

Canarias arrasa en los grandes concursos del vino

Hoy los vinos de **Canarias** ya no sorprenden por su presencia en los podios de los grandes concursos internacionales: han llegado para quedarse. Las medallas obtenidas en los certámenes más importantes del sector no responden a un golpe de suerte, sino a un proceso sostenido de reconocimiento de una **viticultura atlántica y volcánica** que ha convertido un paisaje extremo en identidad dentro del mapa del **vino europeo**.

Tras años de trabajo en el **viñedo** y en la bodega, el archipiélago puede afirmar con fundamento que sus vinos se cuentan entre los más valorados del mundo, especialmente en categorías asociadas a la llamada viticultura heroica. Desde el **Mondial des Vins Extrêmes del CERVIM** hasta competiciones como **CINVE** o **VINESPAÑA**, las **bodegas insulares** han reunido en las últimas campañas más de un centenar de premios que refrendan la solidez de este proyecto colectivo.

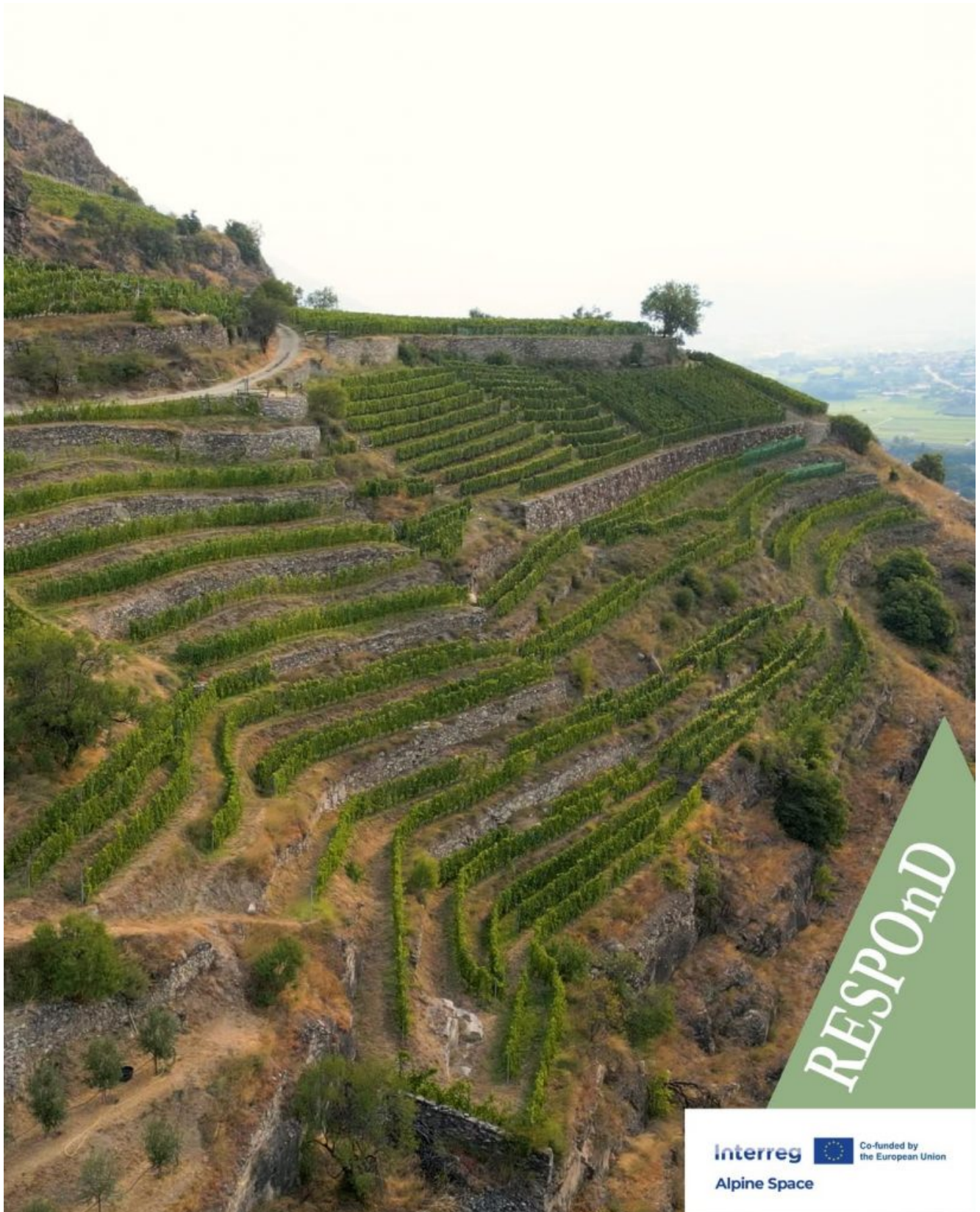
Este contexto coincide con una creciente curiosidad del mercado por los **vinos de origen**, capaces de expresar un paisaje y una **cultura agrícola** irrepetibles. En el caso [canario](#), ese relato se construye sobre suelos volcánicos, viñas viejas, pie franco y pequeños proyectos que han sabido traducir la dificultad en carácter.

