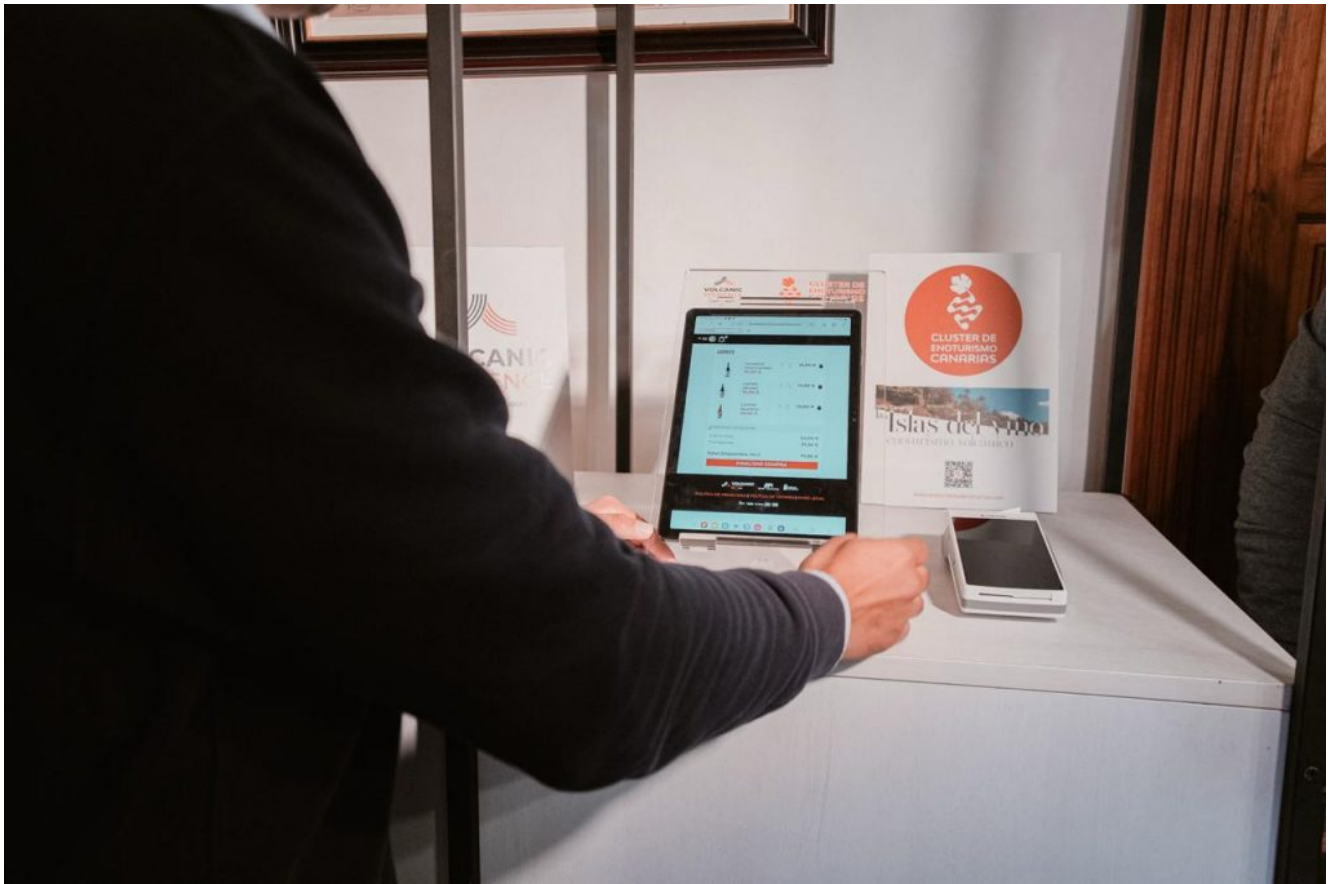


Cambuyón: GMR Canarias y el Clúster de Enoturismo activan un piloto para vender vino canario al visitante y entregarlo en 48 horas

[@EnoTurismoCanarias](#)

En Canarias, el vino se recuerda con facilidad; lo que cuesta es llevárselo. Entre límites de equipaje, temor a roturas y ese trámite mental de **“ya lo compro cuando vuelva”**, demasiadas ventas se evaporan justo después de la cata, cuando el visitante está más convencido.

Para darle la vuelta a esa escena, **Gestión del Medio Rural de Canarias (GMR Canarias)** y el **Clúster de Enoturismo de Canarias** han activado un proyecto piloto que permite comprar vino en origen con total libertad y recibirlo en el domicilio en un plazo estimado de 48 horas, superando [barreras fiscales](#) y logísticas que durante años han limitado la conversión de la visita en una compra real.





La idea, sencilla en apariencia y compleja en ejecución, es que el enoturista disfrute la experiencia completa –paisaje, sala de barricas, conversación y copa– sin que el cierre de la historia sea una lucha con la maleta. Según se explicó en la presentación, el sistema está diseñado para incrementar las compras, fortalecer la experiencia enoturística y mejorar la competitividad del sector vitivinícola canario, al tiempo que se refuerza el vínculo entre

el sector primario y el turístico.

Desde el Gobierno de Canarias se defendió que, con innovación y colaboración, pueden **“derribarse barreras históricas”** que han pesado sobre la comercialización de estas producciones. Dicho en lenguaje de bodega: menos fricción, más brindis. Y, de paso, más fidelización, porque el recuerdo del viaje deja de ser solo una foto; llega en una caja bien cerrada, con etiqueta canaria y destino final en la mesa del visitante. En otras palabras, la compra no se aplaza ni se delega en la memoria: se cierra allí mismo, con la copa en la mano, y el visitante no tiene que cargar botellas en el avión; el vino viaja y llega a su casa.

Un piloto con nombres propios en Bodega El Lomo, con el sector alineado

La presentación del proyecto se celebró en la Bodega El Lomo, en Tegueste, y el reparto de nombres propios dibuja bien el tipo de alianza que se está buscando: administración, empresa pública, bodegas y conocimiento especializado trabajando en la misma dirección. Al acto asistieron el **consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria del Gobierno de Canarias, Narvay Quintero**; el **consejero delegado de GMR Canarias, Juan Antonio Alonso**; el **presidente del Clúster de Enoturismo de Canarias, José María Gómez Medina**; el **viceconsejero del Sector Primario, Eduardo García**; el **gerente del Clúster, Hernán Tejera**; y la **propietaria de Bodega El Lomo, Clara Rodríguez**.





Quintero puso en valor el “enorme potencial” del sector vitivinícola canario y subrayó que esta propuesta demuestra que la colaboración entre administraciones y sector, sumada a la apuesta por la innovación, permite derribar barreras históricas que han limitado las ventas.

Además, recordó que la acción se encuadra en el convenio de colaboración entre GMR y el Clúster de Enoturismo firmado hace un año, con la intención de que el turista que disfruta los vinos canarios pueda llevárselos a casa sin complicaciones, reforzando la economía local.

Desde GMR, Juan Antonio Alonso recalcó que la capacidad logística y tecnológica de la entidad ha sido puesta al

servicio del vino para ofrecer una solución práctica y eficiente, de manera que la insularidad y la lejanía no funcionen como freno comercial. Por su parte, Gómez Medina explicó que el Clúster –que agrupa a unas 25 bodegas, operadores turísticos y la Cátedra de Agroturismo y Enoturismo ICCA-ULL– había detectado una dificultad recurrente: el interés de compra del visitante no siempre se convertía en ventas reales. Este piloto nace, precisamente, para transformar ese interés en una compra sencilla y medible.

