

II Foro de Empleo de Gastronomía: talento, oportunidades y un futuro con sabor a éxito

[@IcbMadrid](#)

La pasión por la gastronomía se transforma en motor de oportunidades cuando la formación y la empresa se sientan a la misma mesa (sin mantel de excusas). Así se entendió en la [II Edición del Foro de Empleo de Gastronomía](#), organizada por Le Cordon Bleu Madrid y la Universidad Francisco de Vitoria (UFV), celebrada el 23 de febrero con una amplia representación del sector culinario. El objetivo fue tan claro como práctico: **estrechar lazos entre profesionales, estudiantes y compañías líderes**, poniendo el foco en la empleabilidad real y en las competencias que hoy se están pidiendo en cocina, sala y gestión. Además, el evento -que **agotó sus plazas en pocos días**- confirmó su consolidación como una cita que ya funciona como termómetro del mercado laboral gastronómico.



Durante la jornada, **más de 30 empresas de referencia** participaron en un programa diseñado para activar conversaciones útiles, detectar perfiles y, sobre todo, aterrizar expectativas: qué busca una gran compañía, qué puede ofrecer el talento emergente y cómo se recorta la distancia entre ambas partes cuando el contacto es directo. Por eso, el Foro se vivió como un espacio de intercambio profesional, donde se habló menos de teoría y más de realidad: trayectoria, disciplina, actitud, especialización y capacidad de adaptación en un sector competitivo que no perdona la improvisación, pero sí premia la consistencia.

Un foro pensado para conectar talento (sin rodeos)

El campus de la UFV se convirtió en un entorno vivo de diálogo e intercambio profesional, con una agenda que combinó aprendizaje, inspiración y oportunidades de empleo. Desde el café de bienvenida hasta las ponencias de cierre, el espíritu

de colaboración fue el hilo conductor, porque aquí no se fue a “asistir”: se fue a **hacer networking con sentido**. Entre los momentos más esperados destacó la sesión de **speed dating**, un formato ágil que permitió a los candidatos presentarse cara a cara ante reclutadores y responsables de selección.



Traducido al idioma de la calle: entrevistas rápidas, sin florituras, con el currículum como carta de presentación y la actitud como primer filtro. Empresas y grupos tan reconocidos como Saddle, Hotel Mandarin Oriental Ritz Madrid y Grupo UniverX0 estuvieron entre los participantes, en un contexto que

favoreció el contacto directo y la escucha activa.

Para muchos asistentes, fue la ocasión perfecta para mostrar potencial, identificar oportunidades y comprender qué se valora hoy en la industria: desde la técnica y la cultura de servicio hasta la organización, la estabilidad emocional bajo presión y la capacidad de trabajar en equipos exigentes. Al mismo tiempo, se reforzó una idea que conviene repetir poco, pero entender mucho: la empleabilidad en gastronomía no se “declara”, se construye con hábitos, criterio y oficio. Y en ese punto, este tipo de encuentros funciona como un atajo inteligente para quienes quieren dejar de adivinar y empezar a afinar su perfil profesional con información de primera mano.

Inspiración a través de historias reales

Otro de los grandes atractivos del Foro fue el ciclo de **casos de éxito** protagonizado por antiguos alumnos de Le Cordon Bleu Madrid. Profesionales como **Jesús García Almarcha (Bistró Barceló)**, **Ana Ruz (Ana Ruz Pastelería)**, **Anabel Núñez (docente del grado en Gastronomía de la UFV y Le Cordon Bleu Madrid)** o **Pablo Colmenares (New York Burger)** compartieron con franqueza sus trayectorias, los desafíos vividos y las claves que les permitieron consolidarse en un ecosistema donde el talento, por sí solo, no paga facturas. Este bloque aportó algo que a veces se echa de menos en la narrativa gastronómica: verdad sin maquillaje.



Después llegó uno de los debates con más carga de fondo: la mesa redonda **“Quién puede permitirse el éxito hoy en gastronomía”**, una conversación que invitó a mirar el éxito no solo como meta, sino como sistema: costes, ritmos, sostenibilidad personal, rentabilidad y la presión de la excelencia permanente. En esa discusión participaron voces reconocidas como **Cristóbal Muñoz (Ambivium)**, **Nacho Manzano (Casa Marcial)**, **Francis Paniego (El Portal de Echaurren)** y **Mario Sandoval (Coque)**, junto a **María Ritter**, directora de la **Guía Repsol**, y **José Miguel Herrero**, director general de la **Industria Alimentaria** del Ministerio de Agricultura.

En paralelo, el Foro dejó una lectura interesante: el sector necesita historias inspiradoras, sí, pero también mapas realistas para que el talento no se estrelle contra expectativas imposibles. Y cuando ese equilibrio se pone sobre la mesa, se generan conversaciones más útiles que cualquier eslogan.

Apoyo institucional y compromiso con el empleo

La cita contó con respaldo institucional y presencia de administraciones autonómicas y locales, que ven en la gastronomía un vector de proyección económica y profesional. Entre los asistentes destacaron representantes de ayuntamientos madrileños y de la **Dirección General del Servicio Público de Empleo de la Comunidad de Madrid**, además de centros formativos que también trabajan la cantera desde etapas previas.

Este acompañamiento no es decorativo: ayuda a legitimar la gastronomía como industria y a empujar políticas que faciliten formación, prácticas, inserción laboral y movilidad profesional. Durante la inauguración, **Rosario Barrios**, directora general de Le Cordon Bleu Madrid, subrayó la importancia de promover **entornos compartidos** que impulsen el aprendizaje mutuo y la generación de oportunidades laborales.

Según explicó, el propósito va más allá del reclutamiento convencional: se busca comprender motivaciones y expectativas del talento emergente, y al mismo tiempo identificar las competencias que el sector demanda ahora mismo, hacia dónde evoluciona y qué estrategias permiten ganar competitividad en un entorno profesional exigente.



I EDICIÓN

FORO DE EMPLEO DE GASTRONOMÍA

24 DE FEBRERO
CAMPUS UFV

DONDE SE COCINA TU FUTURO



I EDICIÓN

FORO DE EMPLEO DE GASTRONOMÍA

24 DE FEBRERO
CAMPUS UFV

DONDE SE COCINA TU FUTURO

Con una asistencia que superó expectativas, el Foro reafirmó el papel de la formación de excelencia como puente entre creatividad y desarrollo profesional, pero también dejó otro mensaje, menos romántico y más necesario: el futuro del oficio

se sostiene con acuerdos entre escuela y empresa, con itinerarios de aprendizaje bien diseñados y con espacios donde la gente pueda hablar sin postureo del trabajo real.

Canarias y el impulso de su propio talento

Eventos como este marcan un camino replicable para regiones con alto potencial gastronómico como **Canarias**, donde la apuesta por la formación y la proyección profesional del sector sigue ganando peso. Sin embargo, para que ese impulso se convierta en estructura -y no en una foto bonita- hacen falta puentes estables entre el talento joven y el tejido empresarial local: hoteles, restaurantes, grupos de restauración, bodegas, productores, distribuidoras, escuelas y proyectos de turismo gastronómico.

En ese sentido, la creación de espacios que faciliten el contacto directo, con formatos ágiles y objetivos claros, puede acelerar procesos que hoy se hacen a ciegas: búsqueda de prácticas, primeros contratos, especialización en sala, perfiles de sumillería, gestión, panadería, pastelería o cocina de territorio.

Además, este tipo de foros también ayuda a ordenar expectativas: qué significa “hacer carrera” en gastronomía, qué sacrificios son inevitables y cuáles son simple mala gestión, y qué competencias diferencian a quien promete de quien ya cumple.

El ejemplo de [Le Cordon Bleu Madrid](#) y la UFV demuestra que invertir en empleabilidad y formación no solo beneficia a los

futuros profesionales: también fortalece el ecosistema completo, eleva estándares y mejora la calidad del servicio que termina percibiendo el comensal.

Y si Canarias quiere seguir posicionándose como destino gastronómico serio -no solo como postal-, el ingrediente que no puede faltar es precisamente este: talento bien formado, conectado con empresas reales y con futuro medible.

