

Los Colores del Hambre

Cómo el color, la luz y la composición despiertan el apetito en la mente del consumidor

Los Colores en los platos, sin duda, antes de que el tenedor toque el plato, antes incluso de que el aroma de la comida llegue a nuestras fosas nasales, hay un sentido que dispara el deseo de comer: la vista. Y dentro de ese mundo visual, hay un protagonista indiscutible que dirige la escena: el color.

Desde tiempos ancestrales, nuestro cerebro ha aprendido a leer los colores como señales de supervivencia. El rojo podía significar fruta madura o carne fresca; el verde, hojas tiernas o alimentos seguros; mientras que lo azulado, lo gris o lo pálido advertían peligro, [descomposición](#) o carencia nutricional. Estos códigos cromáticos están tan arraigados en nuestro sistema límbico –el encargado de las emociones y la memoria– que todavía hoy siguen guiando nuestras elecciones alimenticias, aunque estemos frente a una pantalla y no en medio de la naturaleza.



En la actualidad, ese conocimiento instintivo ha sido decodificado, estudiado y –sobre todo– aprovechado. La neurociencia, el marketing gastronómico, la fotografía culinaria y el diseño de marca se han unido para afinar un objetivo común: estimular el apetito a través de estímulos visuales cuidadosamente orquestados.

Esta sinfonía del deseo tiene un eje claro: los colores del hambre. Comprender

cómo funcionan, por qué nos afectan y cómo usarlos estratégicamente puede marcar la diferencia entre una imagen que alimenta la vista y otra que, simplemente, pasa desapercibida.

Recorreremos el impacto neurológico del color en el apetito, su aplicación directa en la fotografía gastronómica, y cómo se utiliza en branding y entornos físicos para que la comida no solo se vea bien, sino que nos haga querer devorarla.

Color y apetito: una conexión cerebral y emocional

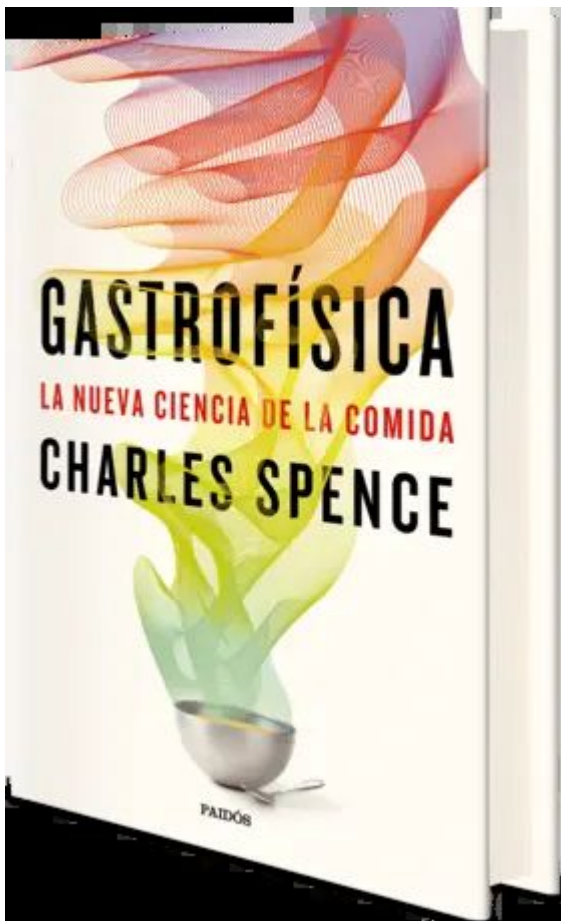
La forma en la que percibimos los colores no es solo una cuestión estética: es biológica, evolutiva y profundamente emocional. Cada tono que vemos activa áreas específicas del cerebro, algunas de ellas vinculadas directamente con la motivación, el deseo y el apetito.

La biología del color en el hambre

A nivel cerebral, los colores estimulan zonas relacionadas con la emoción (amígdala), la toma de decisiones (corteza prefrontal) y la memoria asociativa (hipocampo). Esto significa que ver un color no solo genera una impresión visual, sino una reacción afectiva inmediata. En el contexto alimentario, esto puede traducirse en hambre, repulsión o indiferencia.



Charles Spence



Charles Spence, investigador de la Universidad de Oxford y referente mundial en neurogastronomía, ha demostrado cómo el color de un alimento –o incluso del plato donde se sirve– puede alterar la percepción de su **sabor** y su valor hedónico. En sus experimentos, los mismos postres fueron evaluados como más dulces cuando se servían en recipientes de colores cálidos, como **rojo** o **naranja**, en comparación con otros más fríos o neutros.

Un estudio publicado en el [Journal of Sensory Studies](#) reveló que los consumidores asocian ciertos colores con propiedades específicas:

- Rojo: sabor intenso, alimentos calóricos, urgencia de consumo.
- Amarillo: energía, frescura, optimismo.
- Naranja: dulzor, calidez, abundancia.
- Verde: naturalidad, frescura, salud.
- Azul: rareza, artificialidad, saciedad.



Estas asociaciones no son casuales. El cerebro, a lo largo de la evolución, ha asociado el color con seguridad alimentaria. Los frutos rojos indican madurez y contenido energético. Las verduras verdes, frescura. Pero los alimentos azules... son una rareza en la naturaleza. Por eso el azul, aunque visualmente atractivo, suele inhibir el apetito. De hecho, se ha utilizado en experimentos como supresor de la sensación de hambre.

Fotografía culinaria: luz, brillo y texturas que “alimentan” la mirada

En gastronomía, no basta con que un plato sepa bien. En la era digital –donde la comida se consume primero a través de pantallas–, su apariencia visual es tan crucial como su sabor. Una receta perfecta puede volverse invisible si no se presenta con el lenguaje adecuado: luz, color, textura y composición. Y en ese lenguaje visual, hay un elemento que dispara el apetito como pocos: el brillo.

La magia del brillo: el secreto del “efecto jugoso”

El brillo en fotografía gastronómica es mucho más que una cuestión estética: es un código visual que nuestro cerebro traduce automáticamente como frescura, grasa, humedad y placer sensorial. Una capa de barniz brillante sobre una costilla caramelizada sugiere jugosidad y sabor intenso. El reflejo en una bebida helada con gotas deslizándose comunica frío y frescura inmediata. El queso fundido que chorrea con reflejos dorados se convierte en símbolo de indulgencia.









La clave está en la dirección y calidad de la luz: una luz lateral o rasante permite que las texturas sobresalgan, que los líquidos brillen, y que el alimento parezca casi tridimensional. No es casual que las mejores imágenes gastronómicas den la sensación de que podrías estirar la mano y tocar la comida.

- Un principio visual: lo brillante parece húmedo y sabroso; lo opaco, seco y apagado.
- Iluminación: más que luz, es atmósfera y emoción
- La luz no solo hace visible el alimento: construye una atmósfera emocional. En fotografía culinaria, la iluminación define el tono narrativo de la escena:
- Brillante y difusa (tipo día) transmite frescura, limpieza, comida saludable o veraniega.
- Cálida y lateral (estilo atardecer) sugiere calidez, hogar, tradición, comfort food.
- Luz dura y cenital puede comunicar crudeza o sofisticación, pero mal usada puede aplanar texturas y

restar apetito. La comida entra por los ojos, pero la luz es el tenedor invisible que nos la acerca.

El contraste con los bodegones oscuros

Los estilos de fotografía de alimentos inspirados en el claroscuro (caravaggiesco, bodegón flamenco, low key) pueden ser visualmente impactantes y artísticamente bellos. Sin embargo, tienden a evocar otros valores: elegancia, antigüedad, contemplación, pero no necesariamente hambre.

Una hamburguesa con pan opaco, sin brillos ni reflejos, en un fondo negro y sin detalles, puede lucir misteriosa o estética, pero carece del impulso visceral que genera una imagen “glow”. En cambio, esa misma hamburguesa iluminada con luz cálida lateral, pan brillante, carne húmeda y queso en fusión, frente a un fondo neutro ligeramente desenfocado, desata deseo inmediato.





La fotografía gastronómica no siempre busca mostrar la realidad, sino la mejor versión posible del deseo, podemos decir que es el erotismo gastronómico.

El estilismo culinario: trucos para provocar hambre visual

Los fotógrafos gastronómicos y estilistas profesionales utilizan estrategias específicas para amplificar el atractivo visual:

- Aceite atomizado o pincelado para dar brillo en carnes, panes y vegetales.
- Glicerina y agua para simular gotas de condensación en bebidas.
- Vapores artificiales (hielo seco, algodón) para transmitir calidez recién servida.
- Texturas resaltadas con luz que permiten que un bizcocho parezca esponjoso o una costra parezca crujiente.

En conjunto, estos recursos transforman lo comestible en irresistible. La fotografía gastronómica es mucho más que capturar un plato. Es una coreografía de luz, color, textura y emoción. El brillo —a menudo subestimado— es uno de los recursos más poderosos para activar el hambre visual. Porque en el mundo de la imagen, lo que se ve delicioso, ya empieza a saborearse en la mente.

Los Colores del Hambre: cuando ver es empezar a saborear

A lo largo de esta exploración, hemos recorrido un territorio que va más allá de lo culinario: nos adentramos en la psicología, la neurociencia, la estética y el marketing para entender una verdad que cambia la forma en que pensamos y presentamos los alimentos: comer no comienza con la boca, sino con la mirada.

Los colores no solo pintan los alimentos. Los activan, los anticipan, los venden y los transforman en deseo puro. Rojo, amarillo, naranja... no son solo pigmentos: son disparadores cerebrales, detonadores de antojos, códigos ancestrales que aún gobiernan nuestra relación con la comida.

Y cuando esos colores se combinan con luz, brillo y textura, el resultado es un lenguaje visual poderoso: uno que no necesita palabras para decir “cómeme”.

El marketing lo sabe. La fotografía lo explota. El [cerebro](#) lo interpreta sin dudar. Por eso, quien cocina, crea marcas, diseña menús o toma fotografías culinarias, no solo debe pensar en ingredientes o recetas, sino en emociones, en atmósferas, en cómo se ve el hambre. Porque el color no es un detalle: es una decisión estratégica, emocional y sensorial que define el éxito de una experiencia gastronómica.

Los colores del hambre no son una metáfora. Son un sistema sensorial real, profundo, invisible... pero absolutamente eficaz. Y dominarlos, entenderlos, aplicarlos, es tener la llave para transformar una simple imagen en una promesa de sabor. Una promesa que, incluso antes de probar el primer bocado, ya ha empezado a saciarnos.

“Hablan los Expertos”: Dos Vinos para Descubrir, por David Ghosn

En la sección “Hablan los Expertos” de Canariasgourmet.es, tengo el placer de recomendar dos vinos que, cada uno a su manera, representan la excelencia, la autenticidad y el carácter de sus tierras de origen. Uno nos lleva al corazón volcánico de **La Palma**, en Canarias; el otro, a las laderas heroicas de la Ribeira Sacra gallega. Ambos son testimonio de la pasión y el saber hacer de sus creadores.

Victoria Torres Lalo's Chupadero: La Palma en estado puro

Hablar de **Victoria Torres Pecis** es hablar de la esencia de **La Palma** embotellada. Su bodega, **Matías i Torres**, es un emblema de la **viticultura heroica canaria**, donde la tradición familiar y el respeto por el entorno se traducen en vinos únicos. **Lalo's Chupadero** nace en la parcela de Lalo, a 1.400 metros de altitud, cultivada por un viticultor octogenario que encarna el legado vivo del viñedo palmero. Aquí, las cepas viejas de **Listán Negro y Negramoll**, en pie franco y en suelos volcánicos de arcilla, arena y limo, dan lugar a un tinto de autenticidad arrebatadora.