CERVIM y el escaparate mundial de la viticultura heroica

[@Cervim](#)

Si hay un concurso que explica bien el lugar que ocupa **Canarias** en el mapa vitivinícola actual es el [Mondial des Vins Extrêmes](#), organizado por el CERVIM, la entidad internacional dedicada a la defensa de la viticultura heroica. Bajo este

concepto se agrupan viñedos en pendientes pronunciadas, altitudes elevadas o condiciones geográficas difíciles, una descripción que encaja con precisión con muchas de las parcelas del archipiélago.



Interreg
Alpine Space



Co-funded by
the European Union



En la edición de 2024, los vinos canarios lograron 56 medallas -12 grandes oros y 44 oros- además de varias distinciones especiales, lo que supuso un porcentaje muy significativo del total de galardones concedidos. La entrega de premios, celebrada en la [Casa del Vino de El Sauzal](#), sirvió para

colocar la singularidad de los viñedos insulares, muchos de ellos plantados en pie franco sobre suelos que nunca conocieron la filoxera, en el centro del debate internacional.

Entre los vinos más destacados figura **Papaino Malvasía Volcánica 2023**, elaborado por **Bodegas Gaviás del Sordo** bajo la DOP Islas Canarias, que se alzó con el Gran Premio CERVIM al mejor vino del certamen, el Premio **CERVIM Originale** al mejor vino de pie franco, el **Premio Vinofed** al mejor vino seco puntuado y una gran medalla de oro.

A este resultado se sumó el reconocimiento para Canarias como la región con mayor número de producciones participantes, así como el Premio Especial CERVIM concedido a Linaje del Pago como bodega española más destacada.

El impacto de este éxito quedó reforzado al año siguiente, con una nueva edición en la que el archipiélago volvió a situarse entre las zonas más premiadas del concurso dedicado a la viticultura de montaña y de islas. Más que un hito aislado, la trayectoria reciente en CERVIM confirma que el relato de los vinos canarios encaja de forma natural en la narrativa internacional de los vinos extremos.

CINVE: proyección comercial para los vinos del archipiélago

[@Cinve](#)

El reconocimiento a los vinos de **Canarias** no se limita al ámbito de la viticultura heroica. En la edición 2025 del Certamen Internacional CINVE, las producciones canarias obtuvieron 39 premios entre vinos, vermouths, espirituosos, aceites y elaboraciones derivadas del plátano. De ellos, 34

correspondieron a **vinos** procedentes de distintas denominaciones de origen del archipiélago, consolidando el peso de las islas en un concurso con marcada vocación comercial.



En las distintas categorías de **vinos tranquilos y espumosos** destacaron referencias como **Los Tableros Blanco Afrutado**, **Red Premium 2020** de Winery Burgman Tenerife, **Brumas de Ayosa Tinto Joven 2024**, **Vino Jable 2023** o **Pagos de Reverón Albillo Criollo Joven 2024**, junto a otras etiquetas que evidencian la amplitud del mapa vitivinícola insular. En la categoría de **medalla de oro** también figuran elaboraciones como **Listán Negro Tenerife**

2020 de Bodegas Piedra Fluida, Milagro de Magmasía 2022 de Bodega Erupción o el Rosado de Lágrima 2023 de El Grifo, en Lanzarote.



Este tipo de resultados aporta mucho más que un valor simbólico, ya que los vinos premiados en los **Wine from Spain**

Awards asociados a **CINVE** suelen participar posteriormente en acciones de promoción internacional impulsadas por organismos como ICEX. Para las bodegas canarias, incluir la mención del premio en la etiqueta y en su comunicación abre puertas en mercados donde el consumidor busca referencias avaladas por jurados internacionales.

VINESPAÑA: el aval técnico de la enología

[@VinEspaña](#)

La buena racha de los vinos canarios también quedó confirmada en la séptima edición de **VINESPAÑA**, celebrada en **Zaragoza** en 2025. Este concurso, organizado por la [Federación Española de Asociaciones de Enología](#), se caracteriza por la presencia de jurados eminentemente técnicos formados por enólogos, investigadores y especialistas del sector.



FEDERACION ESPAÑOLA DE
ASOCIACIONES DE ENOLOGOS

VIN ESPAÑA 2026



En esta edición, las bodegas del archipiélago sumaron **34 medallas** repartidas entre distintas categorías, con **seis grandes oros** y una amplia representación de **vinos blancos, rosados y tintos** procedentes de diferentes islas. El resultado confirma que la **singularidad volcánica** de estos vinos no solo seduce a prescriptores y sumilleres, sino también a los profesionales encargados de evaluar su calidad desde un punto de vista estrictamente técnico.