“Cambuyón”: tradición comercial canaria convertida en innovación digital

El proyecto conecta tradición e innovación a través de un nombre que no se eligió para quedar bonito: “Cambuyón”. En Canarias, la palabra tiene ADN mercantil y un punto pícaro (del bueno): remite a los intercambios en los puertos, a la economía de escala humana y a la vocación internacional del Archipiélago. El término procede del canarismo derivado de la expresión anglosajona “Can buy on” (“puedes comprar a bordo”), utilizada históricamente durante los intercambios entre la población local y los barcos extranjeros que recalaban en las islas.



Si hace un siglo aquel “can buy on” acortaba distancias en el muelle, ahora el guiño se traslada a la bodega: se elimina la distancia entre el flechazo del visitante y la compra efectiva, sin que la maleta ejerza de inspector de aduanas. Esta capa narrativa no es menor, porque el enoturismo no se sostiene solo con producto; se sostiene con relato, contexto y memoria.

Y aquí, además, el relato viene alineado con una realidad: los vinos canarios se consumen cada vez más como experiencia de territorio, un territorio de islas y microclimas donde el visitante busca autenticidad y quiere llevársela a casa. Que el sistema se llame Cambuyón ayuda a fijar una idea simple en

la mente del viajero: “compré allí”, en origen, en el momento. Para la bodega, esa idea es oro líquido (y no, no hace falta ponerle pan brioche con oro comestible): se convierte en fidelización, recomendación y repetición de compra cuando el viajero ya está de vuelta en su ciudad.

Asimismo, el concepto funciona como marca paraguas: una promesa clara para el turista y un argumento de venta para el operador enoturístico. Cuando se simplifica la decisión de compra, se dignifica el trabajo del viticultor y del elaborador.

De la pantalla interactiva al envío en 48 horas: así funciona el sistema en volcanicxperience.com

La operativa se apoya en volcanicxperience.com, la plataforma de GMR Canarias, donde en esta fase inicial se han habilitado tiendas virtuales personalizadas para las dos bodegas participantes, concebidas como experiencia de prueba antes de una posible extensión a otras bodegas del Archipiélago. Estas tiendas están conectadas al catálogo general y al stock de producto disponible en instalaciones de GMR en la Península, lo que permite que la distribución sea realizada de forma eficaz y, según lo planteado, sin sobrecostes añadidos para el cliente.



En la práctica, durante la visita el turista selecciona los vinos a través de una pantalla interactiva y formaliza la compra mediante un datáfono: la venta queda registrada en origen, pero el producto –ya disponible en territorio continental– es enviado posteriormente al domicilio del consumidor en la fecha acordada, con un plazo de entrega estimado de 48 horas.

El enfoque es deliberado: se mantiene la emoción de la compra en bodega y se elimina el problema del transporte en avión, que es donde suelen morir las ventas impulsivas y también las planificadas. Los resultados obtenidos en esta puesta en marcha servirán para ajustar, optimizar y perfeccionar el

sistema antes de su posible ampliación, evaluando su funcionamiento real en un contexto enoturístico.

Si el piloto confirma lo que promete, el objetivo a medio plazo es estandarizar el modelo: multiplicar ventas, reforzar la fidelización del visitante y consolidar el enoturismo como complemento estratégico de la actividad vitivinícola canaria. Además, al integrarse en una plataforma orientada a experiencias de territorio, la compra puede incorporarse al itinerario: degustación, visita, elección y cierre.

Para la bodega, se traduce en más conversión sin añadir burocracia ni frenar la atención al visitante; para el viajero, en comprar sin miedo a roturas, sin cargar botellas y con la tranquilidad de recibirlas en su casa.

Crema de mejillones estilo Berasategui

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

En sus intervenciones sobre menús festivos suele recalcar que lo importante es repetir técnicas que se dominan, no complicarse en exceso y construir platos

muy sabrosos a partir de fondos bien hechos, algo que encaja de lleno con la lógica de una crema de marisco que se apoya en el sabor del caldo, el vino y las verduras, más que en un marisco carísimo.□

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



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

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

Ingredientes

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

Elaboración

1. Limpia bien los mejillones, retirando barbas y raspando las conchas. Colócalos en una olla amplia con el vino blanco, tapa y cocina a fuego medio hasta que se abran, unos 5 minutos. Retira del fuego.□
2. Separa la carne de las conchas, descartando cualquier mejillón que no se haya abierto, y cuela el jugo de la cocción; resérvalo porque será la base del sabor.□
3. Pica fino la cebolla, el puerro, el apio y la zanahoria. En una cacerola grande, calienta la mantequilla con el aceite y sofríe las verduras a fuego medio unos 8 minutos, buscando que queden tiernas pero sin que cojan color.□
4. Pela las patatas, córtalas en trozos pequeños y añádelas al sofrito. Incorpora el líquido de los mejillones que tenías reservado y suma el caldo de pescado. Cuece a fuego medio 15–20 minutos, hasta que la patata esté muy blanda.□

5. Agrega los mejillones (puedes reservar algunos enteros para la decoración final) y deja que den un hervor suave un par de minutos más.□
6. Retira del fuego y tritura a conciencia hasta conseguir una crema fina y homogénea. Pasa la mezcla por un colador o chino fino para eliminar restos de concha o fibras y obtener una textura más elegante.□
7. Vuelve a poner la crema en la olla a fuego muy bajo, añade la nata y mezcla bien. Ajusta de sal y pimienta, cuidando de que no llegue a hervir para que la nata no se separe.□
8. Sirve bien caliente en platos hondos o tazas, coronando con los mejillones enteros reservados y un toque de perejil o eneldo fresco picado.□

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

□

146 Premios Agrocanarias 2025: los mejores vinos, quesos, gofios y sidras de Canarias ya tienen nombre

Un homenaje con forma de medalla al

trabajo del campo y el mar

[@ConcursoAgrocanarias](#)

Si el sector primario tuviera alfombra roja, esta vez no habría brillado por las lentejuelas, sino por el oficio. El **Auditorio de Tenerife Adán Martín** acogió el 11 de diciembre la entrega de los **Premios Agrocanarias 2025**, el certamen regional con el que el [Gobierno de Canarias](#) –a través del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA)– distingue la calidad de vinos, quesos, gofios y sidras del Archipiélago.



Se concedieron 146 premios, entre distinciones especiales y medallas de gran oro, oro y plata, dentro de los [Concursos Oficiales Agrocanarias 2025](#). El consejero **Narvay Quintero** felicitó a las personas premiadas y puso el foco donde suele estar el verdadero titular: en el trabajo diario que sostiene esta excelencia, reflejada en una participación que superó el medio millar de productos. Además, subrayó esa doble raíz canaria que no se contradice: el peso de una tradición

milenaria –el gofio como herencia de los primeros pobladores– y, al mismo tiempo, la incorporación de producciones más recientes como la sidra, ya plenamente integrada en el **paisaje gastronómico** actual.

Según defendió, la clave del éxito se está jugando en una combinación difícil de falsificar: mantener procesos artesanales respetuosos con el medio ambiente y, a la vez, evolucionar para responder a nuevos hábitos de consumo sin perder identidad.

En la misma línea, el **director del ICCA, Luis Arráez Guadalupe**, enmarcó estos concursos en las políticas de fomento del consumo de producciones canarias y en la necesidad de concienciar sobre su impacto: elegir producto local impulsa economía, protege paisajes agrarios y sostiene el medio rural. Tradición e innovación, sí; pero con una condición no negociable: que el territorio se note en el paladar. Y cuando un auditorio entero aplaude a un molino, algo se está haciendo bien, sin necesidad de filtros ni fuegos artificiales.

