

Un Chef Canario Conquista el Olimpo de la Paella Valenciana: Aday Martín, el Segundo Mejor del Mundo

La **gastronomía española** tiene en la **paella** uno de sus estandartes más representativos, y dentro de ese universo, la **paella valenciana** destaca como la receta más emblemática. Sin embargo, el reciente logro de **un chef canario** en el **63º Concurso Internacional de Paella Valenciana de Sueca** ha generado titulares en todo el mundo. **El chef Aday Martín**, del **Restaurant Atlantis** en Santa Cruz de Tenerife, ha desafiado las expectativas al conquistar el segundo lugar en una competición que reúne a los mejores paelleros del planeta.

Un Triunfo Histórico para Canarias

El Concurso Internacional de Paella Valenciana, conocido como el **campeonato mundial de la paella**, celebró su 63ª edición este domingo, con la participación de cuarenta **chefs** provenientes de doce países. **Aday Martín** fue el único representante **canario** en esta prestigiosa competencia, y su interpretación de la paella no solo captó la atención de los jueces, sino que le valió un **premio de 1.500 euros** y el reconocimiento como **la segunda mejor paella del mundo**.

Este logro, lejos de ser un triunfo aislado, refleja el nivel de excelencia que la **gastronomía canaria** ha alcanzado en los últimos años. La capacidad de Martín para fusionar las técnicas tradicionales valencianas con los **sabores isleños** ha cautivado a los **críticos gastronómicos** y al público en general.

La Fuerte Competencia Internacional

El certamen de Sueca, considerado por muchos como las “olimpiadas de la paella”, contó con la presencia de destacados cocineros, entre ellos los [ganadores](#) del primer premio: **Paco Rodríguez y Rafael Climent del Restaurante Miguel y Juani**, ubicado en L’Alcúdia, Valencia. Este restaurante familiar, con una trayectoria impresionante, se llevó el título de **“mejor paella del mundo”** y un premio de **2.500 euros**. El podio lo completó el **Socarrat Restaurante**, de Buenos Aires, Argentina, destacando la proyección global de este plato tan arraigado en la **tradición española**.



Paco Rodríguez y Rafael Climent del Restaurante Miguel y Juani, ubicado en L’Alcúdia, Valencia

La Relevancia del Éxito de Aday Martín

El reconocimiento obtenido por **un chef canario**, no solo marca

un hito personal en lo que respecta a **Aday Martín**, sino que coloca a la **gastronomía de Canarias** en el mapa mundial de la **alta cocina**. Este logro resalta la **diversidad culinaria de España** y cómo las islas, con su rica tradición gastronómica, pueden rivalizar con las regiones más reconocidas del país. Además, **el Restaurant Atlantis** ha ganado visibilidad internacional, consolidándose como un **destino gastronómico imprescindible** para los amantes de **la paella**.



Loa Arroces de Adán Martín





Los arroces de Adán Martín

La victoria de **Aday Martín** también abre el debate sobre las posibilidades de reinterpretar los platos tradicionales sin perder su esencia. Su **paella**, una [combinación](#) única de **ingredientes** locales y técnicas clásicas, es un reflejo de la

innovación culinaria que respeta las raíces culturales.

Un Futuro Brillante para la Gastronomía Canaria

El impacto de este reconocimiento no se limitará al **Restaurant Atlantis**. La atención mediática y el prestigio internacional atraerán a más **gourmets** a las **Islas Canarias**, posicionando a la región como un referente no solo en paellas, sino en **gastronomía** de alto nivel. Como consecuencia, se espera que más chefs locales sigan el ejemplo de Martín, apostando por **fusionar tradición e innovación** para destacar en la escena mundial.



El reconocimiento obtenido por un chef canario, no solo marca un hito personal en lo que respecta a Aday Martín

El chef Aday Martín ha demostrado que la **excelencia culinaria** puede trascender fronteras y que, en manos expertas, cualquier rincón de **España** puede ofrecer las mejores versiones de sus **platos** más icónicos. Su éxito subraya que **la gastronomía**

española es universal, y que incluso en **Canarias**, lejos de Valencia, se puede encontrar una paella que compita a nivel mundial.

“Aday Martín: El Embajador Canario del Arroz Compite por la Gloria en Sueca”

Chef Canario, Representará a Canarias en el Concurso Internacional de Paella Valenciana 2024

Aday Martín, El próximo **15 de septiembre de 2024**, el chef canario se enfrentará a un desafío culinario de talla mundial: representar a las **Islas Canarias** en la **63ª edición del Concurso Internacional de Paella Valenciana de Sueca**, uno de los eventos más prestigiosos en el ámbito gastronómico. Por tercer año consecutivo, Martín será el único representante del archipiélago en un certamen que reúne a más de 20 maestros arroceros nacionales e internacionales.

Aday Martín: El Maestro Arrocerero Canario

Nacido en **La Laguna**, con más de dos décadas de experiencia culinaria, Aday Martín es un referente en la cocina de arroces en **Canarias**. Hace diez años, se especializó como **maestro arrocerero**, y desde entonces ha logrado un lugar destacado en el mundo de la **alta cocina española**. Este año competirá bajo la representación del restaurante **Atlantis**, del grupo “La Cuadra del Palmero”, portando con orgullo los sabores canarios a un

escenario internacional.



Un Concurso con Ingredientes Iguales: La Alquimia Culinaria como Clave

Uno de los aspectos más fascinantes del **Concurso Internacional de Paella Valenciana de Sueca** es que todos los chefs participantes reciben exactamente los mismos ingredientes. Esto asegura que el verdadero protagonista sea el [talento](#) de cada **cocinero**. Los ingredientes, que incluyen arroz, aceite de oliva, pollo, conejo, judías verdes, garrofón y otros elementos tradicionales de la **paella valenciana**, son entregados por la organización para garantizar la igualdad de condiciones entre todos los competidores.

Aquí es donde entra en juego la verdadera **alquimia culinaria**. Aunque los productos sean los mismos para todos, lo que marcará la diferencia será la habilidad de cada chef para transformar esos ingredientes en una obra maestra. La técnica, el [control](#) del fuego y el toque personal serán los factores decisivos que determinarán quién se lleva el prestigioso galardón.

El Concurso Internacional de Paella Valenciana: Una Cita con la Historia

El certamen nació en 1961 como parte de las celebraciones del **600 aniversario del Hallazgo de la Virgen María de Sales** en Sueca, y con los años se ha transformado en una de las principales citas gastronómicas de **España**. Desde 1990, el evento abrió sus puertas a participantes internacionales, atrayendo a cocineros de países como Japón, Estados Unidos y varias naciones europeas.



Hoy en día, el **Concurso Internacional de Paella Valenciana** es una plataforma clave para la promoción de la **paella valenciana** en el mundo, y ha sido declarado **Fiesta de Interés Turístico Nacional**. Cada edición es un escaparate para los mejores cocineros de paella, quienes siguen fielmente la receta oficial de Sueca, un estándar de oro en la elaboración de este plato icónico.

Canarias y la Alta Cocina del Arroz

Para **Aday Martín**, participar en este evento es una oportunidad para elevar la visibilidad de la **gastronomía canaria** en el ámbito internacional. Aunque las Islas Canarias son conocidas por su tradición culinaria en platos como las papas arrugadas y el mojo, Martín está decidido a demostrar que los chefs canarios también pueden destacar en la preparación de arroces.



Su presencia en el concurso será un ejemplo de cómo los sabores atlánticos pueden fusionarse con las tradiciones mediterráneas, en una celebración de la diversidad culinaria española.