FERRERA
BODEGA



BLANCO
VINO ECOLÓGICO





La presencia de vinos ecológicos empieza, además, a consolidarse como una tendencia clara dentro del archipiélago. En ediciones recientes de **VINESPAÑA**, referencias como **Ferrera Blanco Ecológico 2022** y **Ferrera Albillo Criollo Ecológico** han obtenido medallas en la categoría de **vinos ecológicos**, señalando un camino que cada vez más bodegas exploran en busca de una viticultura sostenible adaptada al clima atlántico de las islas.

Bodegas y vinos que están escribiendo el nuevo mapa canario

Detrás de la sucesión de medallas que acumulan los vinos canarios en concursos internacionales hay nombres concretos de

bodegas y etiquetas que se repiten en los paneles de cata. En el ámbito de la viticultura heroica, **Papaino Malvasía Volcánica 2023**, de **Bodegas Gaviás del Sordo** (DOP Islas Canarias), se ha convertido en uno de los símbolos de esta nueva etapa tras su brillante actuación en el **Mondial des Vins Extrêmes**.





El mapa de reconocimientos se extiende a todas las islas productoras. Vinos como **Los Tableros Blanco Afrutado**, **Red Premium 2020** de Winery Burgman Tenerife, **Brumas de Ayosa Tinto Joven 2024**, **Vino Jable 2023** o **Pagos de Reverón Albillo Criollo Joven 2024** ilustran la diversidad de estilos que conviven en

Tenerife, desde zonas de medianías hasta cumbres volcánicas. En **Lanzarote**, etiquetas como **Milagro de Magmasía 2022** o el **Rosado de Lágrima 2023 de El Grifo** refrendan la capacidad de los **viñedos** sobre arena **volcánica** para producir **vinos** con personalidad propia.

A este mapa se suman proyectos especializados en espumosos, vinos dulces de uvas sobremaduradas o elaboraciones de variedades minoritarias, que han encontrado en concursos como **VINESPAÑA** un escaparate idóneo para mostrar su singularidad. Poco a poco, nombres que hace apenas unos años eran casi desconocidos fuera del archipiélago empiezan a resultar familiares para jurados, sumilleres y distribuidores.

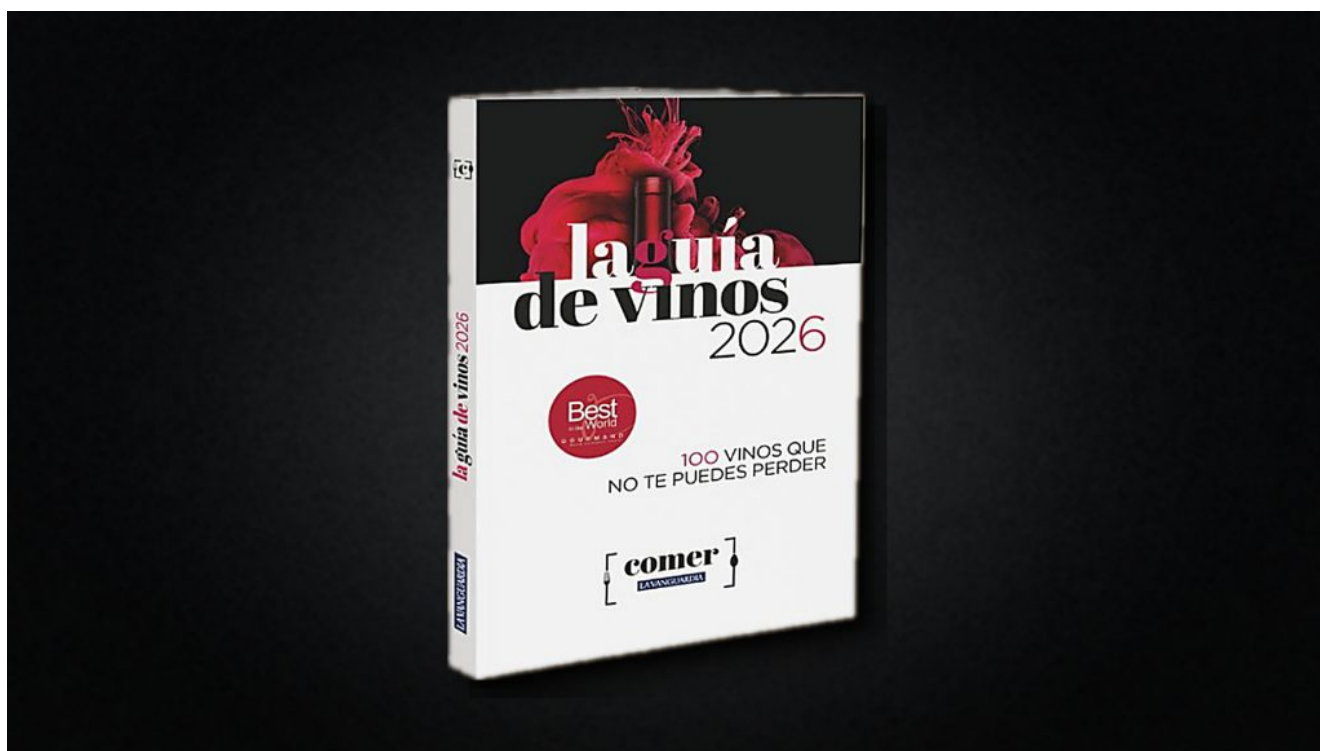
Ferrera y el rosado que sorprendió a España