LALO - chupadero

28° 75' 63" N

17° 94' 48" W



VICTORIA TORRES PECIS
VIÑAS & VINOS

Varietal
Parcela
Altitud
Viñas Vinos
Suelo

VINO

LA PALMERA

Product

Producción

Producción

Victoria & Torres

Pie

R.E. 161-700

victoriatorres



Victoria Torres Pecis

La **vendimia** manual y la **vinificación** artesanal -con racimos enteros, maceración corta y fermentación espontánea en barricas de roble francés- permiten que la expresión del terruño sea total. El resultado es un vino de capa media, con aromas a fruta **roja fresca**, notas de monte bajo, humo **volcánico** y un fondo mineral inconfundible. En boca, sorprende su frescura, su ligereza y su persistencia salina, reflejo de la brisa atlántica y la altitud. **Lalo's Chupadero** es un vino para quienes buscan emoción, historia y paisaje en cada copa.

Maridaje recomendado: Pescados grasos a la brasa, quesos de cabra curados y platos tradicionales canarios como el conejo en salmorejo.

Lacima: Elegancia atlántica desde la Ribeira Sacra

Desde Galicia, la bodega Dominio do Bibei nos regala [Lacima, un tinto de la D.O. Ribeira Sacra](#) que es pura elegancia y

profundidad. Elaborado mayoritariamente con **Mencía**, junto a Brancellao, Mouratón, Sousón y Garnacha tintorera, **Lacima** proviene de **viñedos viejos** plantados en empinadas laderas de pizarra, arcilla y granito, entre 300 y 700 metros de altitud. **La viticultura sostenible** y la vendimia manual son la base de este vino que, tras una cuidada crianza de 19 meses en barricas de roble francés y 6 meses en fudres, alcanza una complejidad y finura admirables.





En nariz, despliega **aromas** de cereza, especias, fresas silvestres y un delicado fondo mineral. En boca, es fresco, con taninos pulidos, gran volumen y una acidez vibrante que invita a seguir bebiendo. Lacima es un vino de largo recorrido, ideal para quienes buscan tintos con alma, capaces de evolucionar y sorprender en cada copa.

Maridaje recomendado: Carnes rojas a la brasa, caza menor, setas de temporada y guisos tradicionales gallegos.

Tanto **Lalo's Chupadero de Victoria Torres** como **Lacima de Dominio do Bibei** son vinos que van más mucho más allá de modas

y etiquetas. Son la voz de sus paisajes, la memoria de sus gentes, del arraigo a ese trabajo hecho desde el primer instante de cada cosecha y la prueba de que, en Canarias y Galicia, el vino sigue siendo un arte arraigado a la tierra, al corazón y a las **buenas tradiciones**. ¡Salud y buen vino!





“Hablan los Expertos”: Sobre David Ghosn

David Noel Ghosn es director ejecutivo de la Escuela de Hostelería de Las Palmas, sumiller y formador especializado en vinos, con una amplia trayectoria en la restauración y la docencia. Ha sido reconocido como tercer Mejor Sumiller de España y Embajador de Champagne, y es autor de varios libros sobre vino y servicio en sala.

“The Art of Food”: El Grupo Monkey celebra la XIII edición de sus Jornadas Gastronómicas en Bésame Mucho

[@BésameMucho](#)

Tenerife se convierte de nuevo en epicentro de la alta gastronomía con la llegada de “The Art of Food”, la esperada XIII edición de las **Jornadas Gastronómicas del Grupo Monkey**. Este año, el evento se traslada a **Bésame Mucho**, el elegante **restaurante** frente al mar ubicado en el sur de Tenerife, donde cada semana de mayo, cinco cocineros de prestigio—todos profundamente ligados a la identidad culinaria de Canarias—ofrecerán menús únicos y exclusivos que combinan raíz, vanguardia y emoción.

Con una trayectoria impecable que ha convertido a estas jornadas en una cita ineludible para gourmets, cocineros y prensa especializada, el **Grupo Monkey** reafirma su compromiso con la excelencia culinaria, la innovación con raíces y la proyección del talento canario dentro y fuera del archipiélago.

Cocina con alma: cinco chefs, cinco visiones del sabor canario

“The Art of Food” es más que un ciclo gastronómico: es una declaración de amor a la cocina de Canarias. Desde la memoria del fuego lento hasta las técnicas de la nueva cocina, cada uno de los cocineros participantes ofrecerá su interpretación

personal del territorio y el producto. El formato será en almuerzo y el menú de cada jornada tendrá un precio de 70 € (con maridaje opcional por 20 €).

9 de mayo | Braulio Simancas – El Silbo Gomero (Tenerife)

Uno de los nombres más respetados de la cocina canaria actual. **Braulio Simancas** es sinónimo de respeto absoluto al producto local, a la tradición y al sabor profundo de las islas. Desde su restaurante *El Silbo Gomero*, ubicado en **San Cristóbal de La Laguna**, ha sido un defensor incansable de la **despensa canaria**, reinterpretando recetas ancestrales con refinamiento técnico y sensibilidad contemporánea. Su talento ha sido reconocido con un **Sol Repsol** y el aplauso unánime del sector.

**Silbo
GOMERO**
Restaurante

Lázaro, Agustín
Título y diseño
Diseño y edición
Diseño y edición
Diseño y edición





16 de mayo | Jonay Hernández – La Vieja de Jonay Hernández (Mallorca)

[@Lavieja](#)

Cocinero rebelde y profundamente emocional, Jonay ha logrado lo que parecía imposible: exportar la esencia de la **cocina canaria** a Mallorca sin perder un ápice de identidad. **La Vieja** es una oda irreverente a sus raíces, donde el mojo, el gofio y los aromas del Atlántico conviven con técnicas modernas y una

puesta en escena vibrante. Su estilo canalla y provocador es tan sabroso como honesto.





La Vieja



22 de mayo | Safe Cruz – Gofio (Madrid)

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

Galardonado con una estrella **Michelin** y dos **Soles Repsol**, Safe Cruz es uno de los grandes estandartes de la **cocina canaria** moderna. Su restaurante Gofio, en el corazón de Madrid, ha sido el altavoz perfecto para llevar el alma de Canarias al centro de la península. Con [platos](#) cargados de emoción, profundidad y una narrativa que atrapa desde el primer bocado, Safe representa el presente y futuro de nuestra **cocina** con una propuesta audaz e inteligente.







29 de mayo | Rubén Cuesta – Kamezí Deli & Bistró (Lanzarote)

[@kamezi](#)

Rubén Cuesta lidera la cocina de *Kamezí*, un bistró escondido en Playa Blanca que se ha convertido en uno de los destinos gastronómicos más aclamados de Lanzarote. En sus platos, el producto local es el protagonista absoluto, siempre tratado con técnica y un enfoque sostenible. Su [estrella Michelin](#) y

Sol Repsol son reflejo de una propuesta comprometida, elegante y siempre en diálogo con el paisaje volcánico que lo rodea.





6 de junio | Michele Princiotta – Bésame Mucho (Tenerife)

El cierre de estas jornadas quedará en manos de Michele Princiotta, chef ejecutivo de *Bésame Mucho*, cuya cocina mediterránea con toques canarios es un canto al buen producto y al refinamiento. Su menú de despedida promete ser una sinfonía de sabores y emociones, orquestado junto a su equipo con el estilo que caracteriza a este espacio de sabor y elegancia frente al mar.







Una historia de excelencia: Grupo Monkey, referencia gastronómica en Canarias

Con más de dos décadas de trayectoria, el Grupo Monkey se ha

consolidado como una de las referencias gastronómicas más potentes de Canarias. Con sede en Costa Adeje, sus espacios como *Monkey Beach Club*, *The Oriental Monkey* y *Bésame Mucho* no solo destacan por su localización privilegiada y diseño espectacular, sino también por una propuesta culinaria de alto nivel, donde la creatividad y el producto local son protagonistas.

GRUPO MONKEY

XIII CULINARY JOURNEYS

The Art of
FOOD



MAY & JUNE 2025



FRI/VIE 09.05

BRAULIO SIMANCAS

SILBO GOMERO, Tenerife

FRI/VIE 16.05

JONAY HERNÁNDEZ

LA VIEJA de JONAY HERNÁNDEZ, Mallorca

THU/JUE 22.05

SAFE CRUZ

GOFIO, Madrid

THU/JUE 29.05

RUBÉN CUESTA

KAMEZÍ DELI & BISTRO, Lanzarote

FRI/VIE 06.06

MICHELE PRINCIOTTA

BÉSAME MUCHO, Tenerife

+INFO & BOOKINGS / RESERVAS
monkeybeachclub.com

BésameMucho

Av. Rafael Puig Lluvina, Costa Adeje, Tenerife

Las Jornadas Gastronómicas del Grupo Monkey nacieron en The Oriental Monkey como un espacio de encuentro entre cocineros de prestigio y amantes del buen comer. A lo largo de sus ediciones han pasado figuras tan emblemáticas como Andrea Tumbarello, René Mathieu, Fernando Agrasar, Diego Gallegos, Maca de Castro o Pepe Solla, convirtiendo este evento en un

punto de encuentro entre Canarias y la vanguardia culinaria nacional e internacional.

Además de ofrecer menús únicos, estas jornadas han funcionado como espacio de reflexión, inspiración e intercambio para profesionales y comensales, reforzando el papel de Tenerife como destino gastronómico de primer nivel.

Reservas e información:

- ☐ *Bésame Mucho* – Costa Adeje
 - ☐ monkeybeachclub.com/jornadas
 - ☐ Recomendable reserva previa
-

Diego Alfonso Tornel: Orgullo Canario en el Podio Nacional de Sumilleres

El **vino** tiene memoria, y este 2025 su recuerdo será imborrable para la sumillería canaria. **Diego Alfonso Tornel**, jefe de sumilleres en **Paradisus Gran Canaria by Meliá**, ha logrado la Medalla de Bronce en el prestigioso **Campeonato de España de Sumilleres Tierra de Sabor**, celebrado en el marco del **38º Salón Gourmets de Madrid**. Un hito que no solo enaltece su trayectoria, sino que también coloca a Canarias en el epicentro de la excelencia enológica nacional.

Marta Cortizas, la reina de la

sumillería española

El certamen, considerado el más exigente del sector, reunió a 51 sumilleres de todo el país. Tras dos jornadas de intensas pruebas –desde catas a ciegas hasta decantaciones y maridajes– la gallega **Marta Cortizas**, sumiller del triestrellado **Celler de Can Roca** y representante de la Asociación Catalana de Sumilleres, se alzó con el oro. Su dominio técnico y su sensibilidad en la copa la han convertido en la Mejor Sumiller de España 2025, un título que la llevará a representar a nuestro país en el Mundial de Sumilleres ASI en Portugal.



Marta Cortizas, sumiller del triestrellado Celler de Can Roca y representante de la Asociación Catalana de Sumillers

Anna Casabona, la constancia del podio

En segunda posición brilló Anna Casabona, de Juvé & Camps, quien suma ya tres finales consecutivas en el campeonato nacional. Su regularidad y elegancia en el servicio la consolidan como una de las grandes referencias de la sumillería catalana y española.



Anna Casabona, de Juvé

Diego Alfonso Tornel: pasión, humildad y futuro

Pero la noticia que nos llena de especial alegría en Canarias es el tercer puesto de Diego Alfonso Tornel. Su historia es la de una evolución meteórica: comenzó en concursos hace apenas tres años y, gracias a una formación continua y una entrega absoluta, ha alcanzado el podio nacional. Tornel, que ya había destacado en el campeonato regional canario, reconoce que se preparó “para estar entre los diez mejores”, pero no esperaba verse entre los tres finalistas junto a dos referentes como Cortizas y Casabona.



Diego Alfonso Tornel, jefe de sumilleres en Paradisus Gran Canaria by Meliá

En sus palabras, “estoy inmensamente feliz con el tercer puesto logrado, sinceramente yo estaba preparado para subir al

Top10 pero no me esperaba para nada que mi examen fuera uno de los tres mejores y que eso me llevara a la final junto a dos grandes compañeras". Su logro es fruto de la pasión, el estudio y el apoyo de la Asociación de Sumilleres de Canarias, el Cabildo y la Cámara de Comercio de Gran Canaria.

Un podio que inspira a Canarias



El éxito de Diego Alfonso Tornel es un motivo de orgullo para todo el archipiélago. Su medalla de bronce no solo reconoce su talento, sino que también visibiliza el nivel y la pujanza de la sumillería canaria en el contexto nacional. Un ejemplo para las nuevas generaciones y una invitación a seguir apostando por la excelencia, la formación y la pasión por el vino.