El XVI Campeonato de España de Cortadores de Jamón consagra a Javier Fernández en Villanueva de Córdoba

[@ANCJ](#)

Villanueva de Córdoba (Córdoba) se colocó el 22 de febrero de 2026 en el centro del mapa jamonero nacional con la [XVI Final del Campeonato de España de Cortadores de Jamón](#), celebrada en el Pabellón Municipal y respaldada por la **DOP Los Pedroches**. El lugar no es un decorado: aquí la **dehesa** manda, y el **ibérico de bellota** 100% ibérico no se “presume”, se trabaja. Por eso, cuando se reúne la élite del corte en territorio con apellido propio, lo que está en juego no es solo un título, sino el estándar del oficio.

En esta edición, el nombre que subrayó ese estándar fue el de **Javier Fernández Gómez (Fuentes de León, Badajoz)**, que convirtió la final en una demostración de madurez profesional: pulso, lectura de la pieza y un sentido del ritmo que, en competición, vale casi tanto como la mano. Porque aquí el jamón no perdona. Y menos cuando se corta sobre piezas de

bellota 100% ibéricas amparadas por la DOP, con **más de cuatro años de curación**, grandes, exigentes y con una grasa noble que obliga a entender -de verdad- qué ocurre bajo la superficie.



En otras palabras: no basta con cortar fino; hay que saber por qué se corta así, cuándo conviene apretar o aflojar, y cómo se construye una experiencia en plato que sea coherente desde la primera loncha hasta el último aprovechamiento.

Cuando el cuchillo se vuelve bisturí: pruebas, criterios y presión real

La final funciona como un filtro diseñado para separar a los buenos de los que pueden sostener el nivel cuando todo cuenta: técnica, rendimiento, limpieza y narrativa visual. En un tiempo limitado, cada finalista se enfrenta a un jamón entero y se evalúa la ergonomía (postura, seguridad, control), la regularidad de la loncha (tamaño, grosor, longitud), el

aprovechamiento máximo de la pieza y la capacidad de presentar platos con intención: maza, babilla, punta y raciones ajustadas a gramajes aproximados sin margen para la fantasía.

Hay, además, un elemento que parece menor y en realidad delata al profesional: **el orden de la mesa**. No se trata de estética “instagramable”, sino de lógica de trabajo: limpieza constante, herramientas en su sitio, continuidad del corte y una armonía visual que demuestre dominio, no nervios. Entre las pruebas fetiche, el **plato de 100 gramos “a ojo”** sigue siendo el examen quirúrgico por excelencia: obliga a confiar en la memoria muscular y en el criterio construido a base de horas, no de discursos.



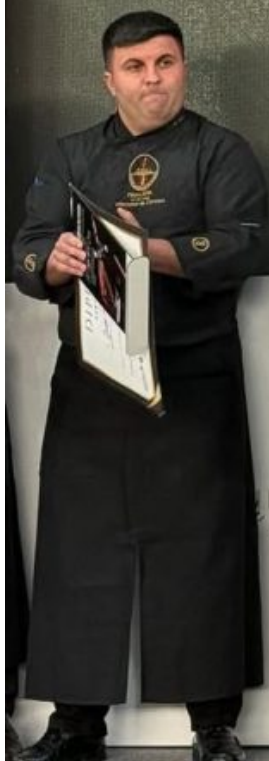
XVI CAMPEONATO DE ESPAÑA DE CORTADORES DE JAMÓN

XVI

CAMPEONATO DE ESPAÑA DE CORTADORES DE JAMÓN

Los Pedroches - Villanueva de Córdoba
20, 21 y 22 de Febrero de

El Origen de un Sueño





Ahí se nota si el cortador entiende el jamón como anatomía - músculo, veta, temperatura, brillo- y si sabe leer cómo evoluciona la pieza a medida que avanza el despiece, porque el

jamón cambia mientras lo trabajas. Dicho de forma simple: [el campeonato](#) premia el corte, sí, pero sobre todo premia la **capacidad de interpretar**. Y esa interpretación, cuando es buena, se ve sin necesidad de explicarla.

Javier Fernández Gómez: un campeón hecho de constancia y oficio

En Villanueva de Córdoba, Javier Fernández confirmó lo que el circuito venía insinuando: estaba preparado para mandar. Llegó a la final tras clasificarse en el calendario competitivo y, una vez en el pabellón, construyó una actuación con una virtud poco común: **sobriedad sin frialdad**. Su corte combinó precisión y elegancia visual sin caer en el barroquismo, con lonchas finas, largas y limpias, bien resueltas en brillo y textura, y con una lectura inteligente de los tiempos del jamón conforme se transitaba por las zonas nobles.



Aquí no se gana “por bonito” ni “por rápido”: se gana cuando la estética no compromete el rendimiento y cuando el rendimiento no destroza el plato. En su caso, la sensación fue

la de un trabajo sostenido, sin altibajos, donde el control del cuchillo parecía una extensión natural de la mano. Y eso, en una final nacional, es oro.

El resultado fue el **primer puesto** y el reconocimiento implícito de que el título no suele premiar un golpe aislado, sino una trayectoria: la de quien entiende el oficio como disciplina y no como atajo. El campeonato, además, dejó un mensaje de fondo: el corte profesional vive una evolución clara, donde se consolidan estilos, se repiten nombres y aparece relevo con hambre de escenario, pero también con formación y método. Dicho en clave gastronómica: el jamón sigue siendo producto, pero el corte ya compite como **servicio**. Y cuando el servicio alcanza este nivel, la hostelería –de la barra al gran hotel– toma nota.

Podio, “plato creativo” y el circuito: una élite que también mira hacia Canarias

El podio de esta XVI edición se completó con **Daniel Acedo** en segundo lugar y **Juan Martín Moreno** en el tercero, mientras que el premio al **Plato Creativo** fue para **Mirko Gianella**, un detalle que confirma hacia dónde se mueve la disciplina: la creatividad se valora, siempre que nazca de la técnica y no de la ocurrencia. En paralelo, la final vuelve a recordar algo que conviene subrayar: este campeonato no es un evento aislado, sino la culminación de un **circuito de pruebas** que se celebran durante el año, donde cada plaza suma puntos, prestigio y billete a la gran cita. Y en ese mapa, **Canarias ya no aparece como espectadora**.



El **Concurso Nacional de Cortadores de Jamón de Arucas “Aníbal Falcón”** se ha consolidado como parada reconocida, con una lectura muy clara para el archipiélago: la figura del cortador funciona como puente entre el origen (dehesa, curación, denominaciones) y el destino (restaurantes, hoteles, eventos),

justo donde se decide la percepción de valor.

Para Canarias -con turismo gastronómico en crecimiento, cliente gourmet local y una restauración que compite por experiencia- integrar corte profesional no es capricho: es estrategia para elevar ticket medio, reforzar relato de sala y dar al producto el respeto que merece.

Al final, el cortador no solo corta: interpreta, dosifica, construye recorrido organoléptico y convierte una pieza en un lenguaje visual que el comensal entiende sin manual. Y eso, en la economía de la atención, frena más que un semáforo en rojo: frena el “scroll” del comensal, que es el verdadero campeonato diario.

“Re Descubrir”: la campaña del ICCA que convierte Agrocanarias en una experiencia sensorial

[@GobdeCanarias](#)

“Re Descubrir”: la nueva mirada del Gobierno de Canarias hacia los sabores del territorio

Una campaña del [ICCA](#) que transforma los Concursos Agrocanarias en una experiencia emocional y sensorial

Redescubrir no es volver atrás. Es mirar con otros ojos aquello que siempre ha estado delante de nosotros: el aroma del aceite joven, el eco salino que deja la brisa atlántica en las sales marinas, la textura viva de un queso que huele a pasto y volcanes. Con esa premisa nace **“Re Descubrir”**, la

nueva campaña del Instituto [Canario de Calidad Agroalimentaria \(ICCA\)](#) para poner en valor los Concursos Agrocanarias y, sobre todo, el alma de quienes dan forma a los productos que definen el paisaje gustativo del Archipiélago.



La iniciativa, impulsada por la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria del Gobierno de Canarias, se despliega en redes sociales con un mensaje tan claro como inspirador: participar en los certámenes es también celebrar el vínculo entre el territorio y su gente. Detrás de cada botella, cada corte o cada cristal de sal, late una historia de oficio y de identidad.