Dentro de este contexto de premios y reconocimientos, uno de los nombres que más ha resonado en los últimos meses es el de [Bodegas Ferrera](#), situada en las cumbres de Arafo, en Tenerife. Su **Ferrera Rosado Seco 2024**, elaborado bajo la DOP Islas Canarias, fue elegido Mejor Rosado de España 2026 por la **Guía de Vinos de La Vanguardia**, con una puntuación de 96 puntos, un reconocimiento anunciado durante la celebración de **Barcelona Wine Week**.



El premio coloca a una pequeña **bodega de viticultura de altura** en el centro de la conversación enológica nacional y demuestra cómo proyectos familiares, profundamente ligados al territorio, pueden competir con éxito frente a referencias consolidadas de otras **regiones vitivinícolas españolas**.

Este reconocimiento se suma a los galardones obtenidos por la casa en concursos como Agrocanarias o VINESPAÑA, donde sus vinos ecológicos ya habían llamado la atención del jurado en ediciones anteriores.



En cierto sentido, la trayectoria de Ferrera resume lo que está ocurriendo con el vino canario en su conjunto: explotaciones de escala modesta, viñedos trabajados a mano y un fuerte vínculo con el paisaje que, sin embargo, logran situarse en el radar de críticos, sumilleres y compradores internacionales. Premios como el de **Ferrera Rosado Seco 2024** en la **Guía de Vinos de La Vanguardia** contribuyen a fijar en la

mente del consumidor la imagen de Canarias como origen de grandes vinos volcánicos.

El relato del vino canario: paisaje, identidad y proyección

Más allá de la acumulación de medallas, los resultados obtenidos apuntan a tres claves para entender el momento que vive el **vino** del archipiélago. La primera es la fuerza de la **viticultura heroica**, que en **Canarias** se expresa en **bancales volcánicos**, **viñas centenarias** plantadas en pie franco y parcelas que obligan a trabajar la tierra de manera casi artesanal.





La segunda es la diversidad insular, con denominaciones de origen como **Islas Canarias, Valle de Güímar, Lanzarote, La Palma, Gran Canaria o El Hierro**, cada una con variedades y estilos que responden a microclimas muy distintos. Y la tercera es una proyección internacional creciente, alimentada tanto por los grandes concursos como por las acciones de promoción institucional que buscan posicionar los vinos del archipiélago en mercados abiertos a descubrir nuevas regiones.

En este escenario, los vinos canarios ocupan un lugar cada vez más visible en cartas de restaurantes, ferias internacionales y rankings especializados, dejando atrás la etiqueta de rareza atlántica. La sucesión de premios sumada a hitos como el reconocimiento de la Guía de Vinos de La Vanguardia, refuerza la idea de que la singularidad volcánica del archipiélago se ha convertido en una marca de identidad reconocible en el mundo del vino y en un argumento sólido para seguir construyendo su presente y futuro.

René Redzepi y la crisis de Noma: cuando la alta cocina empieza a enfrentarse a su cultura de abuso

El chef danés **René Redzepi**, fundador del [restaurante Noma](#) y una de las figuras más influyentes de la gastronomía contemporánea, se enfrenta a la mayor crisis de su carrera tras una investigación publicada por **The New York Times** que recoge testimonios de antiguos trabajadores sobre violencia y abuso laboral en la cocina del restaurante. El caso abre un debate incómodo para todo el sector: cuál es el verdadero coste humano detrás de la alta cocina.

Una investigación periodística reabre el debate sobre la cultura laboral en los restaurantes de élite y el precio humano de la alta cocina

Hace apenas unos días nos preguntábamos en estas mismas páginas cuál era **el coste oculto del lujo gastronómico**: quién paga, en horas, en cuerpo y en salud mental, la factura de esas experiencias que deslumbran en sala.

Hoy, la crisis que rodea a **Noma** y la dimisión de **René Redzepi** ponen nombres y testimonios a lo que durante años fue apenas un rumor de cocina. El **restaurante** que durante dos décadas simbolizó la cima de la **vanguardia culinaria** aparece ahora como el ejemplo más incómodo de una cultura donde el prestigio pudo llegar a **justificarlo todo**.