Entrevista Diego Alfonso Tornel

Canariasgourmet. – ¿Qué significa estar como tercer clasificado en el Campeonato de España de Sumilleres?

Diego Tornel. – Es un logro personal, una meta que hace tres años me propuse y he logrado. Estar en la final del Campeonato Nacional y compartir podio con grandes compañeras es además reflejo de mucho estudio y sacrificio.

Canariasgourmet. – ¿Cuál ha sido el mayor reto al que te enfrentaste durante las pruebas del certamen?

Diego Tornel. – La prueba teórica es sin duda la más difícil para todos los que nos presentamos. Por otro lado, las pruebas sorpresa, la incertidumbre de que viene después y, sobre todo, estar en un escenario poniéndote a prueba frente a un público y [un jurado](#) experto intimida mucho.

Canariasgourmet. – ¿Cómo ha influido tu formación en Canarias y tu experiencia en Paradisus Gran Canaria en tu evolución como sumiller?

Diego Tornel. – Mi formación se basa principalmente en cursos de Court of Master Sommeliers y WSET, las dos escuelas más

importantes a nivel internacional, que, sin duda, me han preparado muy bien para desempeñar la función de sumiller a día de hoy. Aun así, no dejo de estudiar y formarme continuamente, esencial para esta profesión.



Der a izq. Diego Alfonso Tornel, David Ghosn y Oscar Maril del Hotel Paradisus Salinas Lanzarote

Canariasgourmet. – ¿Qué mensaje le darías a los jóvenes canarios que sueñan con llegar tan lejos como tú en el mundo del vino?

Diego Tornel. – Hace tan solo unos pocos años, cuando me presentaba a mi primer concurso me imaginaba en el escenario [compitiendo](#) en la final, este año lo he conseguido hacer. Con paciencia y constancia pueden llegar a donde se propongan, planteando metas alcanzables y marcando los pasos adecuados a seguir para llegar a ellas. Tienen todo mi apoyo y el de la Asociación de Sumilleres de Canarias si quieren seguir creciendo y aprendiendo.

Canariasgourmet. – ¿Qué destacarías del nivel de tus compañeras de podio, Marta Cortizas y Anna Casabona?

Diego Tornel. – Tienen mucho nivel, son unas grandes profesionales con experiencia y conocimientos. Pero quiero destacar sobre todo la humildad y el compañerismo, ha sido un honor compartir la final con ellas.

Canariasgourmet. – Ahora que formas parte del podio nacional, ¿cuáles son tus próximos retos y sueños en la sumillería?

Diego Tornel. – Seguir estudiando y compitiendo, una vez entras en la rueda es difícil hacerla parar.

Canariasgourmet.es – Desde las Islas hasta lo más alto del vino nacional, Diego Tornel ha demostrado que la

excelencia no entiende de distancias. Con tan solo unos años de trayectoria en el mundo de la sumillería, su constancia, preparación y pasión lo han llevado a subirse al podio del Campeonato de España de Sumilleres, consolidándose como el tercer mejor sumiller del país.

Un orgullo para la restauración canaria y un referente inspirador para toda una generación que ve en el vino no solo una profesión, sino una forma de vida. Diego representa esa nueva hornada de talentos isleños que, copa en mano, elevan el nombre de Canarias en cada sorbo.

Restauració Summit Barcelona 2025: innovación, tendencias y networking en el corazón de la restauración de marca

El Restauració Summit Barcelona 2025 ha sido celebrado hoy en el emblemático Auditori Cibernàrium del Edificio MediaTIC, consolidándose como el evento imprescindible para los profesionales de la restauración de marca y la innovación gastronómica en España. Más de [200 asistentes](#) han sido

reunidos para analizar las últimas tendencias, compartir casos de éxito y fortalecer el **networking gastronómico** en un entorno que ha sido diseñado para inspirar y conectar.

Un programa de alto nivel para la restauración de marca

La jornada ha comenzado con el registro de asistentes y una cálida bienvenida institucional a cargo de **Adriana Bonezzi**, **directora general de [Marcas de Restauración](#)**, María del Carmen Jáñez, vicepresidenta de Personas y Talento de Marcas de Restauración y Global HR Director de AmRest (La Tagliatella), y Raquel Gil, regidora de Comerç, Restauració i Mercats del Ajuntament de Barcelona. De esta forma, el compromiso institucional con la **restauración de marca en Barcelona** ha quedado patente desde el inicio.



Adriana Bonezzi, directora general de Marcas de Restauración
Posteriormente, Edurne Uranga, vice President Foodservice Europe de Circana, ha presentado un análisis en profundidad sobre el presente y el futuro de la restauración de marca en Cataluña, aportando datos clave para la toma de decisiones estratégicas en el sector.

Innovación y liderazgo en restauración

La mesa redonda **“Marcas de Restauración: un ecosistema que marca la diferencia”**, moderada por Javier Herrero, ha contado con la participación de líderes como Lorena Alcázar (Santagloria Coffee & Bakery), Anna Canal (Alimentaria) y Paula Pascual (Just Eat España). Durante el debate, se han compartido estrategias para destacar en un mercado cada vez más competitivo, donde la **innovación en restauración** se ha convertido en un factor clave.

Jordi Gallés, presidente de Europastry, ha ofrecido una ponencia inspiradora sobre cómo innovar de forma deliciosa a una escala global, mostrando el potencial de la creatividad aplicada al sector foodservice.

Casos de éxito y nuevas tendencias gastronómicas

Tras una pausa para el café y el networking, la sesión **“Fuera de Carta: La Brújula de los CEOs”**, moderada por Mayte Ballesteros, ha reunido a Santiago Font y Berta Bernat, de Parking Pizza, quienes han compartido su visión sobre los retos y oportunidades de la restauración independiente.



Berta Bernat, de Parking Pizza

El caso de éxito de VICIO, presentado por su director general Oriol de Pablo, ha demostrado cómo una marca puede liderar la comunicación y conectar con el público joven, posicionándose como referente en las tendencias gastronómicas de Barcelona.

En la mesa redonda sobre nuevas tendencias, moderada por Santi Llinares, se ha contado con la experiencia de Sandra Carrasco (Alsea España), Raquel Giménez (Areas) y Alberto Monedero (La Tagliatella), quienes han analizado las claves para anticiparse a las demandas del consumidor actual y mantener la competitividad en el sector.

Reconocimiento a la excelencia y cierre

institucional

El evento ha culminado con la entrega del **Premio a la Restauración de Marca**, que ha reconocido la excelencia y la innovación en el sector. La clausura institucional ha sido realizada por Adriana Bonezzi y Òscar Ordeig i Molist, conseller d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya, quienes han destacado la importancia estratégica de la restauración para la economía catalana.



Finalmente, la jornada ha concluido con un cóctel de networking, donde los asistentes han podido intercambiar experiencias y establecer nuevas alianzas, reforzando así el papel del **Restauració Summit Barcelona 2025** como el principal punto de encuentro para la innovación y el desarrollo de la **restauración de marca en España**.

“Canarias se cocina a fuego lento: 55 finalistas

competirán por la gloria culinaria en GastroCanarias 2025”

El sabor de las Islas ya tiene cita: el Comité de Selección del 10º Salón Gastronómico de Canarias – [GastroCanarias 2025](#) se reunió este lunes en el Recinto Ferial de Tenerife para elegir a los finalistas que competirán en los siete campeonatos regionales de cocina que se celebrarán del 20 al 22 de mayo. La jornada estuvo presidida por el chef Juan Carlos Clemente Cubas, vicepresidente de ACYRE Canarias y figura clave en la gastronomía del Archipiélago.

Tras una intensa sesión de deliberación, el Comité seleccionó a 55 cocineras y cocineros, de entre 147 inscritos provenientes de 6 de las 8 islas canarias, para participar en las emocionantes competiciones culinarias que marcarán la agenda del evento **gastronómico** más importante de Canarias.



Siete campeonatos para siete formas de cocinar Canarias

Los finalistas han sido distribuidos entre los siguientes certámenes gastronómicos:

- 19º Campeonato de Canarias de Cocina – Gran Premio Cabildo de Tenerife
- 10º Campeonato de Jóvenes Cocineros/as – Gran Premio Binter
- 10º Campeonato de Bocadillos de Autor – Gran Premio Fred. Olsen
- 8º Campeonato de Pastelería – Gran Premio Harinalia Canarias
- 6º Campeonato de Pizza – Gran Premio IF&B Grupo COMIT
- 3º Campeonato de Tapas – Gran Premio MAKRO
- 2º Campeonato de Hamburguesas – Gran Premio Europastry

En los próximos días, la organización irá anunciando los nombres, apellidos y la isla de procedencia de los y las seleccionadas. Cada persona finalista ha sido contactada personalmente por la organización para comunicarle su participación oficial.

Compromiso regional: Canarias en el plato y en el corazón

Como viene siendo tradición desde la primera edición, la organización cubrirá íntegramente los gastos de desplazamiento y alojamiento de las [personas finalistas](#) y sus ayudantes que residan fuera de Tenerife. De esta forma, se reafirma el carácter regional e inclusivo de GastroCanarias, garantizando que el talento culinario de todas las islas esté representado.

Rumbo al mundo: Pizza en Parma y Jóvenes Chefs en San Pellegrino

Dos de los campeonatos regionales darán un salto internacional en esta décima edición:

La persona ganadora del 6º Campeonato de Canarias de Pizza – Gran Premio IF&B Grupo COMIT representará a Canarias en el Campeonato Mundial de Pizza en Parma (Italia). Y, por primera vez, la ganadora o el ganador del 10º Campeonato de Jóvenes Cocineros/as – Gran Premio Binter será quien represente a la comunidad autónoma en la prestigiosa San Pellegrino Young Chef Academy Competition, considerado el “mundial” de la joven alta cocina internacional.



Una cita que celebra diez años de pasión por la gastronomía

El 10º Salón Gastronómico de Canarias – GastroCanarias 2025 está organizado por la Institución Ferial de Tenerife (IFTSAU) y la empresa Interideas S.L.U., a través de su plataforma **GastroCanarias**. El evento cuenta con el apoyo institucional del Cabildo de Tenerife, el Gobierno de Canarias y el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. Además, Heineken y Cajasiete actúan como patrocinadores principales.

GastroCanarias 2025 no solo reunirá a los grandes nombres de la cocina insular, sino que seguirá impulsando la visibilidad del talento local, creando oportunidades para nuevas generaciones y posicionando a **Canarias** como referente de la gastronomía atlántica.

Los 11 mejores beach clubs en 2025: lujo, gastronomía y

experiencias inolvidables

Cuando la brisa del mar se mezcla con ritmos suaves y copas heladas tintinean al atardecer, el verano cobra vida en su forma más exquisita. La prestigiosa lista de **The World's 50 Best** ha revelado los **beach clubs** más destacados del planeta para esta [temporada 2025](#), verdaderos templos junto al mar donde convergen lujo, gastronomía y hedonismo con estilo. Pero no son solo destinos: son atmósferas.

Desde el vaivén sofisticado de la Costa Azul francesa, hasta la energía sin tregua de South Beach en Miami, pasando por la espiritualidad selvática de Tulum, las arenas doradas de Dubái, la serenidad de la península de Bodrum y la belleza salvaje de Ibiza, estos lugares no solo se visitan: se viven como un beat lento que sube al ritmo del día y explota al caer el sol.

A bordo de esta travesía sensorial, el Mediterráneo late con fuerza, pero también lo hace el **Golfo Árabe**, el **mar Caribe** y hasta **el Egeo**, cada uno con su particular banda sonora: chill-out, deep house, bossa, jazz electrónico o simplemente el murmullo del oleaje. Y es aquí donde **la gastronomía se convierte en partitura**, con chefs visionarios, platos que rinden homenaje a sus orígenes y coctelería que desafía los sentidos.