Una Competencia que Promete Sorpresas

Con los ingredientes ya listos y las reglas del concurso claramente establecidas, **Aday Martín** ultima los detalles de su interpretación de la **paella valenciana**. Tanto en Canarias como en toda España, los amantes de la gastronomía esperan con interés el desenlace de esta edición. Sea cual sea el resultado, el chef lagunero ya ha logrado un importante triunfo: posicionar a **Canarias** en el mapa de la alta cocina internacional.

El próximo 15 de septiembre, todas las miradas estarán puestas

en Sueca, donde Martín buscará conquistar tanto los paladares del jurado como el corazón de los amantes de la paella.

La Gastronomía Española Conquista Japón: Éxito de Spain Fusión Tokio y Madrid Fusión Kyoto Atelier

La primera edición de Spain Fusión Tokio ha marcado un hito en la promoción internacional de la gastronomía española, destacando la excelencia de sus productos y chefs en uno de los mercados más prometedores de Asia.

Este evento, organizado por **Vocento Gastronomía** y apoyado por **ICEX España Exportación e Inversiones**, tuvo lugar en el prestigioso **hotel Conrad de Tokio**, y reunió a algunas de las figuras más destacadas de la **cocina española**, así como a autoridades del **sector gastronómico**.

El evento contó con la participación de **chefs** de renombre internacional como **Quique Dacosta, Andoni Luis Aduriz y Jordi Roca**, quienes ofrecieron ponencias sobre **productos icónicos** de la **gastronomía española**. Dacosta habló sobre la rica tradición de **las salazones y el atún**, mientras que **Aduriz** profundizó en la relevancia de **la miel** en la **cocina de vanguardia**. Por su parte, **Jordi Roca**, acompañado de sus sobrinos **Marc y Martí**

Roca, presentó una sesión sobre la importancia del **vino** en la creación culinaria de **El Celler de Can Roca**.



Chef Quique Dacosta



Andoni Luis Aduriz



Chef Joan Roca

Productos emblema de la gastronomía española

Spain Fusión Tokio puso en el centro de atención una amplia gama de **productos españoles** que captaron el interés del público japonés:

Vinos: El Master of Wine Fernando Mora lideró sesiones de cata y maridaje, destacando tanto vinos tintos como blancos, que impresionaron a los asistentes.

Jamón y productos ibéricos: Con la participación de Naoto Watanabe, representante de la Asociación Japonesa de Jamón Curado, se ofrecieron degustaciones de jamón maridadas con vinos tintos.

Aceite de oliva: Los asistentes pudieron degustar aceites de oliva de alta calidad, reafirmando la reputación de este producto como esencial en la dieta mediterránea.

Vinagres andaluces: Estos productos formaron parte integral de las catas, demostrando la versatilidad de la gastronomía española.

Conservas: También estuvieron presentes, subrayando la calidad de los productos envasados españoles.

Cava: Se anunció un próximo "Cava Meeting" en octubre, con catas exclusivas de este famoso espumoso.

Uno de los atractivos más valorados del evento fue el espacio exclusivo en el que los asistentes pudieron degustar **alimentos españoles** aún no disponibles en **Japón**. Este contacto directo entre **productores y profesionales japoneses** tiene el potencial de generar nuevas oportunidades comerciales y estrechar lazos entre ambos países.

Diplomacia del gusto y colaboración internacional

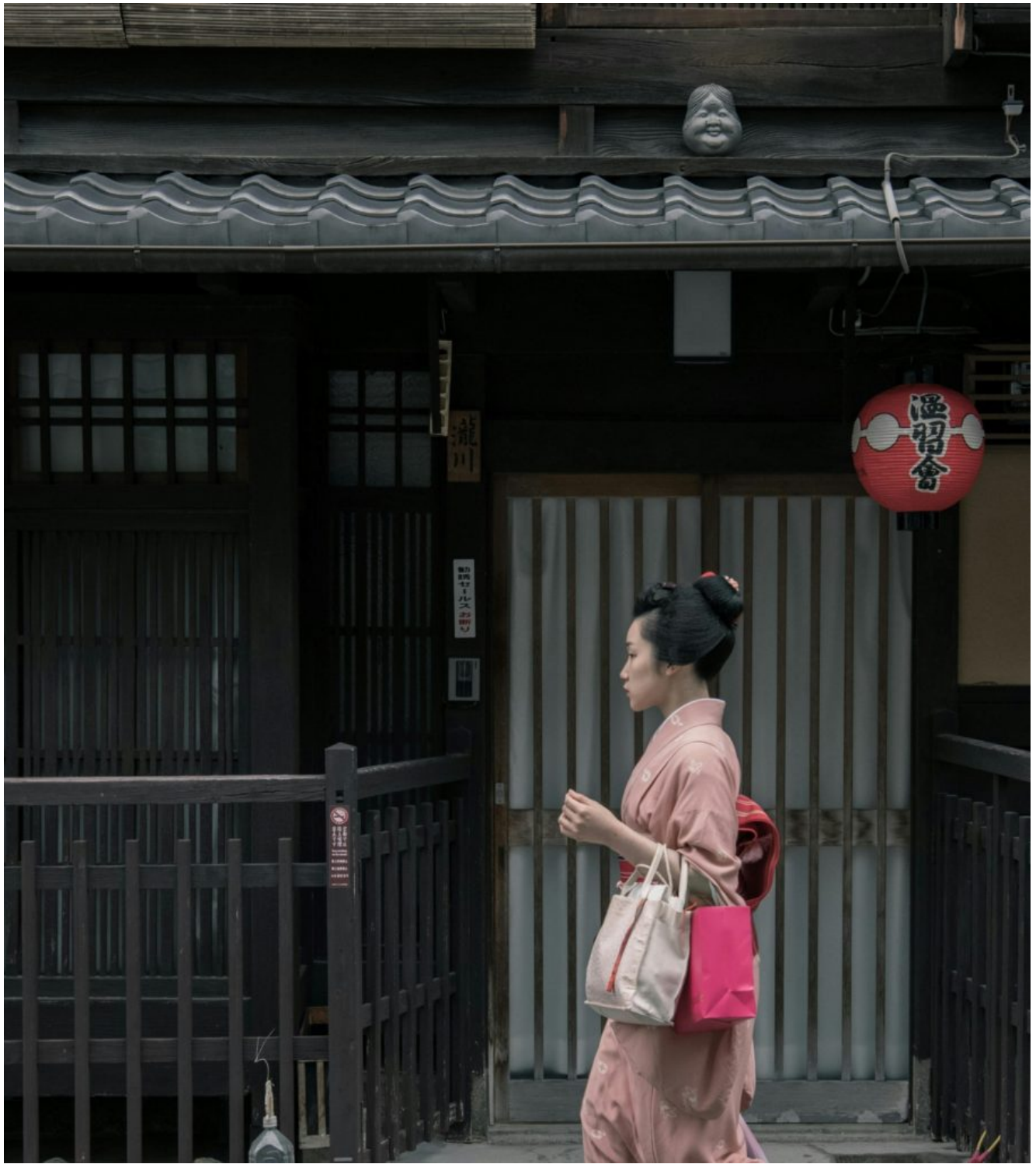
Fidel Sendagorta Gómez del C ampillo embajador de **España** en **Japón** destacó el valor de **la gastronomía** como **herramienta de diplomacia**, afirmando que **“nuestra gastronomía abre muchas puertas en el mundo”**. Por su parte, **Elisa Carbonell**, CEO de **ICEX**, resaltó la [importancia](#) de esta iniciativa al señalar que **“a na conocimiento, contactos y talento”**, todos elementos clave para la internacionalización de las **empresas españolas**. **Benjamin Lana**, director general de **Vocento Gastronomía**, subray  que **la gastronomía** es un **sector estratégico** que forma parte de una tradición milenaria compartida por **Japón y España**.