Un viaje por los sentidos y las islas

El director del ICCA, Luis Arráez Guadalupe, explica que la campaña pretende generar una conexión emocional con los productos canarios a través de una experiencia sensorial que invite a redescubrirlos con gratitud y orgullo. No se trata solo de competir o ganar medallas; se trata de reconocer el valor de lo auténtico. Los **Concursos Agrocanarias** de 2026 recorrerán una vez más las islas, tejiendo un calendario que se asemeja a un mapa del sabor:

- La Gomera abrirá la ruta los días 18 y 19 de marzo con el certamen de aceite de oliva virgen extra.
- El Hierro y Tenerife serán el escenario del concurso de vinos y una jornada técnica para enólogos.
- Gran Canaria acogerá la competición de sidras, mientras que La Palma reunirá los mejores quesos del año.

Finalmente, **Lanzarote** cerrará este circuito con el concurso de sal marina, un homenaje a la pureza atlántica. Este año, el tradicional concurso de gofio dejará paso a unas jornadas de productores y una feria monográfica en verano, un guiño emocional a uno de los sabores más arraigados de la mesa canaria.





La calidad como narrativa

En cada edición, los productos se enfrentan al veredicto de un panel de catadores que catan a ciegas, dejando que hablen los sentidos, no los nombres. Los ganadores obtienen el sello Agrocanarias, una medalla que se convierte en símbolo de

confianza y origen. Con ella, las marcas canarias viajan a ferias, eventos y promociones, llevando consigo una historia compartida de calidad y territorio. Más que un premio, es una narrativa viva: la de un archipiélago que se reconoce a sí mismo en el sabor de su tierra.

El diseño como emoción

La campaña “Re Descubrir” respira creatividad desde su identidad visual. Inspirada en la orografía de las islas, su propuesta gráfica mezcla tonos suaves que evocan la tierra, el mar y el aire, con texturas orgánicas que invitan a tocar, oler y recordar. Es un ejercicio estético que une lo sensorial con lo emocional, transformando el [marketing](#) en una forma de homenaje.

Porque redescubrir no es solo mirar de nuevo los productos canarios; es reconectar con lo que somos, con los saberes que nos alimentan y con las manos que hacen posible que la tradición tenga futuro.

“Re Descubrir” es, al final, una invitación a volver a sentir Canarias... una cata interior del territorio.

Ron Arehucas y Ahembo lanzan Arehucas MIX, una nueva propuesta ready to drink con sabor canario

La primera colaboración industrial entre Ron Arehucas y Ahembo da lugar a una nueva propuesta ready to drink pensada para el

consumo fuera del hogar

[@Ahembo](#)

Ron Arehucas y Ahembo, propietario de la marca [Clipper](#), presentan Arehucas MIX, una nueva gama de bebidas listas para beber que combina el carácter del Arehucas Carta Blanca con dos sabores especialmente relevantes para el consumidor canario: fresa y maracuyá.

Lacombi completa

AREHUCAS MIX: MARACUYÁ Y FRESA



5º Arehucas recomienda un consumo responsable

Esta nueva propuesta se enmarca en la tendencia global de crecimiento del segmento “Ready to Drink” (RTD), una categoría en plena expansión que responde a la demanda de bebidas prácticas, fáciles de consumir y pensadas para contextos sociales, manteniendo el equilibrio entre sabor y graduación alcohólica.

Dos sabores con fuerte arraigo en Canarias

[@Arehucas](#)

- El clásico: Carta Blanca + refresco de fresa, el sabor icónico de Clipper y uno de los refrescos con mayor aceptación en el Archipiélago.
- El tropical: Carta Blanca + refresco Clipper de Maracuyá, elegido por su vinculación con el gusto local por sabores frescos y tropicales.

Ambas referencias se presentan en lata slim de 250 ml, con 5% vol. de alcohol, un formato cómodo y actual, pensado para consumo fuera del hogar y dirigido a mayores de 18 años, que buscan una alternativa refrescante y con sabor.

El nuevo **Arehucas MIX** representa la primera colaboración industrial entre [Ron Arehucas](#) y [Ahembo](#), un hito relevante a nivel industrial en Canarias que pone en valor la unión de dos marcas históricas y profundamente arraigadas en el territorio. Esta alianza refuerza el tejido productivo local y demuestra la capacidad de las marcas canarias para innovar conjuntamente y adaptarse a nuevas tendencias de consumo.

La comercialización de Arehucas MIX correrá a cargo de Ahembo y estará disponible principalmente en el canal de Alimentación, con especial foco en hipermercados, supermercados y tiendas de conveniencia y, de forma muy

puntual, en hostelería.

Además, el lanzamiento irá acompañado de una campaña de comunicación digital protagonizada por Aythami Soto, creador de contenido conocido como “Pontebata”, que pondrá el acento en el carácter social, cercano y contemporáneo del producto. Además, la acción contará con la participación de otros perfiles canarios como Fany Ortega Gil, Rafa Márquez y Adrián González Mora, reforzando el vínculo con el público local.

Con Arehucas MIX, Ron Arehucas y Ahembo apuestan por una propuesta conjunta que combina innovación, sabor y origen, demostrando que la colaboración entre marcas canarias es clave para seguir impulsando el desarrollo del sector y conectar con nuevas formas de consumo.

La Kokotxa: El Latido Gelatinoso del Cantábrico

[@AndrésMadrigal](#)

Siempre he sostenido que la gastronomía es, en esencia, una cuestión de texturas. Hay quienes buscan el crujido metálico de una costra bien frita o la resistencia de una carne madurada, pero yo pertenezco a la logia de lo gelatinoso. Por eso, cuando me preguntan cuál es el bocado definitivo del mar, no dudo: **la kokotxa**.

Ese pequeño músculo en forma de **“V” invertida**, situado en la parte inferior de la mandíbula del pez (su barbilla, para entendernos), es la síntesis perfecta entre delicadeza y potencia marina. Durante décadas, este tesoro fue el descarte que los [pescadores](#) se llevaban a casa porque los “señores” de la ciudad preferían el lomo limpio y magro. Hoy, es el **oro**

blanco de la cocina vasca.



Kokotxas de Merluza

Aunque en el resto de España las llamamos cocochas, la palabra original es euskera: kokotxa. Es curioso cómo un término tan local ha resistido la globalización. Si viajas al extranjero y tratas de buscarlas, prepárate para dar explicaciones: ninguna traducción hace justicia a esa vibración que sienten los labios al entrar en contacto con el colágeno fundido.

La reina indiscutible es la merluza.

Su **Kokotxa** es elegante, blanca, de una suavidad que casi se deshace. Pero no es la única. **El bacalao** ofrece una versión más rústica y poderosa; su piel es más gruesa y suelta una cantidad de gelatina casi insultante, lo que facilita enormemente el ligado de la salsa.



He probado incluso **kokotxas de salmón** -demasiado grasas para mi gusto- y de mero, que son auténticos filetes de colágeno. Pero si quieren mi opinión sincera, la de merluza de pincho capturada en el **Cantábrico** es la que justifica cualquier

peregrinación gastronómica.

Hacer unas kokotxas al pil-pil no es cocinar; es seducir a la gelatina.

No busquen aquí medidas exactas de laboratorio, busquen el instinto. Para empezar, necesitamos una cazuela de barro o de hierro fundido.

El barro y el hierro conserva el calor de una forma honesta, ruda, ideal para este proceso. Vertemos un buen chorro de AOVE y doramos tres dientes de ajo laminados y una guindilla. Cuando el ajo empieza a bailar y a tomar color, los retiramos. El aceite ya tiene el alma del picante y el aroma del huerto.

Dejamos que el aceite se temple.

Este es el secreto: si echamos **las kokotxas** con el aceite hirviendo, la proteína se bloquea. Queremos que “suden”. Colocamos las kokotxas -previamente sazonadas- con la piel hacia arriba. Aquí comienza el ritual.

A fuego muy suave, casi imperceptible, empezamos a mover la cazuela.

No es un movimiento brusco; es un vaivén circular, constante, como si estuviéramos acunando a un niño. Verán que del fondo de la **kokotxa** empiezan a brotar unas perlas blancas, densas. Es la albúmina y el colágeno.



Kokotxas al pil-pil

A medida que movemos, esas perlas se abrazan con el aceite. El líquido, antes transparente y dorado, empieza a volverse opaco, adquiriendo un tono amarillo pálido, cremoso. Es la emulsión mágica. Si ven que espesa demasiado, unas gotas de agua o de caldo de pescado ayudarán a que la salsa fluya. Personalmente a mi me gusta un velo muy ligero entre “aceite y colágeno”

Tras apenas cinco o seis minutos de este baile, **las kokotxas** estarán nacaradas, hechas por fuera, pero jugosas por dentro. Reincorporamos los ajos y la guindilla, y servimos de inmediato. El resultado no es una salsa, es una caricia.