Esta vez, sin embargo, en *Canariasgourmet.es* no nos hemos limitado únicamente a recoger la selección oficial de **The World's 50 Best** como fuente de inspiración. También hemos querido aportar nuestra mirada editorial, apostando por

espacios que, aunque no figuran en la lista, creemos que están a la altura de los mejores del mundo. Es el caso del **Monkey Beach Club**, en **Tenerife**, una **joya del Atlántico** que encarna el espíritu canario de hospitalidad, sabor y puesta en escena con sello propio. Del mismo modo, incluimos referentes como **Six Senses Ibiza**, entre otros enclaves únicos que, sin lugar a dudas, merecen formar parte de cualquier ruta sensorial de verano. Porque el lujo también habla con acento isleño.

Casa Jondal – Ibiza, España

[@casajondal](#)





Ubicado en la costa sur de Ibiza, Casa Jondal se ha consolidado como un referente de la gastronomía mediterránea. Bajo la dirección del chef Rafael Zafra, ex El Bulli, ofrece platos frescos del mar en un entorno que combina belleza salvaje y bohemia rústica. La decoración, con muebles de ratán

y alfombras de yute, crea un ambiente relajado bajo los árboles de sabina.

Faena Miami Beach – Miami, EE. UU.

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





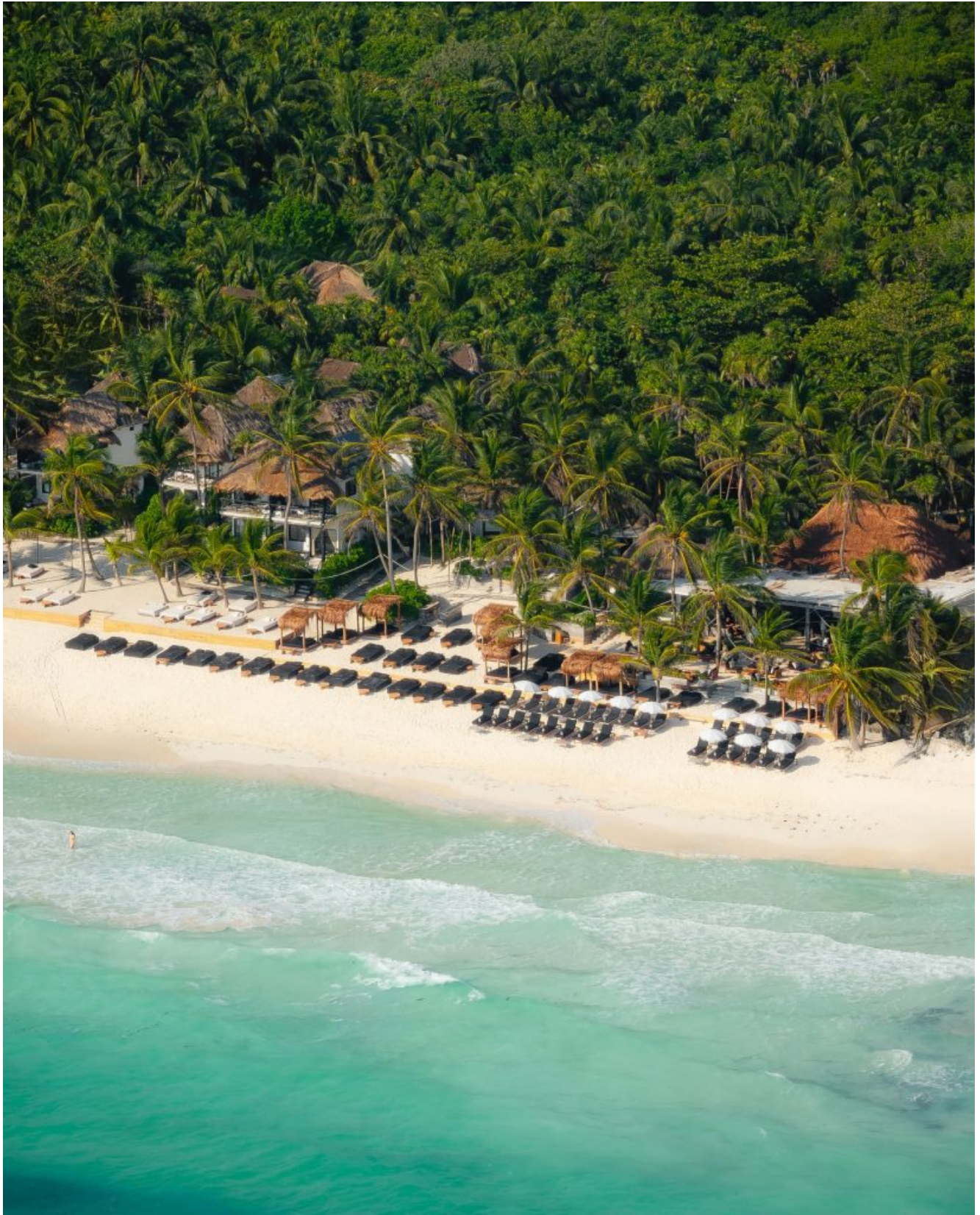
Inspirado en la era dorada de los viajes y con un toque de The Great Gatsby, Faena Miami Beach destaca por su diseño Art Deco y su ambiente maximalista. Los visitantes pueden disfrutar de sombrillas a rayas, tumbonas carmesíes y un servicio impecable que incluye delicias como sliders de trufa y tacos de camarón,

todo mientras se relajan en las arenas blancas de South Beach.

Gitano Beach – Tulum, México

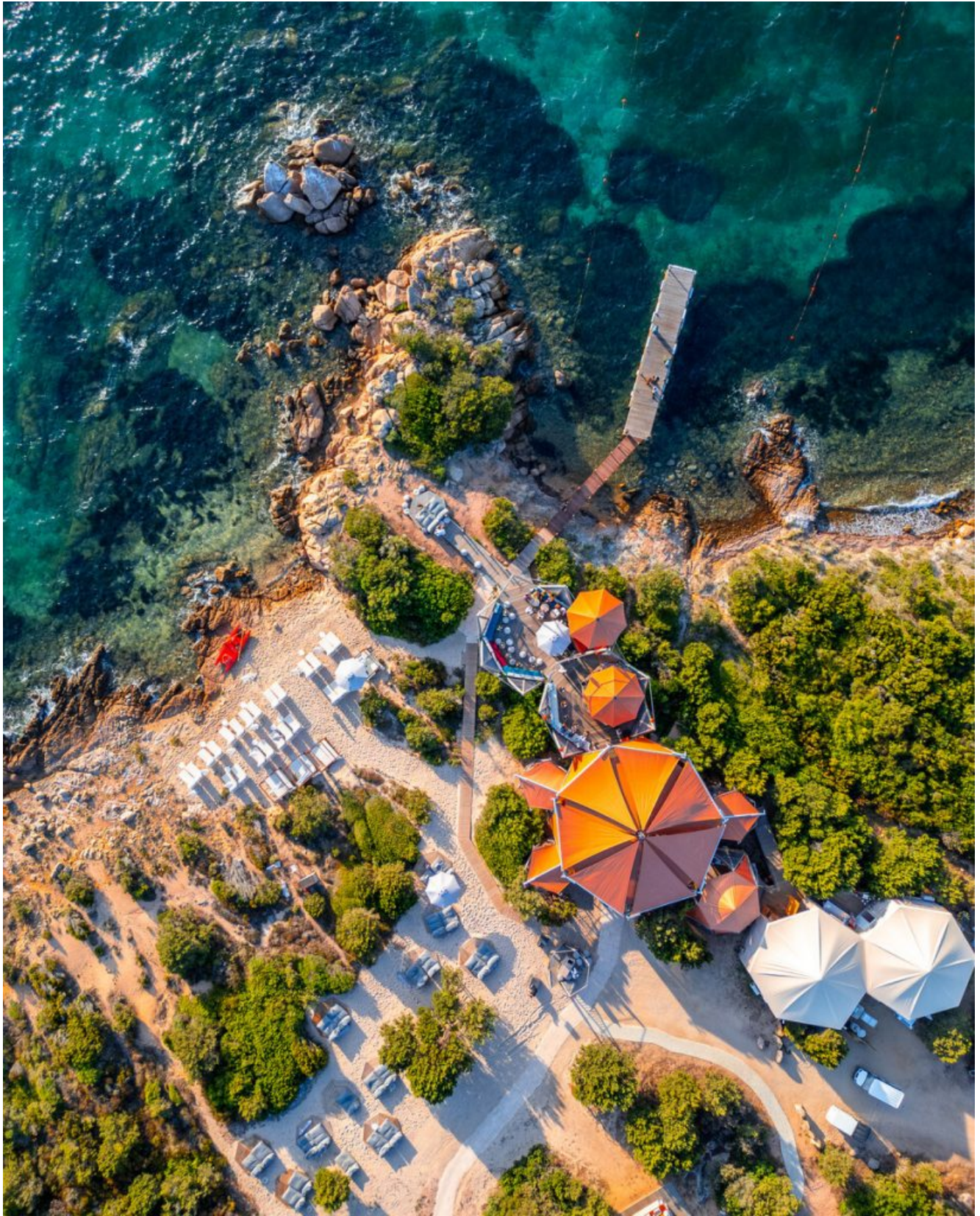
[@gitanotulum](https://www.instagram.com/gitanotulum)











En la exclusiva Costa Esmeralda, Cone Club forma parte del 7Pines Resort Sardinia y atrae a la jet set internacional. Ofrece actividades acuáticas como flite-boarding y bicicletas acuáticas, seguidas de almuerzos en la playa y rituales al atardecer con champán y música en vivo.

Casa Amor – Dubái, EAU

[@mo_jumeira](#)

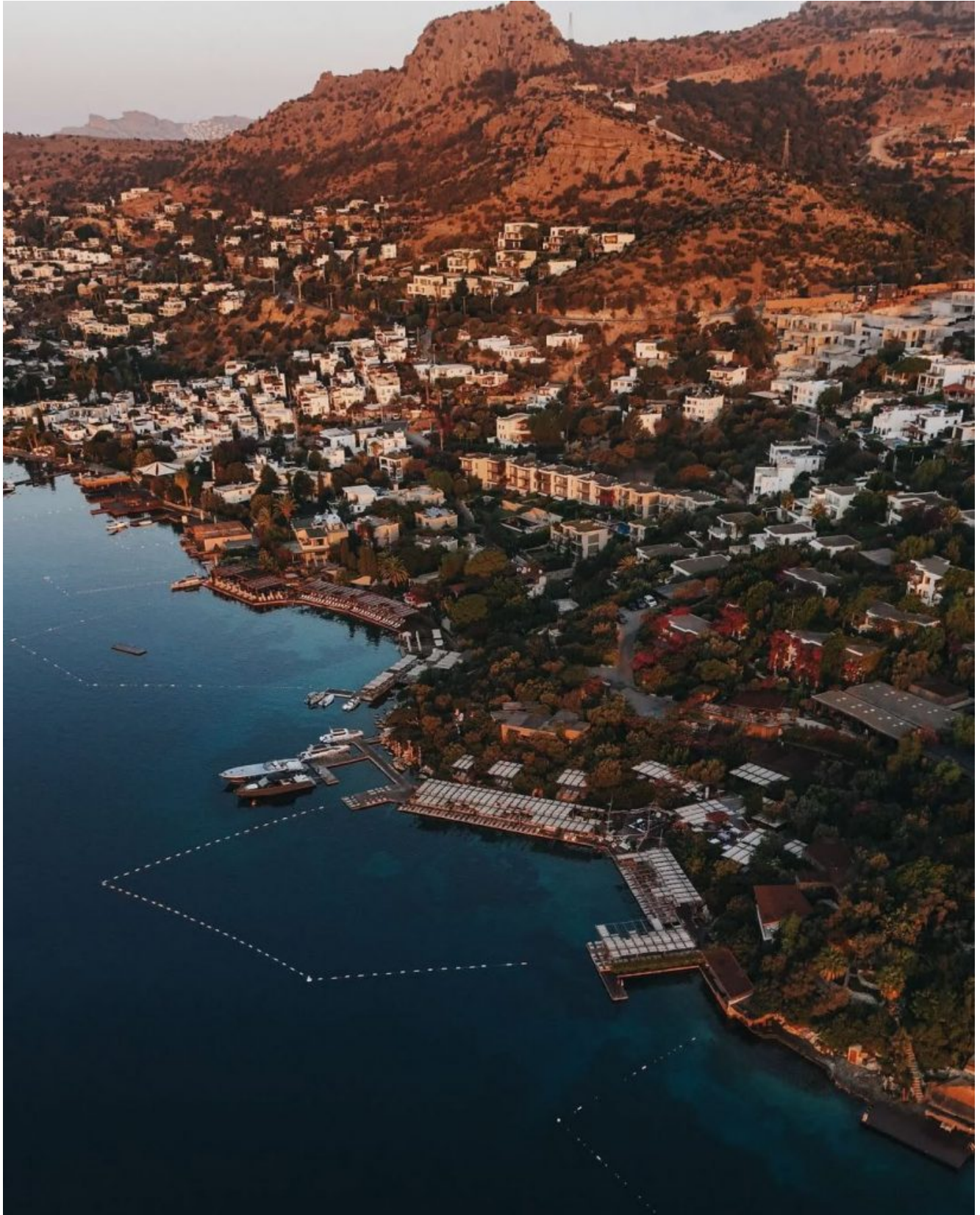




Casa Amor, ubicada en el Mandarin Oriental Jumeira, fusiona el espíritu libre de Tulum con la elegancia de la Riviera Francesa. Su decoración eco-chic y su menú franco-latino, creado por el chef Zouhair, ofrecen una experiencia relajada pero sofisticada en las costas del Golfo Árabe.

