

El placer de la mala educación

La **gastronomía** es un espectáculo de los sentidos, un rito lleno de normas, costumbres y etiquetas que dictan cómo debemos comportarnos en la mesa. Pero, **¿qué pasa cuando el verdadero el placer se esconde en esos pequeños actos de ‘mala educación’ que nos enseñaron a evitar?** Rebañar el plato, chuparse los dedos o incluso dejar escapar un discreto **eructo** tras una comida copiosa son gestos que, lejos de ser descorteses, revelan una entrega sincera al placer de comer.

El placer primario: comer como instinto

Antes de que existieran las reglas de etiqueta, el ser humano comía con las manos, sorbía ruidosamente y compartía los **alimentos** sin más formalidad que el apetito. Comer era una necesidad, pero también un acto de supervivencia y comunión. En muchas sociedades antiguas, compartir un **plato** y **comer** con las manos era una señal de confianza y fraternidad. Aún hoy, en muchas culturas, el uso de las manos sigue siendo parte esencial de la **experiencia gastronómica**.





En Marruecos, la India o Etiopía, se considera que tocar los alimentos mejora la conexión con **la comida** y resalta sus sabores. En Japón, el sushi tradicional se **come** con las manos, mientras que, en **México**, una tortilla puede servir como cubierto y plato al mismo [tiempo](#). Entonces, **¿por qué, en algunos círculos, se sigue viendo con desdén el acto de prescindir de los cubiertos cuando la ocasión lo amerita? ¿No es, acaso, una forma de redescubrir el placer más primitivo de la comida?**

Rebañar el plato: el elogio del deseo

¿Cuántas veces hemos estado frente a una salsa sublime y, con la educación pesando en nuestros hombros, hemos dejado el plato sin apurar hasta la última gota? Rebañar el plato con un trozo de pan es un gesto casi instintivo, un tributo al cocinero que ha logrado que no queramos desperdiciar ni un solo rastro de su creación. En España, esta práctica no solo es común, sino que incluso tiene su propio nombre: “hacer la barquita” o “hacer sopas” en algunas regiones.

Se trata de un hábito que, más que falta de educación, es una

reverencia al buen comer. No hay mayor halago para un guiso, un **sofrito** o una salsa bien hecha que ver el **plato** reluciente al final de la comida. En el País Vasco, la tradición del 'txotx' en las sidrerías invita a mojar pan en la salsa del **bacalao al pil-pil**, mientras que, en **Andalucía**, las tapas con salsas espesas casi exigen un buen trozo de pan para limpiarlas.





En Cataluña, el 'pa amb tomàquet' no solo acompaña, sino que también se usa para absorber los jugos de carnes y embutidos. La buena comida merece ser disfrutada hasta **el último bocado**, y **rebañar el plato** es simplemente la forma más sincera de decir: **"esto estaba delicioso"**.

Chuparse los dedos: más allá del protocolo

Pollo frito, costillas a la barbacoa, gambas al ajillo... Hay platos que fueron diseñados para ser disfrutados con las manos. Y si la comida ha sido un festín de sabores, lo más natural es que los dedos conserven parte de esa magia. En algunas gastronomías, como la tailandesa o la mexicana, el contacto directo con los alimentos es parte fundamental del disfrute. ¿Es realmente una falta de educación? ¿O más bien un elogio involuntario al chef?

El eructo como aplauso en algunas culturas

Mientras en Occidente un eructo en la mesa puede causar miradas de desaprobación, en lugares como China o ciertas regiones de Medio Oriente, se interpreta como una señal de satisfacción. Es una forma de decir "he comido bien, estoy lleno y agradecido".

Mongolia, por ejemplo, eructar después de una comida es una muestra de cortesía hacia el anfitrión, indicando que el menú ha sido abundante y satisfactoria. En algunas comunidades beduinas, donde la hospitalidad es una virtud sagrada, un eructo tras la comida refuerza la idea de que el huésped ha sido bien atendido.



La India, aunque no es una costumbre extendida, no se ve con tanto desagrado como en Occidente, y en algunas familias rurales puede ser interpretado como un gesto natural. Incluso en Japón, aunque no es tan común, los sonidos al sorber la sopa ramen tienen una connotación similar: demostrar que se está disfrutando de la comida sin inhibiciones. Este contraste nos recuerda que la etiqueta no es universal, y que lo que en un lugar es de mal gusto, en otro puede ser un elogio culinario.

El equilibrio entre goce y etiqueta

La buena educación en la mesa no debería estar reñida con el placer sincero de la comida. Si bien el contexto y la compañía importan, no podemos negar que algunos de estos gestos son tan auténticos como la gastronomía misma. Quizás la clave no esté en reprimirlos, sino en ejecutarlos con cierto arte y complicidad. Después de todo, ¿no es la buena comida un placer que merece ser disfrutado sin remordimientos?

Cómo las Startups Están Revolucionando la Producción de Vino

El mundo del vino, con su arraigada tradición, está viviendo una transformación sin precedentes gracias a la irrupción de **startups tecnológicas**. Estas empresas emergentes están fusionando saberes ancestrales con herramientas de vanguardia, marcando el inicio de una nueva era en la producción **vinícola**. Desde la gestión inteligente de viñedos hasta la **biotecnología** aplicada a la creación de nuevos perfiles de vino, la industria está evolucionando a un ritmo vertiginoso.

Startups Innovación Tecnológica en los Viñedos

Uno de los mayores impactos de estas **startups** se está dando en el viñedo, donde la tecnología está optimizando la producción desde la primera fase del proceso. Herramientas como la **inteligencia artificial** (IA) y el Internet de las Cosas (IoT) están cambiando la forma en que los viticultores gestionan sus cultivos.

Monitoreo en tiempo real: Sensores avanzados recopilan datos sobre humedad, temperatura y salud de las vides, permitiendo una gestión más eficiente de los recursos y la reducción del uso de agua y fertilizantes. Empresas como [Taranis](#) y [VinSense](#) ofrecen soluciones basadas en **IA** para analizar datos en tiempo real y ayudar a los viticultores a tomar decisiones más precisas.



Drones de vigilancia: Empresas como VineView y SkySquirrel Technologies emplean drones con cámaras multiespectrales para detectar plagas y enfermedades antes de que se conviertan en una amenaza, permitiendo una respuesta temprana y efectiva.

IA para la predicción de cosechas: Startups como Tastry están utilizando algoritmos avanzados para analizar datos históricos y predecir el momento óptimo de la [vendimia](#), garantizando la mejor calidad de la uva y optimizando el rendimiento del viñedo.

Automatización de la poda y cosecha: Empresas como Wall-YE han desarrollado robots autónomos capaces de realizar tareas agrícolas complejas, como la poda de las vides y la recolección de uvas, reduciendo costos laborales y aumentando la eficiencia.

Estas soluciones no solo mejoran la eficiencia y calidad de la producción, sino que también contribuyen a la sostenibilidad del sector, un factor cada vez más valorado por los consumidores.



Biotecnología: Reinventando el Vino

El campo de la biotecnología también está revolucionando la enología, ofreciendo nuevas formas de elaborar vino y explorar su potencial.