El detonante fue una investigación publicada el 7 de marzo por **The New York Times**, basada en entrevistas con **35 antiguos trabajadores del restaurante**. Sus testimonios describen un patrón de comportamiento que se repitió durante años en la cocina de **Noma**: puñetazos, empujones contra las paredes, pinchazos con utensilios de cocina y humillaciones públicas durante el servicio.



Rene Redzepi

Algunos exempleados afirmaron que los golpes formaban parte de la rutina disciplinaria cuando alguien cometía un error en cocina, mientras otros hablaron de intimidaciones, gritos y amenazas relacionadas con su futuro profesional en el sector.

El reportaje describe un periodo que va aproximadamente **de 2009 a 2017**, años en los que el restaurante se consolidaba como epicentro mundial de la llamada **Nueva Cocina Nórdica**. El contraste resulta brutal: mientras el **mundo gastronómico** celebraba la revolución culinaria que encabezaba **René Redzepi** -cinco veces elegido mejor restaurante del mundo-, dentro de

la cocina se consolidaba una cultura laboral marcada por el miedo, la presión extrema y la normalización del abuso como herramienta de liderazgo.



Ante la publicación, **Redzepi** reconoció que parte de esos comportamientos reflejan su pasado como **jefe de cocina** y pidió disculpas públicas. Pocos días después anunció que **se apartaba del restaurante y de sus funciones directivas**, admitiendo que una disculpa no era suficiente y que debía asumir responsabilidad por el daño causado.

Por qué este caso es histórico para la gastronomía

Durante dos décadas, el **restaurante Noma** fue el **símbolo máximo de la alta cocina contemporánea**: el lugar donde se definían tendencias, se formaban generaciones de **cocineros** y se establecía el canon de lo que debía ser la **vanguardia gastronómica**. Cuando un proyecto con ese peso cultural se ve sacudido por denuncias de violencia laboral, el problema deja

de ser individual y pasa a convertirse en **una crisis del propio modelo de la alta cocina.**

















Durante años, el relato dominante en el sector fue sencillo: trabajar en restaurantes de élite significaba aceptar jornadas interminables, presión psicológica y disciplina casi militar. El prestigio compensaba el sacrificio, el currículum se construía a base de noches sin dormir, quemaduras y gritos en cocina. **El caso Noma** rompe ese pacto tácito porque pone nombres y testimonios a lo que durante décadas se había

tratado como una tradición inevitable del oficio.

La conversación pendiente en Canarias

Mientras el escándalo de **Noma** obliga a la alta cocina internacional a revisar su cultura laboral, en **Canarias** existe una conversación que todavía se mantiene en voz baja dentro del sector. En estas mismas páginas ya abordamos una de esas realidades en el artículo [Contratos de 6 horas, jornadas de 14: la cocina de la explotación en la hostelería](#), donde se describía una práctica que muchos trabajadores conocen demasiado bien: contratos que sobre el papel reflejan media jornada mientras los servicios se alargan hasta doce o catorce horas; festivos que no se pagan; horas extra que nunca aparecen en la nómina y una presión constante que empuja a muchos profesionales a aceptar esas condiciones como parte inevitable del oficio.



No es un fenómeno exclusivo de Canarias ni de España. Forma parte de una cultura profesional que durante décadas ha

glorificado el sacrificio extremo como prueba de compromiso con la cocina.

En ese relato, el prestigio del restaurante o la posibilidad de aprender de un **chef** reconocido funcionan como moneda de cambio frente a jornadas interminables y condiciones laborales que rara vez se discuten en público.

La cuestión que deja sobre la mesa el caso **Noma** es sencilla y al mismo tiempo incómoda: si uno de los **restaurantes** más admirados del mundo ha tenido que enfrentarse a este debate, **¿cuántas cocinas siguen funcionando todavía bajo esa misma lógica de silencio?**

Porque cuando los trabajadores empiezan a hablar, el problema deja de ser un restaurante concreto y pasa a convertirse en una pregunta para todo el sector. También para el nuestro.

Cheese & More Lovers Fest: el MUNA se rinde al queso en dos días de chefs, marcas y maridajes canarios

El Museo de Naturaleza y Arqueología de Santa Cruz acoge los días 14 y 15 de marzo la cuarta edición de un festival que convierte el queso en epicentro de showcookings, catas y un market con fuerte acento local.

[@MUNA](#)

“El evento que estabas esperando”. La frase, utilizada por la propia organización, define bien el ambiente que promete la IV

edición de **Cheese & More Lovers Fest**, que aterriza los próximos **14 y 15 de marzo** en el **MUNA de Santa Cruz de Tenerife** para celebrar el queso y su universo de maridajes. Durante dos jornadas, el museo se transformará en un espacio vivo donde chefs, queserías, reposteros, cervezas artesanas y proyectos gastronómicos se encuentran alrededor de un producto que forma parte esencial de la identidad culinaria del archipiélago.



