y vinos por copas en un formato de paseo gastronómico bajo los árboles, con música en directo y ambiente de romería urbana hasta medianoche.

□



- Cuándo: sábado **29 de noviembre**, de **18:00 a 00:00 h.** □
- Dónde: Parque La Granja, distrito Salud–La Salle, Santa Cruz de Tenerife. □
- Info pública: □
 - Ficha en Lagenda: [Programación](#) □

Especial 16ª Degusta.Me Adeje 2025 · El gran cierre

En el sur, Adeje pone el broche de oro a la XVI edición de **Degusta.me** con el “**Especial 16ª Degusta.Me Adeje 2025**”, el evento que actúa como gran cierre de unas semanas dedicadas a la gastronomía local. La Calle Grande y la Plaza de España se llenan de barras, degustaciones y propuestas de los restaurantes del municipio, con música en vivo y ambiente de verbena gastronómica hasta la madrugada.

□

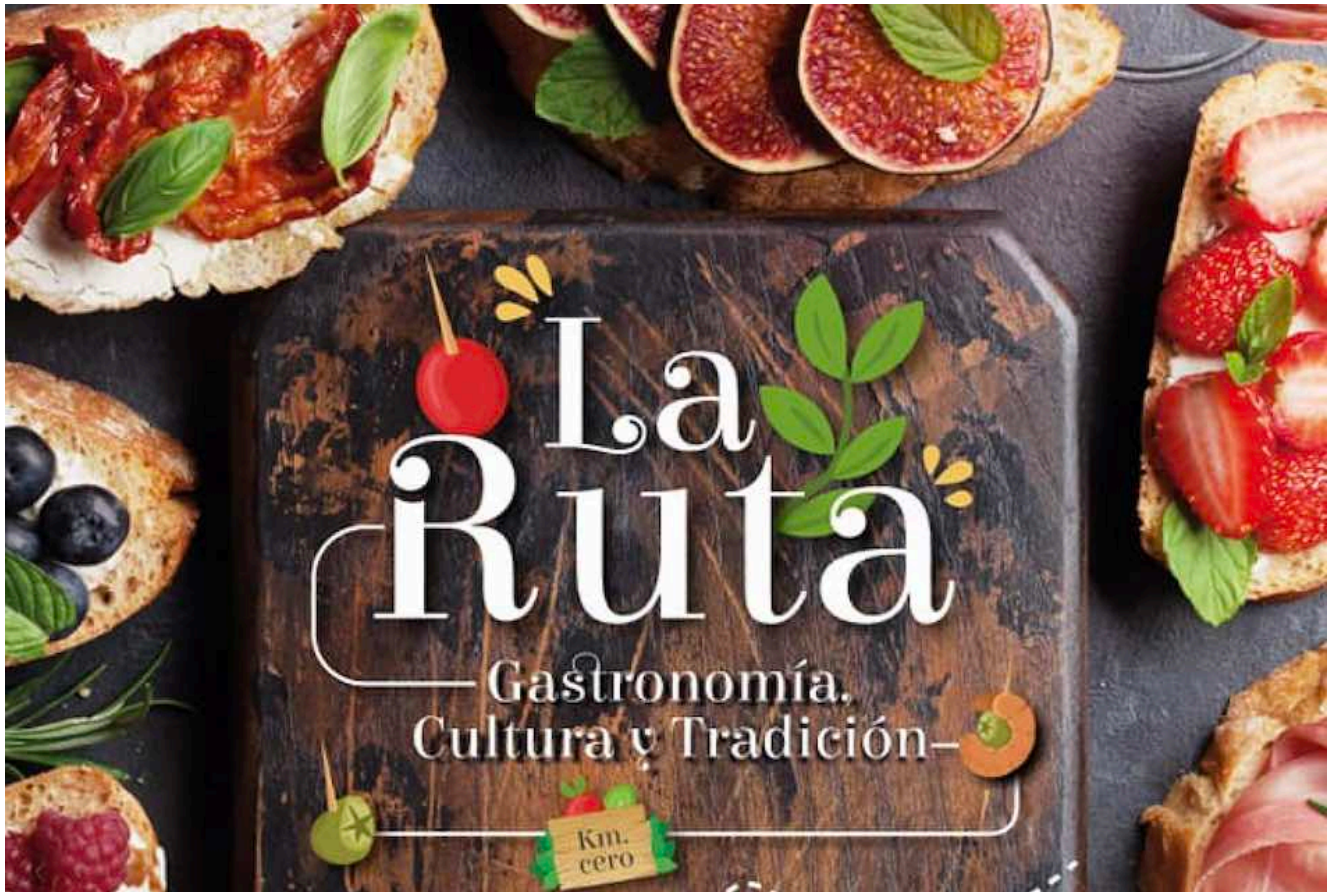


- Cuándo: sábado 29 de noviembre, aprox. 16:00 a 01:00 h. □
- Dónde: Casco histórico de Adeje (Calle Grande y Plaza de España). □
- Info pública:
 - Evento en agenda: [Informacion](#) □ □

Ruta de la tapa “La Ruta” · Nordeste de La Laguna

Para quienes prefieren el formato exploración pausada, la **ruta de la tapa “La Ruta”** recorre la **Comarca Nordeste de La Laguna** –Valle de Guerra, Tejina, Bajamar y Punta del Hidalgo– con 24 establecimientos que unen gastronomía, cultura y tradición. Cada local [propone](#) una tapa a **3,50 €**, perfecta para ir encadenando bares entre costa y medianías durante varias semanas.

□



- Cuándo: del **29 de noviembre al 22 de diciembre** (activa todo el fin de semana).□
- Zonas: Valle de Guerra, Tejina, Bajamar y Punta del Hidalgo (La Laguna).□
- Info pública:
 - Web del Ayuntamiento de La Laguna: AytoLaLaguna

The Champions Burger – Island Edition • Tenerife