Vinos sintéticos: Startups como Ava Winery están desarrollando vinos sin necesidad de uvas, replicando los compuestos químicos que otorgan sabor, aroma y textura al producto tradicional.

Levaduras personalizadas: Empresas como Lallemmand están diseñando levaduras específicas que potencian ciertos aromas y sabores, permitiendo a los productores diversificar su oferta.

Estas innovaciones no buscan reemplazar al vino tradicional, sino ampliar las posibilidades de elaboración, ofreciendo alternativas novedosas para distintos tipos de consumidores.



Sostenibilidad: Un Pilar Fundamental

La preocupación por el impacto ambiental también ha motivado a las startups a desarrollar soluciones más ecológicas para la producción vinícola:

Menos pesticidas: Gracias a la tecnología de monitoreo y al análisis predictivo, los viticultores pueden reducir el uso de productos químicos sin comprometer la calidad de la uva.

Eficiencia energética: Sistemas como los de WineGrid permiten controlar en tiempo real el consumo de energía en el proceso de vinificación, ayudando a reducir la huella de carbono de las bodegas.

Envases sostenibles: Algunas startups están apostando por botellas biodegradables y materiales reciclables para minimizar el impacto ambiental.

Estas iniciativas no solo favorecen al medio ambiente, sino

que también responden a la creciente demanda de consumidores que valoran productos responsables con el planeta.

Marketing Digital y Experiencia del Cliente

El impacto de las startups va más allá de la producción y está transformando la manera en que los consumidores descubren y disfrutan el vino.

Plataformas interactivas: Aplicaciones como Vivino permiten a los usuarios calificar y descubrir vinos según sus preferencias, ofreciendo recomendaciones personalizadas.

E-commerce especializado: Empresas como **Ewine.cl** han desarrollado plataformas para la compra de vinos online, integrando algoritmos que sugieren opciones según el gusto del usuario.

Realidad aumentada: Algunas **bodegas** están utilizando AR en sus etiquetas, permitiendo a los clientes escanearlas con sus teléfonos para obtener información sobre la historia y maridaje del vino.

Estas herramientas no solo enriquecen la experiencia del consumidor, sino que también abren nuevas oportunidades para pequeñas **bodegas** que buscan ampliar su mercado.

El Futuro del Vino Está en Marcha

Las startups están demostrando que la tradición y la innovación pueden convivir en armonía. Desde viñedos inteligentes hasta vinos creados con biotecnología, la industria está evolucionando rápidamente. Aunque algunos puristas puedan mostrarse escépticos, es innegable que estas tecnologías pueden hacer que el vino sea más accesible, sostenible y diverso.



El futuro del vino ya no depende solo del terroir y las técnicas centenarias; ahora también está impulsado por algoritmos, sensores y avances científicos. La revolución está en marcha, y el debate sobre el vino del mañana apenas comienza.

¿Estarías dispuesto a probar un vino creado con inteligencia artificial o a apostar por opciones más sostenibles? ¡El futuro de la enología está en tus manos!

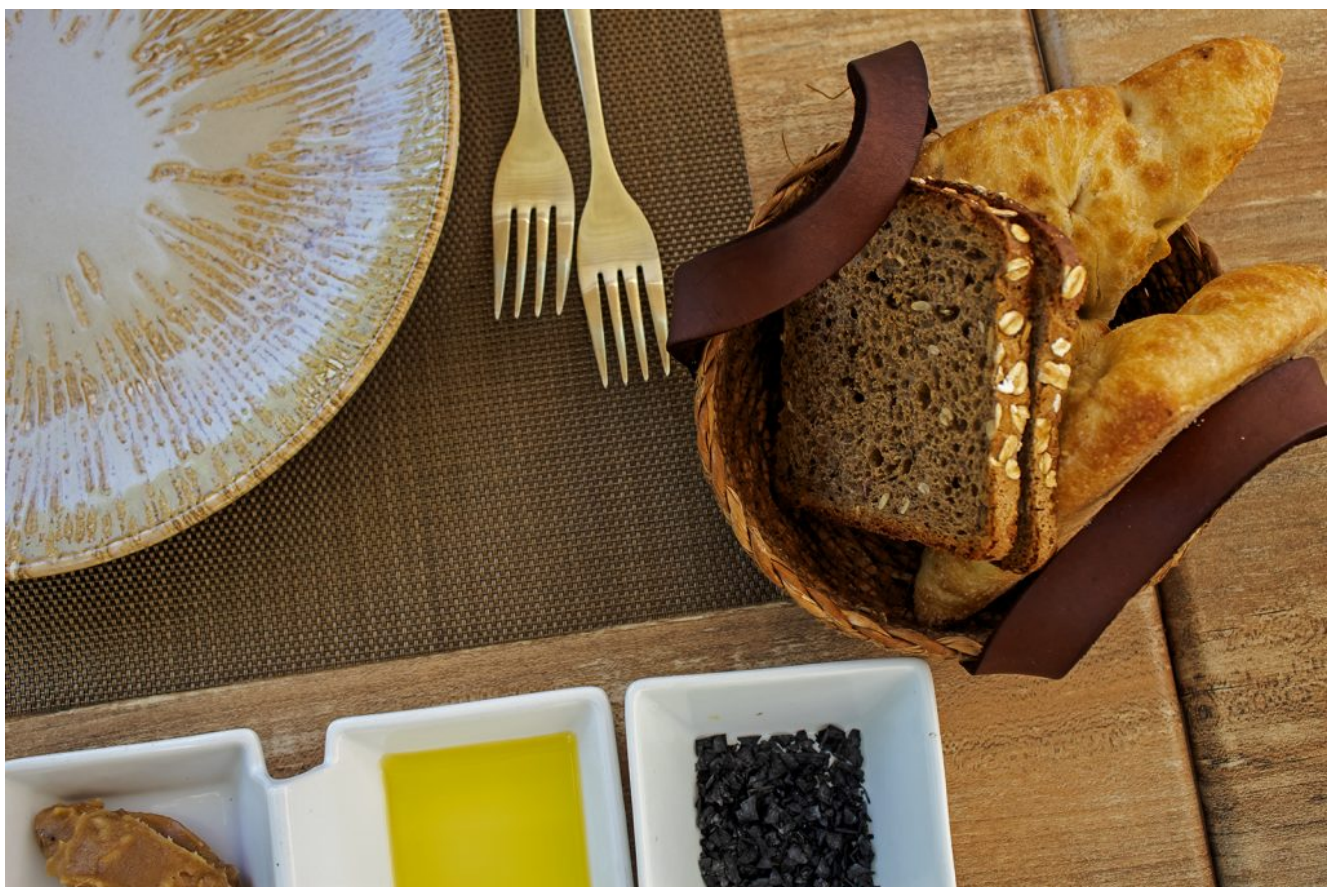
Flamboyán by Aday Estévez

Actualmente, **El restaurante Flamboyán** se ha convertido en uno de mis restaurantes favoritos. Su cocina destaca por una creatividad que no pierde de vista el producto y el recetario

local. El **Chef Aday Estévez** ha logrado una fusión sincera y muy fina al paladar, fiel reflejo de la filosofía del restaurante: **autenticidad, humildad y pasión**. Esta misma esencia se siente en su equipo, donde la amabilidad y profesionalismo van de la mano.