Un festival que habla de territorio a través del queso

[Cheese&MoreFest](#)

Cheese & More Lovers Fest se consolida con cada edición como uno de los formatos más singulares de la agenda gastronómica

tinerfeña. No es únicamente un festival dedicado al queso; es, sobre todo, una plataforma que utiliza este producto como [hilo conductor](#) para hablar de territorio, paisaje y sector primario. La fórmula mezcla divulgación gastronómica con ocio urbano y acerca al público general a la cultura del producto local. Tras pasar por escenarios como el Castillo de La Laguna o la Casa del Llano en Los Realejos, el proyecto da ahora un paso simbólico al instalarse en el **Museo de Naturaleza y Arqueología**, un espacio donde la historia del archipiélago dialoga con su presente gastronómico.

El traslado a **Santa Cruz** añade además una dimensión cultural interesante: el visitante no solo acude a comer o catar, sino que entra en un contexto museístico que refuerza la narrativa de paisaje, tradición y evolución culinaria que rodea al queso canario. Esa mezcla de divulgación y entretenimiento ha sido, precisamente, uno de los rasgos que han permitido al festival consolidar un público fiel desde sus primeras ediciones.

Volcanic Xperience y el respaldo institucional

Detrás del proyecto vuelve a situarse **Volcanic Xperience**, plataforma que en los últimos años ha apostado por formatos gastronómicos de carácter divulgativo y experiencial. El festival cuenta además con el respaldo institucional del **Gobierno de Canarias**, el **Cabildo de Tenerife**, **Turismo de Tenerife** y el **Ayuntamiento de Santa Cruz**, junto a marcas territoriales y programas de promoción gastronómica como **Tenerife Isla Gastro** o **Degusta Santa Cruz**, que han acompañado al evento en distintas paradas del archipiélago.



El mensaje que lanza la organización es claro: el queso se convierte durante dos días en el punto de encuentro entre productores, cocineros y público. La entrada al festival es **gratuita**, aunque varias de las actividades -especialmente catas y degustaciones- requieren inscripción previa a través de los formularios habilitados en redes sociales y canales oficiales del evento.

Chefs que juegan con el queso

El ADN del programa se construye alrededor de los showcookings. En ediciones anteriores han participado nombres

que representan bien el dinamismo actual de la cocina canaria. Cocineros como **Pedro Rodríguez Dios, Aday Martín** o **Roberto Couto** han llevado el queso a terrenos inesperados: desde arroces creativos hasta platos de inspiración dulce o guiños culinarios más desenfadados.



Pedro Rodríguez Dios



Aday Martín



Roberto Cuoto

Ese espíritu lúdico es una de las claves del festival. El queso deja de ser únicamente un producto de tabla para convertirse en ingrediente central de propuestas contemporáneas. La cocina en directo permite al público

observar técnicas, conversar con los chefs y descubrir cómo un producto tradicional puede reinterpretarse en formatos actuales sin perder su identidad.

Queserías, dulces y un market con sabor local

Junto a los cocineros, el protagonismo recae en las queserías artesanas y en el universo dulce que gira alrededor del producto lácteo. En anteriores ediciones han participado proyectos como **Quesería Las Llanadas**, así como obradores que han explorado el potencial del queso en repostería. Ejemplos como **Varguita Cheesecake**, con su conocido “barraquito convertido en tarta”, o los trabajos de **Boutique Relieve**, **Pastelería Paula** y el equipo de **Pedro Rodríguez Postres** muestran hasta qué punto el queso puede transformarse en un ingrediente creativo dentro de la pastelería contemporánea.



La edición del [MUNA](#) mantiene esa filosofía de **market gastronómico**, donde el visitante puede probar quesos artesanos, descubrir productos vinculados al maridaje y explorar propuestas de street food inspiradas en el queso y en otros ingredientes locales. Vermuts, cervezas artesanas y vinos con denominación de origen del archipiélago completan una oferta que conecta directamente con el territorio.

Catas, maridajes y ambiente familiar

Uno de los sellos más reconocibles del festival son las **catas temáticas**, concebidas con un tono desenfadado pero con

contenido técnico. Entre las propuestas habituales aparecen sesiones como el popular **“vermuteo que te veo”**, catas a ciegas que combinan espumosos con selección de quesos o degustaciones de cervezas artesanas y vinos volcánicos. Algunas de estas experiencias están dirigidas por sumilleres y comunicadores del vino como **Belén López**, que aportan una lectura pedagógica sobre el maridaje entre queso y bebida.

Paralelamente, el festival mantiene una clara vocación familiar. Talleres infantiles, música en directo y sesiones de DJ convierten el espacio en un entorno donde el público puede pasar varias horas alternando degustaciones, showcookings y actividades. El resultado es un ambiente híbrido entre feria gastronómica y encuentro cultural, donde el queso funciona como punto de partida para hablar de tradición, creatividad culinaria y defensa del sector primario.