[@ChampionsBurger](https://www.instagram.com/ChampionsBurger)

Santa Cruz de Tenerife se prepara para recibir uno de los encuentros gastronómicos más populares del país. Del 27 de noviembre al 8 de diciembre de 2025, la Explanada del Parque Marítimo César Manrique será el escenario de **The Champions**

Burger, un festival que reúne a algunas de las mejores hamburgueserías de España en un formato abierto, dinámico y pensado para disfrutar al aire libre. La entrada será gratuita y el horario se dividirá entre tardes-noches entre semana (18:00 a 00:00 h) y jornadas completas de fin de semana, desde las 12:00 del mediodía hasta medianoche.



Durante casi dos semanas, el público podrá recorrer los distintos food trucks

y stands participantes, probar sus propuestas gourmet y votar su favorita escaneando un código QR.

Es una cita que combina ambiente urbano, sabores innovadores y esa informalidad que convierte cualquier paseo en un plan gastronómico distinto. Una oportunidad para descubrir estilos de hamburguesa, técnicas, panes, salsas y combinaciones que rara vez coinciden en un mismo espacio, todo con la bahía de Santa Cruz como telón de fondo.

San Andrés: vino nuevo, castañas y tablas

El último fin de semana de noviembre llega marcado por las fiestas de **San Andrés**, donde el vino nuevo y las castañas asadas son protagonistas junto a tradiciones únicas como las tablas y los cacharros. En el norte de Tenerife se concentran varios de los rituales más reconocibles para cualquier amante del territorio y sus vinos.□

Fiesta del vino y las castañas 2025 – Por San Andrés

Qué: celebración en torno al vino nuevo, con caminata opcional, comida y una noche dedicada a “tapar las barricas y estrenar el vino nuevo” maridado con castañas.