D. Fidel Sendagorta Gomez del Campillo embajador de España en Japón

Próxima parada: Madrid Fusn Kyoto Atelier

Como continuación de esta exitosa iniciativa, la ciudad histórica de **Kioto** será la sede de **Madrid Fusn Kyoto Atelier**, un evento condensado que reunirá a algunos de los **chefs** más innovadores del mundo. Durante una jornada, se ofrecerá una muestra del momento actual de **las cocinas** tanto **española** como **japonesa**, consolidando este intercambio **cultural y culinario**.





Kioto será la sede de Madrid Fusión Kyoto Atelier

Impacto en el mercado japonés

La recepción de los **productos españoles** en **Spain Fusión Tokio** ha sido altamente positiva. Las catas de vinos, lideradas por **Fernando Mora**, permitieron al **público japonés** descubrir la diversidad y calidad de la oferta **vinícola española**, explorando desde **denominaciones** tradicionales hasta regiones emergentes. Este interés creciente demuestra el enorme potencial de **los vinos españoles** en el mercado asiático.



Productos emblemáticos como el **jamón ibérico** y el **aceite de oliva** recibieron elogios por su **autenticidad y calidad** inigualable. Además, propuestas menos conocidas como los

xuixos de Girona y las innovadoras **esferificaciones de pescado** generaron curiosidad y sorpresa, destacando la capacidad de la **gastronomía española** para ofrecer **experiencias culinarias** novedosas.

Importadores y profesionales del sector resaltaron aspectos clave como la sostenibilidad, la **producción orgánica** y el cuidado en la presentación de los productos. Estos factores, junto con una competitiva relación **calidad-precio**, refuerzan las perspectivas de crecimiento para la **gastronomía española** en **Japón**.

Testimonios que avalan el éxito

“La calidad de los productos españoles ha sido ampliamente reconocida”, comentó **Naoto Watanabe**, representante de la **Asociación Japonesa de Jamón Curado**, quien participó en las degustaciones y maridajes de productos ibéricos con vinos tintos españoles. **“La combinación de jamón ibérico con los excelentes vinos españoles ha sido particularmente apreciada por los asistentes”.**



Naoto Watanabe, representante de la Asociación Japonesa de Jamón Curado



Fernando Mora, Master of Wine

Por su parte, **Fernando Mora, Master of Wine**, quien lideró las sesiones de **maridaje y catas de vinos españoles**, expresó: “**El público japonés ha mostrado un gran interés y apreciación por la diversidad de nuestros vinos, desde los tintos más robustos hasta los blancos más frescos. Este evento ha sido una excelente plataforma para mostrar la riqueza de nuestra cultura vinícola**”.

Gastronomía como puente cultural

El éxito de **Spain Fusión Tokio** y la futura **Madrid Fusión Kyoto Atelier** demuestran cómo **la gastronomía** se ha convertido en un **puente cultural** y un motor de **oportunidades comerciales** entre **España y Japón**. Esta fusión de **sabores y tradiciones culinarias** no solo promueve la internacionalización de los **productos españoles**, sino que también refuerza los lazos entre dos naciones que valoran profundamente la **calidad, la tradición y la innovación en la cocina**.



Sin lugar a dudas, **Spain Fusión Tokio** ha logrado dejar una marca indeleble en el panorama **gastronómico japonés**, consolidando la imagen de **España** como un referente mundial en **calidad y diversidad gastronómica**. Las oportunidades **comerciales y culturales** que surgen de este encuentro abren un futuro brillante para la **gastronomía española** en Asia.

La brecha de profesionalismo en el Marketing Digital

Gastronómico

En el [marketing digital gastronómico](#), se viene evidenciado una preocupante tendencia: la proliferación de “**expertos**” autoproclamados con **formación superficial** que están manejando las **estrategias de comunicación de marcas y establecimientos gastronómicos**.

Este fenómeno no solo diluye la calidad del contenido en redes sociales, también pone en riesgo la integridad y el potencial de crecimiento de las marcas en el sector.

El espejismo de la facilidad digital

La accesibilidad de las **plataformas de redes sociales** ha creado la ilusión de que cualquiera puede convertirse en un **experto en marketing digital** con solo un [conocimiento básico](#) de estas herramientas. Cursos **cortos y tutoriales** en línea, aunque valiosos para una comprensión inicial, a menudo se toman erróneamente como una formación completa en **estrategias de marketing y branding**.



El 70% de los responsables de redes sociales en restaurantes carecen de formación formal en marketing o publicidad

El panorama actual del marketing digital en el sector gastronómico revela una serie de estadísticas alarmantes que ponen de manifiesto una preocupante falta de profesionalismo. Un estudio reciente ha revelado que el 70% de los responsables de redes sociales en restaurantes carecen de formación formal en marketing o publicidad, mientras que solo el 25% de los establecimientos gastronómicos invierten en profesionales con experiencia en branding y estrategia de marca. Estas cifras son un reflejo de una tendencia generalizada a subestimar la complejidad y la importancia del marketing digital en la industria.

Las consecuencias de esta falta de profesionalismo son múltiples y profundas. En primer lugar, se observa una proliferación de estrategias

superficiales que, al carecer de una comprensión profunda de los principios de marketing, tienden a ser reactivas y desprovistas de una visión a largo plazo.

Esto se traduce en campañas que pueden generar **un impacto inmediato** pero que fallan en **construir una presencia digital sostenible y coherente**. Además, la falta de conocimiento en **branding** resulta en una **comunicación de marca inconsistente**, con mensajes que a menudo **contradicen o diluyen la identidad del establecimiento**, confundiendo a los clientes potenciales y erosionando la lealtad de los existentes.



El desconocimiento de técnicas avanzadas de SEO, SEM y marketing de contenidos limita significativamente el alcance potencial de las campañas

Otro aspecto crítico es la interpretación errónea de las **métricas de rendimiento**. Sin la capacidad de **analizar datos correctamente**, muchas decisiones se basan en **interpretaciones superficiales o equivocadas de las estadísticas**, llevando a ajustes estratégicos que pueden ser contraproducentes.

Esta falta de **análisis profundo** también conduce a

oportunidades perdidas, ya que el **desconocimiento de técnicas avanzadas de SEO, SEM y marketing** de contenidos limita significativamente el alcance **potencial de las campañas**, dejando a muchos establecimientos invisibles en un mar de **competencia digital**.

Quizás lo más preocupante sea el **riesgo reputacional** que conlleva esta falta de **profesionalismo**. En la era de las **redes sociales**, donde una crisis puede [estallar y viralizarse](#) en cuestión de minutos, los **errores en la gestión de la comunicación** o en la respuesta a **situaciones críticas** pueden dañar seriamente la **reputación de un establecimiento**.



La falta de experiencia en manejo de

crisis y comunicación estratégica deja a muchos restaurantes vulnerables frente a potenciales controversias o feedback negativo, pudiendo resultar en daños a largo plazo para su imagen y, por ende, su negocio.

En conjunto, estas consecuencias subrayan la urgente necesidad de **profesionalizar el enfoque del marketing digital en el sector gastronómico**, reconociendo que, en el competitivo panorama actual, una **presencia online** gestionada con experticia no es un lujo, sino una necesidad fundamental para el éxito y la sostenibilidad del negocio.

El valor del profesionalismo en Marketing Digital

Invertir en profesionales cualificados o en la formación adecuada del personal existente puede marcar una diferencia significativa:

Estrategia Holística: Profesionales con formación adecuada pueden desarrollar estrategias que integren todos los aspectos del **marketing digital**, desde **SEO** hasta publicidad pagada y gestión de reputación online.

Narrativa de Marca Coherente: Expertos en branding pueden crear una narrativa consistente que resuene con el público objetivo y diferencie al establecimiento de la competencia.