Una Curiosidad para la Sobremesa

¿Saben por qué las kokotxas de merluza son más difíciles de ligar que las de bacalao? Porque la merluza es una "aristócrata" de piel fina. Tiene menos colágeno externo, por lo que el cocinero debe ser mucho más hábil con el movimiento de muñeca. Un pil-pil de merluza bien ligado es el equivalente

a una tesis doctoral en cocina.

En un mundo de los concursos, espumas químicas y nitrógeno líquido, la kokotxa nos recuerda que la verdadera vanguardia nació en el movimiento de una mano sobre el fuego, extrayendo la esencia de lo que otros despreciaban. Es el triunfo de la humildad sobre el plato.

Tres de cada cuatro comedores escolares no garantizan el mínimo de pescado azul: la alerta antes del Real Decreto 315/2025

El pescado está... pero el azul se queda fuera

En España, el pescado llega al comedor escolar... pero, demasiadas veces, llega con el traje equivocado. El dato que rompe el piloto automático es claro: aunque casi todos los centros sirven pescado cada semana, solo un 26% garantiza el mínimo de pescado azul recomendado; traducido, tres de cada cuatro comedores no aseguran ese aporte regular de omega-3 (EPA y DHA) que se vincula con el desarrollo neurológico y visual en la infancia.

La alerta aparece en el *Estudio de menús escolares en España: equilibrio*

energético y consumo de pescado, impulsado por [OPROMAR](#) y avalado por la Fundación Española de la Nutrición (FEN), que se presentó el jueves 12 de febrero de 2026 en Madrid, en La Casa Encendida, con sector pesquero, empresas de catering, AMPAS, expertos y administración en la misma mesa.

El timing no es casual: el Real Decreto 315/2025 (15 de abril de 2025) entra en escena como un “nuevo suelo” normativo para comedores escolares [saludables](#) y sostenibles, y este informe llega justo antes para decir dónde están los agujeros.

Aquí aparece la pregunta incómoda (la que no cabe en un menú plastificado): ¿estamos alimentando bien o estamos cumpliendo por apariencia? Porque el estudio no discute “si hay pescado”, sino qué pescado entra, cómo se planifica, qué se informa a las familias y, sobre todo, qué se queda fuera del plato cuando la especie azul se sustituye por un comodín blanco, más fácil de comprar, más fácil de cocinar y, a veces, más fácil de justificar.



La alerta aparece en el *Estudio de menús escolares en España: equilibrio energético y consumo de pescado*, impulsado por Opromar y avalado por la Fundación Española de la Nutrición (FEN)

No es una guerra del filete contra la croqueta: es una radiografía de sistema que afecta, según el propio informe, a más de 1,5 millones de escolares. Se trata, además, del primer análisis integral a escala estatal basado en 2.738 comedores públicos de Primaria.

Mucha técnica, poca diversidad de especie

Para sostener esa radiografía, se han revisado 2.738 comedores escolares públicos de Primaria en las 17 comunidades autónomas, y el resultado suena a paradoja: se cumple la frecuencia semanal de consumo de pescado en el 96,6% de los casos, pero el “pescado” que aparece es casi monocromo. La merluza domina el mapa: se ofrece en el 91,7% de los comedores analizados, de modo que una sola especie termina actuando como comodín de la proteína marina.



Se han revisado 2.738 comedores escolares públicos de Primaria en las 17 comunidades autónomas

En cambio, la variedad se queda corta: se registran 16 especies de pescado blanco y 8 de pescado azul consumidas de forma regular, mientras que los moluscos apenas aparecen (15,6%) y los crustáceos son casi testimoniales (0,5%).

A la vez, se reconoce que el sistema ha alcanzado una notable excelencia operativa: se aplican muchas técnicas culinarias y se evita repetir recetas con frecuencia, algo que, en teoría, debería facilitar el salto hacia una mayor diversidad de especies.

Sin embargo, lo que se está viendo no es una falta de ideas en cocina, sino un patrón de compra y planificación que tiende a lo seguro, donde el riesgo se mide en que “no lo coman” o en

que “no salga el coste”.

El informe lo resume con una frase que debería ponerse en la nevera de cualquier responsable de menú: “El pescado está presente, pero no el que realmente aporta los nutrientes clave”. Y ahí el matiz importa: el pescado azul (sardina, caballa, jurel, atún, entre otros) suele concentrar más ácidos grasos omega-3, y ese plus nutricional es justo el que se está quedando en el muelle, como si el comedor escolar fuese un puerto con horario restringido y siempre llegara el mismo barco. En términos simples: se sirve pescado, pero se repite demasiado.

El agujero silencioso: la transparencia del menú

El otro agujero del sistema no huele a mar, sino a papel: la transparencia. Según el estudio, un 43% de los comedores no facilita información completa sobre valor energético y macronutrientes, lo que impide verificar si el menú que se sirve cumple de verdad los estándares nutricionales y complica la supervisión por parte de familias y administraciones.



Es más, incluso en algo tan básico como “qué lleva el plato”, solo alrededor de la mitad de los centros especifica todos los ingredientes, con el impacto evidente en seguridad alimentaria y en confianza. Lo llamativo es que, cuando los datos sí se aportan, se observa un promedio razonable (en torno a 660 kcal por comida y una distribución equilibrada de proteínas, hidratos y grasas): el problema, por tanto, no es que se cocine mal cuando se mide, sino que casi media España queda fuera del radar.

Además, el mapa territorial añade tensión: el cumplimiento del mínimo de pescado azul oscila desde el 0% en algunas comunidades hasta más del 70% en otras, y se ha señalado un detalle que desmonta el tópico de “lo costero lo tiene más fácil”: regiones del interior superan a varias zonas con litoral, lo que sugiere que el acceso al producto no es el cuello de botella; lo son la gestión, la formación y el diseño del menú.

En la presentación participaron, entre otros, la presidenta de

la FEN, Rosaura Leis, y el gerente de OPROMAR, Juan Martín Fragueiro, que insistió en que el real decreto es una oportunidad histórica, pero que sin información nutricional obligatoria y seguimiento continuo el cambio podría quedarse en un trámite administrativo. Dicho de otro modo: sin luz, el menú parece mejor de lo que es; con luz, se ve dónde hay que afilar.

El Real Decreto 315/2025: medir, alternar, informar... y hacerlo sostenible

¿Qué cambia con la norma? El [Real Decreto 315/2025](#) no se queda en el “comer sano” como eslogan: fija reglas de juego para programar menús (de lunes a viernes) y para ordenar la oferta alimentaria del centro. En la parte práctica, se establecen entre una y tres raciones de pescado a la semana y se pide alternar, priorizando pescado azul y blanco, además de limitar frituras y precocinados, reforzar fruta fresca y definir el agua como bebida de referencia, con medidas para facilitar su acceso en el propio colegio.

También se introduce un deber de información a las familias que obliga a bajar el menú del “te lo digo” al “te lo enseño”: nombre de platos, técnica culinaria, salsas, guarniciones, alérgenos y orientación para que la cena sea complementaria del mediodía.

En paralelo, se empuja la compra local y de temporada como palanca de salud y sostenibilidad, una línea que conecta con proyectos ya testados.

Y aquí **Canarias** tiene un espejo útil: el propio Ministerio ha citado a **Ecocomedores en Islas Canarias** como ejemplo de experiencias que funcionan y pueden inspirar a otros territorios. La lectura canaria, además, es directa: si el

estudio denuncia que el azul no llega, el archipiélago dispone de mercado, recetario y cultura de costa para convertir especies de proximidad en aliadas habituales del menú escolar, evitando que todo se resuelva con merluza repetida o rebozado de emergencia.

En ese contexto se entiende el lanzamiento de Super Peixiño – Edición 2026, una campaña que apuesta por un lenguaje atractivo para niños y familias, porque el hábito se aprende tanto con el plato como con el relato. Y si hay que elegir, mejor que los pequeños coleccionen diplomas de “superhéroe del pescado” a que coleccionen déficits invisibles.

David Arauz y Diego Schattenhofer firman una cena a cuatro manos en Taste 1973 (Tenerife)

[@1973Taste.restaurant](https://www.instagram.com/1973Taste.restaurant/)

El próximo sábado 21 de febrero de 2026, Taste 1973 (1 estrella MICHELIN) -ubicado en el [Hotel Villa Cortés](#), en Playa de las Américas (Arona, Tenerife)– pone fecha a una de esas noches que no se repiten ni aunque el comensal lo suplique con cara de “solo un pase más”.