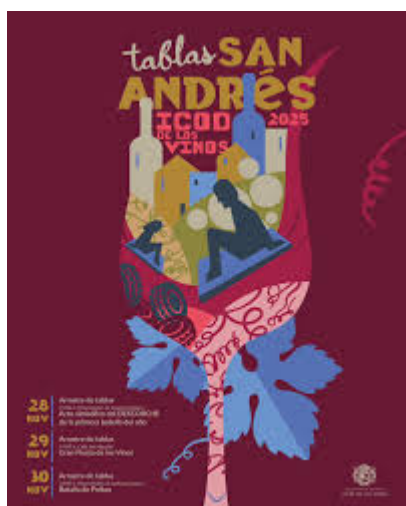


□Este año cambiamos de escenario y de municipio. La cita se traslada a El Rosario, concretamente a La Esperanza, donde nos recibirá el [Restaurante El Chismoso](#) (922 28 42 50), situado junto al mercadillo, en la carretera general que sube a Las Cañadas. El encuentro será el sábado 29 de noviembre, a las 14:00 horas. Info pública: [□Vinos&Castañas](#)

[@RestElChismoso](#)

Tablas de San Andrés y Fiesta de los Vinos – Icod de los Vinos

Se
tr
a
t
a
de
un
pr
og
ra
ma
qu



e
se
ex
ti
en
de
du
ra
nt
e
va
ri
os
dí
as
y
qu
e
re
ún
e
al
gu
no
s
de
lo
s
ri
tu
al
es
má
s
em
bl
em

át
ic
os
de
Ic
od
de
lo
s
Vi
no
s:
el
de
sc
or
ch
e
in
st
it
uc
io
na
l,
el
ar
ra
st
re
de
ta
bl
as
po
r
la

s
ca
ll
es
y,
co
mo
gr
an
ci
ta
,
la
Fi
es
ta
de
lo
s
Vi
no
s
el
vi
er
ne
s
29
po
r
la
ta
rd
e-
no
ch
e.

Bo
de
ga
s
lo
ca
le
s,
ta
pa
s
en
la
ca
ll
e
y
un
am
bi
en
te
qu
e
me
zc
la
tr
ad
ic
ión
n,
vé
rt
ig
o
y

ce
le
br
ac
ió
n
co
nv
ie
rt
en
es
ta
fe
ch
a
en
un
pu
nt
o
de
en
cu
en
tr
o
pa
ra
qu
ie
ne
s
si
en
te
n

no
vi
em
br
e
co
mo
el
me
s
de
l
vi
no
nu
ev
o.
□
In
fo
pú
bl
ic
a:
pr
og
ra
ma
ci
ón
de
ta
ll
ad
a
en
:

[@T](#)
[ab](#)
[al](#)
[as](#)
[Sa](#)
[nA](#)
[nd](#)
[re](#)
[s](#)

Fiestas de San Andrés 2025 – La Guancha

La
Gu
an
ch
a
ma
nt
ie
ne
vi
va
s
un
as
de
la
s
tr
ad
ic
io
ne
s



má
s
qu
er
id
as
de
l
no
rt
e:
vi
no
nu
ev
o,
ta
pa
s
qu
e
ha
bl
an
de
l
te
rr
it
or
io
,
mú
si
ca
po
pu

la
r
y
es
e
am
bi
en
te
de
pu
eb
lo
qu
e
co
nv
ie
rt
e
ca
da
ri
nc
ón
en
un
a
pe
qu
eña
a
ce
le
br
ac
ió

n.
Du
ra
nt
e
to
do
el
fi
n
de
se
ma
na
,
la
s
ca
ll
es
re
cu
pe
ra
n
el
pu
ls
o
fe
st
iv
o
de
Sa
n
An

dr
és
co
n
ac
ti
vi
da
de
s
qu
e
me
zc
la
n
me
mo
ri
a,
ga
st
ro
no
mí
a
y
pa
rt
ic
ip
ac
ió
n
ve
ci
na