Aday, con su mirada sincera y joven, transmite esa ilusión de quien tiene grandes metas, pero siempre desde la humildad. Su propuesta **gastronómica** se disfruta aún más gracias al entorno privilegiado en el que se encuentra este [restaurante](#): rodeado de naturaleza, donde la tranquilidad y el sosiego acompañan cada bocado.





¡Un bienvenida excelente!

Este **chef tinerfeño** cuenta con una sólida formación en **gastronomía**, habiendo pasado por reconocidas cocinas de la

isla antes de liderar el proyecto del **restaurante Flamboyán**. Su inquietud por experimentar con sabores internacionales, sin perder el arraigo a su tierra, ha sido clave en su éxito. Además, su compromiso con el producto local y las prácticas sostenibles lo sitúan como una de las **jóvenes promesas de la cocina canaria**.

La Entrevista

Canariasgourmet. – ¿Qué te inspiró a crear el concepto gastronómico de Flamboyán?

Aday Estévez. – Tras cerca de nueve años gestionando la gastronomía del hotel, sumado a otras experiencias como la de catering de eventos. Había llegado el momento de emprender algo que siempre había tenido en la cabeza.

Comentando la idea con mi director, **Lorenzo Moreno**, allá por 2022 llegamos al consenso de por qué no hacerlo desde dentro del complejo y nos pusimos manos a la obra.

Canariasgourmet. – Aday, tu cocina ha ganado reconocimiento por su equilibrio entre innovación y tradición. ¿Cómo describes el proceso creativo detrás de cada plato?

Aday Estévez. – Creo que es sencillo, intentamos indagar en los recuerdos de los platos que comíamos en casa desde críos. Desde este punto comienza la magia donde tanto el equipo de cocina como el de sala exponemos nuestras ideas y vamos dando forma a los platos.

También nos hemos apoyado en recetas antiguas que se van perdiendo con el paso de los tiempos donde finalmente logramos

adaptar a nuestro concepto.

Canariasgourmet. – El recetario local es una pieza clave en tu propuesta. ¿Qué ingredientes o elaboraciones canarias consideras imprescindibles en tu menú?

Aday Estévez. – No sabría decirte algún ingrediente en específico, pero creo que toda cocina con amor por los buenos fondos necesita la cebolla y el ajo. Sin estos elementos sería muy difícil. Por otro lado, tenemos elementos como el millo o la miel de palma que también están muy presentes en varias de las elaboraciones que tenemos actualmente en carta

Canariasgourmet. – Tu experiencia abarca desde cocina hotelera hasta catering para bodas. ¿Cómo equilibra la cocina de volumen con la creación de experiencias gastronómicas más íntimas y personalizadas?

Aday Estévez. – Tener ambas experiencias a mis espaldas ayuda a tener una visión mucho más amplia. La cocina de buffet es una cocina que te debe entrar por la vista, si no te entra por el ojo no te apetecerá tocar ese plato, quizás este aspecto ayuda a tener una visión mucho más amplia y atractiva del emplatado. En cambio, el haber gestionado varios años catering de bodas y eventos ayuda mucho a todo el sistema de coste y rentabilidad de los platos, en este tipo de servicios para ser 100% rentables no debe haber margen de error.

Canariasgourmet. – Su formación en

Revenue Management es poco común entre chefs. ¿Cómo aplica estos conocimientos para optimizar tanto la rentabilidad como la calidad gastronómica en su cocina?

Aday Estévez. – En mi opinión es algo esencial. Hay muchos factores a tener en cuenta a la hora de gestionar un restaurante y este tipo de formaciones son idóneas. Llevar un control exhaustivo no solo del coste, sino también [rentabilidad](#), sostenibilidad, factores como ser atractivos en carta, poder analizar, detectar y cambiar platos que, aunque nuestro nivel de coste y rentabilidad sean buenos, saber detectar que es el momento idóneo de quitarlo ya que esté no este teniendo el éxito esperado frente a otro que nuestro margen de beneficio sea menor, pero el éxito sea superior. Estos pueden ser algunos de los detalles, aunque engloba mucho más.

Canariasgourmet. ¿Cuál consideras que es el plato estrella de tu carta y qué historia esconde detrás?

Aday Estévez. – Es difícil desde mi posición decantarse por alguno, esta pregunta es mejor preguntar a los comensales. Por historia y cariño tenemos varios que si es verdad que arrastran algo especial. “el consomé de los domingos” Este plato nos hace recordar ese caldo de nuestras abuelas (a mí en concreto a mi abuela Marina) el cual es típico en algunas casas del norte de la isla. Ese caldo de pollo o gallina clarito con su atadito de hierbabuena que te hacia renacer un domingo en la mañana.







Nosotros hemos adaptado esta receta-recuerdo presentándola como un consomé concentrado y reducido de gallina, un atadito de hierbabuena, un picadillo de verdura en el fondo y acompañado de un pan de bono en forma de mini bollo. Este consomé es servido en mesa por nuestros chicos en sala.

Canariasgourmet. – Flamboyán se encuentra dentro del Parque Vacacional Edén, un enclave que respira naturaleza. ¿De qué manera este entorno influye en tu concepto de hospitalidad?

Aday Estévez. – Desde el primer momento que nos pusimos a crear el proyecto tenía claro donde teníamos que ubicarlo. Anteriormente era una zona destinada hacia campamentos infantiles de verano. Rodeados de jardines, un manantial precioso y un árbol flamboyán que jamás he visto uno igual de grande.

Una vez establecidos allí y con el proyecto en marcha, el éxito ha sido total. Reservar con antelación mejora significativamente la experiencia; en algunas ocasiones, hemos tenido mesas reservadas desde las 14:00.









Canariasgourmet. – ¿Qué importancia le das al equipo humano que te acompaña en sala y cocina?

Aday Estévez. – No hay nada más importante dentro del restaurante que ellos. Sin ellos este restaurante no sería posible, sería otra cosa. Desde el equipo de cocina: Daniel Guillén, Edgar González y Rayco Martín y desde el equipo de sala: Roimy y Shirley. Cada uno de ellos aporta al restaurante su granito de pasión lo cual que hace que todo sea aún mejor. Es un grupo humano de los que ya no hay.

Desgraciadamente cada vez cuesta más encontrar profesionales de verdad, gente que se impliquen con un proyecto y que lo sientan como suyo. Yo, hoy por hoy puedo decir que me siento afortunado de estar rodeado del equipo que formamos.

Del Boca a Boca al Influencer Marketing: La Revolución del Marketing Gastronómico en Canarias

En un mundo globalizado y digital, el **marketing gastronómico** ha sufrido una transformación radical en **Canarias**, donde la tradición del **boca a boca** y las reseñas en **periódicos locales** ha dado paso a una nueva era dominada por el **influencer marketing** y el **contenido digital**.

Históricamente, en un entorno de cercanía y confianza entre vecinos, el éxito de un **restaurante** se cimentaba en [recomendaciones](#) personales y en el respaldo de **artículos gratuitos** en secciones **gastronómicas** diarias de periódicos, donde, en ocasiones, la generosidad de ofrecer comida a cambio de publicidad generaba un efecto positivo inmediato.