Análisis de Datos Avanzado: La capacidad de interpretar datos complejos permite **ajustes estratégicos** basados en **insights reales** del comportamiento del consumidor.

Innovación en Contenido: Profesionales creativos con formación en publicidad pueden generar contenido que no solo sea visualmente atractivo, sino también estratégicamente efectivo.

Gestión de Crisis Efectiva: La experiencia en **relaciones públicas y comunicación corporativa** es crucial para navegar situaciones delicadas que puedan surgir en las **redes sociales**.

Hacia un futuro más profesional

Para elevar el nivel del **marketing digital** en el **sector gastronómico**, es imperativo adoptar un enfoque **multifacético y estratégico**. En primer lugar, la inversión en formación continua se presenta como un pilar fundamental, estableciendo **programas de capacitación** rigurosos y actualizados para el personal encargado de la presencia digital.

Estos programas no solo deben abordar las **últimas tendencias y herramientas tecnológicas**, sino también profundizar en los principios fundamentales del **marketing y la comunicación**. Paralelamente, la colaboración con expertos externos, ya sea a través de la contratación de **agencias especializadas o consultores con experiencia probada en marketing gastronómico**, puede aportar una perspectiva fresca y **conocimientos especializados** que complementen los esfuerzos internos.



Para elevar el nivel del marketing digital en el sector gastronómico, es imperativo adoptar un enfoque multifacético y estratégico

Es crucial reconocer que el **marketing digital** efectivo trasciende las meras habilidades técnicas; requiere una comprensión profunda de la psicología del consumidor, las tendencias del mercado y la capacidad de anticipar y adaptarse a los cambios en el comportamiento del público objetivo. Esta valoración de la experiencia y el conocimiento profundo del sector debe ser una prioridad en la selección y desarrollo del equipo de marketing.

Finalmente, para maximizar su impacto, el **marketing digital** no debe ser tratado como un componente aislado, sino como una parte integral de la estrategia global del negocio. Esto implica asegurar que todas las iniciativas digitales estén

perfectamente alineadas con los objetivos generales del establecimiento y la visión de la marca, creando una sinergia que potencie tanto la presencia online como la experiencia offline del cliente.

Solo a través de este enfoque profesional, los establecimientos gastronómicos podrán destacar en un panorama digital cada vez más saturado y competitivo, construyendo una presencia online que no solo atraiga, sino que también retenga y fidelice a su audiencia.

La profesionalización del **marketing digital** en el sector gastronómico no es un lujo, sino una necesidad imperativa. En un mercado cada vez más competitivo, la diferencia entre el éxito y el fracaso a menudo radica en la calidad de la estrategia de marketing digital.

Los establecimientos que reconozcan la importancia de invertir en profesionales cualificados o en la formación adecuada de su personal no solo sobrevivirán, sino que prosperarán en el cambiante panorama digital.

**El Cabildo de Tenerife
impulsa su excelencia**

gastronómica de la mano del Basque Culinary Center

El Cabildo de Tenerife y el Basque Culinary Center firman un convenio pionero para potenciar el sector culinario de la isla

El Cabildo de Tenerife, a través de su área de Turismo, Acción Exterior y Relaciones Institucionales, ha anunciado una ambiciosa iniciativa para catapultar la gastronomía tinerfeña al panorama internacional. En colaboración con el prestigioso Basque Culinary Center, se invertirán 1,2 millones de euros entre 2025 y 2028 en un programa integral de formación, innovación y promoción gastronómica.



Un convenio sin precedentes

El vicepresidente y consejero de Turismo, Lope Afonso, destacó la importancia estratégica de este acuerdo: **“Estamos ante una oportunidad sin precedentes para consolidar a Tenerife como un destino gastronómico de vanguardia. Nuestra apuesta por la [formación](#) continua y la innovación busca no solo mejorar la experiencia de nuestros visitantes, sino también impulsar el [desarrollo económico](#) de la isla”**. El convenio, gestionado por Turismo de Tenerife, abarca un amplio espectro de actividades:

- Formación de excelencia: Programas online y presenciales dirigidos a profesionales, docentes y estudiantes del sector gastronómico.
- Promoción de productos locales: Iniciativas para dar a conocer y valorizar los ingredientes autóctonos de Tenerife.

- **Innovación culinaria:** Talleres y laboratorios para desarrollar nuevas técnicas y conceptos gastronómicos.
- **Evento anual:** Un congreso en Tenerife que reunirá a expertos internacionales para debatir sobre el futuro de la gastronomía insular.



“Tenerife es un destino que despierta emociones, y nuestra gastronomía es un pilar fundamental de esa experiencia”.

Lope Afonso.

“Con este convenio, reforzamos nuestra identidad cultural, apostamos por la sostenibilidad y elevamos la calidad de

nuestra oferta culinaria”.

El programa también contempla **acciones de investigación sobre las tradiciones gastronómicas canarias y su potencial de innovación**, así como iniciativas para promover la cocina tinerfeña en eventos internacionales.

Esta colaboración entre el **Cabildo de Tenerife y el Basque Culinary Center** se perfila como un modelo de referencia para otras regiones que buscan potenciar su sector gastronómico como motor de desarrollo turístico y económico.

Para más información:

Oficina de Prensa del Cabildo de Tenerife - Telf: 922 000 000
prensa@tenerife.es

Certificación internacional de viticultura regenerativa para Siete bodegas de cuatro países

La **certificación internacional en viticultura regenerativa**, conocida como **Regenerative Viticulture Alliance (RVA)**, ha comenzado su andadura y ya ha avalado los primeros **viñedos, bodegas y vinos** en diversas **regiones vitivinícolas** del mundo.

Hasta la fecha, un total de **siete bodegas** de cuatro países han obtenido esta **certificación global** que se enfoca en la **viticultura**. Esta certificación reconoce la implementación de un **modelo regenerativo** beneficioso tanto para el **viñedo** [como para el planeta](#).

Las **bodegas** certificadas incluyen **Domaine Mirabeau** (Côtes de Provence, Francia), **Domaine Lafage** (Roussillon, Francia), **Lima & Smith** (Vinho Verde, Portugal), **Miguel Torres Chile** (Región del Maule, Chile), **Familia Torres** (Penedès, España), **Clos Mogador** (Priorat, España) y **Jean Leon** (Penedès, España), además de otros pequeños **viticultores catalanes**.



El estándar RVA, promovido por la **Asociación de Viticultura Regenerativa** en colaboración con **The Regenerative Viticulture Foundation**, está certificado por **Ecocert**, líder mundial en certificación **orgánica y sostenible**. Esta certificación reconoce los esfuerzos de **viticultores y productores de vino** que aplican prácticas **vitícolas regenerativas**, certificando **vinos** provenientes de **viñedos** que actúan como sumideros de **carbono** y ayudan a mitigar los efectos del calentamiento global.

El distintivo RVA establece dos niveles

de certificación basados en la ejecución y extensión de las prácticas regenerativas. Para ambos niveles, es obligatorio que el viñedo cumpla con la normativa ecológica, independientemente de si está certificado o no.

El nivel '**RVA Certified**' se otorga a viñedos que implementan todas las prácticas de **viticultura regenerativa** estipuladas en la norma, que incluyen cubiertas vegetales, no labrado, enmiendas **orgánicas**, **pastoreo racional** (o control mecánico alternativo), conservación de la **biodiversidad**, realización de ensayos de campo y **análisis microbiológicos**, así como la garantía de **bienestar animal** y condiciones laborales dignas.

Por otro lado, el nivel '**RVA Transition**' se concede a aquellos **viñedos** en proceso de transición hacia un modelo **regenerativo**, aunque aún no implementan todas las prácticas.