Macakizi Beach Club – Bodrum, Turquía

[@macakizihotel](#)







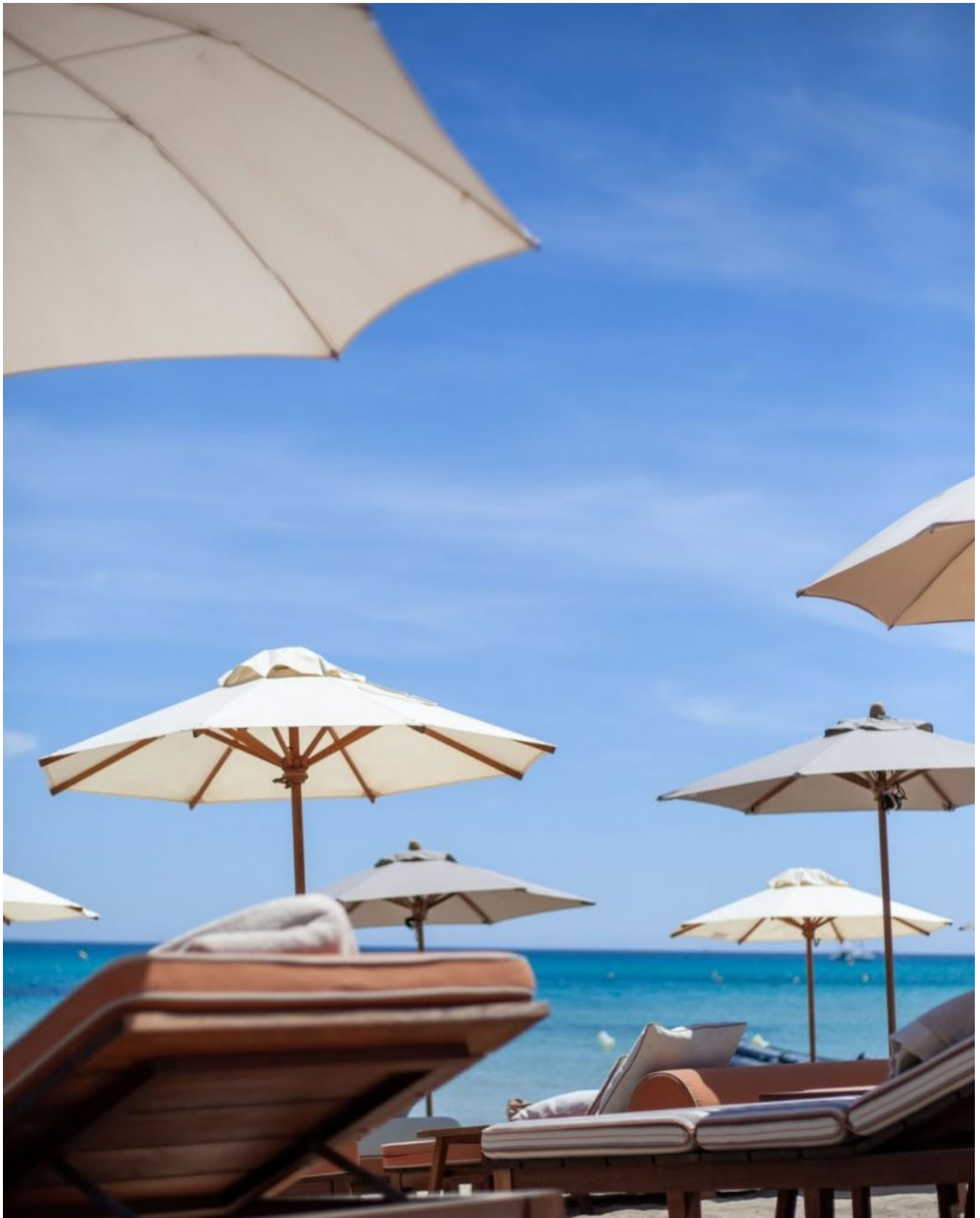


Desde su apertura en 1977 como un **bed and breakfast**, Macakizi ha evolucionado hasta convertirse en un hotel de 73 habitaciones con uno de los beach clubs más encantadores de la península de Bodrum. Ofrece un entorno íntimo con vistas al mar Egeo, combinando lujo discreto y hospitalidad turca.

La Réserve à la Plage – Ramatuelle, Francia

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







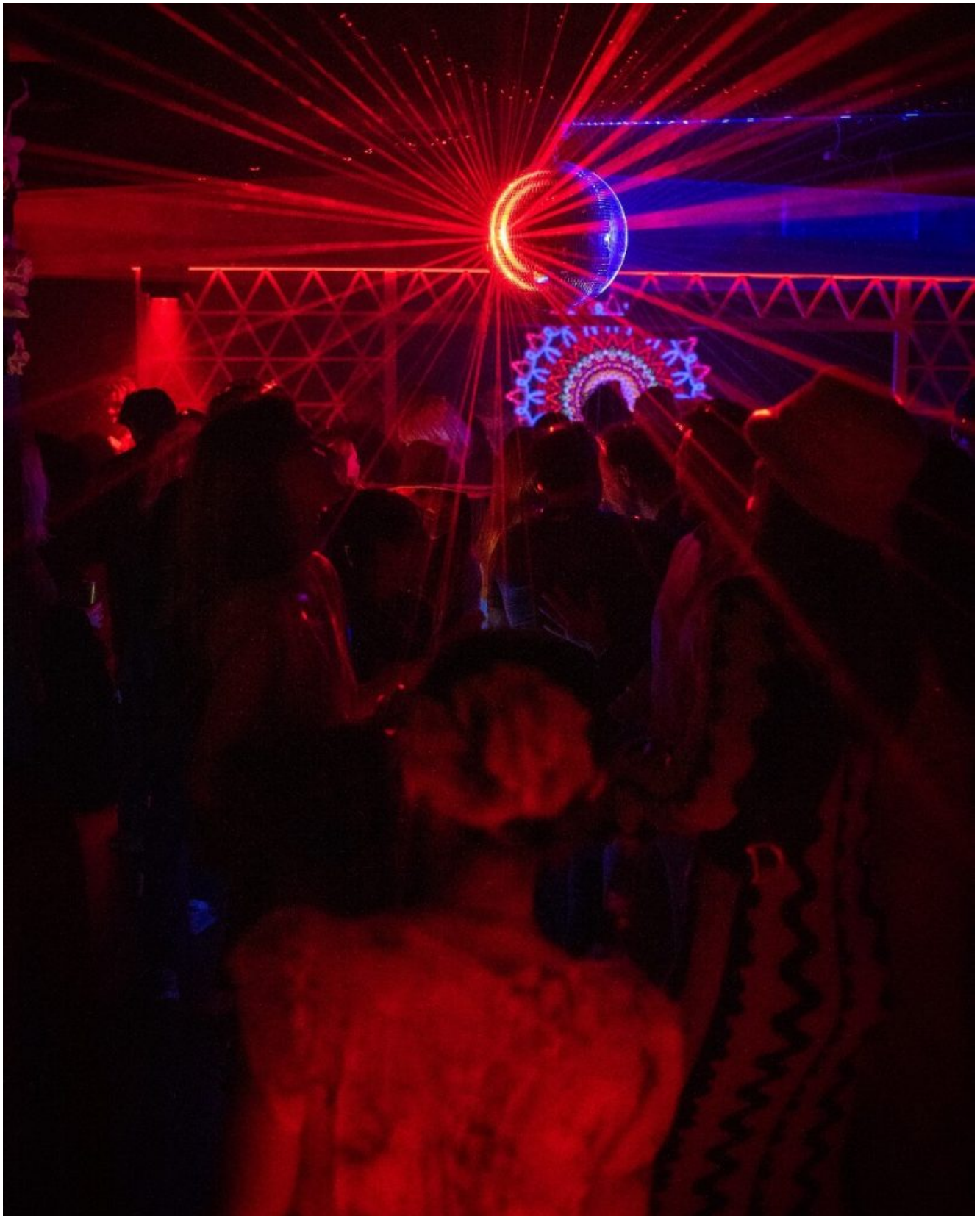


Situado en la playa de Pampelonne, este exclusivo club destaca por su restaurante La Voile, dirigido por el chef Eric Canino, galardonado con dos estrellas Michelin. Con mesas de madera flotante y DJs residentes, es el lugar ideal para disfrutar de la puesta de sol mientras se observan los yates pasar.□

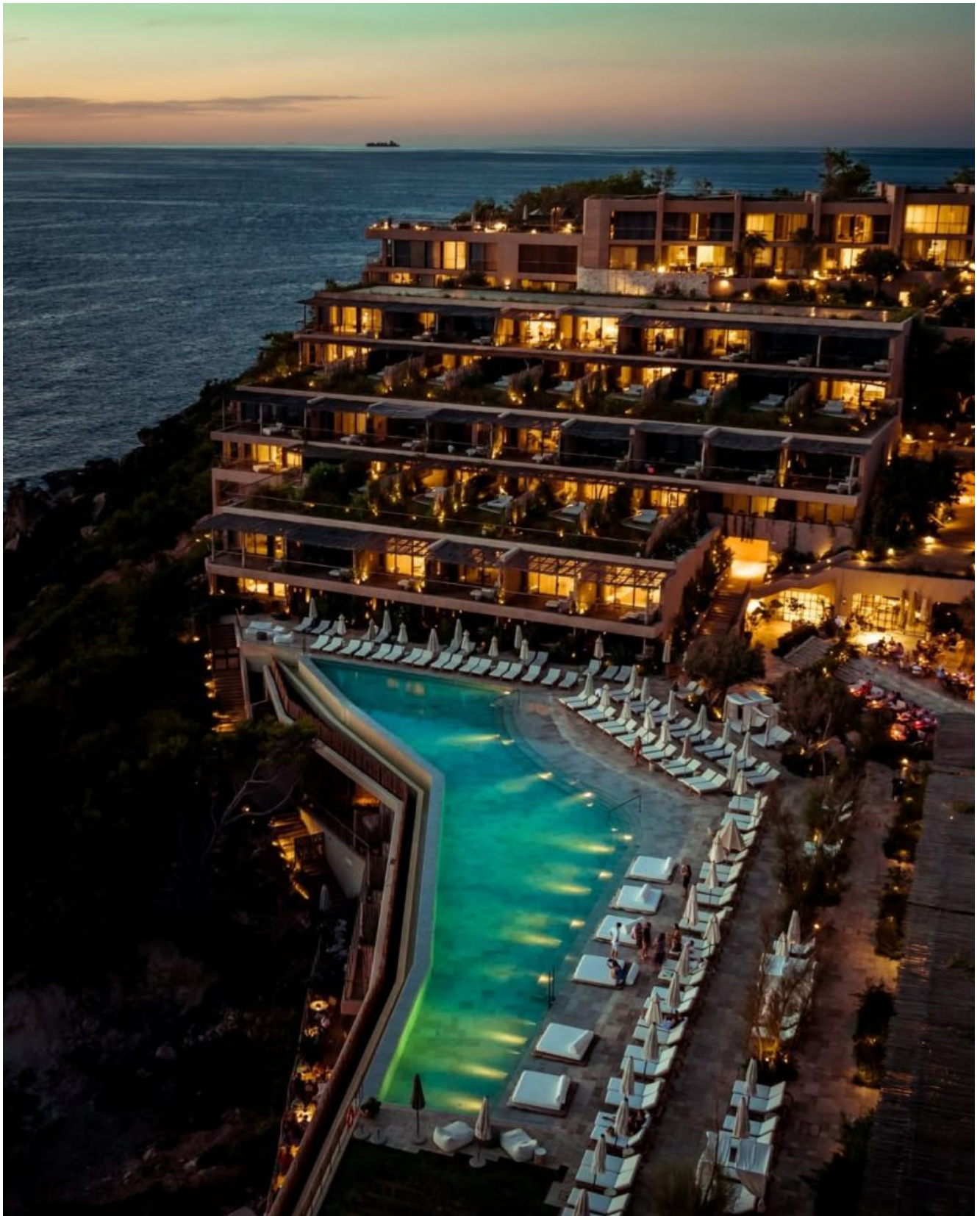
Six Senses Ibiza – Ibiza, España

[@SixSenses](https://www.sixsenses.com/ibiza)