Sin embargo, la irrupción de las redes sociales y el auge de influencers han redefinido por completo la forma de conectar con el público, exigiendo estrategias más dinámicas y segmentadas.

En los primeros años, los **influencers** surgieron de manera espontánea, compartiendo **experiencias gastronómicas** de forma auténtica.

- **Fase inicial (2008-2015):** Bloggers y youtubers con opiniones personales y contenido espontáneo.
- **Consolidación (2015-2020):** Auge de Instagram y TikTok, mayor producción de contenido patrocinado, agencias de representación.
- **Actualmente (2020-2024):** Saturación del mercado, pérdida de credibilidad por exceso de publicidad, nacimiento de los “nano” y “microinfluencers” como figuras más

confiables.

Con el tiempo, estos **creadores de contenido** se han convertido en piezas fundamentales dentro de las **estrategias de marketing digital**, y las marcas han optado por colaborar con **micro y nano influencers**, capaces de establecer conexiones más genuinas y dirigidas a audiencias específicas.



Esta evolución ha permitido una segmentación precisa, adaptándose a un **mercado saturado** que demanda mensajes relevantes y personalizados, y demostrando que la publicidad digital no solo se trata de presencia, sino de [generar impacto](#) real.

Foodies vs. Periodistas Gastronómicos

El **foodie** es un apasionado de la **gastronomía** que la explora desde un punto de vista sensorial y visual. No necesita

formación ni rigor periodístico, sino que busca compartir experiencias con su comunidad. En contraste, **el periodista gastronómico** investiga, contextualiza y analiza **la gastronomía** con profundidad.

- Foodies: Visuales, inmediatos, subjetivos, centrados en redes sociales.
- Periodistas **gastronómicos**: Análisis, historia, contexto cultural, ética profesional.

El problema radica en que muchos foodies han sido tomados como referentes, desplazando la labor periodística y banalizando el **discurso gastronómico**.

¿Qué pasó con la crítica gastronómica?

La vieja **crítica gastronómica** tenía un peso incuestionable. Críticos como **François Simon** en **Francia** o **Rafael García Santos** en España eran temidos y respetados. Con la llegada de las redes sociales, su figura se diluyó en un mar de opiniones y contenido superficial.



Desafíos actuales:

- Desaparición de medios impresos dedicados exclusivamente a la gastronomía.
- Dependencia de la publicidad en medios digitales.
- Falta de rigor en muchas reseñas online.
- Anonimato ausente: muchos críticos ahora son figuras públicas.

Hoy, la crítica gastronómica lucha por reinventarse y encontrar un modelo sostenible frente a la inmediatez de las redes.

En este escenario digital también se ha puesto de manifiesto una clara división en el **ecosistema gastronómico**: la diferencia entre **foodies y periodistas gastronómicos**. Por un lado, **los foodies** se caracterizan por su inmediatez y subjetividad, compartiendo vivencias a través de **redes sociales** y, en muchos casos, limitándose a replicar plantillas automatizadas utilizando un **iPhone** y su cámara.

Por otro lado, los **periodistas gastronómicos**, formados en el rigor y la investigación, aportan análisis profundos, contexto cultural e histórico a sus críticas. La clave está en diferenciar a aquellos que generan contenido con criterio y originalidad de quienes se limitan a seguir tendencias sin aportar valor real; es esta capacidad para analizar y comunicar una experiencia culinaria de manera única lo que distingue a un verdadero **influencer gastronómico** de un simple entusiasta.

Desplazamiento del gasto tradicional

Históricamente, la publicidad se centraba en medios con estructuras físicas definidas (televisión, radio, prensa), pero la irrupción de las redes sociales ha permitido a las marcas llegar a las audiencias de forma directa y personalizada.

Reasignación presupuestaria:

Las marcas están destinando cada vez más recursos a campañas digitales e influencer marketing, disminuyendo la inversión en medios tradicionales.

La búsqueda de autenticidad y credibilidad

El auge de influencers y la democratización de la crítica han reconfigurado la percepción del consumidor.

- **Desafío de la saturación:** Con tantas voces en el entorno digital, la autenticidad se ha vuelto un valor esencial. Las marcas deben ser cuidadosas en la elección de colaboradores, priorizando aquellos con credibilidad real para evitar la percepción de **publicidad forzada**.
- **Segmentación y microinfluencers:** La tendencia se mueve hacia figuras con audiencias más pequeñas, pero altamente comprometidas, lo que permite a las marcas dirigirse de forma más precisa y con un mensaje más genuino.

Adaptación a la inmediatez y el cambio constante

La publicidad, al ser una industria “sin chimenea”, es inherentemente flexible y puede reinventarse con rapidez.

- Estrategias en tiempo real: La capacidad de adaptar campañas en función de la retroalimentación inmediata del público y de las tendencias virales es fundamental.
- Nuevas métricas: El éxito publicitario ya no se mide únicamente en alcance o frecuencia, sino en la interacción, el engagement y la autenticidad del mensaje.
- Innovación en narrativa y storytelling
- El cambio de paradigma ha forzado a la industria a evolucionar en la forma de contar historias y conectar con el consumidor.
- Narrativas colaborativas: La publicidad actual se basa en conversaciones y experiencias compartidas, alejándose del mensaje unidireccional de antaño.
- Integración de contenido y valor añadido: La creación de contenido relevante y de calidad, que aporte información o entretenimiento real, se ha convertido en la clave para captar la atención en un mercado saturado.

El aumento de tantos restaurantes ha ralentizado el Boca a Boca

Mientras tanto, la estrategia tradicional del **boca a boca** ha visto mermar su eficacia. La competencia creciente y la homogeneidad de menús en muchos establecimientos dificultan que las recomendaciones espontáneas marquen la diferencia.

Además, la práctica de ofrecer comida a cambio de reseñas, aunque sigue presente, ha generado dudas sobre la objetividad de las críticas, lo que resalta la necesidad de invertir en publicidad digital.



Los empresarios, muchas veces influenciados por la “cercanía de pueblo”, han sido reacios a asignar un porcentaje adecuado de inversión en campañas modernas, prefiriendo medios tradicionales que, en la actualidad, son percibidos con menor calidad por el público.

En definitiva, la transformación del **marketing gastronómico** en Canarias refleja el cambio global en la manera de **comunicar** y percibir las **experiencias culinarias**. La evolución del influencer, junto con la diferenciación entre **foodies** y **periodistas gastronómicos**, ha marcado un antes y un después en la conexión con el consumidor.



Así, tanto la autenticidad de las recomendaciones como la **innovación** en el **marketing digital** se han convertido en pilares esenciales para destacar en un mercado cada vez más competitivo. Este nuevo paradigma no solo desafía las prácticas tradicionales, sino que también abre la puerta a un futuro en el que la calidad del contenido y la inversión estratégica en publicidad determinarán el éxito de cada negocio gastronómico en el archipiélago canario.

La publicidad global—una industria sin estructuras físicas rígidas—ha tenido que reinventarse frente a la era digital, dejando atrás modelos tradicionales para adoptar la agilidad, la segmentación y la autenticidad que exigen las audiencias actuales.

Ahora solo resta esperar que continúe la evolución, no solo en el **marketing digital** con una representación profesional clara y real, sino también en el **periodismo gastronómico** y en la casi inexistente **crítica gastronómica**.