517 elaboraciones y cuatro ganadores absolutos: del tinto al tueste medio

Los números de **Agrocanarias 2025** hablan de competencia real, no de un “premio para todos”. Participaron 517 producciones: 227 vinos, 226 quesos, 41 gofios y 23 sidras. De ese universo, se concedieron 146 galardones y, además, quedó un cuarteto de ganadores absolutos que sirve como brújula para comprar con criterio, especialmente en fechas donde el carrito manda más que el discurso.

En el concurso de vinos, el máximo reconocimiento recayó en Brumas de Ayosa tinto, elaborado por la SAT Viticultores de la Comarca de Güímar bajo la Denominación de Origen Protegida Valle de Güímar (Tenerife); de las muestras recibidas de 60 bodegas, fueron reconocidas 59 en distintas categorías. En quesos, el título de **Mejor Queso de Canarias** fue para **El Minero**, un queso de leche cruda de cabra con cobertura de ceniza y *Penicillium candidum*, elaborado por **Granja Ara** (Tenerife), en un certamen que contó con 226 muestras de 73 queserías y repartió 61 premios.



Por su parte, en gofios, la máxima distinción se la llevó el gofio de millo de tueste medio de Molino de **Gofio Buen Lugar SL** (Firgas, Gran Canaria), bajo la IGP Gofio Canario, elegido entre 41 productos de 11 molinos en una edición que otorgó 18 premios. Finalmente, en sidras, la mejor de Canarias fue La Mirla Sidrera espumosa natural, de **Bodega Castro y Magán SL** (Tijarafe, La Palma), seleccionada entre 23 muestras de nueve lagares, en un concurso que otorgó ocho galardones.

Cuatro productos, cuatro islas o comarcas distintas, y un mensaje implícito: el archipiélago compite consigo mismo... y gana. Más allá de los nombres, el palmarés dibuja un mapa: la **viticultura de valle**, la quesería que juega con afinados y coberturas, el cereal tostado que sigue siendo desayuno y recetario, y una sidra que demuestra que también aquí se fermenta con ambición.

Cata ciega y criterio experto: así se decide la excelencia en Agrocanarias

Que un premio sea creíble no depende del escenario, sino del método. En Agrocanarias, la decisión se tomó con **cata ciega**: las muestras se presentaron con un código numérico y fueron evaluadas sin que el panel conociera qué producto tenía delante, un blindaje imprescindible para que el mérito pese más que la etiqueta. En total participaron 71 catadores y catadoras expertos, distribuidos por especialidades: 23 de queso, 22 de vino, 18 de gofio y 8 de sidra.



Es un dato técnico, sí, pero también cultural: cuando un jurado así se toma el tiempo de comparar, ajustar y puntuar, la medalla deja de ser adorno y pasa a ser herramienta para el consumidor y para el productor. En un mercado donde el lineal y el algoritmo presionan, esa credibilidad se traduce en algo muy concreto: más confianza, mejor posicionamiento y, con suerte, un precio más justo para quien produce.

Además, el concurso funciona como termómetro del año: detecta estilos, afinados, tostados y fermentaciones que van ganando espacio, y obliga a afinar –literalmente– a quienes quieren

repetir en la foto. La gala, presentada por los periodistas **Miguel Ángel Daswani y Yaiza Díaz**, tuvo además un tono muy canario, sin postal forzada: la música del timplista **Benito Cabrera**, el guitarrista **Tomás Fariña** y la vocalista **Paula Gómez** acompañó una ceremonia en la que se mezclaron instituciones y oficio real.



Asistieron personas premiadas de todas las islas, el equipo directivo de la Consejería, representantes de cabildos, organizaciones profesionales agrarias, cofradías de pescadores y consejos reguladores de distintas denominaciones de origen protegidas, además de empresas del sector primario y organizaciones de productores.

También se contó con personal docente y alumnado de la Escuela de Capacitación Agraria de Tacoronte, que, en términos prácticos, es decirle a la próxima generación: esto va de futuro, no de nostalgia.

“Regala Agrocanarias” y el reconocimiento al punto de venta que más apuesta por lo local

La última pieza del engranaje no está en el campo ni en el lagar: está en el punto de venta. Durante el acto se proyectó el vídeo de la campaña “Regala Agrocanarias”, difundida en redes e inspirada este año en la leyenda de San Borondón, con una guía interactiva que facilita localizar establecimientos donde se comercializan producciones premiadas.



En esa publicación se incluye un listado de puntos de venta en varias islas y tiendas online, y se pone el foco en un mensaje sencillo: si el consumidor quiere comprar producto ganador, se le quita el trabajo de adivinar dónde encontrarlo.

De hecho, la guía reúne 27 establecimientos identificados como “Agrocanarias Friendly” y agrupa centenares de referencias premiadas a lo largo del año, con datos de contacto, ubicación y catálogo disponible por tienda.

En paralelo, dentro de la propia gala se reconoció al punto de venta con mayor número de elaboraciones galardonadas en esta edición: el premio **Agrocanarias Friendly** recayó por tercer año consecutivo en la tienda “De la Tierra”, de Alejandro Díaz, en el **Mercado de La Laguna** (Tenerife), con 78 elaboraciones distinguidas entre su oferta.

Este tipo de reconocimiento, aunque parezca secundario, es clave: sin distribución, la medalla se queda en vitrina; con distribución, se convierte en compra recurrente y en apoyo tangible al sector primario. Para consultar la relación completa de productos galardonados y seguir la ruta de compra, el concurso mantiene actualizado su directorio online (más info en <https://concursosagrocanarias.com/>), útil tanto para el público como para la hostelería que quiere incorporar referencias premiadas.

La herramienta está pensada, además, para la temporada navideña: permite explorar categorías, descubrir novedades y localizar dónde comprar, con el objetivo declarado de impulsar el consumo de producto canario. En esta edición se ha señalado que el directorio incorpora alrededor de 650 productos premiados durante 2025.

Taste Buds y noma Copenhagen 2026: la llave de acceso al nuevo noma

[@TasteBuds](#)

Taste Buds y noma Copenhagen 2026 son, ahora mismo, uno de los movimientos más interesantes del universo fine dining mundial: una mezcla de club gastronómico, laboratorio creativo y acceso privilegiado a uno de los restaurantes más influyentes del planeta. Lo que hasta hace poco era un sueño de lista de deseos –conseguir mesa en noma, volar a Copenhague y vivir una de esas cenas que marcan época– se está transformando en algo distinto: una comunidad global de iniciados que siguen el proyecto de René Redzepi no solo desde la mesa, sino también desde la despensa de casa, la pantalla del ordenador y, por supuesto, el calendario de viajes.



Después del anuncio del cierre del noma “clásico” como restaurante de servicio regular y su reconversión en laboratorio y plataforma de productos, el equipo ha ido dibujando un modelo híbrido: temporadas puntuales, pop-ups, I+D aplicada y una línea de condimentos que lleva el lenguaje nórdico contemporáneo a cualquier cocina del mundo. Taste Buds es el formato que articula todo eso: una membresía anual de Noma Projects que, además de enviar productos en exclusiva, abre puertas a eventos, visitas y, desde 2026, a una nueva temporada de noma en Copenhague reservada solo para socios.



En este contexto, no estamos ante una simple suscripción gourmet, sino ante una manera muy concreta de entender hacia dónde puede evolucionar la alta cocina internacional cuando

decide trabajar con menos cubiertos y más comunidad.