l.
Pa
ra
qu
ie
ne
s
qu
ie
ra
n
or
ga
ni
za
r
la
vi
si
ta
o
co
no
ce
r
el
pr
og
ra
ma
co
mp
le
to
,
la
fi

ch
a
de
l
ev
en
to
es
tá
di
sp
on
ib
le
en
La
ge
nd
a,
do
nd
e
se
re
co
ge
la
pr
og
ra
ma
ci
ón
de
ta
ll
ad

a
y
lo
s
ho
ra
ri
os
.
In
fo
rm
ac
ió
n:
[La](#)
[ge](#)
[nd](#)
[a](#)

Lanzarote: brindar con el vino nuevo

Festival del Descorche 2025 · Tías

En
La
nz
ar
ot
e,
el
mu
ni
ci
pi
o
de
Tí
as
ce
le
br
a
el
Fe
st
iv
al
de
l
De
sc
or
ch
e
20
25
,
un
a
no



ch
e
de
di
ca
da
al
vi
no
nu
ev
o
y
a
la
s
tr
ad
ic
io
ne
s
qu
e
lo
ha
n
ac
om
pa
ña
do
ge
ne
ra
ci
ón

tr
as
ge
ne
ra
ci
ón

.
**La
pr
op
ue
st
a
re
ún
e
mú
si
ca
en
di
re
ct
o,
ca
ta
s
de
vi
no
y
qu
es
o
ca
na**

ri
o
y
un
am
bi
en
te
fe
st
iv
o
qu
e
in
vi
ta
a
di
sf
ru
ta
r
si
n
pr
is
as
.
Es
un
a
ce
le
br
ac
ió

n
qu
e
po
ne
en
va
lo
r
el
pr
od
uc
to
lo
ca
l
y
la
id
en
ti
da
d
vi
ti
vi
ní
co
la
de
la
is
la
,
co
n

es
e
pa
is
aj
e
vo
lc
án
ic
o
qu
e
co
nv
ie
rt
e
ca
da
co
pa
en
un
re
co
rd
at
or
io
de
su
or
ig
en
.
In

fo
rm
ac
ió
n:
[Oc](#)
[io](#)
[La](#)
[nz](#)
[ar](#)
[ot](#)
[e](#)

Gastro – Saborea Teror • Ruta de pinchos y tapas

La villa de Teror se transforma en una pequeña capital foodie con Gastro – Saborea Teror, una ruta de pinchos y tapas que suma concurso gastronómico y música itinerante en directo. Los establecimientos participantes preparan creaciones específicas para la ocasión, servidas a precios ajustados y con un formato que arranca el viernes en horario partido y continúa el sábado en clave de auténtico maratón gastronómico. Es uno de esos planes donde el pueblo entero parece cocinar al mismo tiempo.



Feria del Tomate • La Aldea de San Nicolás

En el oeste de la isla, **La Aldea de San Nicolás** celebra una nueva edición de la **Feria del Tomate**, dedicada a uno de sus productos agrícolas más emblemáticos. El programa incluye catas, aulas, talleres, showcookings, música y actividades divulgativas sobre la historia y la actualidad del tomate en el municipio.

Feria del 2025 La Aldea de San Nicolás tomate

28
29

noviembre



Jornada Técnica - Viernes, 28 de noviembre
Centro de Mayores - 18:00 a 21:00 horas

1. Charlas: En torno a la calidad diferencial y la diversificación de productos.
2. Mesa Redonda: Microexperiencias.
3. Gastro Coctelería: 'Tomate Soul' (Tahiche Puig).
4. Show Cooking: 'El tomate en la cocina' (Saylem Cuevas y José Vasco).
5. Degustación: cóctel + cocina.