Cielo, Mar & Tierra 2012: una noche donde la gastronomía se elevó a lo sublime

La historia de la gastronomía en Canarias está marcada y escrita por momentos que trascienden el tiempo. Entre ellos, la sexta edición del evento **Cielo, Mar & Tierra** en el **Royal Sun** de Los Gigantes, celebrada en octubre de 2012, dejó una huella imborrable. Hoy, desde la hemeroteca de Canariasgourmet.es, rescatamos aquellas imágenes y recuerdos que dan testimonio de una noche donde los sabores, el talento y la creatividad se fusionaron para ofrecer una experiencia única.

En aquella ocasión, Paco Roncero, uno de los chefs más influyentes de la alta cocina española, fue el invitado de honor. Con dos estrellas Michelin y tres Soles Repsol, su presencia elevó aún más el prestigio del encuentro.

Cielo, Mar & Tierra 2012

Acompañado de talentos locales como **Braulio Simancas** (Las Aguas, Gran Hotel Bahía del Duque) y **Rubén Cabrera** (La Cúpula, Hotel Jardines de Nivaria), diseñó un menú degustación que deslumbró a los comensales. También formaron parte del evento el joven cocinero **Marlon Carmona**, encargado de los snacks de bienvenida, y el repostero **Roberto González**, quien sorprendió con una bomba de Bailey's sobre **tierra volcánica** bañada de

ácidos rojos hirviendo y una original hamburguesa dulce con zumo de piña asada de Buenavista.

Los platos fueron una muestra del virtuosismo **culinario** de cada **chef**: desde la **Moluscada** y el **Falso risotto de calamares con un toque tai de Roncero**, hasta [creaciones](#) de inspiración isleña como el **cordero lechal macerado en adobo tradicional de pimienta palmera de Simancas** o el **trampantojo de foie-gras con mosto especial de listán negro y miel de acacia de Cabrera**. Todo ello maridado con vinos cuidadosamente seleccionados, como el **Unzu Labores Verdejo 2012** del **Grupo Chivite**.



Cielo



Cielo





Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielov



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo



Cielo





Cielo



Cielo



Cielo















« < 1 de 2 > »

Más allá de la cena, la cita se enriqueció con una clase magistral donde Roncero compartió su visión de los “Falsos Arroces”, invitando a un viaje sensorial a través de la cocina contemporánea. Paralelamente, Braulio Simancas ofreció una ponencia sobre la **“Alta Cocina LowCost para la Hostelería Moderna”**, demostrando que la excelencia no está reñida con la accesibilidad.

Años después, revivimos este **hito gastronómico** con la misma emoción de aquella velada. Te invitamos a explorar nuestra **galería de fotos** y a disfrutar en el recuerdo de una noche en la que la gastronomía en **Tenerife** brilló con luz propia.

El futuro de los restaurantes

gourmets

¿Tienen futuro los restaurantes gourmets tal y como son hoy?

Esta pregunta me la hago muchas veces y me auto respondo desde una visión personal como usuario habitual de restaurantes gourmets, pero también desde mi opinión profesional como **chef y empresario de hostelería**. Y me temo que la respuesta es NO. ¡Tenemos que cambiar, y mucho!

Aclaro que cuando me refiero a **“restaurantes gourmets”**, hablo de aquellos que compiten en una misma categoría profesional de **alta cocina o restaurantes de lujo**, es decir, aquellos que juegan en una [hipotética](#) primera división de **la gastronomía**. No obstante, un cambio importante y selectivo se avecina para todas las categorías de **restaurantes**, más pronto que tarde.



En **España**, por ejemplo, tenemos unos horarios de servicio y unas costumbres que distan mucho de los estándares europeos. El abuso del tiempo por servicio y la falta de empatía con la conciliación familiar y la vida personal de los empleados es un problema serio. Lo primero que debemos cambiar son los horarios de atención al público.

La regulación debería adaptarse progresivamente a los modelos europeos. Los españoles debemos acostumbrarnos a que los horarios de almuerzo y cena en los restaurantes gourmets sean más reducidos; es decir, no aceptar reservas para almorzar después de las 14:00 horas ni para cenar después de las 21:00 horas. Además, las sobremesas eternas con copas sin respetar los horarios de cierre deben desaparecer.

Soy un asiduo visitante de **restaurantes gourmets**. Amo la **gastronomía** y me interesa estar al día con lo que sucede en **los fogones**. Sin embargo, tras años de sentarme en muchas de las mejores mesas del mundo, estoy bastante decepcionado al ver y probar **“más de lo mismo”**. En lugar de disfrutar de una **comida deliciosa** y compartir un buen momento con amigos o una cena íntima con mi esposa, he vivido experiencias **gastronómicas pesadas** y hasta mediocres, con **menús interminables** a precios exorbitantes y nombres de **platos rimbombantes**. ¡Qué poca humildad y qué falta de originalidad!





Muchos de estos **restaurantes** (no todos) están gestionados por **jefes de sala** o **camareros** que recitan discursos interminables sobre **los platos**, sin haberlos probado, guiados por la intención de impresionar al comensal. A esto se suma la actitud de algunos **chefs** con egos comparables a las estrellas de la música o el cine. ¡Por favor, ya basta! **La alta cocina** necesita humildad y sentido común.

Todo esto se vuelve demasiado para mí y para muchos con quienes comparto estas reflexiones: demasiado rebuscado, teatralizado, engreído, pretencioso, elitista, químico, artificial y, sobre todo, demasiado caro. El concepto actual de los **restaurantes gourmets** empieza a tambalearse. ¡Sálvese quien pueda!

Hacia una nueva era de la gastronomía gourmet

Parece que los días están contados para las filosofías **gourmets elitistas**, las **vanguardias culinarias** con exceso de químicos y tecnologías de artificio, y **los restaurantes de "alta cocina"** con formalismos excesivos y precios

astronómicos. Entonces, ¿cuál es el futuro de los **restaurantes gourmets**?

En mi opinión, y según muchos colegas y expertos con los que he hablado, el futuro de la **gastronomía gourmet** estará marcado por ajustes, cambios e **innovaciones**. La clave estará en ofrecer **experiencias gastronómicas** memorables en horarios más razonables, respetando la conciliación familiar de los trabajadores y con precios más accesibles. Hoy día, los costos de estos **restaurantes** son insostenibles salvo para una **élite**.







Las tendencias evolucionan hacia la sencillez y la búsqueda de productos locales de temporada, preparados con técnicas sencillas pero exactas. La cocina sostenible tomará protagonismo, integrando nuevas tecnologías con el saber hacer culinario y apostando por platos con raíces tradicionales.

Los comensales buscan **sabores y aromas** que les evoquen recuerdos, activando su memoria olfativa y gustativa. Todo esto con un servicio más personalizado, diligente pero discreto, donde los pequeños detalles marquen la diferencia.

El futuro de la **alta cocina** se encamina hacia un equilibrio entre la **excelencia gastronómica** y la **sostenibilidad**. La conciencia ambiental de **chefs y restauradores** es cada vez

mayor, dando prioridad a ingredientes de proximidad (km 0) y de temporada, reduciendo la huella de carbono y apoyando economías locales. Además, la minimización del desperdicio de **alimentos** se convertirá en un estándar, con técnicas **innovadoras** para reutilizar sobras de manera creativa y deliciosa. Este cambio no solo atraerá a clientes con **conciencia ecológica**, sino que redefinirá el concepto de **gastronomía** de lujo.