Qué es realmente Taste Buds: la membresía de Noma Projects

[@RenéRedzepiNoma](#)

Taste Buds es la membresía anual de **Noma Projects**, la plataforma con la que el equipo de **René Redzepi** ha decidido seguir experimentando tras el final del noma como restaurante de servicio continuo. En lugar de que todo pase por conseguir un número de reserva en Copenhague, el proyecto propone una comunidad global de aficionados avanzados a la alta cocina, la fermentación y el sabor umami, que comparten un mismo punto de partida: pagar una cuota anual y tener acceso durante un año entero a los experimentos más recientes del test kitchen y del laboratorio de fermentación.









La inscripción para **Taste Buds 2026** se abrió el **14 de octubre de 2025** y se mantiene activa hasta el **31 de diciembre**, con un

sistema de compra online, confirmación por correo electrónico y acceso a un portal privado donde se centralizan contenidos, descuentos y gestión de envíos. La membresía funciona como un pago único anual –no como una renovación automática– y cuenta con dos niveles: Unboxed, que concentra el “core” de productos y contenidos, y Unlocked Copenhagen, que suma el acceso prioritario a la temporada noma Copenhagen 2026 y a una agenda ampliada de eventos presenciales.

Todo ello se rige por la legislación danesa de contratos con consumidores, con Noma Projects (NP 2021 ApS) como titular del servicio y con un marco legal muy similar al de cualquier suscripción digital seria en la Unión Europea, pero aplicado a uno de los laboratorios gastronómicos más influyentes del planeta.

Qué incluye la membresía Taste Buds 2026

El corazón de Taste Buds son cuatro envíos anuales con productos inéditos del laboratorio de noma, que en 2026 se planifican para salir de Copenhague en febrero, mayo, agosto y noviembre, todos ellos con envío incluido dentro de la cuota. En cada entrega llegan condimentos, salsas, garums, fermentos y otros prototipos que normalmente solo se prueban en el entorno del test kitchen y que, en muchos casos, nunca llegan a la tienda general de Noma Projects: pumpkin seed praline, aceites de koji, garums profundos, vinagres de rosa silvestre, salsas de maíz y yuzu o reinterpretaciones de la barbacoa nórdica son algunos ejemplos de cajas anteriores.



A estos envíos se suman dos kits de fermentación doméstica con materias primas, manuales detallados, vídeos y directos con el equipo de fermentación, pensados para que el socio pueda reproducir en casa algunos de los procesos que han definido el lenguaje culinario de noma. Además, la membresía incorpora merch y herramientas diseñadas específicamente para Taste Buds –útiles, algo raras y muy “noma”–, acceso al Projects Feed con recetas, “how-to” y explicaciones técnicas, así como una invitación permanente para visitar con un acompañante las instalaciones de Noma Projects en Copenhagen, con recorrido guiado y degustación de productos en desarrollo.

A nivel digital, el socio cuenta con un canal privado (tipo Discord) donde puede intercambiar dudas y resultados con otros miembros, participar en Q&A y en cook-alongs con el equipo, y recibir recordatorios sobre nuevos lanzamientos, eventos y oportunidades de viaje. El resultado, en la práctica, es una especie de “backstage permanente” al que se asiste sin salir

de casa, pero con el billete a Copenhague sobre la mesa.

Condiciones, derechos y letra pequeña para el comensal global

En términos legales y logísticos, Taste Buds 2026 se comporta como una suscripción online bien estructurada, pero con algunas particularidades que conviene tener claras antes de comprar, sobre todo si se viaja desde Canarias o cualquier otro punto fuera de Dinamarca. Por un lado, el precio de la membresía Taste Buds 2026 en su versión Unboxed se sitúa en 5.040 coronas danesas (en torno a 675 euros al cambio actual), con pago único anual y posibilidad de fraccionar el importe mediante PayPal, mientras que la opción Unlocked Copenhagen añade el acceso prioritario a la temporada de noma en Copenhague y otros beneficios presenciales, con un precio superior.









El marco de derechos del consumidor danés garantiza 14 días naturales para cancelar la adhesión desde la compra, con reembolso completo por el mismo método de pago y sin necesidad de justificar el motivo; una vez superado ese plazo, la cuota anual no se devuelve, ni total ni parcialmente, aunque el socio decida no utilizar todos los contenidos, no asistir a eventos o renuncie a viajar.

La membresía no es renovable de manera automática: hay que volver a inscribirse cada año, y solo el nivel Unboxed puede regalarse mediante un sistema de voucher que el destinatario canjea antes del cierre de inscripciones.

En cuanto a la logística, Noma Projects envía actualmente a buena parte de Europa, Norteamérica, Australia, Nueva Zelanda, Singapur y Japón, con servicio Delivered Duties Paid (DDP) para Estados Unidos –es decir, tasas e impuestos incluidos en el precio– y posible aplicación de aranceles locales en el

resto de regiones según la normativa de importación de cada país. Es fundamental mantener los datos de envío actualizados, ya que los términos especifican que no se reponen los envíos perdidos por direcciones desactualizadas, y también conviene tener presente que el descuento del 10 % en la tienda de Noma Projects se aplica a productos y merchandising, pero no a experiencias de restaurante ni a otras suscripciones.

El giro clave: noma Copenhagen 2026 solo para miembros Taste Buds

La gran novedad –y el verdadero “gancho” para el mundo de la alta cocina– es que noma ha anunciado una temporada de restaurante en Copenhague en otoño de 2026 reservada exclusivamente a miembros de Taste Buds en su nivel Unlocked Copenhagen. Después de la anunciada transformación del restaurante en laboratorio y de una etapa con pop-ups internacionales, incluida una próxima temporada en Los Ángeles entre la primavera y el verano, el equipo regresará a su ciudad de origen para abrir una nueva season de cenas y eventos a partir de finales de agosto de 2026, concebida como una oportunidad poco frecuente de volver a vivir noma en Copenhague... pero solo si se forma parte del club.