Servir con Alma: La Formación que Transforma la Sala en Experiencia

[Por: Miguel Otero Prol](#)

Introducción: La Sala, un Idioma que se Aprende con la Mirada

La sala es ese territorio donde se habla un idioma que no aparece en los manuales. Un espacio donde el gesto lo es todo, donde una bandeja bien llevada, un saludo preciso o un simple movimiento de manos pueden transformar por completo la experiencia emocional de un comensal. La sala es la respiración del hotel. El pulso. La parte visible de una

maquinaria silenciosa que sostiene cada comida, cada bebida y cada sonrisa devuelta.

Llevo 39 años decodificando ese lenguaje. Aprendiendo a leer las miradas del cliente, a interpretar el ritmo del servicio, a escuchar lo que no se dice. Aprendiendo a enseñar, porque enseñar en sala es una responsabilidad que va mucho más allá de la técnica.

Hoy, como docente de formación y supervisor de servicios en Hovima Hotels, sé que la excelencia no depende del lujo, sino de la humanidad que ponemos en cada detalle. La sala no es un lugar: es un mensaje. Y cada profesional se convierte en su narrador.



Pero la sala no solo se entiende observando al cliente. También se entiende observando al equipo. Antes de formar, escucho sus ritmos; antes de corregir, leo sus gestos; antes

de enseñar, analizo su manera de estar en el comedor. Observo cómo se mueve un camarero, cómo se coloca el uniforme, cómo sostiene una bandeja, cómo saluda, qué tono de voz utiliza, cómo recibe a los huéspedes, qué mirada transmite, en qué idioma se expresa, cómo gestiona la presión y, sobre todo, cómo ilumina -o apaga- la atmósfera del servicio.

Porque un comedor no se sostiene únicamente por lo que hacen los clientes, sino por lo que expresa el personal.

La sala respira a través de ellos

Como docente y como supervisor, mi labor comienza ahí: en descifrar lo que el equipo proyecta para poder transformarlo. Formar no es corregir fallos; es revelar potencial. Mi objetivo no es que el **camarero** sirva bien, sino que brille, que entienda que él es parte de la luz del servicio, que su presencia influye tanto como cualquier plato que salga de cocina.

Cuando los camareros empiezan a iluminar la sala, el hotel entero cambia.

La formación -sobre todo la formación real, la que nace del [servicio](#) y vuelve al servicio- es la columna vertebral de un hotel. En un momento en que la restauración vive una transformación acelerada, donde conviven nuevas tendencias, nuevas tecnologías y un cliente más emocional que nunca, la sala se ha convertido en un escenario donde la profesionalidad se expresa con sensibilidad.

La técnica y la emoción conviven. Y la preparación es la llave que hace posible cada momento de excelencia.





I. La Sala: el Arte Silencioso que lo Sostiene Todo

La sala es un escenario que nunca se detiene.

Un espacio donde cada gesto, cada desplazamiento, cada mirada tiene un peso específico. A menudo se piensa que el trabajo del camarero empieza cuando el cliente se sienta a la mesa y termina cuando se retira el último plato. Pero la realidad es otra: la sala es un organismo que respira antes, durante y después del servicio, y su equilibrio depende de un lenguaje que no siempre se oye, pero que siempre se siente.



La sala habla.

Habla a través de la luz que acaricia una mesa, del sonido que acompaña sin interrumpir, del clima que envuelve al [cliente](#), del ritmo con el que avanza el equipo, de la armonía –o el caos– que nace de una simple bandeja mal colocada.

Un camarero que quiere dominar la sala debe, antes que nada, aprender a escucharla.

Aprender a escuchar el silencio antes del servicio, cuando la sala espera.

A escuchar la tensión suave que surge cuando entra el primer cliente.

A escuchar el cambio de ritmo cuando se llena el comedor.

A escuchar la calma que regresa cuando la última bandeja se retira.

Pero la sala también habla a través de las personas que la habitan.

Habla cuando un camarero duda ante una mesa nueva.

Habla cuando un cliente mira dos veces buscando ayuda.

Habla cuando un niño necesita un gesto amable o cuando una familia se siente perdida entre los bufets.

Habla cuando un cliente VIP espera discreción o cuando una pareja celebra su aniversario sin pedir atención.





Escuchar la sala es un acto de sensibilidad profesional.

El camarero que solo mira sirve.

El camarero que mira y escucha, transforma.

En mis años de oficio he aprendido que la elegancia en sala no se mide por el uniforme ni por la técnica -aunque ambos son esenciales-, sino por la naturalidad.

La naturalidad de quien se mueve sin esfuerzo, de quien anticipa sin invadir, de quien aparece cuando hace falta y desaparece cuando no debe estar.

Esa elegancia silenciosa no se improvisa: se entrena.