En cuanto a los **vinos**, la **cosecha de 2023** es la primera en llevar el **sello RVA** para las **bodegas del hemisferio norte**, mientras que las del [hemisferio sur](#) podrán certificar sus **vinos** a partir de la **añada 2024**. Los primeros **vinos** con la **certificación internacional RVA** ya están disponibles, incluyendo **La Réserve Rosé 2023** (Domaine Mirabeau), **Clos Ancestral Blanco 2023** y **Forcada 2023** (Familia Torres), **Nereda Blanc Bio 2023** (Domaine Lafage) y **Jean Leon Vinya Gigi Chardonnay 2023** (Jean Leon).

Las **bodegas** interesadas en obtener la **certificación RVA** para sus **vinos y viñedos** pueden presentar su solicitud a través del sitio web de la **Asociación de Viticultura Regenerativa: Certificación RVA • Asociación Viticultura Regenerativa**.

Sobre la Asociación de Viticultura Regenerativa

Fundada en 2021, la Asociación de Viticultura Regenerativa busca impulsar un cambio de paradigma en la gestión de los viñedos mediante la implementación de la viticultura regenerativa. Este enfoque se basa en el ciclo del carbono para regenerar suelos, frenar la erosión, fomentar la biodiversidad y mitigar el calentamiento global. Impulsada por cinco socios fundacionales (Familia Torres, Clos Mogador, Can Feixes, Jean Leon y AgroAssessor), la asociación pretende ser un punto de encuentro para compartir información, experiencias y conocimientos para la implementación exitosa de la viticultura adaptada al cambio climático. Actualmente, cuenta con más de 110 socios en nueve países.

Exclusividad y alta cocina canaria a 4 manos en Las Terrazas de Abama Suites

Las Terrazas de Abama Suites, el próximo 9 de agosto, Tenerife será testigo de uno de los **eventos gastronómicos** más esperados del año. Dos de los **chefs** más destacados de las Islas Canarias, **Sergio Fuentes**, del restaurante **Melvin by Martín Berasategui**, y **Víctor Suárez**, del restaurante **Haydée** con una **estrella Michelin**, unirán sus talentos para crear un [exclusivo menú](#) que rinde homenaje a los productos canarios. Este evento se celebrará en el **restaurante insignia del hotel Las Terrazas de Abama Suites** y promete ser una experiencia culinaria sin igual.



Un viaje culinario por la tradición canaria

El evento, que se llevará a cabo el viernes 9 de agosto, ofrece una rara oportunidad de disfrutar de la **excelencia culinaria** de dos maestros de la **cocina canaria**. **Sergio Fuentes y Víctor Suárez**, quienes compartieron fogones en el **MB**** entre 2014 y 2016, se [reencontrarán](#) para sorprender a los asistentes con un **menú degustación** que combina **creatividad y tradición**. Esta colaboración promete extraer lo mejor de los **productos locales**, destacando la riqueza y diversidad de la **gastronomía de las Islas Canarias**.



Menú exclusivo de Sergio Fuentes y Víctor Suárez

Sergio Fuentes, del Melvin by Martín Berasategui, presentará una selección de platos meticulosamente elaborados, entre los que se incluyen un bollito relleno de **requesón de Montesdeoca** con **tartar de camarón de El Hierro** y finas láminas de **vaca de**

raza basta canaria con **yema curada** y **crema helada** de **pimientos rojos asados**. Por su parte, **Víctor Suárez**, de **Haydée**, deleitará con su reconocido **tomate fermentado** del menú **Raíz**, un exquisito **salpicón de calamar**, **trigo barbilla**, **cherne negro** en **mojo hervido** con **espuma de pil pil** y un **postre creativo** de **plátano** que promete sorprender a todos los comensales.



Las Terrazas de Abama Suites

Las Terrazas de Abama Suites: Detalles del evento y la experiencia

El evento, que tendrá lugar en **Las Terrazas de Abama Suites** entre las 18:30 y las 21:30 horas, será exclusivo para 60 personas. El precio del **menú degustación** es de 120€, con la opción de armonía de **vinos de las Islas Canarias** por un adicional de 50€. El restaurante **Melvin by Martín Berasategui**, ubicado en **Guía de Isora**, ofrece una **experiencia gastronómica**

única con vistas espectaculares al **océano Atlántico** y la **isla de La Gomera**, todo en un entorno decorado por la prestigiosa interiorista **Rita Rosés**.

Sobre los chefs

Sergio Fuentes

Sergio Fuentes inició su carrera en la marca Berasategui, realizando prácticas en el MB** tras sus estudios en el Hotel Escuela de la Comunidad de Madrid. Su formación continuó en el prestigioso restaurante Azurmendi de Eneko Atxa, con tres estrellas Michelin. Desde 2017, Fuentes ha sido parte del equipo del Melvin by Martín Berasategui, primero como sous chef y desde 2022 como chef principal. Su cocina destaca por su personalidad única y su respeto por los productos locales, especialmente los del mar y la huerta tinerfeña.

Víctor Suárez

Víctor Suárez, chef del restaurante Haydée, ha sido influenciado por figuras como Martín Berasategui y los hermanos Adrià. Su carrera incluye prácticas en Azurmendi y Nerua en el Guggenheim de Bilbao. Bajo su liderazgo, Haydée ha obtenido una estrella Michelin, ofreciendo una experiencia culinaria que busca dejar un recuerdo duradero en cada comensal.

Para quienes deseen complementar la **experiencia gastronómica** con una estancia en el hotel, **Las Terrazas de Abama Suites** ofrece 161 suites y ha sido reconocido como **el mejor de España por los World Travel Awards**.

Este evento culinario no solo celebra la **alta cocina canaria**, sino también la amistad y colaboración de **dos chefs** que comparten una visión común de **excelencia** y respeto por los **productos locales**. Una cita ineludible para los amantes de la **gastronomía en Tenerife**.

Los diseñadores canarios Marina Preixens y Jonatan Garrigas, finalistas en la bienal internacional de Cartelismo Terras Gauda

Los 56 finalistas y premiados de la Bienal acceden a una segunda fase para diseñar la imagen de la campaña impulsada por Turismo de Galicia “Primavera de portas abertas nas rutas dos viños de Galicia”

Los diseñadores gráficos de Canarias Marina Preixens y Jonatan Garrigas han resultado finalistas en la 16ª Bienal Internacional de Cartelismo Terras Gauda – Concurso Francisco Mantecón, que ha concedido el 1º Premio a Dominik Jakubowski, de Polonia. El 1º Accésit Autoridad Portuaria de Vigo ha correspondido a Ana Barrado, de Cáceres; el 2º Accésit a Laura Westmark, alumna de la prestigiosa Universidad SCAD (Savannah College of Art and Design) de Estados Unidos; la Mención Especial a Nuria Gómez Silgado, de Madrid, y una Mención Extraordinaria para Carolina Brut, de Tarragona. La dotación económica de los galardones asciende a 17.000 € en total.



1.283 diseñadores de 70 países han participado en esta edición: profesionales con una larga trayectoria artística, nuevos talentos creativos, estudios de diseño y estudiantes y profesores de universidades de referencia con trabajos individuales y colectivos.

De **Austria** ha procedido el mayor número de obras después de **España**. Una elevada participación vinculada al apoyo de la prestigiosa escuela de comunicación visual de Viena **Die Graphische**. Con ochenta carteles en esta [edición](#), se confirma el alcance de la **Bienal** en Italia, históricamente uno de los países con mayor representación. Diseñadores de **Reino Unido, Noruega, Finlandia, Francia, Suecia, Grecia, Serbia e Irlanda**, entre otros, también han enviado sus obras desde Europa.