**La membresía, eso sí, no incluye el menú
ni garantiza una mesa en cualquier fecha:**

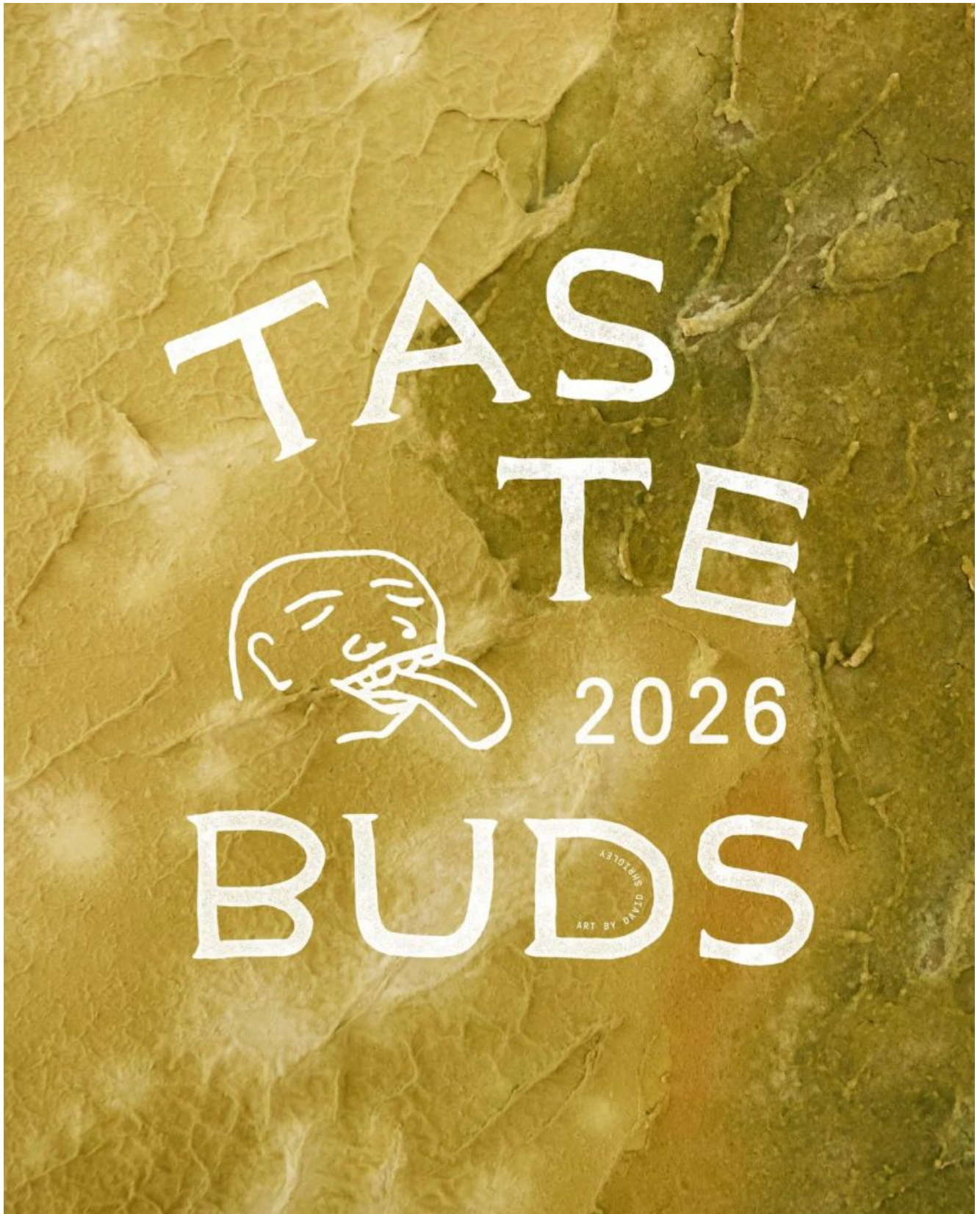
actúa como filtro y prioridad de acceso.

Los socios Unlocked recibirán, con antelación suficiente, un enlace especial para reservar una mesa compartida para dos personas en fechas concretas, con cupos limitados y asignación por orden de solicitud; además, contarán con admisión gratuita a un gran Taste Buds Fall Event en Copenhagen, previsto para septiembre u octubre de 2026, con talleres junto al equipo de noma, demostraciones en Noma Projects y posibilidad de reservar experiencias gastronómicas complementarias por toda la ciudad. Los miembros Unboxed podrán optar a entradas para ese evento si sobra capacidad, siempre con prioridad para los Unlocked, y deberán comprar sus tickets de forma independiente.

Con esta estructura, noma mantiene un equilibrio claro: el restaurante deja de ser un destino “abierto al mundo” en cualquier momento del año para convertirse en una temporada muy acotada, dirigida a una comunidad que ya ha demostrado compromiso previo con el proyecto a través de Taste Buds.

¿Para quién merece la pena Taste Buds? Claves para el lector de Canarias Gourmet

Para un público como el de Canarias Gourmet –viajero, curioso y dispuesto a organizar un viaje en torno a una gran comida– Taste Buds es algo más que una suscripción gastronómica: es un salvoconducto hacia la próxima encarnación de noma y, al mismo tiempo, una manera de traer ese espíritu de laboratorio hasta la cocina propia.



Tiene sentido para quienes ya están dispuestos a volar a Copenhague o a Los Ángeles por una experiencia de alta cocina, y que disfrutan trasteando en casa con fermentos, garums y condimentos que rara vez salen de un R&D de restaurante de vanguardia; también para cocineros profesionales, sumilleres y

aficionados avanzados que quieren seguir de cerca cómo piensa uno de los equipos que más ha influido en la gastronomía mundial de las últimas dos décadas.

En cambio, el formato no está diseñado para quien solo quiere “tachar noma de la lista” al menor coste posible: la cuota, la logística internacional de los envíos, los posibles aranceles en algunos países y la ausencia de una garantía absoluta de mesa obligan a entender que se está pagando por formar parte de un proyecto creativo de largo recorrido, no por un paquete turístico todo incluido.

Desde la óptica de un lector canario –acostumbrado a viajar para comer bien, pero también a valorar el producto local y la fermentación como herramientas de identidad–, la pregunta no es solo si compensa económicamente, sino si interesa participar en esta nueva fase de noma, en la que el restaurante se comporta casi como un club privado global: menos cubiertos, más comunidad y un relato que ya no se escribe solo en la sala de Copenhague, sino también en cada cocina donde aterriza una caja con el sello de Noma Projects.

Para algunos, pertenecer a esa comunidad y sentir que se acompaña en directo la evolución del legado de noma será, por sí mismo, el verdadero lujo.

II Premios Volcanic Xperience: Canarias consolida su apuesta histórica por el producto local

El Espacio Mutua Tinerfeña de La Laguna fue escenario, este 4 de diciembre, de algo más que una entrega de premios. Allí, el **Gobierno de Canarias**, a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria y la empresa pública **GMR Canarias**, puso cifras, rostros y proyecto común a una idea que lleva años repitiéndose en discursos y foros: el producto local no es sólo una etiqueta en la carta ni un reclamo turístico, sino una política estructural que atraviesa al sector primario, a la gastronomía, al turismo, a la industria y a la educación.



Los **II Premios Volcanic Xperience** han servido para cerrar el balance anual de la estrategia **Crece Juntos**, que en 2025 ha incrementado sus acciones un 171%, hasta alcanzar 415 intervenciones en todas las islas y consolidar 359 operaciones de exportación de **producciones canarias** hacia mercados nacionales e internacionales. En el escenario, productores, cocineros, una aerolínea, un club deportivo y un proyecto vitivinícola de **El Hierro** dibujaron un mapa claro: cuando el sector primario se conecta con quienes cocinan, transportan, comunican y consumen, el territorio deja de ser un eslogan para convertirse en una cadena de valor real, medible y con futuro para quienes viven de la tierra y del mar.

Crece Juntos: cuando la política pública llega al plato

Crece Juntos nació como una estrategia para conectar mundos que, durante demasiado tiempo, caminaron en paralelo: agricultores, ganaderos y pescadores por un lado; hoteles, restaurantes, industria agroalimentaria, centros educativos y operadores turísticos por otro. En 2025, este programa ha dado un salto cuantitativo y cualitativo: el incremento del 171% en sus acciones y las 415 intervenciones registradas en todas las islas hablan de una red cada vez más tupida de acciones formativas, encuentros profesionales, misiones comerciales, acompañamiento técnico y promoción específica del producto local.



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

El consejero **Narvay Quintero** lo resumió subrayando que se están generando “oportunidades reales” y proyectando “la calidad de lo nuestro mucho más allá de las islas”, reforzando el peso del sector primario en la economía local. Traducido al lenguaje de la gastronomía, significa algo muy sencillo: **si hoy un comensal se encuentra en la misma mesa un queso de Gran Canaria, un vino de El Hierro y un aceite de Tenerife, no es casualidad ni moda pasajera; es la consecuencia de una estrategia que ha decidido tratar al producto local como política de Estado y no como recurso decorativo.**

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

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







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

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



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

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



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

Dinamiza Rural: 46 municipios pequeños haciéndose grandes desde el territorio

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

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

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

erience
s del
tro y













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

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

Una Canarias que se explica a través de lo que produce

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





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

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

creación.