Feria del Tomate - Sábado, 29 de noviembre
Plaza de La Alameda 10:00 a 16:00 horas

- Zona 1. Aula 1. Arte: 'Colores y sabores en el tomate'.
Zona 2. Aula 2. Salud: 'El tomate, un tesoro rojo para la salud' (Zuleyka Briceño).
Zona 3. Aula 3. La Aldea: 'La Aldea, Despensa de Sabores' (Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria).
Zona 4. Aula 4. Cocina infantil: 'Pizza y volován' (Andrés Borges).
Zona 5. Aula 5. Show Cooking: '4 elaboraciones del tomate' (Kilian Norbedo, Saylem Cuevas y Regina Ojeda).
Zona 6. Aula 6. Gastro Coctelería (Tahiche Puig).
Zona 7. Food Truck. (Valaba Vaderuta).
Zona 8. Música: Guarasón, Hirai y Pedro Manuel Afonso.
Zona 9. Expositores. 'Lairaga Tropical' (Agrícola del Norte).
Zona 10. El universo del tomate (Cooperativa Coagrisan).
Zona 11. Puntos de Venta. Sector Primario.



▪ Cuándo: 28 y 29 de noviembre. □

- Dónde: La Aldea de San Nicolás, Gran Canaria.□
- Info pública:
- Noticia y programa: [Feria](#)

Con este recorrido queda claro que el último fin de semana de noviembre llega cargado de planes para abrir el apetito y movernos por las islas con sentido. Ahora toca elegir, salir y disfrutar del territorio con la misma pasión con la que lo contamos.

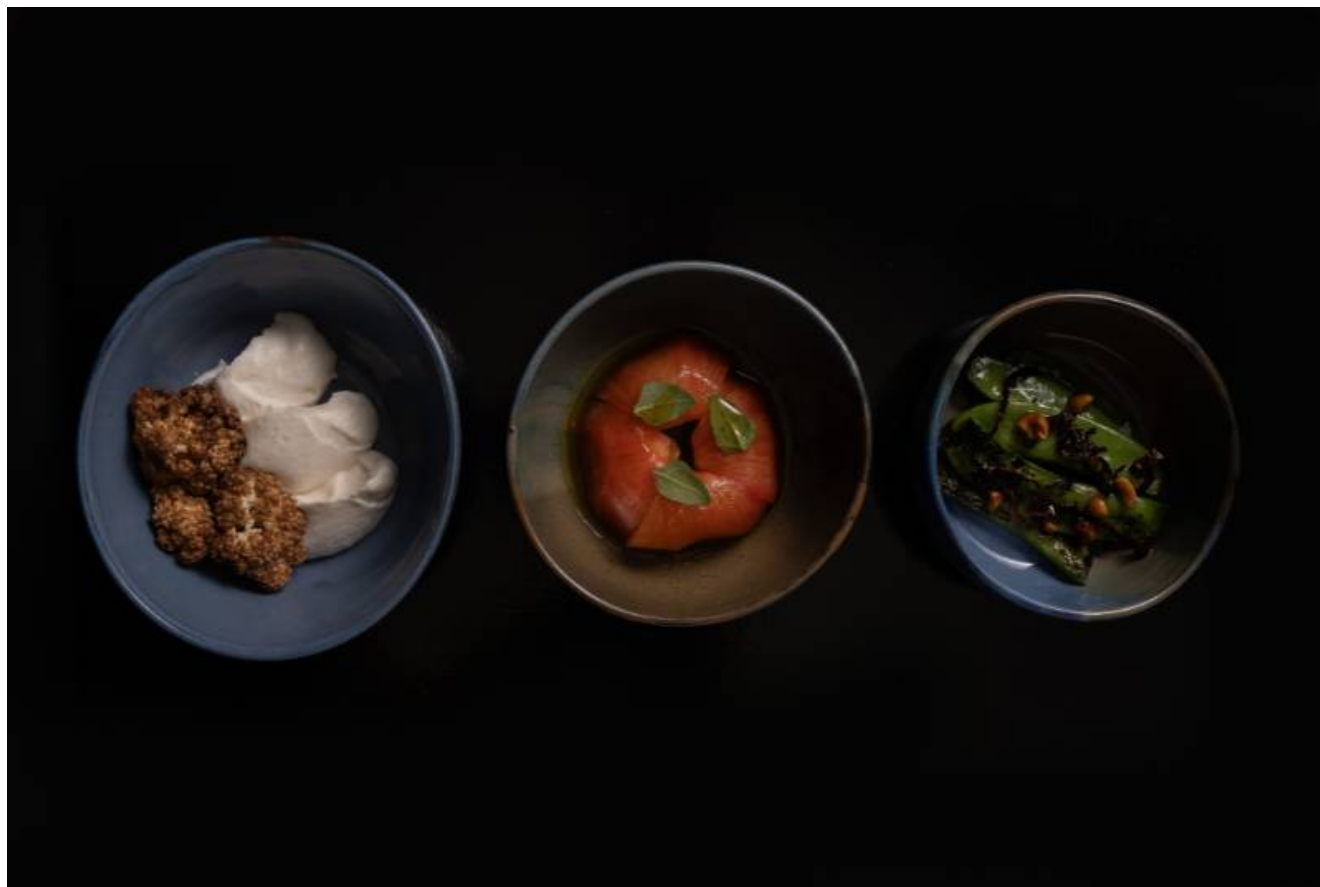
Y, como siempre, aquí estaremos: afinando la agenda, descubriendo nuevos sabores y preparando la que llegará la próxima semana. No hace falta buscarla demasiado... te la serviremos justo donde te gusta leerla.