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

El chef madrileño David Arauz y el director creativo del restaurante, Diego Schattenhofer, protagonizan una cena a cuatro manos integrada en TOP DINNER’S 2026 by Frimancha, planteada como experiencia única: una sola velada, plazas muy

limitadas y un menú degustación concebido para existir - literalmente- **solo esa noche**. La propuesta se anuncia bajo el concepto **“Camino convergentes”**, y en la práctica eso se traduce en algo muy concreto: dos equipos que se alinean para construir una narrativa gastronómica coherente, con ritmo y sentido, donde la sala también juega su partido (sin aspavientos, pero con precisión).



En otras palabras, no es el clásico “chef invitado” que aterriza, firma un par de pases y vuelve a despegar: aquí se ha trabajado como se trabaja una función de teatro, con ensayo, ajuste fino y una idea de conjunto que busca que el comensal perciba una sola voz, aunque detrás haya dos miradas.

Lo interesante, además, está en el cruce de lenguajes. Schattenhofer ha convertido Taste 1973 en un laboratorio sostenido sobre **producto canario**, territorio y técnica contemporánea, con una lectura atlántica muy reconocible dentro del panorama de la alta cocina en [Tenerife](#). Arauz, por su parte, llega con el oficio de un **itamae** que ha construido su prestigio desde la **precisión**, el respeto al producto y una cultura de detalle milimétrico: lidera **Zuara Sushi (Madrid)** y su trayectoria se ha desarrollado en casas clave de cocina japonesa en España.

Ese contraste -Atlántico y volcán por un lado; filo técnico, pulso urbano y mirada nipona por el otro- no se presenta como choque, sino como suma: se ha planteado un diálogo en el que ambos conservan identidad, aunque el listón de exigencia se comparte y el resultado se somete a una misma lógica de coherencia.

Por eso, la cena se ha comunicado como un relato completo, con pases que se sostienen entre sí y con una sala que debe estar sincronizada al segundo, porque en un cuatro manos de este nivel

lo que no se coordina, se nota (y en alta cocina, se nota mucho).

El **Atlántico** actúa como hilo conductor del menú degustación, entendido no solo como paisaje, sino como **despensa, cultura y memoria**. Desde esa premisa, el foco se coloca en el **producto canario y local**, con especial atención a la riqueza del océano que rodea Tenerife y condiciona especies, texturas y sabores. La idea que se transmite -y que encaja bien con el momento que vive la isla- es que Canarias ya no se queda en el “qué buen género”: también se reivindica el **cómo** y el **por qué**, es decir, la capacidad de construir discursos culinarios complejos desde el territorio, abiertos al diálogo con cocinas de fuera sin perder acento.



Chef Diego Schattenhofer

Y ahí aparece la gracia del formato efímero: lo que se come esa noche no se “reprograma” para otra fecha ni se recicla como especial de temporada; se ha diseñado para suceder una vez, con una versión concreta del encuentro entre ambos chefs

y con el comensal como único testigo real del resultado final. Si te gusta la alta cocina cuando se pone seria (y a la vez divertida), esta es de las citas que justifican la palabra “evento” sin necesidad de fuegos artificiales.

En lo práctico, el menú se ofrece a **189 € por persona**, e **incluye maridaje, agua, café e IGIC**; un precio que no solo paga la parte líquida, sino también la logística y el nivel de ejecución que exige una cena a cuatro manos en un restaurante de esta categoría.

Las reservas se recomiendan con antelación, porque aquí no hay plan B: no se ha anunciado segunda fecha ni pases paralelos, y el propio planteamiento del servicio empuja a limitar el aforo para sostener el detalle.

Para reservar se ha indicado el correo 1973@villacortes.com y el teléfono **+34 922 757 700**. Y un apunte útil: si vas, ve con la mentalidad correcta; no es una cena “para probar cosas”, sino una cena para vivir una historia gastronómica de principio a fin, con el Atlántico como brújula y con Tenerife -una vez más- como escenario de alta cocina con voz propia.

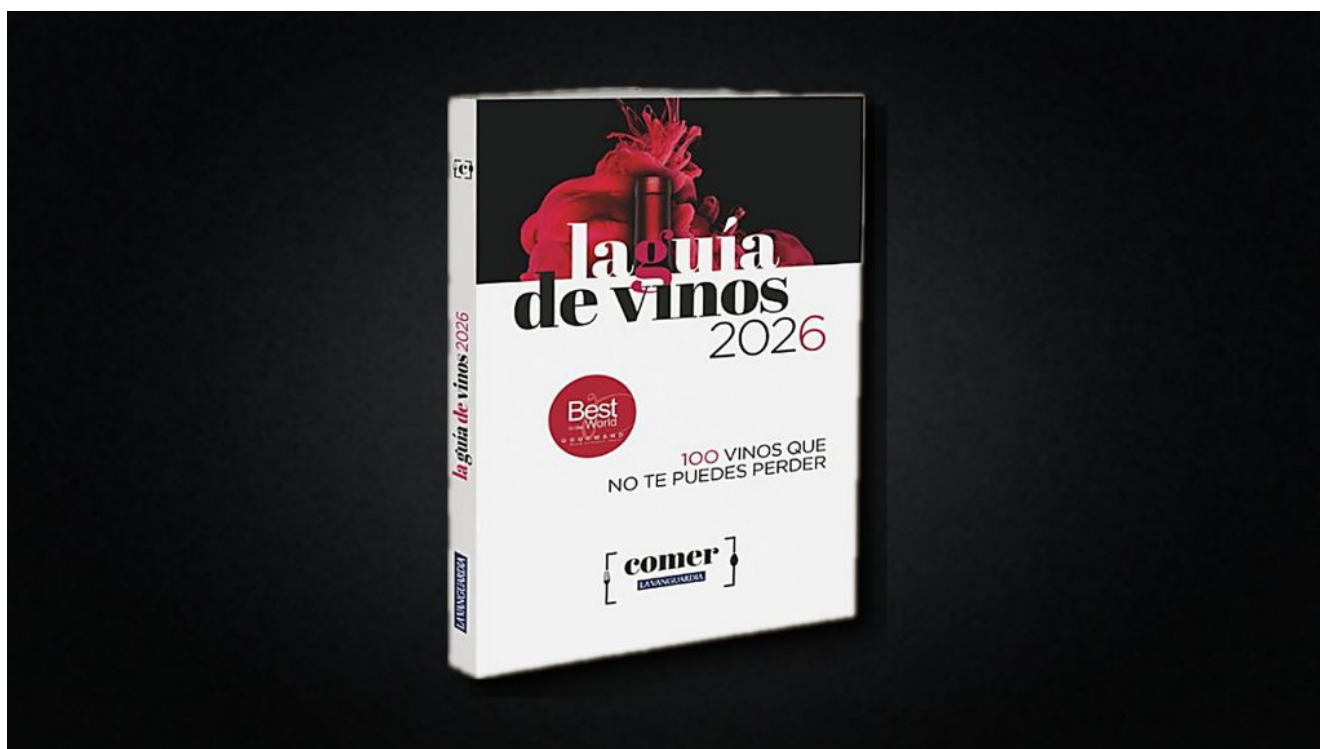
Datos rápidos (sin inventar nada)

- **Fecha:** sábado, 21 de febrero de 2026
- **Hora:** 20:00 h
- **Lugar:** Taste 1973 (Hotel Villa Cortés), Playa de las Américas, Arona, Tenerife
- **Precio:** 189 € p.p. (maridaje, agua, café e IGIC incluidos)
- **Reservas:** 1973@villacortes.com | +34 922 757 700

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

[@ComerLaVanguardia](#)

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



La guía recorre tintos, blancos, rosados y espumosos de toda la geografía española, incluidas las islas, y pone el foco en

la identidad, el origen y la relación calidad-precio, entregando sus premios en el marco de la [Barcelona Wine Week](#).

Bodegas Ferrera

[@BodegasFerrera](#)

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



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

autóctonas, auténtico tesoro de las Islas Canarias.

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

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



El **Ferrera Rosado seco 2024**, elaborado con **100% Listán Negro** de producción ecológica, refleja la armonía entre técnica y territorio. Nacido a **1.000 metros de altura**, destaca por su **color pálido y limpio**, su **aroma delicado a flores y golosinas** y una frescura que lo convierte en un vino de carácter atlántico.