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



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

Un factor que ninguna máquina puede

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

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

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

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

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

plato, justo ese, debe emocionar.

¿Fin del cocinero o renacimiento del oficio?

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

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



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

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

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

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

Agenda

Gastronómica

Canariasgourmet! del 28 al 30 noviembre

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

Tenerife: capital, sur y norte a bocados

Feria Gastronómica de Tapas y Vinos · Santa Cruz

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

☐



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

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

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

□

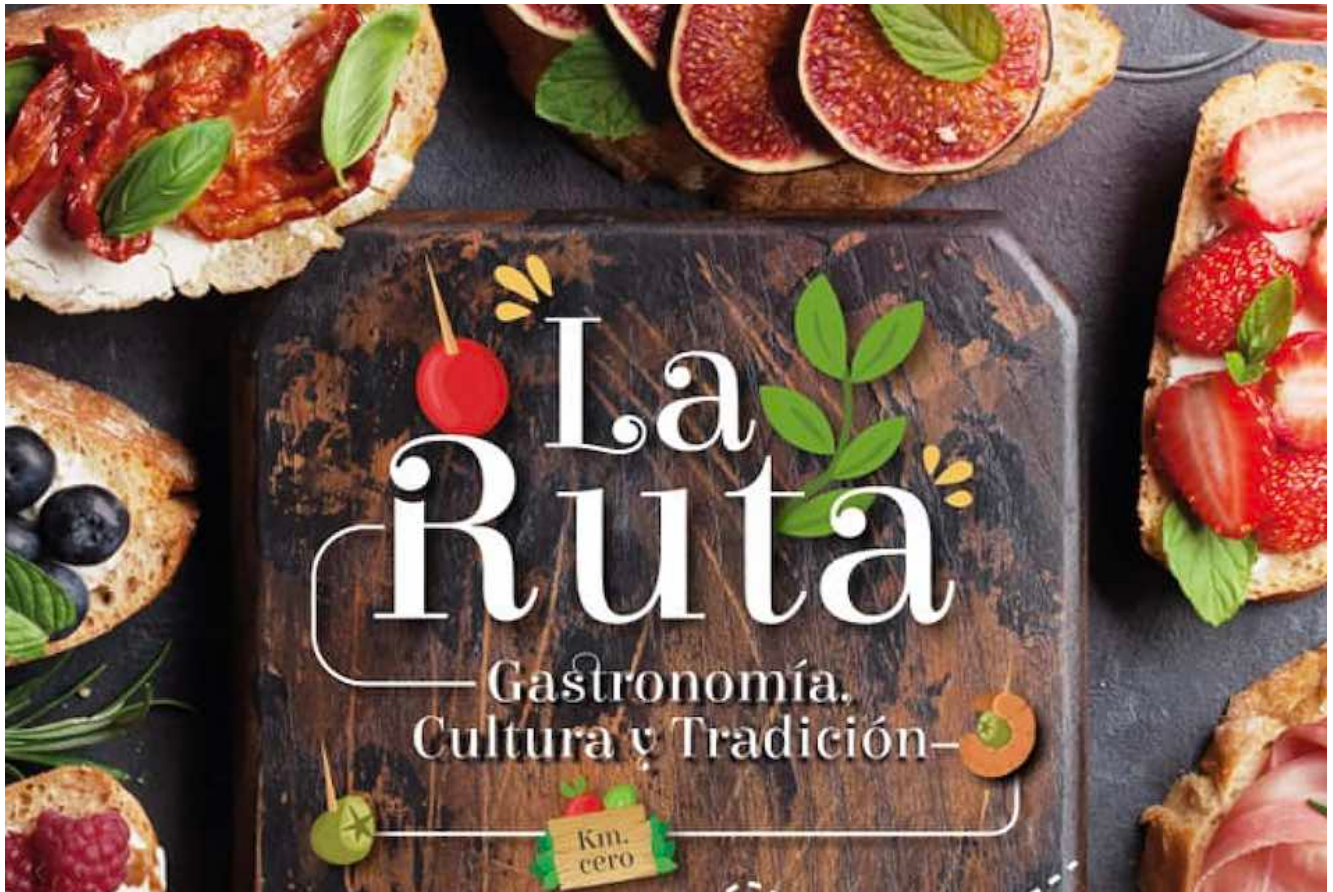


- Cuándo: sábado 29 de noviembre, aprox. 16:00 a 01:00 h. □
- Dónde: Casco histórico de Adeje (Calle Grande y Plaza de España). □
- Info pública:
 - Evento en agenda: [Informacion](#) □ □

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

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

□



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

The Champions Burger – Island Edition • Tenerife

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

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

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



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

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

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

San Andrés: vino nuevo, castañas y tablas

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

Fiesta del vino y las castañas 2025 – Por San Andrés

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

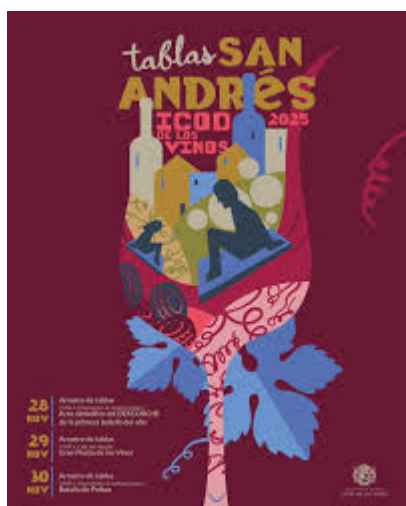


□Este año cambiamos de escenario y de municipio. La cita se traslada a El Rosario, concretamente a La Esperanza, donde nos recibirá el [Restaurante El Chismoso](#) (922 28 42 50), situado junto al mercadillo, en la carretera general que sube a Las Cañadas. El encuentro será el sábado 29 de noviembre,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

[@RestElChismoso](#)

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

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



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

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

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

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

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

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

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

Fiestas de San Andrés 2025 – La Guancha

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



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

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

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

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

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

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

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

Lanzarote: brindar con el vino nuevo

Festival del Descorche 2025 · Tías

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



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

tr
as
ge
ne
ra
ci
ón

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

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

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

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

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

Gastro – Saborea Teror • Ruta de pinchos y tapas

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



Feria del Tomate • La Aldea de San Nicolás

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

Feria del 2025 La Aldea de San Nicolás tomate

28
29

noviembre



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

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

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

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



▪ Cuándo: 28 y 29 de noviembre. □

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

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

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

Sala, el arte de lo intangible: Miguel Otero Prol inaugura la nueva sección “Hablemos de Sala”

Sala, el arte de lo intangible... La mayoría cree que el servicio es aquello que se ve; quienes han vivido una sala saben que es todo lo contrario. Lo esencial ocurre en lo que no llama la atención: en la mirada que anticipa, en el gesto que evita un error, en la pausa que permite que el comensal respire y disfrute sin que nada perturbe ese equilibrio.

Ahí, en esa frontera donde convergen técnica, sensibilidad y liderazgo, **Miguel Otero Prol** ha construido una trayectoria que

lo sitúa entre las grandes voces del servicio en [España](#). Galardonado con el premio a la **Mejor Sala de España en 2016**, formador apasionado y referente en la dignificación del oficio, inicia hoy un nuevo capítulo: dar a la sala el lugar que merece dentro del discurso gastronómico.

Un referente que ha elevado la profesionalidad del servicio

Su carrera está sostenida por la coherencia, la formación continua y una visión pedagógica que ha marcado a varias generaciones en Canarias. Ha sido supervisor de servicios en [hoteles](#) de renombre, jefe de sala en restaurantes emblemáticos de Tenerife y docente de alumnos que hoy habitan comedores donde la excelencia no es opcional.