En el extremo norte de Ibiza, **Six Senses** ofrece una experiencia de bienestar con vistas impresionantes a la bahía de **Cala Xarraca**. Este resort combina lujo y sostenibilidad, proporcionando un refugio tranquilo para quienes buscan relajación y conexión con la naturaleza.□

Nobu by the Beach – Dubái, EAU

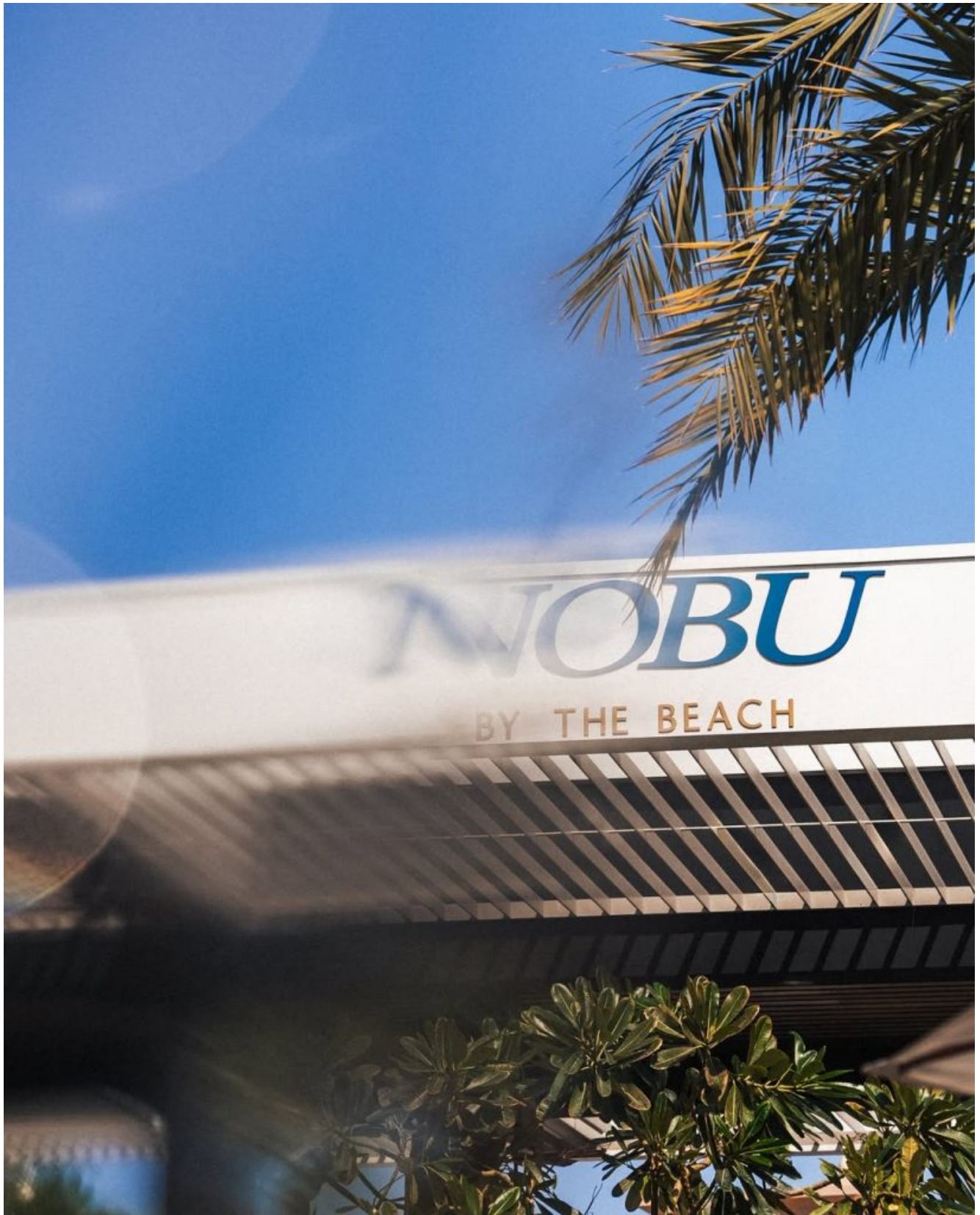
[@Nobubythebeach](#)











Nobu by the Beach fusiona la serenidad de la playa con experiencias gastronómicas sofisticadas. Ubicado en la costa de **Dubái**, este club ofrece **cocina japonesa** con influencias sudamericanas, cócteles artesanales y vistas panorámicas del Golfo Árábigo, todo en un ambiente de lujo y relajación.□

Summersalt Beach Club – Dubái, EAU

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







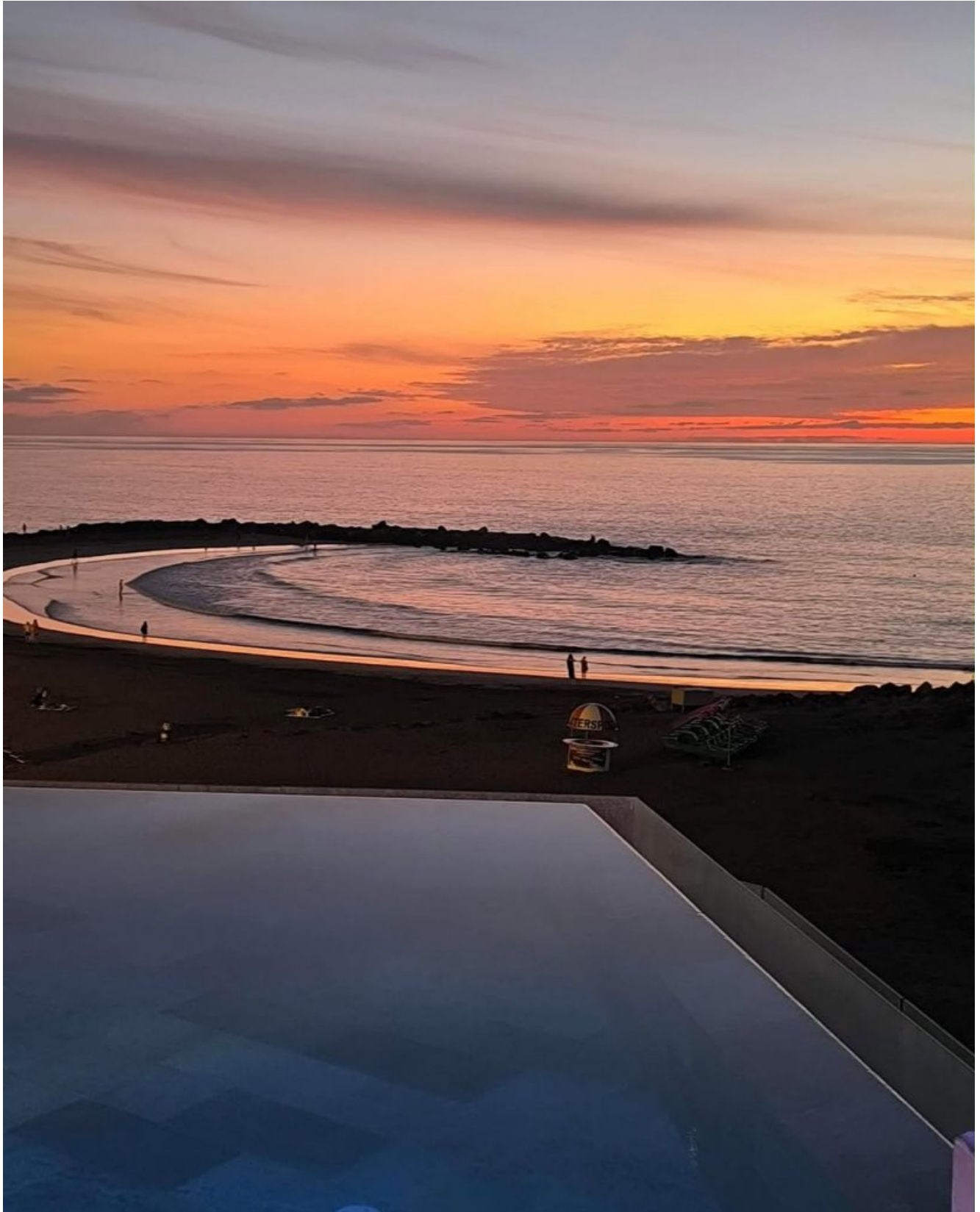


Reconocido como el **“Mejor Beach Club del Mundo 2024”** por los World Travel Awards, Summersalt ofrece un entorno exclusivo en el Jumeirah Al Naseem. Con vistas al icónico Burj Al Arab, este club combina gastronomía de alta calidad, piscinas infinitas y un servicio excepcional para una experiencia

inigualable.