Latin America's 50 Best Restaurants 2025: una edición que reescribe el mapa gastronómico

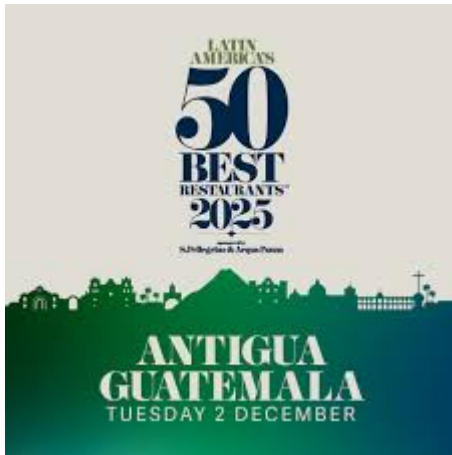
[@LatinAmerica's50Best](#)

La cocina latinoamericana dejó de pedir permiso hace tiempo: hoy marca la agenda global. La edición 2025 de **Latin America's 50 Best Restaurants**, que se celebrará el 2 de diciembre en Guatemala, llega en un momento decisivo. La región vive una madurez inédita, donde identidad, biodiversidad, memoria culinaria y discurso social pesan tanto como la técnica y la espectacularidad. La lista ya no funciona como un simple

ranking: es un mapa político, cultural y gastronómico que muestra cómo evoluciona el poder en las cocinas del continente.



En la antesala de la gala, la organización publicó la lista extendida **de los puestos 51-100**, un termómetro esencial para entender hacia dónde se mueve la región. Ahí irrumpen propuestas como **Shizen** (Lima), que mezcla ADN nipoperuano con una lectura contemporánea del territorio; y regresos como **El Papagayo** (Córdoba), del chef Javier Rodríguez, que vuelve con una propuesta más madura, más narrativa y con un servicio que demuestra que personalidad y consistencia no están reñidas.