Miguel defiende que la hospitalidad de calidad se construye desde el conocimiento, el criterio y la responsabilidad. Para él, la sala no es un espacio pasivo: es un engranaje técnico que exige precisión, constancia y una lectura emocional del comensal que solo adquiere quien vive el oficio desde dentro.

Su compromiso con la educación ha impulsado colaboraciones entre el sector gastronómico y las instituciones formativas, abriendo caminos a jóvenes talentos que necesitan referentes sólidos para crecer. En ese cruce entre experiencia y vocación nace la oportunidad de compartir un conocimiento que no siempre encuentra escenarios adecuados.

Nace “Hablemos de Sala”: un espacio para reflexionar, aprender y transformar

Desde esa mirada integral surge **“Hablemos de Sala”**, la nueva sección de **Canariasgourmet.es** concebida como un foro vivo donde se analizará el presente y futuro del servicio. Su objetivo es ambicioso: dotar al sector de herramientas reales, visibilizar la importancia del personal de sala y generar conversaciones que ayuden a reconstruir la imagen pública de un oficio imprescindible.



A lo largo de las próximas entregas, Miguel abordará cuestiones que marcan la agenda del sector:

- la necesidad de reforzar la formación,
- las claves del liderazgo en sala,
- estrategias para gestionar servicios complejos,
- anécdotas didácticas que nacen en el fragor del pase,
- entrevistas a referentes nacionales,
- y reflexiones sobre el impacto emocional y técnico que define la hospitalidad contemporánea.

La sección también dará espacio a los retos actuales: la crisis de personal, la falta de vocaciones, el esfuerzo invisible detrás de cada servicio y la urgencia de revisar los modelos de gestión para garantizar un futuro sostenible en la restauración.

Un puente entre generaciones y una mirada profesional que suma

“Hablemos de Sala” nace para unir dos mundos indispensables: la experiencia de quienes llevan décadas sosteniendo la

hospitalidad desde dentro y la energía de quienes comienzan. La intención es crear un punto de encuentro donde los expertos puedan transmitir sabiduría práctica y los jóvenes encuentren respuestas, inspiración y herramientas para crecer e inspiración para esta magnífica profesión.

También pretende sensibilizar al consumidor sobre el valor real de la sala: no es un complemento; es el hilo que conecta la cocina con la experiencia.

Con esta nueva sección, **Canariasgourmet.es** refuerza su compromiso con la excelencia, la formación y el reconocimiento profesional. La cocina emociona; la sala conecta. Y cuando ambas corrientes dialogan con la misma intensidad, el comensal lo nota sin que nadie tenga que explicarlo.

Esa será la columna vertebral de esta nueva etapa: una invitación a mirar el servicio como lo que es, **una disciplina que se percibe sin mostrarse y que transforma la experiencia gastronómica desde su silencio.**

El estreno oficial de “Hablemos de Sala” será la próxima semana, cuando publicaremos la primera entrega firmada por Miguel Otero Prol, dando comienzo a un espacio que marcará un antes y un después en la conversación gastronómica del archipiélago.

Alberto Fortes: el cocinero que volvió a casa para

escribir un nuevo capítulo en la gastronomía canaria

La emoción empieza en una casa, no en un restaurante

Antes de que un restaurante abra sus puertas, existe un momento invisible donde todo se define: el instante en que el cocinero, sin público ni pretensión, cocina como realmente quiere cocinar. No hay cámaras, no hay presión de servicio, no hay mise en place perfecta –hay producto, memoria y ese impulso íntimo que separa al chef técnicamente brillante del cocinero que emociona.

Eso fue lo que ocurrió en [Santa Úrsula](#), en la casa de Alberto Fortes y Roxana, en un almuerzo que nos permitió ver –y probar– la columna vertebral de lo que será Malvasía, su nuevo restaurante en la Urbanización La Paz, **Puerto de la Cruz**. Aquella mesa reunió a Leonor Mederos, Tito –vecino, músico venezolano y dueño de una sensibilidad que abraza– y nosotros, en un ambiente donde la música no acompañaba: narraba. Y mientras todo fluía con naturalidad, pensé en algo que siempre he creído: **admiro profundamente a los autodidactas, a esos profesionales que no se crían en corrales, sino en dehesas abiertas de pensamiento, donde el conocimiento no se limita por paredes, sino que se alimenta de curiosidad, intuición y mundo.**









Entre melodías que recordaban serenatas antiguas y copas generosas, Fortes cocinaba un marmitako que no pretendía

impresionar, sino contar la verdad de un territorio. Una verdad que huele a sofrito lento, a patata cascada, a caldo honesto y a atún de aleta amarilla que entra al final, sellado, jugoso, vivo. Ese guiso, más cuna que receta, fue la primera muestra de que [Malvasía](#) no será un restaurante que cocine para la foto, sino para la memoria, para el territorio y para el alma del comensal que busca algo más que técnica.

Un cocinero con memoria, técnica y mundo

La trayectoria de Alberto Fortes no se entiende sin el viaje. Nació en Canarias, creció entre las recetas de su madre y sus abuelas –una canaria, otra peninsular–, y desde temprano sintió que la cocina necesitaba más que recetas: necesitaba paisaje, cultura, historia, arte y vida. Se formó en Europa, cocinó en América, absorbió sensibilidades, productos y maneras de mirar el oficio que hoy se perciben en cada uno de sus platos.









Pero si hay un lugar que lo marcó especialmente fue **Perú**, donde entendió el producto desde otra filosofía: la acidez como lenguaje, la cocina como patrimonio colectivo, la técnica como herramienta al servicio de la emoción. Allí, además, encontró a Roxana, peruana, hoy su compañera de vida y proyecto. Ese vínculo no es un detalle sentimental: es una influencia gastronómica real. En su cocina conviven Canarias y Perú sin estridencias, sin moda, sin querer “fusionar”; conviven porque forman parte de su biografía.



Fortes ha sido cocinero, profesor, divulgador, escritor y viajero. Ha defendido la cocina canaria cuando pocos lo hacían con rigor. Ha insistido en que la tradición no es un museo, sino un organismo vivo. Su estilo se sostiene sobre una frase que lo resume con nitidez: **“Cocinar con libertad”**. Y esa libertad no es falta de disciplina; es consecuencia de haber entendido el mundo desde muchos fogones, desde muchas mesas y desde muchas geografías.

Malvasía: donde todo lo vivido encuentra su forma

El restaurante que ahora está a punto de abrir en el Puerto de la Cruz no es un proyecto repentino. Es la consecuencia natural de una vida. **Malvasía** toma su nombre del vino que definió el comercio y el paisaje del **Valle de La Orotava**, el mismo vino que viajó a Inglaterra, a América, a Shakespeare, a la Constitución de los Estados Unidos. Ese vino que salió

desde el antiguo muelle del **Puerto de la Cruz** y que convirtió a Tenerife en un lugar que el mundo reconocía por su sabor.

Ese legado histórico se convierte en concepto gastronómico en manos de Fortes. Malvasía no pretende recrear el pasado; pretende dialogar con él. La cocina que ofrecerá será identitaria, libre, respetuosa, con un producto que manda y un territorio que narra. Será un espacio donde la **gastromanía** –esa pasión absoluta por cocinar sin limitaciones– y la **vinoterapia** –el vino entendido como territorio líquido, memoria y relato– se unirán para proponer una cocina que no compite con nadie porque no imita a nadie.