Es importante enfatizar el uso de **ingredientes locales** y de temporada. Esta filosofía no es una moda pasajera, sino un [compromiso](#) responsable con la excelencia y la **sostenibilidad**. Apostar por productos frescos y regionales permite a los **restaurantes** ofrecer platos que reflejen la **identidad gastronómica** de su entorno y garantizar sabores auténticos.

Pilares de un restaurante gourmet exitoso

Más allá de las tendencias, el éxito de un restaurante gourmet seguirá basándose

en algunos pilares fundamentales:

- Un concepto sencillo, claro y diferenciado.
- La mejor comida posible, con constancia y calidad.
- Un servicio profesional, amable y diligente.
- Máxima limpieza y orden.
- Creación de una atmósfera acogedora.
- Precios razonables con una buena gestión de costos.
- Generosidad con los clientes a través de pequeños y grandes detalles.

La clave está en los detalles: imás y más detalles!

El futuro de **la gastronomía gourmet** no es la ostentación, sino la excelencia en la sencillez, la sostenibilidad y el respeto por el **comensal** y el equipo humano que hace posible cada **experiencia culinaria**.

Mundo Consciente, Gredos: un retiro espiritual donde comer saludable, ecológico y sabroso

Nutrir nuestro cuerpo de manera consciente, saludable y equilibrada

Por Ángel Marqués Ávila. Periodista gastronómico

En plena Sierra de **Gredos**, a dos horas de Madrid, se encuentra

Mundo Consciente (<https://mundoconsciente.es/>) : un centro de retiros espirituales y crecimiento personal al que las personas acuden a aumentar su bienestar, reducir el estrés y la ansiedad, mejorar sus relaciones, o sencillamente, disfrutar de unos días de descanso en plena naturaleza.

En esta búsqueda de un mayor bienestar, la alimentación (<https://mundoconsciente.es/actividades-mundo-consciente/alimentacion-consciente/>) es un factor fundamental y yo he tenido la suerte de poder experimentarlo.

Cuando llegué al retiro pude vivir como para alcanzar un bienestar integral, hay que usar todas las herramientas para ello, y por eso en Mundo Consciente, además de las actividades de yoga, meditación, biodanza y de las excursiones por la naturaleza, le dan tanta importancia a una alimentación consciente, a la calidad y frescura de los productos y la forma de cocinarlos.



La alimentación en este retiro se basa en que las personas tengan un mayor bienestar físico, mental y espiritual nutriendo su cuerpo de manera saludable y equilibrada con **ingredientes frescos** y de calidad, tácticas de cocción saludables, con un muy bajo contenido en gluten y con opciones vegetarianas y veganas.

Comida casera y productos frescos de primera calidad

En Mundo Consciente utilizan **alimentos naturales**, frescos, integrales y ecológicos para preparar sus platos. Priorizan los productos de su propia huerta, y si no, de la zona, son de temporada y están en su punto de maduración óptima, para así disfrutar al máximo de su sabor y nutrientes. Además, es **comida casera**, preparada en el momento y con técnicas de **cocción saludables**. Todos sus **menús** están pensados para que sean fáciles de digerir y no causar digestiones pesadas y aportar energía para todo el día.

En el **desayuno** disfrutamos de una amplísima variedad de **frutas, zumo antioxidante, frutos secos, leches vegetales, infusiones y té, avena, algarroba...** Para las [comidas](#) y cenas siempre hay un **buffet** de ensaladas con una gran variedad de **verduras frescas** y un plato caliente: desde pescado fresco no criado en piscifactorías o legumbres hasta arroces y pastas integrales o huevos ecológicos. En las cenas, además del **buffet de ensaladas**, una crema de verduras recién hecha y otro plato caliente.



La última sorpresa de la **oferta gastronómica** de este retiro fue la **Kombucha casera**: una bebida probiótica y alcalinizante que mejora la digestión, equilibra el pH del cuerpo, reduce la acidez y fortalece el sistema inmunológico.

Alimentación consciente: comer ecológico, sano y sabroso es posible

Existen numerosos mitos en torno a los retiros espirituales, entre ellos la creencia de que la **alimentación** es insuficiente, carece de variedad o que una dieta sin **carne** implica pasar hambre.









Pues bien, he podido disfrutar desde un **bacalao con su vinagreta** y verduras salteadas hasta un plato de espaguetis de **arroz integral** sin gluten con un pesto casero delicioso y todo esto, mientras estaba mejorando mi salud intestinal y reduciendo el colesterol, los niveles de azúcar, el riesgo de enfermedades crónicas, y un largo etcétera.

Así que después de mi experiencia, puedo confirmar que ese mito no es cierto y Mundo Consciente es el ejemplo viviente de ello.

Este fin de semana he podido vivir e integrar el impacto directo de **la alimentación** no solo en nuestra salud física, sino también en nuestra energía vital (ya que la digestión es uno de los procesos en los que el cuerpo invierte una gran cantidad de energía), en nuestra mente, nuestras emociones y nuestro estado de ánimo (por ejemplo, los alimentos procesados generan mayores picos de azúcar y eso influye en el sistema nervioso y en cómo nos sentimos y cómo pensamos).

Un recuerdo inolvidable – Martín Berasategui en Tenerife 29 agosto 2012

Desde **Canariasgourmet!**, nuestro viaje por la historia de la **gastronomía en Canarias** se enriquece con momentos que han marcado un antes y un después en el panorama culinario. En esta ocasión, en la sección **Objetivo 8** – nuestra hemeroteca que recopila 18 años de pasión por el **periodismo gastronómico** – queremos revivir el emocionante día **29 de agosto de 2012**, cuando el reconocido **chef Martín Berasategui** visitó Tenerife.

Una visit que siempre se espera en Tenerife

El sur de **Tenerife** se vistió de gala en aquella fecha tan

señalada, cuando **Martín Berasategui**, uno de los referentes de la **alta cocina española**, puso rumbo a su emblemático **restaurante MB**, situado en el lujoso **Hotel Abama**. Su llegada no solo atrajo a amantes de la [buena mesa](#), sino que también fue un hito que consolidó la imagen de Tenerife como destino gastronómico de primer nivel.

Un día lleno de sabor y emociones

Desde el primer instante, la atmósfera en el **Hotel Abama** se impregnó de la energía y el carisma que siempre ha caracterizado a **Martín Berasategui**. Su visita fue una verdadera celebración de la cocina de vanguardia, donde el talento, la creatividad y el compromiso con la excelencia se hicieron presentes en cada detalle. Los comensales y el equipo del restaurante vivieron una jornada cargada de emociones, donde cada plato se convirtió en una auténtica obra de **arte culinario**.

Durante esa jornada, tuvimos el privilegio de documentar cada instante. Las fotografías que capturamos en ese día especial nos transportan de nuevo a esos momentos de inspiración y sabor.



