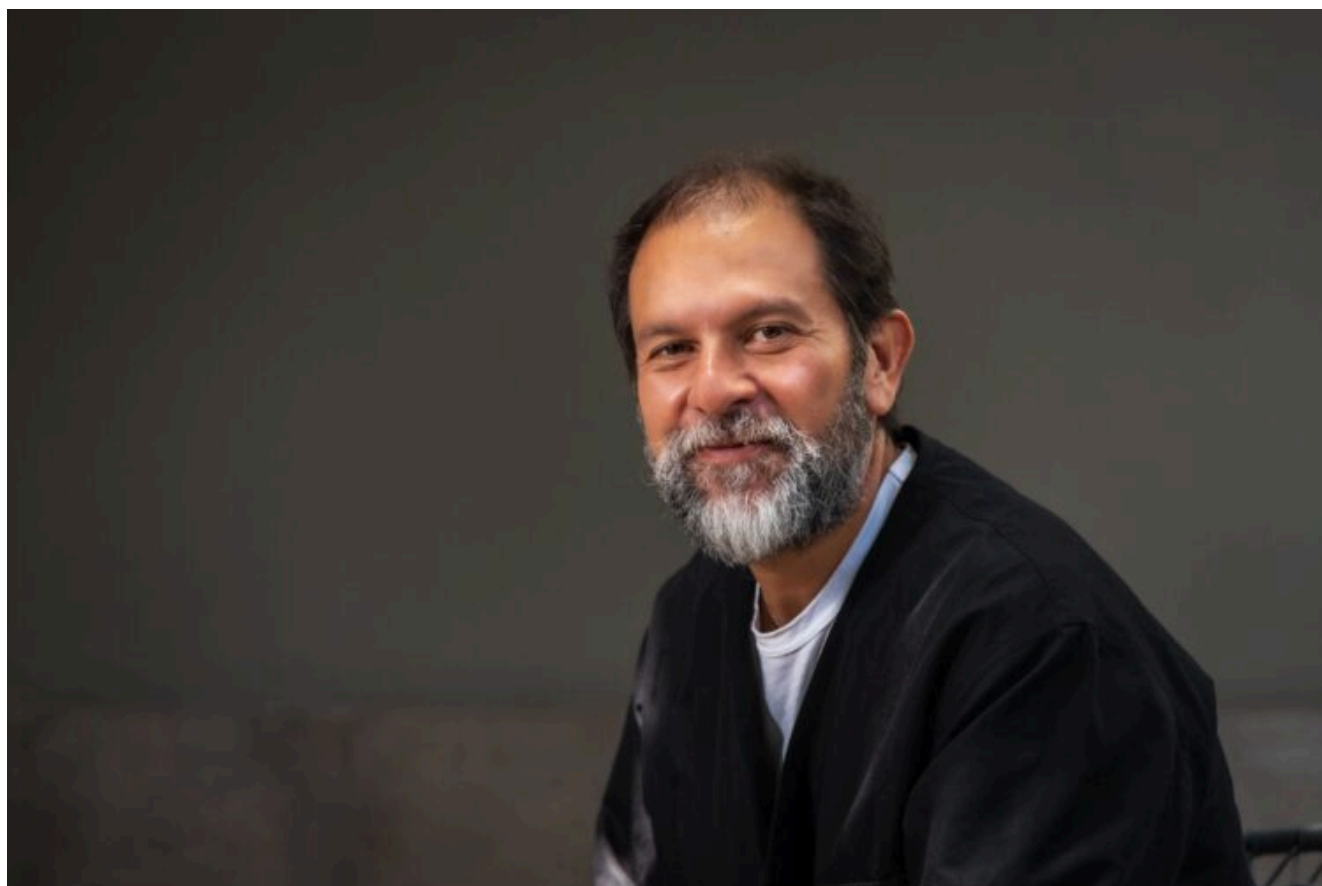


También crece con fuerza la presencia de proyectos de **México y Colombia**, que consolidan una realidad cada vez más evidente: América Latina ya no gira solo en torno al eje Lima–São Paulo–Ciudad de México, sino que amplía sus centros culinarios con nuevas ciudades, nuevos discursos y nuevos vínculos con el territorio.