Una cocina honesta, de raíz, de mundo y de emoción. Un restaurante que quiere sumar profundidad a la escena del norte de Tenerife sin ruido, sin artificio, sin postureo.

La comida en Santa Úrsula: la excusa perfecta para entenderlo

El almuerzo compartido en Santa Úrsula no fue una degustación ni una presentación anticipada de carta. Fue una conversación servida en platos. El marmitako, la ventresca de patudo con papas negras y mojo de cilantro, el tiradito de atún de aleta amarilla y esa causa limeña delicada con atún atlántico... no eran recetas para mostrar habilidad: eran retratos.











Platos que hablaban de viaje, de memoria, de técnica y de un respeto absoluto por el sabor. Platos que explicaban mejor que cualquier discurso qué es Fortes y qué será Malvasía. Aquella mesa confirmaba algo evidente: **el restaurante ya existía, aunque aún no tuviera paredes**. Existía en la sensibilidad, en la hospitalidad natural de Roxana, en el piano de Tito, en las historias compartidas y en esa manera de cocinar que solo tienen los chefs que han encontrado su camino: sin miedo, sin necesidad de convencer, sin más pretensión que emocionar.

Reservas e información

Quienes deseen descubrir Malvasía desde su apertura podrán hacerlo en la **Avenida Marqués de Villanueva del Prado 11, 38400 Puerto de la Cruz, Tenerife**, un enclave que conecta de forma natural con la historia vitivinícola del valle y la filosofía del proyecto.

Las reservas pueden realizarse llamando al **+34 922 89 03 61**, donde el equipo ofrecerá información actualizada sobre

horarios, disponibilidad y particularidades del menú. A medida que el restaurante avance en su apertura, se habilitarán nuevos canales de comunicación y detalle de la propuesta gastronómica.

Lo que viene... merece ser esperado

Alberto Fortes llega a Malvasía con madurez profesional, claridad creativa y una identidad que no necesita gritar para dejar huella. Lo que vimos y probamos en Santa Úrsula fue más que un almuerzo: fue una revelación. La confirmación de que Malvasía no será un restaurante más, sino un lugar donde la cocina habla en serio, donde el territorio se respeta, donde el producto se escucha y donde el sabor tiene memoria.

El Hierro pone en valor su patrimonio gastronómico con la ‘Feria del Cordero en Familia’

[@FeriadelCordero](#)

El Hierro. – Con esta jornada, organizada por la [Asociación de Criadores de la Raza Ovina Canaria](#), con la colaboración de **Gobierno de Canarias**, a través de **GMR Canarias** y su marca **Volcanic Xperience**, y de las corporaciones locales de Valverde y El Pinar, se busca poner en valor esta raza autóctona y su importancia para la conservación del entorno rural de la isla.

La Asociación de Criadores de la Raza Ovina Canaria de El Hierro (ACROC), el Gobierno de Canarias y los Ayuntamientos de Valverde y El Pinar presentaron este viernes, 21 de noviembre,

la 'Feria del Cordero en Familia', una iniciativa destinada a poner en valor la raza autóctona de oveja canaria y su importancia para la conservación del entorno rural de la isla, así como promover su consumo entre la población local y los visitantes.

El acto contó con la presencia del consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria del Ejecutivo canario, Narvay Quintero, así como de la presidenta de la Asociación de Criadores de la Raza Ovina Canaria de El Hierro (ACROC), Encarna Ramírez; el alcalde de Valverde, Carlos Brito; y las concejales de Turismo y de Desarrollo del Sector Primario del Ayuntamiento de El Pinar, Magaly González y Jaisan Morales.



La presidenta de ACROC, Encarna Ramírez, subrayó que “este encuentro, que ya celebra su tercera edición, busca fomentar el consumo de carne de cordero y recordar la importancia que tiene en la cultura gastronómica herreña”. Añadió que “la cita se ha convertido en una oportunidad para reunir a las familias en torno a un producto local de calidad, creando un espacio de encuentro y convivencia que refuerza las tradiciones y acerca

el sector primario a la ciudadanía”.

El consejero se refirió a este evento como “un ejemplo de cómo las administraciones, los agentes del sector primario, el sector de la restauración y la sociedad pueden unirse para visibilizar nuestros productos locales y garantizar la conservación de nuestras especies ganaderas autóctonas”.

“Este tipo de iniciativas no solo refuerzan la economía rural, sino que también transmiten a los consumidores y consumidoras la importancia de apostar por las producciones de proximidad, de mayor calidad y frescura, y los efectos positivos que el consumo local tiene para nuestro entorno más inmediato, contribuyendo a mantener nuestro medio rural, paisajes, tradiciones y un sector, el ganadero, estratégico en el Archipiélago”.

FIESTA DEL CORDERO EN FAMILIA

22 nov.



2025 - 3ª EDICIÓN

EL PINAR - PLAZA MATÍAS PADRÓN

12:00h. apertura

- › Presentación por parte de las autoridades
- › Entrega de agradecimientos, pequeñas esculturas diseñadas y elaboradas por don Rubén Armiche

música y entretenimiento

- › Parranda Amigos del Sur (Gran Canaria)
- › Cata de vinos
- › Cristito - Las Noches de Cristito
- › Trío Zapatista
- › Herreños Boys

gastronomía, chefs y restaurantes

- › D. Juanma García de "Restaurante Tropical"
- › Marco Ramírez, Valentín Ivanov Rodopski, Germán Ravelo y Carmen A. Granadillo Lobo de "ACROC. Asociación de Criadores"



Asimismo el alcalde de Valverde, Carlos Brito, destacó que “la Feria del Cordero en Familia demuestra que El Hierro sabe defender y poner en valor aquello que forma parte de su identidad”. Por ello, afirma que “desde el Ayuntamiento de Valverde seguiremos apoyando todas las iniciativas que

impulsen al sector primario, porque sabemos que detrás de cada productor, de cada ganadero y de cada familia, hay un esfuerzo diario que mantiene viva nuestra economía rural y nuestra idiosincrasia”.

Por su parte, la concejal de Turismo del Ayuntamiento de El Pinar, Magaly González, subrayó que “esta feria es una oportunidad para acercar a dos sectores esenciales, ganadería y restauración, ya que ambos son piezas clave para el desarrollo y la preservación de nuestra gastronomía y juegan un papel decisivo en el turismo y la sostenibilidad”.

En este sentido, añadió que “la conservación de nuestros paisajes y de nuestro territorio depende, en gran medida, del trabajo diario de los ganaderos y ganaderas”.

El evento, que cuenta con la colaboración de Gobierno de Canarias a través de GMR Canarias y su marca Volcanic Xperience, de las corporaciones locales de Valverde y El Pinar, de las cooperativas Ganaderos de El Hierro y Campo Frontera y la DOP Vinos de El Hierro, tendrá lugar este sábado, 22 de noviembre, a partir de las 12:00 horas en la plaza Matías Padrón, en El Pinar.

En su tercera edición contará con la participación de varios cocineros y cocineras, restaurantes de la isla y la asociación ACROC. Cada chef recibirá una decena de corderos junto con el material desechable necesario para su preparación, permitiendo a los asistentes degustar la carne en múltiples formas y elaboraciones.

A su vez, la jornada incluirá diferentes talleres y actuaciones musicales para el disfrute de toda la familia, conjugando la promoción gastronómica local como

motor económico y actividades culturales y de ocio.

El objetivo principal de este encuentro es sensibilizar a la población sobre la relevancia de esta raza autóctona y fomentar su consumo demostrando la versatilidad culinaria de esta producción, así como contribuir al impulso del sector ganadero de la isla.