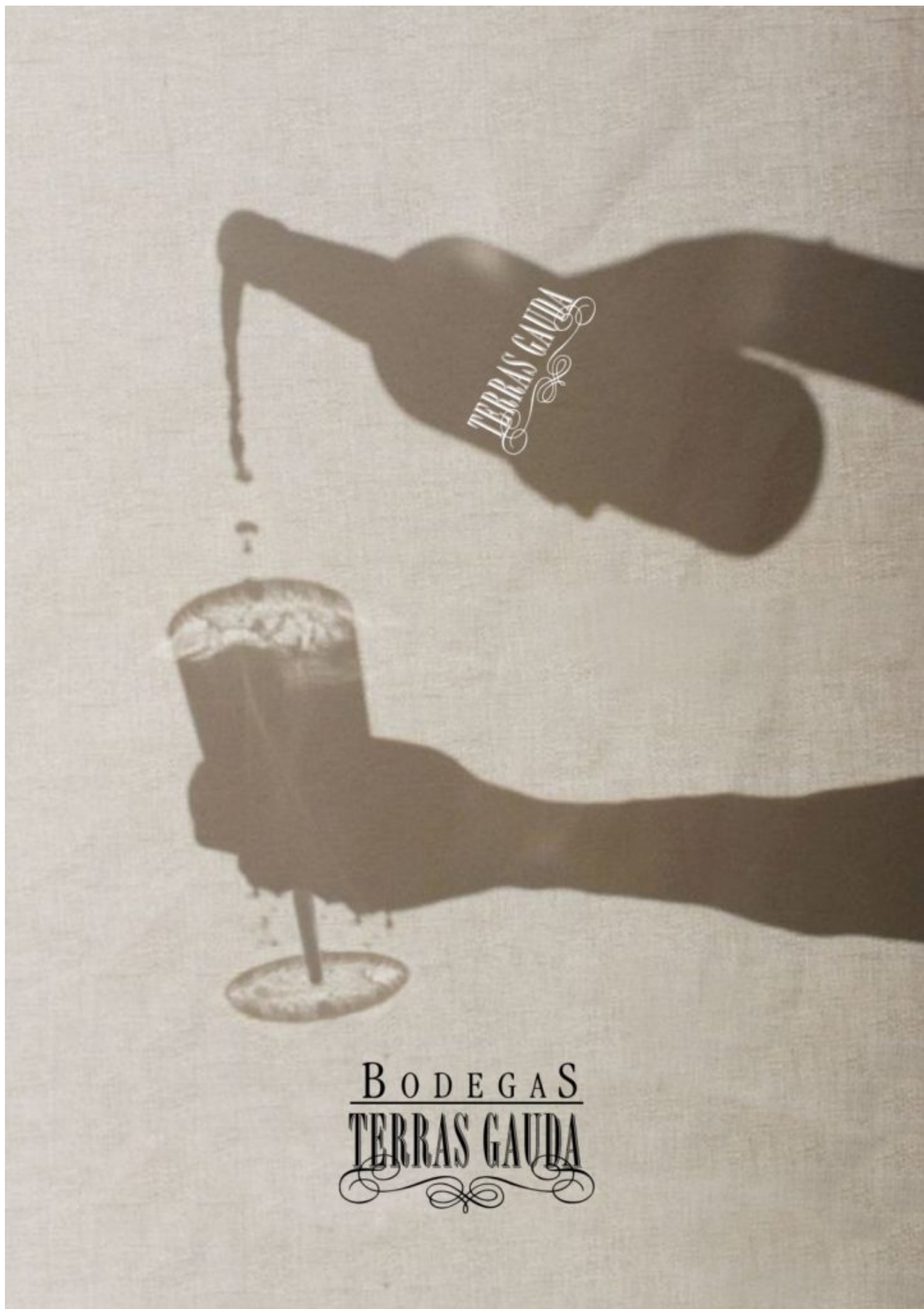


El apoyo del **Savannah College of Art and Design**, un referente

académico nivel mundial, ha influido en la notable participación de **Estados Unidos**. De América es destacada también la presencia de originales de Cuba, con una gran tradición en la historia del cartelismo; **Canadá, Argentina, México, Brasil o Colombia**. Desde Asia han llegado más de sesenta carteles, desde los **Emiratos Árabes a Japón, Sri Lanka, Kirguistán, China o Filipinas**. El continente africano ha estado representado por **Sudáfrica y, Oceanía, por Australia**.

Concurso Turismo de Galicia

Los 56 finalistas y premiados de la Bienal son de Argentina, Austria, Brasil, Bulgaria, Chile, Cuba, España, Finlandia, **Irán, Israel, Italia, México, Polonia, República Checa, Rusia, San Marino, Turquía, Reino Unido, Estados Unidos y Venezuela**. Todos acceden a una [segunda fase](#) del concurso y tendrán que presentar dos carteles para optar a ser la imagen publicitaria de la campaña impulsada por **Turismo de Galicia “Primavera de portas abertas nas rutas dos viños de Galicia”**, en las ediciones del 2025 y 2026.



Los diseñadores profesionales del jurado de la Bienal, **Pati**

Núñez, Rodrigo Sánchez y Tanel Lind, apoyarán al director de **Turismo de Galicia**, **Xosé Manuel Merelles**, en la selección de los dos carteles que promocionarán esta iniciativa de **enoturismo** y percibirán 5.000 € cada uno de premio.

Colaboraciones

Turismo de Galicia patrocina la 16ª Bienal Internacional de Cartelismo Terras Gauda – Concurso Francisco Mantecón, con la que colaboran la Consellería de Cultura, Lingua e Xuventude, la Autoridad Portuaria de Vigo y la Deputación de Pontevedra.

Cachopo, milanesa y otros empanados: sabrosa familia

Las primeras noticias conocidas sobre el **cachopo** asturiano o cachopu las recoge el doctor **Gaspar Casal**, a principios del siglo XVIII. Posteriormente, en El libro de cocina publicado por la gastronoma **Adela Garrido** en 1938, el plato apareció bajo la denominación de [filete a la asturiana](#). Como señala el crítico gastronómico **José Ignacio Gracia Noriega**, “el **cachopo** era un plato antiguo y de sobra conocido por la burguesía asturiana desde comienzos del siglo XX”.

El Bar Pelayo y la popularización del cachopo

Por su parte, el gastrónomo **Eduardo Méndez Riestra** sostiene que los cachopos se conocieron gracias al desaparecido **Bar Pelayo**, en la ciudad de **Oviedo**. Corrían los años 40 del siglo pasado cuando la cocinera de este restaurante, de nombre **Olvido Álvarez**, popularizó el famoso filetón. Dos décadas después, **Enedina Rodríguez**, hermana del propietario, lo

difundió aún más y así fue calando a partir de los años 60 en otros locales del Principado y de ahí al mundo.



Bar Pelayo, en la ciudad de Oviedo

El boom del cachopo en la era moderna

Aunque el cachopo siempre ha sido un plato reconocible, sencillo y sabroso, el boom le llegaría cuando a partir de 2012 la llamada **Guía del Cachopo** comenzó a celebrar su célebre concurso para seleccionar los mejores. Este concurso evalúa cachopos en categorías nacional e internacional, y también en cada comunidad autónoma, incluyendo modalidades veganas, celíaco y de pescado. Los participantes deben demostrar ante un jurado especializado las virtudes de este plato estrella de la **cocina asturiana** en aspectos como la calidad de la carne, el empanado, la guarnición, la presentación y la originalidad del plato.



Variaciones y rellenos del cachopo

En su **Diccionario de cocina y gastronomía de Asturias** (Ediciones Trea), **Méndez Riestra** explica el término **cachopo**, que la RAE define como “tronco seco y hueco de árbol”, relacionándolo con su característica primordial: el relleno. Tradicionalmente, el cachopo se rellena con queso, jamón y espárragos, pero las variaciones actuales incluyen morcilla de arroz y pimientos del piquillo, dulce de manzana y queso de Cabrales, o chosco (embutido) de Tineo y queso de cabra. Originalmente, el plato se pasaba inicialmente por la sartén y

se remataba en la cazuela con una guarnición salseada de arbeyos (guisantes), champiñones y pimienta morrón.