El pulso que decidirá al número uno de Latinoamérica

[@Pujol](#)

El nombre que más resuena en las quinielas es **Pujol** (Ciudad de México), el proyecto insignia de **Enrique Olvera**, una de las figuras más influyentes de la cocina contemporánea. No es solo prestigio acumulado: Pujol llega a la edición 2025 en su momento más sólido, con una propuesta que combina investigación, lectura del territorio y un dominio técnico que nunca se vuelve ostentoso.



Chef Enrique Olvera

Su menú, en constante renovación, funciona como un ejercicio de memoria y futuro donde **el taco de maíz criollo –único plato fijo– opera como manifiesto cultural y como recordatorio de que la identidad puede ser también una forma de vanguardia.** A esto se suma un compromiso genuino con la sostenibilidad y con productores locales, elementos que hoy pesan tanto como la ejecución culinaria en el criterio internacional.







En el otro gran polo de poder, **São Paulo** mantiene su hegemonía con varios candidatos fuertes. Entre ellos destaca **Metzi**, un laboratorio culinario donde Brasil y México dialogan sin exotismos. Fermentaciones, fondos que recuerdan al recetario tradicional paulista, chiles mexicanos, técnicas híbridas y un manejo preciso del sabor han convertido a [Metzi](#) en uno de los proyectos más comentados del año. La ciudad sigue siendo un ecosistema profesional imbatible en cuanto a diversidad, investigación y capacidad para formar talento.







La disputa también se intensifica en Buenos Aires, Santiago de Chile y Lima, ciudades que continúan marcando tono con cocinas urbanas, identitarias y profundamente contemporáneas. Allí emergen propuestas que combinan memoria, técnica y discurso cultural, reforzando

un mapa donde la competencia es cada vez más abierta y menos predecible.

Dentro de las menciones que merecen seguimiento aparecen proyectos que trabajan tradiciones indígenas y productos de origen desde una mirada actual. **Lunario** (Valle de Guadalupe, México) convierte su entorno vitivinícola en una cocina de paisaje, donde fermentos, hojas, hierbas silvestres y técnicas de fuego cuentan historias del valle más allá del vino.





Aguají (República Dominicana), bajo el liderazgo de **Inés Páez Nin –Chef Tita–**, reciente ganadora del premio **Champions of Change 2025**, refuerza el discurso de una cocina identitaria y social, que recupera ingredientes olvidados y reivindica el territorio como herramienta cultural.

Aunque el consenso coloca a Pujol como favorito indiscutible por su capacidad para unir prestigio, innovación, narrativa y sostenibilidad real, el continente llega a la gala con una de las competencias más fuertes de los últimos años. Los 50 Best 2025 premiarán no solo

técnicas, sino visiones. Y ahí cada uno de estos restaurantes tiene algo propio que decir.

La edición 2025 acentúa además una tendencia que ya se intuía: el crecimiento del **“lujo periférico”**. Propuestas situadas fuera de grandes capitales –en zonas costeras, regiones vitivinícolas, selvas tropicales o ciudades secundarias– ocupan un lugar destacado gracias a su apuesta por producto de proximidad, técnicas contemporáneas aplicadas a recetarios heredados y experiencias de sala cálidas, más humanas y menos ritualizadas. La cocina de origen, la reivindicación de ingredientes “humildes” y las historias de migración interna están redefiniendo lo que significa lujo en América Latina.

Desde Canariasgourmet.es seguimos esta edición con un espíritu de hermandad hispanoamericana, entendiendo la cocina como uno de los puentes culturales más sólidos entre nuestras regiones. Tras años en los que Perú ha liderado con proyectos emblemáticos como Central y Maido, verdaderos hitos de la gastronomía contemporánea, muchos miran ahora hacia México, cuya cocina está reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Sería un gesto hermoso –y coherente con la historia culinaria del continente– que este año el título viajara allí, celebrando una tradición que ha inspirado y emocionado al mundo durante generaciones.