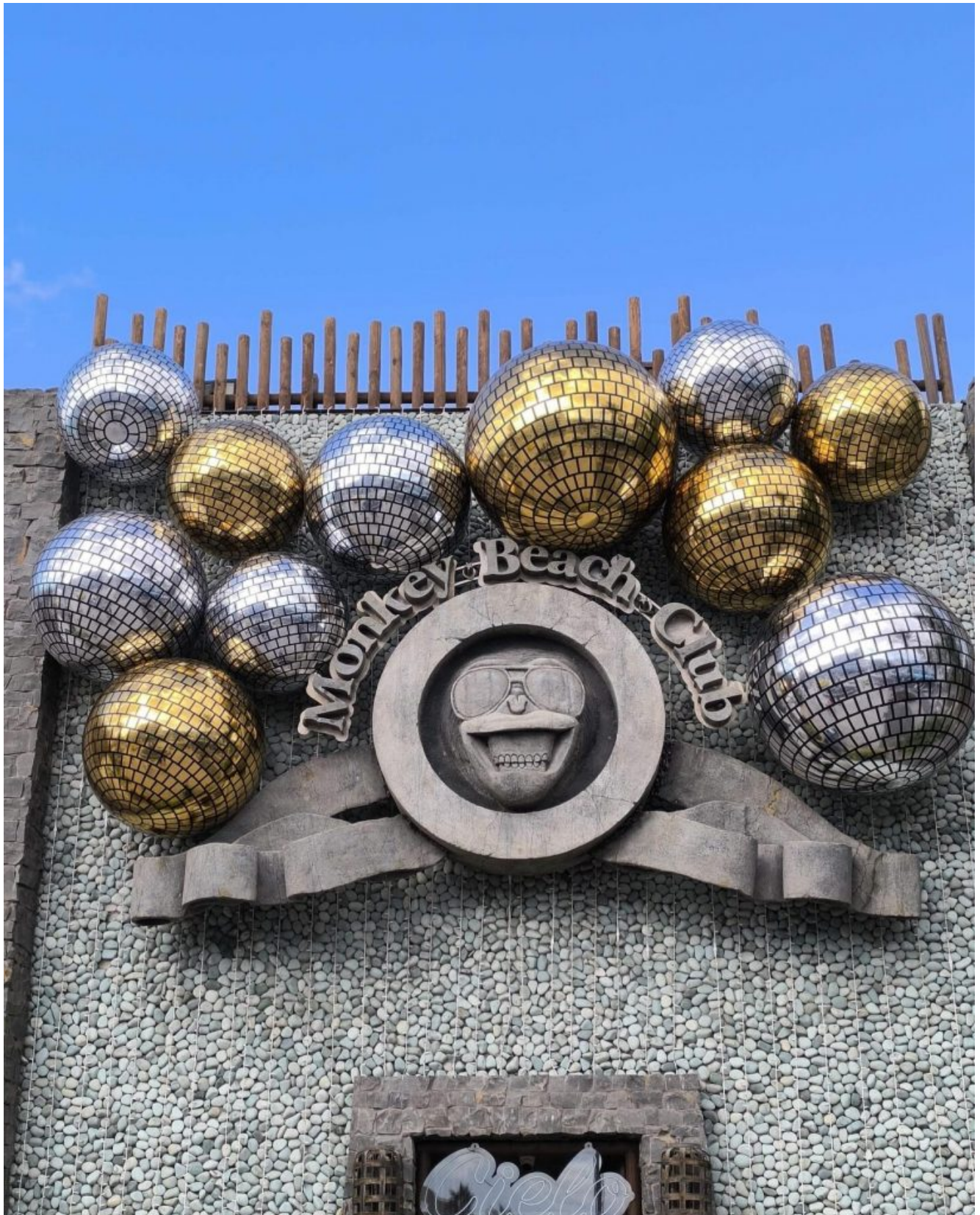
Monkey Beach Club – Tenerife, España

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









Situado frente a la **Playa de Troya**, en pleno corazón de **Playa de las Américas**, **Monkey Beach Club** se ha convertido en un referente del **ocio premium** en Canarias. Con vistas privilegiadas al **Atlántico** y a la **isla de La Gomera**, este exclusivo club es sinónimo de **buena vida**, **gastronomía de**

calidad y puestas de sol memorables.

Dividido en tres espacios con identidad propia –**Bésame Mucho, Kong Bar y Cielo**–, ofrece desde cocina canaria reinterpretada con toques internacionales, hasta coctelería de autor digna de un rooftop neoyorquino. Además, sus legendarias beach parties dominicales, que se celebran de mayo a octubre, atraen a **DJ's de talla internacional** y a un público cosmopolita que busca disfrutar del ritmo isleño sin renunciar al lujo.







Monkey Beach es un club de playa; es una experiencia completa donde **la gastronomía** se fusiona con el espectáculo, el diseño y la hospitalidad canaria. Sin duda, un imprescindible para quienes desean conocer el nuevo lujo en **Tenerife**.

Este recorrido por los 11 mejores beach clubs del mundo –con la incorporación exclusiva de Monkey Beach Club como propuesta editorial de *Canariasgourmet.es*– demuestra que el lujo contemporáneo va más allá del diseño y el servicio: se trata de ofrecer experiencias transformadoras. Ya sea entre los acantilados de Ibiza, en los atardeceres de Dubái o al ritmo tropical de Tenerife, estos destinos marcan el compás de un verano que promete ser inolvidable.

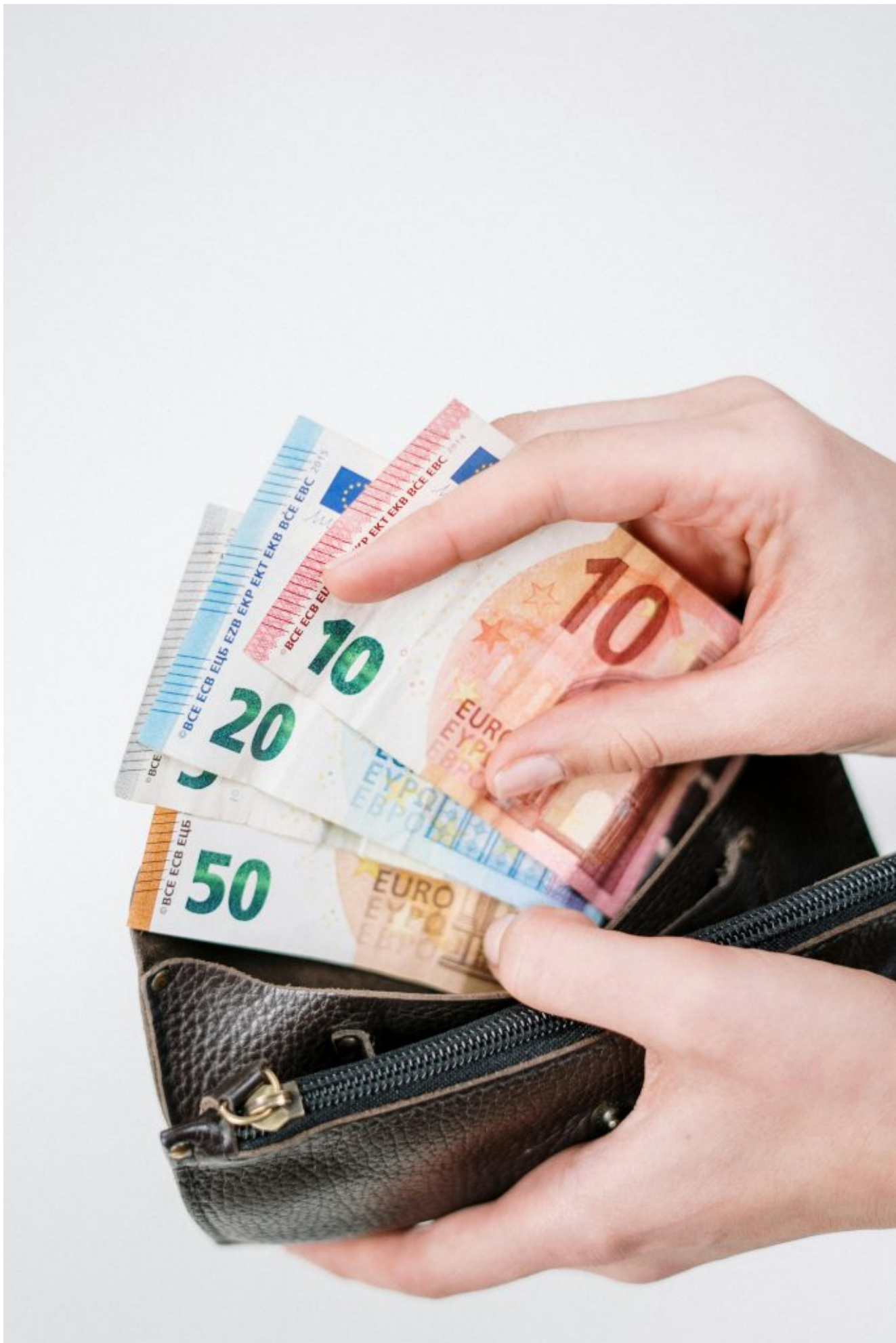
El poder de la economía local: cómo una comida en un restaurante impulsa todo un municipio

Seamos honestos, la inspiración para esta reflexión surgió de un ejemplo insólito que escuchamos basado en la cadena de deudas protagonizada por una prostituta. Aunque no conocemos con certeza quién fue el autor original, la fuerza de esa historia nos cautivó al punto de reinterpretarla en términos de gastronomía y marketing. Así, transformamos un relato provocador en una metáfora poderosa para ilustrar cómo cada decisión de consumo puede reactivar la economía local.

Este artículo está dirigido a entes gubernamentales y ayuntamientos, a quienes les proponemos invertir en el talento y los recursos locales. En un mundo en el que cada euro cuenta, apostar

por lo local no solo fomenta el desarrollo económico, sino que también fortalece el tejido social, creando comunidades resilientes y llenas de oportunidades.

Otro detalle crucial es el pronto pago a las empresas que forman parte de la comunidad empresarial local. Cuando los negocios reciben sus pagos de manera oportuna, se genera un efecto bola de nieve: la liquidez inmediata les permite reinvertir, pagar a sus proveedores y, a su vez, impulsar a otros eslabones de la cadena económica. Este flujo de capital acelerado se traduce en mayor dinamismo, crecimiento sostenido y una capacidad renovada para enfrentar desafíos económicos.



En conjunto, estas estrategias –consumo local, inversión en talento y la agilización de los pagos– pueden transformar radicalmente el panorama económico de un municipio. Cada acción se suma para formar una red sólida, donde el éxito de uno impulsa el éxito de todos, consolidando una economía vibrante y auto-sustentable.

La economía local: la historia de ‘El Buen Sabor’

Una soleada tarde, **Juan**, un residente comprometido con su comunidad, decide almorzar con su familia en **El Buen Sabor**, un restaurante conocido por su menú basado en productos frescos de cercanía. Al pagar su cuenta con un billete de 100 euros, **Juan** no solo disfruta de una comida deliciosa; sin saberlo, se pone en marcha una cadena de acciones que beneficia a numerosos actores de la localidad.



Marta, la dueña del restaurante, utiliza ese ingreso para pagar a sus empleados, quienes, al recibir sus salarios,

destinan parte de sus ingresos a sus propias familias y a pequeños comercios cercanos. Además, el restaurante invierte en ingredientes de calidad, comprados a agricultores y proveedores locales.

Uno de ellos es **Luis**, un joven agricultor que, gracias a esta compra, puede adquirir mejores herramientas para su cultivo y aumentar su producción.

El billete de 100 euros sigue su camino, de manos en manos, de empresario a proveedor y de proveedor a empleado. Cada transacción contribuye a que el dinero circule dentro del municipio generando un efecto multiplicador que fortalece la economía local. Este flujo continuo salda deudas, permite la reinversión y fomenta la creación de empleos y la mejora de la calidad de vida de los habitantes.

El ejemplo de **El Buen Sabor** ilustra de manera clara y contundente cómo un simple acto de consumo puede activar múltiples eslabones en la cadena económica de una comunidad. Cuando **Juan** decide gastar su dinero en un restaurante local, ese gasto no se limita a una transacción aislada, sino que desencadena un efecto multiplicador.



Primero, al quedarse el dinero en la comunidad, se fortalece la capacidad de los negocios locales para operar y crecer. Por ejemplo, el restaurante utiliza los ingresos para pagar salarios, lo que garantiza que los empleados tengan mayor poder adquisitivo para sus propias necesidades. Estos trabajadores, a su vez, destinan parte de sus ingresos a consumir en otros negocios locales, creando una red interconectada que refuerza la economía.

Además, este proceso se extiende a la cadena de producción y suministro. Al invertir en productos locales –como

ingredientes frescos de agricultores y proveedores cercanos—, el restaurante no solo mejora la calidad de sus menús, sino que también impulsa la producción en sectores primarios y secundarios de la región. Este flujo continuo de dinero permite que las empresas locales inviertan en mejoras, amplíen su capacidad y, en muchos casos, contraten a más personal.

El resultado es un círculo virtuoso: el dinero que se gasta en un establecimiento se reinvierte en la comunidad, estimulando la creación de empleo y fortaleciendo el poder adquisitivo de los ciudadanos. Este efecto no solo contribuye a mejorar la calidad de vida, sino que también genera confianza en el mercado local, impulsando un desarrollo económico más sólido y resiliente.

En pocas palabras, cuando el dinero permanece en la comunidad, se crea una dinámica en la que cada transacción impulsa oportunidades de empleo, fomenta la producción local y, en última instancia, transforma el entorno económico para beneficio de todos.

Promoción del sentido de pertenencia

Una economía basada en el flujo interno del dinero es menos vulnerable a las crisis globales, porque no depende exclusivamente de factores externos que pueden ser volátiles e impredecibles. Cuando la comunidad consume sus propios productos y servicios, fortalece la red de relaciones comerciales y sociales, creando un ecosistema económico más estable y autosuficiente.