Lo cierto es que la carne empanados siempre ha tenido una cierta mala fama entre las gentes de la restauración y es así porque se cuestiona, de manera general, que se preparan con carne de escasa categoría, por la baja calidad del aceite que se utiliza en su elaboración y también porque se suele servir demasiado graso.

La receta del cachopo, que representa un ejemplo más de la cocina de aprovechamiento, provoca cierto debate en cuanto a su paternidad. Lo que para muchos es un plato de culto y tradicional del Principado, para otros no es más que un simple bocado de batalla y los hay que hasta lo comparan con otros similares, y es que la familia es amplia y además muy sabrosa.

El wienerschnitzel, un sencillito escalope de carne de ternera, es el plato más conocido de la gastronomía austríaca. Más hacia el Este, otras recetas guardan bastante parecido, como el **schabowy**, típico de Polonia, o el **pozharsky**, de origen ruso. En el caso del plato polaco se utiliza carne de cerdo, que a veces se sustituye por una buena carne de ternera, que se enharina, se pasa por huevo y se empana.

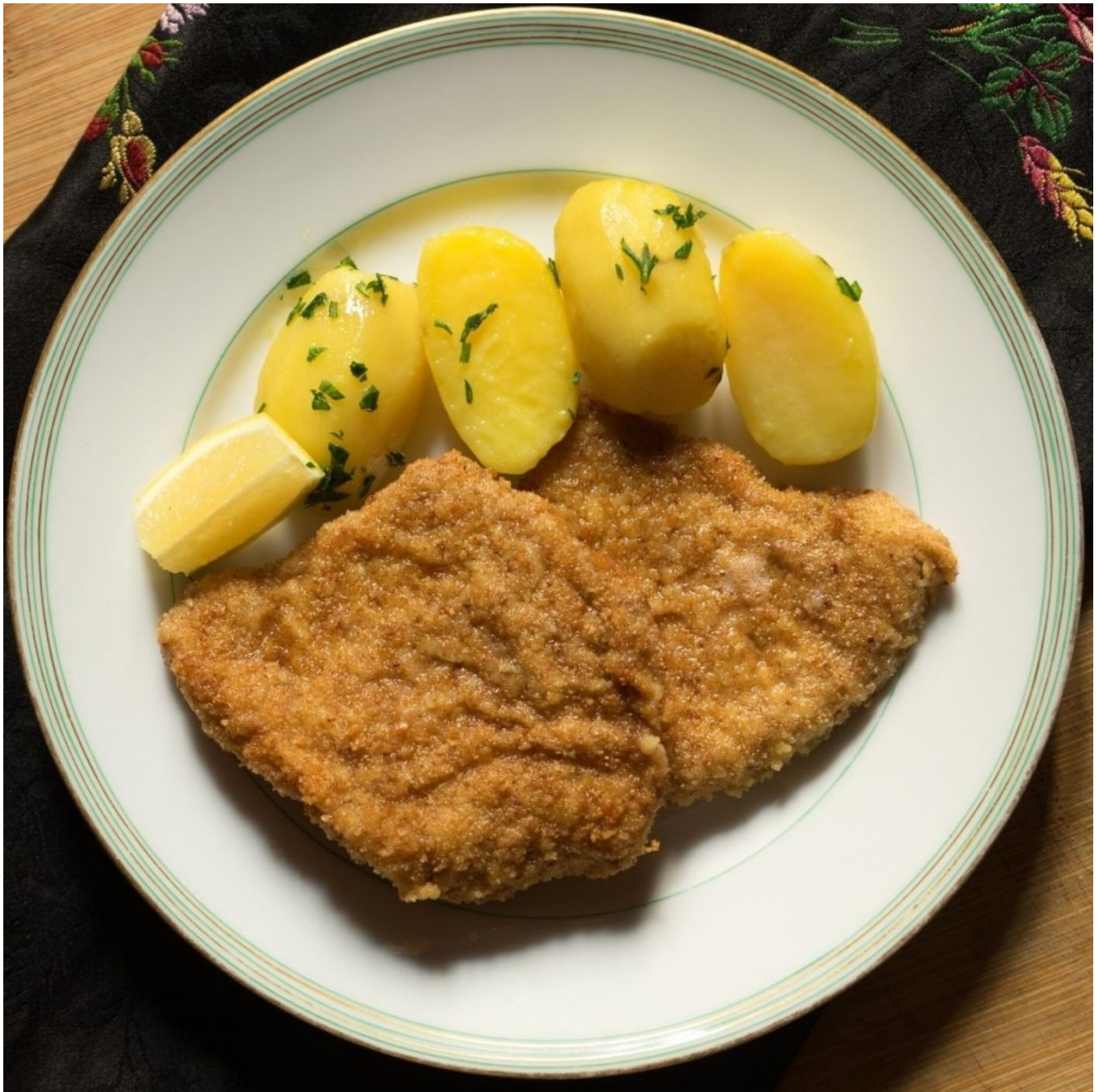
La cotoletta alla milanese se elabora también con una buena carne de ternera, que se enharina, se pasa por huevo y se empana.

La milanesa argentina es heredera del plato italiano, receta que llevaron los migrantes trasalpinos hasta América Latina. En Argentina es tremendamente popular y se aplica a cualquier preparación que incluya el empanado.

Tonkatsu japonés. Ton significa cerdo y katsu chuleta. En este plato, el protagonismo se lo lleva el cerdo y no la ternera, pero por lo demás su preparación es casi idéntica al resto de empanados.

El francés cordon bleu (cordón azul) se prepara tradicionalmente con carne de ternera, pero ha evolucionado hasta encontrarlo de pechugas de pollo o de otros tipos de carne. Su relleno tradicional es de jamón cocido y queso, manteniendo la ortodoxia de harina, huevo y pan rallado.

El sanjacobó, todo un clásico de la gastronomía española, es un empanado de jamón cocido y queso, rebozado y posteriormente frito. De él se apunta que se servía en albergues y posadas durante el Camino de Santiago a los peregrinos. Razón por la que también tiene ese nombre, ya que Jacobo y Santiago (al igual que Yago y Jaime) derivan del hebreo Yakov.



El wienerschnitzel



La cotoletta alla milanese



La Milanesa argentina



El Flamenquín



El cordon Bleu francés

El flamenquín. Las recetas originales incluyen carne de cerdo, más barata y más frecuente que la de ternera o vaca. Su paternidad se la disputan entre la localidad cordobesa de Bujalance y la jienense de Andújar, donde se arguye que se creó el flamenquín en el año 1939 en el bar Madrid-Sevilla y que de ahí saltaría a Bujalance. Una teoría sostiene que se les llama así por su similitud con el flamenco, que abunda en las orillas del Guadalquivir, por esa rigidez y porte. Otras derivan del color tostado y rubio que tiene este frito, que se asemejaría a los colonos flamencos que llegaron durante el reinado de Carlos III para repoblar Sierra Morena.

La universalidad de este plato también tiene su reflejo en Canarias. Pero antes de lanzarse a esta aventura gastronómica hay que dejar un buen hueco en el estómago.