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



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

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



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

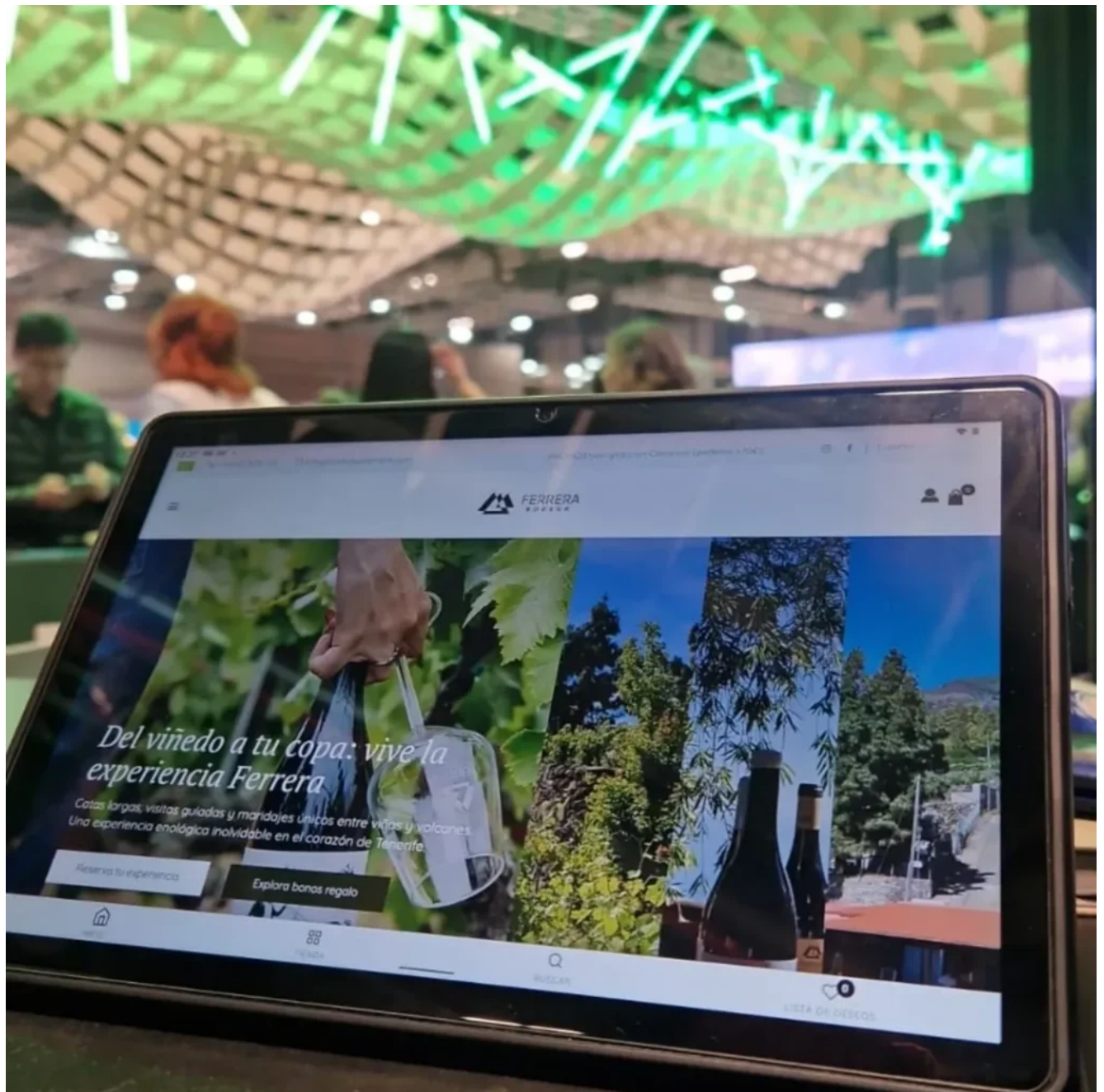
Con este nuevo galardón, **Bodegas Ferrera** consolida una trayectoria marcada por la **pasión, la constancia y el respeto al entorno**, reafirmando que el vino canario puede competir, con identidad propia, entre los mejores del país. Y lo hace desde [Arafo](#), donde cada vendimia sigue siendo un homenaje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

tierra, al clima y al alma volcánica de Tenerife.

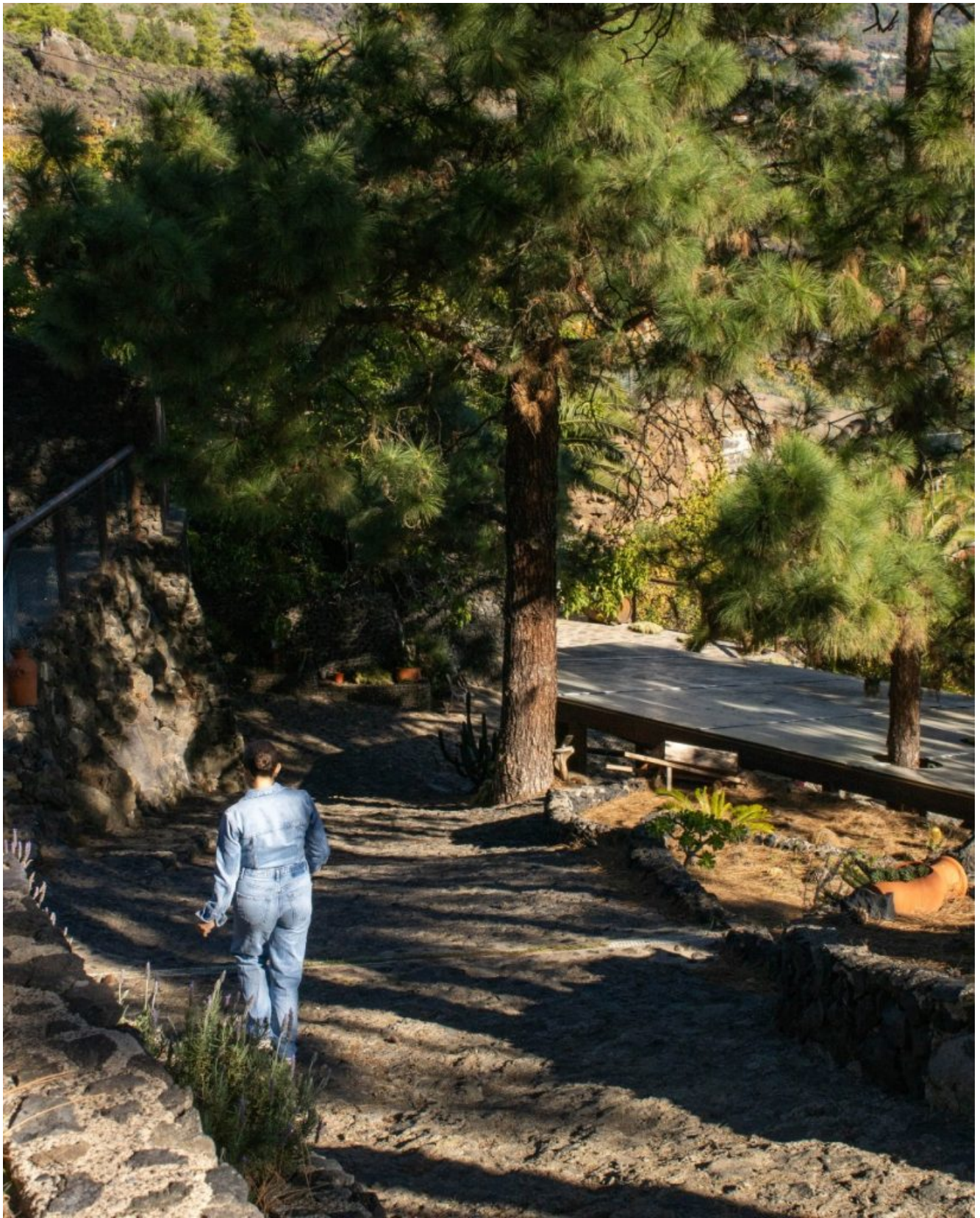
Enoturismo con vistas al volcán

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

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









Ferrera Rosado Seco 2024

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

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

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

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

vino blanco o rosado, para resaltar su frescura aromática.