La herencia de 18 años de pasión gastronómica

En **Canariasgourmet!**, cada evento y cada plato cuentan una historia. Nuestra labor durante estos 18 años ha sido recoger, narrar y producir eventos y medios de comunicación dejando una muy importante cantidad de esos [episodios](#) que enriquecen la **cultura gastronómica de Canarias**. La visita de **Martín Berasategui** a Tenerife fue, sin duda, uno de esos hitos que

nos recuerdan la importancia de la innovación, la calidad y el compromiso con la excelencia en la cocina.

Este recuerdo no solo es un homenaje a un día emblemático, sino también una invitación a seguir explorando el fascinante mundo de **la gastronomía**. Queremos que te sientas parte de esta comunidad apasionada, donde cada historia, cada evento y cada imagen son un testimonio vivo del arte culinario.

¡Revive el momento!

Te invitamos a degustar en nuestra hemeroteca de **Objetivo 8** y a disfrutar de las fotografías que relatan la visita de **Martín Berasategui** a su **restaurante MB**. Esperamos que, al igual que nosotros, sientas la emoción y el entusiasmo de aquel 29 de agosto de 2012, un día que reafirmó el compromiso de Canariasgourmet! con la excelencia y la **pasión gastronómica**.

¿Es la gastronomía una competencia justa o un juego del calamar sin piedad?

En el mundo de la gastronomía, los sueños de un chef o empresario pueden ser tan ambiciosos como peligrosos. La industria de la restauración es un **campo de batalla** donde sólo los más resistentes sobreviven. Al igual que en [El Juego del Calamar](#), los cocineros y restauranteros deben sortear una serie de pruebas letales para alcanzar el éxito. Y al final, **no siempre gana el más talentoso, sino el que mejor entiende las reglas del juego**.

Ronda 1: “Luz roja, luz verde” – El sueño del restaurante propio

Todo comienza con la quimera de abrir un restaurante. La pasión enceguece, impulsando a los chefs a hipotecar su estabilidad financiera, contraer deudas y sumergirse en la industria con la esperanza de trascender. Sin embargo, como en el despiadado juego de la serie, si avanzas sin estrategia, si corres más rápido de lo que puedes sostenerte, **serás eliminado antes de cruzar la línea de meta**. La realidad es cruel: **el 60% de los restaurantes fracasan antes de cumplir su primer año**, dejando a sus propietarios con bolsillos vacíos y un regusto amargo de lo que pudo haber sido.

Emprender en gastronomía no se reduce a la destreza en la cocina, la elección de la ubicación, la conceptualización del restaurante, la inversión inicial y la diferenciación son **piezas claves en este tablero de supervivencia**. En un mercado saturado y volátil, sólo aquellos con una propuesta auténtica, ejecutada con precisión, logran consolidarse, además, la burocracia, los trámites interminables y la rigidez de las normativas se convierten en obstáculos invisibles que devoran tiempo y recursos. Aquí es donde los soñadores despiertan abruptamente, comprendiendo que el talento, por sí solo, no basta para sobrevivir.

Ronda 2: “El panal de azúcar” – El menú perfecto

Diseñar un menú es una tarea de precisión quirúrgica, un equilibrio entre arte y rentabilidad. Como en la [prueba del panal de azúcar](#), cada decisión debe tomarse con pulso firme: un paso en falso y todo se desmorona. Un menú demasiado ecléctico puede sofocar la operatividad, aumentar desperdicios y generar caos en cocina; por el contrario, una oferta demasiado limitada puede resultar anodina y ahuyentar a la

clientela.

Más allá del **virtuosismo gastronómico**, la viabilidad de un menú depende de la rentabilidad de cada plato, la temporalidad de los ingredientes y la eficiencia en la ejecución. La moda de menús extensos y sobrecargados ha sido la ruina de muchos restaurantes que, en su afán de impresionar, han olvidado que cada ingrediente cuesta, cada segundo de preparación cuenta y cada error tiene un precio. Del mismo modo, la falta de adaptación a las tendencias, restricciones alimenticias y expectativas cambiantes del consumidor puede convertir una propuesta innovadora en un fracaso estrepitoso.

El menú no es sólo un listado de platos descritos con una poesía vendible (a veces engañosa), es una declaración de intenciones, un reflejo del concepto del restaurante y una estrategia de negocio en sí misma. Aquel que no lo entienda, aquel que cocine sólo por instinto sin considerar la estructura operativa de su cocina, estará condenado a ver su restaurante convertirse en un espejismo más dentro de la industria.

Ronda 3: “La cuerda floja” – El servicio en cocina



El servicio en cocina es una cuerda floja donde la sincronización, la resiliencia y el liderazgo determinan la estabilidad del restaurante, un pedido retrasado, una crítica negativa o una mala gestión pueden hacer tambalear su reputación. En este **juego de precisión y resistencia**, la cocina se asemeja a un campo de batalla donde el fuego no solo arde en los fogones, sino también en los ánimos del equipo, las jornadas extenuantes, las quemaduras y los cortes son medallas de guerra que cada cocinero carga en su piel.

Para un chef, comandar una brigada no se limita a ejecutar recetas, sino a forjar un ejército disciplinado que funcione con la sincronización de una maquinaria perfecta. La exigencia es un arma de doble filo: mal dirigida puede quebrar a un equipo, pero bien empleada puede convertir una cocina en un organismo preciso y eficiente.

Uno de los desafíos más complejos en la industria es la **gestión del talento humano**, la alta rotación del personal es una constante y el estrés crónico puede derivar en agotamiento físico y mental. La toxicidad de una cocina no proviene del volumen de trabajo, sino de la ausencia de liderazgo. Un chef tiene dos caminos: ser un déspota que infunde terror o un

líder que construye respeto y compromiso. Si falla en este equilibrio, su equipo se convierte en su peor enemigo.

La **desconexión entre la cocina y la sala** puede convertir una velada prometedora en una debacle. Un pedido mal transmitido, un ritmo descompensado o una falta de comunicación entre camareros y cocineros pueden transformar una experiencia gastronómica en una catástrofe. La clave para evitarlo es establecer un ecosistema de colaboración, donde cada pieza del engranaje funcione en perfecta armonía y solo quienes entienden que la cocina no es una dictadura, sino un organismo vivo, logran consolidar **equipos eficientes y cohesionados**.

Ronda 4: “Las canicas” – La competencia desleal en la gastronomía



En **El Juego del Calamar**, el reto de las canicas es el epítome de la traición, los jugadores, que hasta ese momento han sido aliados, se ven forzados a enfrentarse, pues sólo uno puede avanzar. En la gastronomía, la historia se repite: **la lealtad**

es efímera y la traición, una estrategia recurrente.

Los enemigos en la alta cocina no siempre son visibles, se disfrazan de amigos, mentores o colegas solidarios, pero tras esa máscara se oculta la intención de socavar, robar ideas o simplemente obstaculizar el crecimiento de otros. Algunos copian recetas y modelos de negocio con descaro, apropiándose del esfuerzo ajeno; otros, más sutiles, siembran dudas en los equipos de trabajo, desacreditan a sus competidores y manipulan para obtener ventaja.

La industria gastronómica no es sólo una lucha por la excelencia, sino también una contienda política, donde la manipulación y el oportunismo pesan tanto como el talento. En un mundo donde la competencia es feroz, la meritocracia es una quimera: no basta con cocinar bien, hay que saber moverse en la sombra, anticipar los ataques y estar preparado para las puñaladas traperas de quienes ven el éxito ajeno como una amenaza.