Imaginemos un municipio donde la mayoría de los negocios dependen de proveedores externos o de inversiones foráneas, si una crisis internacional afecta el transporte, la disponibilidad de materias primas o el turismo, la economía local sufre un impacto inmediato. Sin embargo, si ese mismo municipio ha construido una red de productores locales, comercios y servicios interconectados, el daño se amortigua,

ya que el capital sigue circulando dentro de la comunidad.



Además, esta estructura permite que los empresarios y emprendedores locales se adapten más rápido a los cambios del mercado, porque no dependen de terceros lejanos que pueden imponer condiciones poco favorables. Un restaurante que trabaja con productores locales de carne, pescado y verduras podrá sortear mejor una crisis de importaciones que otro que basa su oferta en productos extranjeros.

Fomentar el consumo y la inversión dentro del propio municipio no solo fortalece la economía diaria, sino que también construye un sistema más resistente ante adversidades

externas. Apostar por lo local no es solo una cuestión de identidad o cultura, sino una estrategia de supervivencia y crecimiento a largo plazo.

Una estrategia de marketing inspiradora

Una economía municipal puede fortalecerse si los propios comercios crean un sistema de ventajas y descuentos exclusivos para los residentes. Aprovechando el padrón del municipio, los negocios pueden establecer estrategias que premien el consumo local, generando un círculo virtuoso donde el dinero sigue fluyendo dentro de la comunidad.

Imaginemos un municipio donde los restaurantes, tiendas, talleres y otros servicios ofrecen un 5-10% de descuento a los residentes que acrediten su domicilio. Esta medida incentiva el consumo dentro del municipio y fomenta un sentido de pertenencia y fidelización entre los vecinos. En lugar de buscar opciones en ciudades cercanas o en grandes cadenas, los ciudadanos encontrarán razones para apoyar el comercio local, que a su vez verá incrementadas sus ventas y su estabilidad económica.

Además, esta estrategia beneficia a todos los sectores: el consumidor obtiene precios más atractivos, los negocios locales incrementan su clientela, y el ayuntamiento ve fortalecida la actividad económica del municipio, con mayor recaudación y [generación](#) de empleo. En definitiva, apostar por

un modelo de incentivos internos es una forma efectiva de blindar la economía local y garantizar su crecimiento sostenido.

Para pensarlo más de dos veces

La historia de **Juan** y su familia en **El Buen Sabor** nos da un relato anecdótico: es una invitación a repensar cómo cada euro gastado localmente tiene el poder de reactivar y consolidar la economía de un municipio. En un mundo donde las grandes cadenas y el consumo masivo a menudo parecen dominar, este ejemplo nos recuerda que el verdadero motor del desarrollo está en la comunidad.

Al apostar por lo local, se fomenta la creación de empleo, se fortalece el tejido social y se construye un futuro resiliente y próspero para todos. Este enfoque, enmarcado en estrategias de marketing integradas y narrativas emotivas, se erige como un camino hacia el [progreso](#), donde cada decisión de consumo cuenta y cada ciudadano se convierte en protagonista del cambio.

No es difícil, hay que tener voluntad y ganas de hacer cosas diferente a lo ya acostumbrado y dejar pasar esa frase lapidaria: ¿para qué cambiar? Si esto siempre ha funcionado así.

La huelga de hostelería en Canarias: radiografía de un conflicto anunciado

La huelga de hostelería inminente en la provincia de Santa

Cruz de Tenerife, prevista para el 17 y 18 de abril, no es un episodio aislado ni una simple disputa salarial.

Es el síntoma de un modelo turístico que, pese a batir récords de visitantes y beneficios, ha dejado a sus trabajadores anclados en la precariedad y la sobrecarga laboral. Analizar cómo se ha llegado a este punto es fundamental para entender la magnitud y el trasfondo de las reivindicaciones actuales.

Análisis de la situación: del récord turístico al hartazgo laboral

Canarias cerró 2024 con más de 18 millones de turistas y una facturación histórica en el sector turístico. Sin embargo, este auge no se ha traducido en mejoras para quienes sostienen el engranaje de la hostelería. Los salarios en la provincia de Santa Cruz de Tenerife siguen siendo los más bajos de España en el sector, y la sobrecarga de trabajo es la norma: camareras de piso que limpian más de 20 habitaciones al día, camareros y ayudantes de cocina con sueldos que apenas superan los 1.000 euros netos mensuales, y jornadas extenuantes que dificultan la conciliación familiar.



La raíz del conflicto está en la desconexión entre los beneficios empresariales y las condiciones laborales. Mientras los hoteles y restaurantes celebran cifras récord, los trabajadores denuncian que la riqueza generada no llega a sus nóminas. La inflación y el encarecimiento de la vida en el archipiélago han erosionado aún más su poder adquisitivo, y la falta de respuesta efectiva por parte de la patronal ha encendido la mecha del descontento.

A esto se suma la precariedad estructural: uso abusivo de contratos temporales, plantillas mínimas que disparan el ritmo de trabajo y ponen en riesgo la salud física y mental, y la imposibilidad de acceder a vivienda digna o de conciliar la vida laboral y familiar. El fracaso de las mediaciones del Gobierno de Canarias y la falta de avances en la negociación colectiva han llevado a los sindicatos a convocar una huelga que, por su alcance y respaldo, se prevé histórica.

Las reivindicaciones: mucho más que una subida salarial

- Las demandas de los trabajadores van más allá de una simple mejora económica. Exigen:
- Subida salarial del 6,25% para recuperar el poder adquisitivo perdido en los últimos años.
- Mejoras en la conciliación familiar, con turnos que

- permitan compatibilizar el trabajo con la vida personal.
- Refuerzo de plantillas para evitar la sobrecarga y garantizar la salud laboral.
 - Sustitución de bajas y adecuación de categorías profesionales a las funciones reales desempeñadas.
 - Limitación del uso de empresas de trabajo temporal y contratos precarios.
 - Reconocimiento y compensación del esfuerzo realizado durante la pandemia y la recuperación turística.

Como resume una camarera de piso: “A veces no podemos ni ir al baño porque es tiempo que perdemos para hacer la limpieza de las habitaciones. Los beneficios no llegan a los trabajadores que somos los que generamos esa ganancia”.

El acuerdo en Las Palmas: un espejo incómodo

Mientras en Santa Cruz de Tenerife [la huelga de hostelería](#) sigue en pie, en la provincia de Las Palmas (Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura) la situación ha tomado otro rumbo. Allí, la presión sindical y la cercanía de la Semana Santa forzaron un acuerdo considerado “histórico” por los sindicatos: una prima de 650 euros a cobrar en mayo y una subida salarial del 9% en 12 meses.

¿LO HAS VISTO?

EN LA HOSTELERIA
EN CANARIAS

YA ES HORA
DE DECIR

BASTA!

HUELGA GENERAL

17 y 18
ABRIL



JUEVES Y
VIERNES
SANTO



Panflete repartido en la calle

Este acuerdo, fruto de intensas negociaciones, ha sido ratificado por la mayoría sindical y ha evitado el paro en una de las épocas de mayor ocupación turística. La diferencia de

trato entre provincias ha generado malestar y comparaciones inevitables: **¿por qué en Las Palmas sí y en Tenerife no?** La respuesta está en la capacidad de **presión sindical**, la disposición [negociadora](#) de la patronal y, sobre todo, en la voluntad de reconocer el esfuerzo de los trabajadores.

Provincia	Estado de la huelga	Acuerdo alcanzado	Subida salarial	Prima/Pago único
Santa Cruz de Tenerife	Sigue convocada	No hay acuerdo	Patronal: 4%	No
Las Palmas, Lanzarote, Fuerteventura	Desconvocada	Sí, entre patronal y sindicatos	9% en un año	650 €

Por qué se ha llegado a este punto

La huelga de [hostelería](#) en **Canarias** es el reflejo de un modelo turístico que ha priorizado **la rentabilidad** sobre **la dignidad laboral**. La brecha entre los beneficios **empresariales** y **los salarios**, la precariedad estructural y la falta de reconocimiento del esfuerzo de los trabajadores han generado un clima de hartazgo que ha desembocado en la huelga.

La diferencia de acuerdos entre **provincias** evidencia la importancia de la presión sindical y la necesidad de una **patronal dispuesta a negociar de verdad**. Mientras en **Las Palmas** se ha reconocido la deuda con los trabajadores, en **Santa Cruz de Tenerife** la oferta sigue siendo insuficiente para quienes llevan años sosteniendo el motor económico del archipiélago.

La huelga, más allá de su impacto inmediato, pone sobre la mesa la urgencia de repensar el modelo turístico canario: uno que no solo celebre récords de visitantes, sino que garantice condiciones dignas para quienes hacen posible la experiencia de millones de turistas cada año. Porque, como recuerdan los trabajadores, “los beneficios no llegan solos: los generamos nosotros”

Hablan los expertos: vinos para la semana

En esta nueva edición de “Hablan los Expertos” se une a nosotros [Álvaro Prieto](#), un sumiller de renombre que ha dejado su huella tanto en el mundo internacional del vino como en las Islas Canarias. Su pasión y conocimiento en alta enología lo han convertido en un referente, y su paso por Canarias ha enriquecido la escena gastronómica local. Con una [visión fresca](#) y moderna, Álvaro nos invita a explorar el arte del maridaje, combinando la exquisitez del vino y la sutileza del sushi.

Durante la entrevista Forjado en la excelencia, Álvaro compartió dos recomendaciones excepcionales para maridar este plato emblemático. En primer lugar, destaca el Guigal Condrieu 2020, un vino elaborado exclusivamente con la uva Viognier en el emblemático valle del Ródano.



La bodega **Guigal**, fundada en 1946, se ha consolidado como una de las más prestigiosas de la región. Con una tradición que conjuga la innovación y el profundo respeto por el terruño, Guigal ha conseguido expresar en cada botella la esencia del Ródano. Este **Condrieu** se distingue por intensas notas a durazno y albaricoque, fusionadas con matices florales y una mineralidad que evoca la frescura de los viñedos sobre suelos calcáreos.

[@guigal](#)



La bodega Guigal

Álvaro explica que, al maridar este vino con sushi, la acidez y la elegancia inherentes al **Condrieu** actúan para potenciar la delicadeza del **pescado**, creando un equilibrio perfecto que realza tanto la complejidad del **vino** como los sutiles sabores del plato.

Tinto

[@Kistler](#)

De igual forma, el sumiller propone un excepcional Pinot Noir proveniente de la región de **Russian River**, en **California**. Esta zona es reconocida por sus microclimas únicos y el compromiso de sus bodegas con la excelencia **enológica**, lo que se traduce en tintos de gran precisión y sutileza. Los productores de Russian River han sabido aprovechar las condiciones locales para elaborar **Pinot Noir** que destacan por sus aromas a cereza y frambuesa, complementados por toques terrosos y una ligera especiación.





Los taninos suaves y la acidez equilibrada hacen que este tinto encaje de manera ideal con la frescura y diversidad de texturas del sushi. Durante la entrevista, Álvaro enfatizó que este vino no solo acompaña al plato, sino que lo potencia, permitiendo que cada sorbo y cada bocado se fundan en una experiencia sensorial sin precedentes.

La propuesta de **Álvaro Prieto** es un fiel reflejo de su compromiso con la calidad y la innovación en el maridaje. Por un lado, la [bodega Guigal](#) representa la tradición y la excelencia del norte del Ródano, donde cada botella cuenta una historia de pasión, legado y terroir. Por otro, la región de Russian River en California pone de manifiesto la capacidad de sus bodegas para combinar condiciones climáticas excepcionales con técnicas modernas, dando como resultado un Pinot Noir que

destaca por su elegancia y autenticidad.

Esta fusión de historias y terroirs se transforma en un puente que une la alta cocina japonesa y la enología de vanguardia. Con el **Guigal Condrieu 2020** y el refinado **Pinot Noir de Russian River**, cada copa se convierte en el reflejo de dos universos: el legado ancestral del Ródano y la innovación contemporánea de California, todo ello enriquecido por la experiencia y visión de **Álvaro Prieto**.

¿Te animas a brindar con estas joyas enológicas y a dejarte seducir por el arte del maridaje? Descubre cómo el compromiso y la pasión de estas bodegas pueden transformar el ritual del sushi en una experiencia inolvidable.