Maridaje sugerido

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

El menú que quería ser billete de avión (y casi lo consigue)

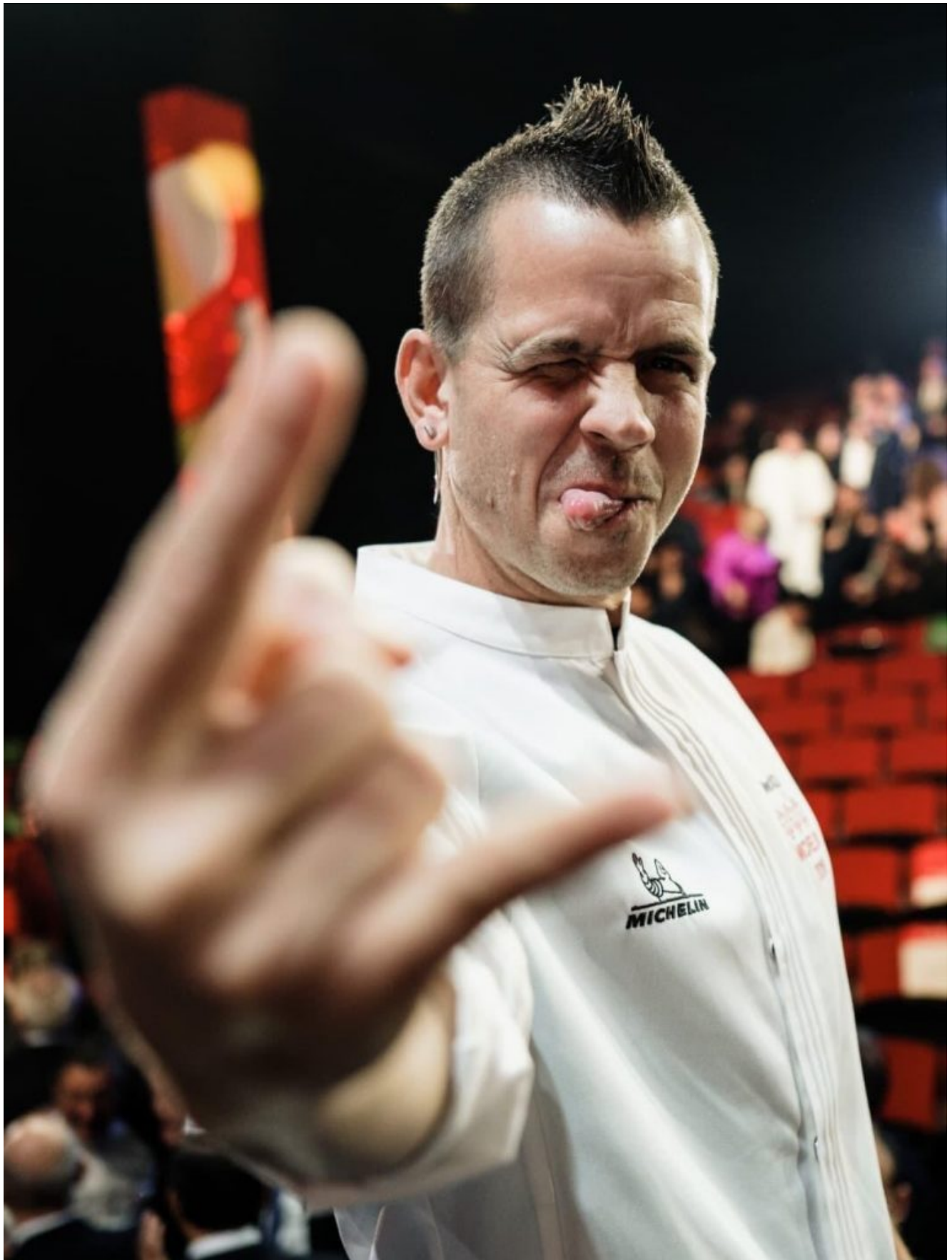
[@Dabizdiverxo](#)

Subir un menú de 450 a 900 euros -y vestirlo con la idea de que “vale eso porque es un viaje del paladar a Tailandia”- no es solo una noticia de precios: es un síntoma de hacia dónde se está inclinando una parte de la alta cocina en 2026.

Se ha instalado una lógica en la que el número no se discute, se “narra”: se convierte en guion, en atmósfera, en promesa de excepcionalidad. Y, sin embargo, el contexto no desaparece por mucho que se enciendan las luces del

espectáculo.

En un país donde el salario mínimo aprieta y donde a muchas familias se les está pidiendo hacer malabares con la cesta de la compra, que una cena alcance cifras equivalentes a un viaje real -o a varios meses de despensa- dice tanto de gastronomía como de sociedad. Además, esta conversación se está amplificando en redes, donde el ticket se vuelve titular y el titular se vuelve meme: a veces con admiración, a veces con sarcasmo, casi siempre con una conclusión automática: “esto es otra liga”.



Pero las “ligas” gastronómicas no caen del cielo; han sido construidas por mercados, por narrativas y por un deseo de pertenencia. En ese marco se está leyendo el movimiento

atribuido al nuevo menú de **Dabiz Muñoz** ([DiverX0](#)): una subida que no se presenta como simple actualización de tarifa, sino como experiencia total, una especie de pasaporte sensorial. Y cuando el precio se defiende como destino -no como coste-, lo que se está vendiendo no es solo comida: se está vendiendo un lugar en la historia que el comensal contará después. Por eso conviene mirar el fenómeno con el ojo largo, no solo con el bolsillo.

Cuando la alta cocina se instala en el lujo

[@Diverxo](#)

Que existan restaurantes de lujo no es nuevo. Lo relevante, en cambio, es cómo se justifican hoy esas decisiones y qué relato se construye alrededor de ellas. El giro no está únicamente en cobrar 900 euros, sino en presentar esa cifra como la **consecuencia natural** de una experiencia “total”, casi incuestionable: el comensal compra exclusividad tanto como sabor, y esa exclusividad se empaqueta con lenguaje de industria creativa.

Se habla de “viaje”, de “universo”, de “capítulos”, de “temporadas”, como si la mesa fuera una plataforma de streaming (solo falta el botón de “saltar intro”, y a algunos les vendría bien). En paralelo, se va desplazando la conversación cultural –**producto, técnica, memoria, territorio**– hacia una conversación aspiracional: **ranking, récord, lista de espera, selfie** en el pase. Si criticas el modelo, se te coloca rápido en la casilla de “no lo entiendes” o “no es para ti”, lo cual es un atajo retórico muy cómodo: así se evita debatir sobre el fondo.

Sin embargo, el fondo existe y suele ser prosaico: **costes, estructura, márgenes, presión mediática, expectativas, y también una estrategia de posicionamiento que compite con el lujo en su terreno, no con la cultura.** Además, ese relato

suele pedir fe ciega: “vale porque es único”, “vale porque nadie lo hace”, “vale porque aquí sucede algo”. Pero el comensal no compra fe; compra un servicio, un equipo, un tiempo, una ejecución. El riesgo es claro: cuando **la alta cocina** se instala del todo en el lujo, se convierte en objeto de estatus; y el plato, por perfecto que sea, deja de dialogar con la vida real. No se trata de pedir precios populares, sino de reconocer que el precio también habla, y que a veces habla más alto que la técnica.

Así se bebe (y se come) un menú de 900 euros

Para entender qué hay detrás de la cifra, más que una lista cerrada de pases -el restaurante no la publica porque el menú cambia y se ajusta constantemente- conviene mirar el concepto: llevar la cocina al estado líquido. En el menú líquido “Metamorfosis” la copa deja de ser acompañamiento y pasa a ser plato. Se buscan sabores con estructura, temperatura y textura, de esos que no solo se beben: se “muerden” en la boca. Y ahí está el gesto clave: la experiencia no se apoya en el maridaje clásico, sino en una secuencia de tragos con ambición culinaria, pensados para desordenar la frontera entre bebida y comida.

Algunas piezas resumen la idea: una chufa trabajada como cereal hasta parecer un “sake” espeso; una kombucha húmeda de shiitake con chile, más cerca del caldo que de la bebida ligera; un “churro con mole jamaicano” convertido en espuma bebible con recuerdo de cacao y especias; un supuesto “champán” de mantequilla con lías viejas y un punto salino-graso; “Mar adentro”, con mosto de manzana, algas, plancton y té jugando a cóctel y caldo de mar; y un “vino” de liebre sin alcohol, tratado como si fuera un syrah, con cuerpo, tanino y notas de madera en versión cero grados. La idea de fondo: que el líquido no acompañe al sólido, sino que lo discuta y lo eleve.