En este juego, el chef no solo debe dominar la técnica y la creatividad, sino también aprender a jugar el ajedrez de la gastronomía, aquellos que no entienden las reglas no tardan en ser devorados por quienes sí saben maniobrar entre el ego, la envidia y la ambición desmedida.

Ronda 5: “El juego final” – La búsqueda de la gloria



La cima de la gastronomía no es un pedestal de reconocimiento, es un trono construido sobre los escombros de quienes no lograron llegar, la gloria es un espejismo cruel, una meta inalcanzable para muchos y una carga insostenible para quienes la consiguen.

En este universo, el talento es apenas una pieza del rompecabezas, no siempre triunfa el chef más virtuoso, sino el que sabe moverse entre los engranajes del mercado y la opinión pública. Las **estrellas Michelin** no solo reconocen la destreza en la cocina, sino la habilidad de un chef para moldear su imagen, rodearse de las figuras correctas y manipular la narrativa en su favor. Muchos cocineros excepcionales han sido condenados al olvido porque no supieron jugar el juego mediático, mientras que otros, con menos habilidad en la cocina pero una estrategia bien definida, han convertido su nombre en un imperio.

Pero la consagración no es garantía de estabilidad, el éxito es una moneda de doble filo: proporciona estatus, pero también impone una presión inhumana. La competencia no cesa, la expectativa nunca baja y la reinvención constante se vuelve una exigencia asfixiante. La gloria no es un destino final, es

una trampa mortal que devora a quienes no logran sostener su propio peso. En este despiadado tablero de juego, quien no entiende las reglas, tarde o temprano, se convierte en un simple espectador de aquellos que sí saben moverse con destreza en la arena de la alta cocina.

La última jugada: ¿sobrevivirás o serás eliminado?

En la gastronomía, no hay reglas justas ni atajos para la gloria, no se trata solo de cocinar bien, sino de resistir el fuego cruzado de una industria despiadada. El éxito no es un destino final, sino un frágil equilibrio que puede romperse en cualquier momento.

Cada cocinero debe preguntarse ¿está dispuesto a pagar el precio? ¿tiene la fortaleza para soportar las derrotas, la astucia para jugar el juego del poder y la resiliencia para mantenerse de pie? Porque en este tablero, solo unos pocos logran llegar al final y aún menos, mantenerse en la cima. ¿Estás listo para jugar?.

El Corte Inglés celebra los sabores de Extremadura en una deliciosa aventura culinaria, también en Canarias

Extremadura llega a Canarias: Semana Gastronómica en El Corte Inglés

El inconfundible aroma de las **migas extremeñas** y el sabor intenso del **jamón ibérico** inundan las cafeterías de **El Corte Inglés** en toda España, incluyendo las **Islas Canarias**. Desde ayer y hasta el próximo 2 de marzo, [los paladares](#) más exigentes tienen una cita ineludible con la auténtica **gastronomía extremeña**, en una experiencia sensorial que promete despertar todos los sentidos.



Una Carta que Rinde Homenaje a Extremadura

Las 64 cafeterías de la cadena se han transformado en embajadoras de los **sabores de Extremadura**, presentando una carta especial que rinde homenaje a sus productos más emblemáticos. Entre los platos más destacados se encuentran las tradicionales **migas extremeñas**, un plato que, aunque humilde en sus ingredientes, encierra siglos de **tradición y sabor**. El pan asentado, el pimentón de la Vera y el toque crujiente de los torreznos convierten cada bocado en un viaje

al corazón de la dehesa.

Sabores de la Dehesa: Cordero, Presa Ibérica y Queso Tradicional

La propuesta gastronómica no se detiene aquí. Los comensales podrán disfrutar de un frite de cordero –conocido también como caldereta extremeña–, donde la carne tierna y jugosa se impregna de un sofrito que exalta su sabor natural.



Para los amantes del arroz, el arroz con **presa ibérica** se presenta como una opción irresistible. La combinación de este corte selecto de **cerdo ibérico**, conocido por su infiltración de grasa que potencia su jugosidad, junto con un **arroz** que absorbe todos los jugos y aromas, promete conquistar incluso a los paladares más exigentes.



Y para culminar esta **experiencia culinaria**, no puede faltar el postre. La tarta elaborada con la Torta del Casar es una auténtica delicia que resalta la cremosidad y el sabor intenso de este queso de pasta blanda, protegido por una **Denominación de Origen Protegida** (DOP) que garantiza su calidad y autenticidad.

Vinos Extremeños: El Maridaje Perfecto

Toda experiencia gastronómica necesita un buen acompañante, y en esta ocasión, los vinos de **Bodegas HABLA** han sido los elegidos. Con su “Habla Del Silencio”, un tinto con notas de fruta roja madura, cacao y especias, y el “Habla De Ti”, un blanco afrutado y refrescante, los comensales podrán maridar a la perfección cada plato. Estos **vinos** reflejan la esencia del **terroir extremeño**, donde la viticultura ecológica y la innovación van de la mano.





Extremadura en Cada Bocado y en Cada Detalle

Esta iniciativa no es solo un festín para el paladar, sino también un homenaje a los productores locales que mantienen vivas las tradiciones culinarias de la [región](#). Entre las marcas colaboradoras destacan La Chinata, con su pimentón de la Vera, Vega Selección, que ofrece embutidos y jamones de una calidad excepcional, y las mencionadas Bodegas HABLA, que apuestan por la [viticultura](#) sostenible.

El compromiso de El Corte Inglés con la gastronomía regional española se refleja en eventos como este, que permiten a los clientes viajar con el paladar sin salir de su ciudad.

Canarias y su Cita con los Sabores Extremeños

En las Islas Canarias, esta experiencia culinaria puede disfrutarse en las cafeterías de El Corte Inglés ubicadas en:

- **Siete Palmas:** Avda. Pintor Felo Monzón, 46, Las Palmas de Gran Canaria.
- **Tres de Mayo:** Avda. Tres de Mayo, 7, Santa Cruz de Tenerife.
- **José Mesa y López:** Avda. José Mesa y López, 18, Las Palmas de Gran Canaria.

Estos establecimientos, conocidos por su compromiso con la calidad y el servicio, ofrecen ahora una oportunidad única para que residentes y visitantes de las islas degusten **la auténtica cocina extremeña** sin necesidad de cruzar el Atlántico.

Extremadura para Llevar: El Sabor en Casa

Para quienes deseen prolongar el placer de esta experiencia, las recetas estarán disponibles en el área de platos preparados de **El Corte Inglés**. Así, es posible llevar a casa un pedacito de [Extremadura](#) y disfrutarlo en la comodidad del hogar.

La Semana Gastronómica de Extremadura no solo acerca a los canarios y al resto de españoles a una **cocina** llena de

historia, sino que también reivindica el papel de los **productos regionales** en la **gastronomía** nacional. Porque cada plato cuenta una historia, y en esta ocasión, esa historia sabe a pan, a cordero, a jamón ibérico y a queso de **Torta del Casar**. Una invitación a descubrir Extremadura bocado a bocado.