Cachopos destacados en Canarias

En Canarias, diversos restaurantes ofrecen versiones destacadas del cachopo:



Cachopo Wine & Cheese



Cachopo Fogón Cho Edu



Milanesa argentina en Taberna Puerto Libre

- **Mesón Restaurante Don Pelayo**, calle Benavides, 30, Santa Cruz de Tenerife (tfnos.: 922 27 11 59/ 922 2419 66/ 646

021 510) brinda un cachopo como manda la ortodoxia, según los cánones de dos asturianos que veneran a la Virgen de Covadonga: Vicente y José. A lo largo y lo ancho un fino empanado para una carne de ternera, de la parte de la bola, de primera calidad e ideal para este plato, cómo también el relleno de queso de vaca, que se funde manteniendo su suavidad sin llegar a derretirse, jugosa, como también el jamón ibérico. De guarnición, unas papas fritas.

- **Wine & Cheese**, calle San Francisco, 28. Santa Cruz de Tenerife (tfno.: 654 132 558). Chema Vicente, de origen leonés y vecino de Asturias, es un apasionado defensor de la cocina tradicional. El cachopo que sirven en este local se prepara a partir de solomillo de vaca, además de jamón, un queso suave y una farsa de espinacas y boletus, y frito en la sartén, nada de freidora industrial.
- **Fogón Cho Edu Restaurante**, Enlace Autopista-La Hidalga, TF-281, número 35, junto a El Volcán, en Arafo (tfno.: [685 543 910](tel:685543910)), se muy estar orgulloso de su cachopo de carne de ternera asturiana y relleno de jamón ibérico, queso especial para fundir, jamón ahumado, crema de setas y Cabrales, con una guarnición de papas fritas y pimientos de piquillo.
- **Taberna El Txupinazo**, en la calle Berna, s/n, de Los Cristianos, Arona (tfno.: [648 004 877](tel:648004877) – [822 143 789](tel:822143789)) cocina un cachopo de carne de ternera con un relleno de paleta de jamón curada, queso Idiazabal, queso Ronkari azul y queso semicurado, acompañado por una guarnición de papas panaderas y pimientos.
- **Taberna Iruña**, Paseo Cándido García San Juan, 2 (junto al Casino Playa Las Arenas), Costa Adeje, (tfno.: [922 535 485](tel:922535485)) también repite el cachopo de ternera con un relleno de paleta de jamón curada, queso Idiazabal, queso Ronkari azul no y queso semicurado, acompañado por una guarnición de papas panaderas y pimientos.
- **Tasca La Comarca**, Camino San Miguel de Geneto, 147, La

Laguna (tfno.: 922 24 04 89), donde tienen en carta un cachopo, el plato más demandado, elaborado con carne de ternera bien empanada que envuelve un relleno de jamón de recebo y un queso semicurado, y como guarnición papas fritas y pimientos.

- **Taberna Puerto Libre**, calle Carmen Monteverde, 50, Santa Cruz de Tenerife (tfno.: 693 541 163), local regentado por el argentino Luis Guilmezian, brinda a sus clientes un plato de la culminaría de su país: la milanesa, plato que prepara con una pieza de carne de ternera, lomo bajo, que empana y a la que añade una salsa de tomate de albahaca, abundante queso mozzarella y su correspondiente guarnición de papas fritas.
- **Restaurante Grill Sabor**, Carretera Los Castillos, Arucas, Gran Canaria. (tfno.: 634 72 80 00) ofrece un cachopo de ternera gallega, pero singular, con un relleno a base de sobrasada, jamón serrano, queso ahumado canario y miel de caña.
- **Pablo's Ecoburgers**, calle General Vives, 54, El Puerto, Las Palmas de Gran Canaria (tfno.: [928 27 86 99](tel:928278699)), brinda un cachopo a partir de una carne molida de chuletón de frisona asturiana, relleno de tomate de ojo de buey y queso cheddar (ahumado bajo campana) y una guarnición de papas fritas con mostaza y ketchup.
- **Puerto Astur**, en calle Secretario Artiles, nº 49, Las Palmas de Gran Canaria (tfno.: [828 131 298](tel:828131298)), presenta dos opciones. Un cachopo de carne de solomillo de ternera asturiana, relleno de chorizo de Teror y queso gouda y una guarnición de crujiente de papa con cebolla de puerro y otro de merluza asturiana, relleno de langostino salvaje con salsa kimchi y jambal, con una guarnición de crujiente de papa con cebolla de puerro.
- **Bar Restaurante Asturias**, Mancomunidad nº 5, Local 3 B, Arrecife, Lanzarote (tfno.: [928 599 883](tel:928599883)) sirve un cachopo de carne de ternera, relleno de jamón serrano y queso ahumado de cabra, con guarnición de papas fritas, salsa de queso Cabrales y pimientos asados al ajo.

Alexis García, galardonado como el Mejor Maestro Artesano Pastelero de España

Alexis García, un apasionado de la pastelería nacido y criado en Tenerife, “chicharrero al 100%” ha sido galardonado como el [Mejor Maestro Artesano Pastelero de España](#) en el prestigioso **certamen nacional** celebrado recientemente. Este reconocimiento corona una trayectoria marcada por la dedicación, la innovación y el compromiso con la excelencia en el arte de la repostería.

Pasión desde temprana edad

[Alexis](#), desde muy pequeño, destacó con un talento innato para la pastelería. Formado en las mejores escuelas culinarias del país, perfeccionó sus habilidades bajo la tutela de maestros reconocidos internacionalmente. Su especial búsqueda por descubrir sabores únicos, la presentación y el diseño impecable en sus creaciones lo han llevado a destacar en cada uno de los proyectos que ha emprendido, y esto solo pasa cuando se trabaja desde la pasión.

Una pastelería en Tenerife

Tras años de experiencia en renombrados establecimientos, **Alexis** decidió abrir su propia pastelería **100% Hojaldre** en Tenerife. Sus creaciones, que combinan técnicas tradicionales con toques de vanguardia, han sido elogiadas por su sabor, textura y elegancia. Su pastelería ha logrado cautivar a clientes y críticos por igual dando paso a una reconocida reputación que hoy queda confirmada con este reconocimiento

obtenido. Para **Canarias** se ha convertido en un embajador de la excelencia en pastelería y para **Tenerife**, todo un ejemplo a seguir por nuevas generaciones.







Mejor Maestro Artesano Pastelero de España



Ahora, este reconocimiento nacional como **Mejor Maestro Artesano Pastelero de España** viene a confirmar el talento y la dedicación de **Alexis García**. “Es un honor inmenso recibir este premio. Representa el fruto de años de trabajo duro, de perfeccionar cada detalle y de buscar la excelencia en cada

uno de mis postres. Quiero dedicárselo a mi equipo, a mi familia y a todos los que me han apoyado en este camino”, expresó emocionado el galardonado.

Orgullo para la comunidad

Este logro no solo enorgullece a **Alexis** y a su equipo, sino también a toda la comunidad tinerfeña y canaria.

*“Alexis es un embajador de nuestra gastronomía en el ámbito nacional. Su triunfo demuestra que en Canarias contamos con talentos de primer nivel, capaces de competir y destacar en los más altos niveles de la pastelería española”, comentó el presidente de la **Asociación de Pasteleros de Tenerife**.*

Con este premio, **Alexis García** se convierte en un referente para las nuevas generaciones de pasteleros de **Tenerife** y de todo el archipiélago canario. Su historia es un ejemplo de cómo la pasión, el trabajo y la dedicación pueden llevar a alcanzar las más altas cimas en el mundo de la repostería.

Sobre Alexis García

Alexis García es un maestro pastelero nacido en Tenerife en 1985. Formado en las mejores escuelas culinarias de España, ha trabajado en prestigiosos establecimientos nacionales e internacionales. En 2020 abrió su propia pastelería en Tenerife, donde ha cosechado numerosos elogios por la calidad y originalidad de sus creaciones. Recientemente ha sido galardonado como el Mejor Maestro Artesano Pastelero de España en un certamen nacional.