Y el menú sólido, ¿qué aporta?

En paralelo, el menú sólido mantiene el papel de gran degustación creativa: fondos trabajados, guiños a guisos y caza, arroces de alta cocina y una lectura personal de Asia llevada al límite de lo intenso y lo lúdico. No hay una lista oficial cerrada porque se concibe como un menú vivo que muta por temporada y por ideas, pero la lógica se sostiene: impacto tras impacto, como un “viaje” continuo.

Para el lector, el punto es simple: esos 900 euros compran doble narración, la del plato que se mastica y la del plato que se bebe; un carrusel donde la copa y el plato se confunden casi todo el tiempo.

El “viaje a Tailandia” y el olvido de lo cercano

En Canarias sabemos bien lo que es vivir en un territorio convertido en escenario para el turismo, donde lo exótico se vende mejor que lo cotidiano y donde, a veces, se ha tenido que explicar lo propio como si fuera souvenir. Por eso la idea del **“viaje del paladar a Tailandia”** funciona como espejo incómodo. No porque la cocina tailandesa no merezca respeto - lo merece, y mucho -, sino porque la elevación del viaje imaginario suele contrastar con la falta de foco sobre los productores de aquí, los que sostienen el día a día de la despensa: quien madruga para ordeñar, quien sale a faenar, quien poda, quien cuida una variedad local que no da likes pero da comida.

Mientras se romantiza Bangkok en el plato, se olvida que el viaje más urgente, en muchas ocasiones, es a la finca, al banco de pesca o a la quesería que resiste entre facturas, burocracia y precios que se negocian a céntimos por kilo.

La pregunta relevante, por tanto, no es si una creatividad extrema “merece” 900 euros, sino qué nos dice del ecosistema gastronómico que un menú pueda alcanzar esa cifra mientras el sector primario en España -y en las islas- sigue discutiendo supervivencias básicas: agua, relevo generacional, costes energéticos, logística.

Además, cuando el lujo se vuelve norma narrativa, la cadena se rompe por abajo: se habla menos de origen, se exige más espectáculo, y el territorio queda reducido a decorado. Y aquí el decorado es serio: patudo, papas, vinos volcánicos, quesos, cochino negro, huertas pequeñas, pesca artesanal. Cuando se mira la gastronomía desde esa base, el “viaje” no es un eslogan: es una economía entera en movimiento. Por eso conviene no perder el norte: el territorio no se improvisa.

Una burbuja que se parece demasiado a otras

Lo que se está viendo alrededor de ciertos templos gastronómicos recuerda, por momentos, a otras burbujas especulativas: suben los precios, sube el relato de la exclusividad, sube el valor simbólico de “haber estado allí”, y todo parece sostenerse porque siempre hay alguien dispuesto a pagar un poco más. El menú deja de ser vehículo de cultura gastronómica para convertirse en un activo de estatus; y el comensal, consciente o no, compra una credencial social. Además, la experiencia se monetiza antes incluso de vivirse: reservas como trofeo, listas de espera celebradas como si fueran medallas, y una economía de pantalla en la que la foto del pase compite con el propio pase.

En esa foto quedan fuera de foco muchos actores. Se ven menos las jornadas maratonianas de cocina y sala, el desgaste del oficio, la presión por mantener un nivel que no perdona ni un fallo, y las condiciones que, en demasiados casos, han sido normalizadas como “parte del juego”.

También quedan difuminados los proveedores con márgenes cada vez más ajustados, y esa hostelería sería -bares, casas de comida, restaurantes de barrio- que trabaja con rigor pero jamás saldrá en un titular por su ticket medio.



De hecho, la cobertura mediática tiende a simplificar: precio como gancho, chef como personaje, experiencia como mito. El periodismo y la crítica, si no afinan, pueden terminar siendo altavoz involuntario de esa burbuja. Cuando el éxito se mide solo por cuánto puede llegar a costar sentarse a la mesa, el relato gastronómico se empobrece aunque el plato sea técnicamente perfecto.

Por eso, incluso para quienes aman la vanguardia, la pregunta ética y cultural es inevitable: ¿qué se está premiando exactamente, la cocina o el precio? Y, sobre todo, ¿qué tipo de gastronomía queda visible cuando el foco se coloca siempre en el récord?

Cómo miramos estos movimientos

En canariasgourmet.es nos interesa la vanguardia, pero no a cualquier precio. La cocina se entiende aquí como cruce entre **cultura, economía real y territorio**, no solo como espectáculo. Por eso este tipo de movimientos se miran con distancia crítica: sin demonizar al **chef** ni negar su talento, pero sin comprar el relato del lujo como si fuera la única forma posible de hacer alta cocina. Además, conviene separar dos debates que a menudo se mezclan: el derecho de un proyecto a fijar su precio, y el derecho del público a discutir qué significa ese precio en el ecosistema.

Desde Canarias, donde la gastronomía está atada al campo y al mar como sector económico y como identidad, nos parece más urgente hablar de lo que sostiene la cadena completa: restaurantes que construyen discurso desde el producto local y pagan dignamente a sus equipos; proyectos que innovan sin romper el vínculo con quienes producen, distribuyen y consumen; modelos que aspiran a la excelencia sin convertir cada servicio en una frontera social.

Mientras una parte de la conversación se centra en si un “viaje del paladar” vale 900 euros, aquí siguen pasando cosas con menos brillo mediático pero con impacto real: cooperativas que recuperan variedades, cocinas que dignifican el

menú del día, bodegas y queserías que se profesionalizan sin perder raíz.

Y al final, si algo define nuestra forma de contar la gastronomía es que no nos deslumbra el brillo fácil: nos interesa tanto lo que sucede en los grandes congresos como lo que ocurre en una sala pequeña de un pueblo costero. Por eso, cuando se analiza una subida así, la pregunta que guía el texto no es “¿te lo puedes permitir?”, sino otra más incómoda: ¿acerca o aleja esto la gastronomía de la gente y del territorio?

Una idea incómoda: ¿cuánto va a costar a los comensales alimentar el ego del cocinero? Hoy 900, mañana 1.200. Y, mientras tanto, ¿cuántos seguirán el camino de migas que les tiran desde la alta cocina para poder decir “yo estuve ahí”? Porque después de pagar esa suma, incluso si estaba delicioso o no, ¿qué más vas a decir? A veces el plato termina y lo que queda no es el sabor: es la imperiosa necesidad de justificar el ticket.

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

Un tratado escrito contra el eslabón más débil

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

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

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



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

aprobación del **Parlamento Europeo** y, para el acuerdo completo, la ratificación de los Estados miembros.

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

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

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

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

Competencia desleal disfrazada de “libre comercio”

[@ParlaSur](#)

La clave no es únicamente que entren más productos, sino **cómo** y **en qué condiciones** se producen. En parte de los países del bloque Mercosur se han señalado diferencias relevantes en el uso permitido de fitosanitarios, en la fiscalización laboral y

en el tamaño de las explotaciones. Mientras la UE aprieta -y con razón -en trazabilidad, impacto ambiental y seguridad alimentaria, la competencia externa puede operar con estructuras de costes que aquí serían inviables. No es un debate romántico: es una ecuación económica. Si el listón regulatorio sube en Canarias (y sube), pero el precio de referencia lo marca un modelo con otra arquitectura de costes, la partida está trucada antes de empezar.

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



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

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

Canarias: ultraperiferia en el papel, periferia sacrificable en la práctica

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

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

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

El tratado UE-Mercosur, en su diseño y en su lógica de escala, no corrige esa deriva: la acelera. Consolida la dependencia alimentaria del archipiélago y profundiza un modelo en el que el lineal está lleno, pero el paisaje agrícola se vacía.

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

Efectos concretos: del surco al territorio

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

- **Más competencia en desventaja para cultivos emblemáticos: plátano, tomate, papas, cítricos, viña, hortícolas.**
- **Menos margen de negociación frente a la gran**

distribución, que amplía su abanico de proveedores extracomunitarios.

- **Más abandono de fincas, menos relevo generacional y mayor vaciamiento del mundo rural.**

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

Las demandas del campo canario frente a Mercosur

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





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

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

Qué piden los agricultores de Canarias

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

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

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

su resiliencia.



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

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

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

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

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