El camarero debe conocer el comedor como si fuera su propia respiración. Debe sentir dónde se formará un embudo antes de que ocurra, saber cuándo un cliente necesita atención antes de pedirla, entender cuándo es momento de avanzar y cuándo es momento de esperar.



La sala recompensa a quien tiene paciencia para observarla y disciplina para entenderla.

Por eso siempre digo que la sala no es un espacio físico, sino

un estado de conciencia.

El profesional que la escucha se vuelve parte del sistema.

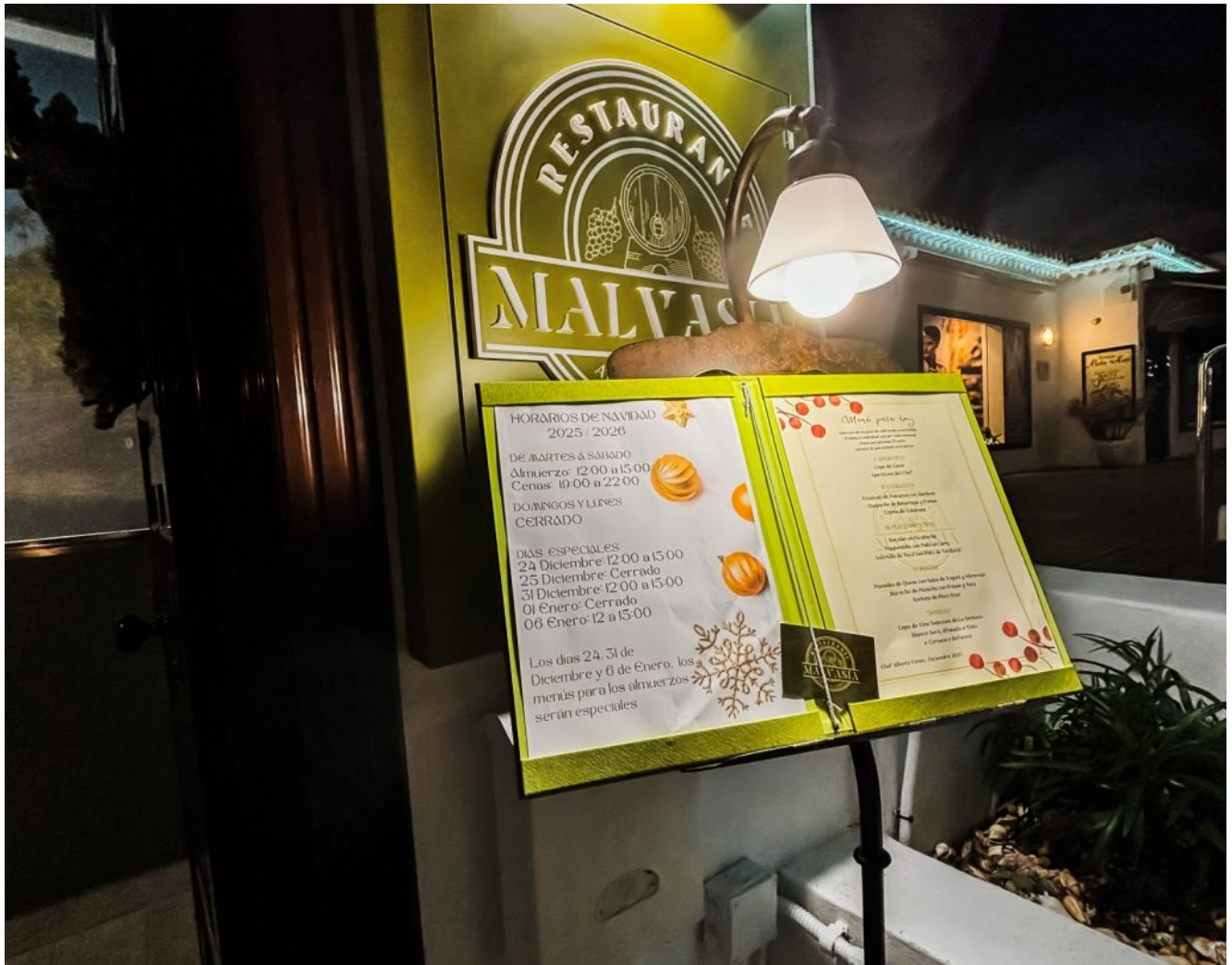
El que no la escucha, lucha contra ella.

Y cuando la sala fluye -cuando cada camarero es parte de una misma coreografía-, el cliente no percibe el esfuerzo. Solo siente que ha vivido una experiencia ligera, amable, armónica. Y ahí ocurre la magia: la excelencia se vuelve invisible, pero permanece en la memoria. Este es el punto de partida de todo mi trabajo formativo. Antes de enseñar a servir, enseñé a escuchar.

Las Croquetas de Queso de Cabra con Cebolla Caramelizada y Nueces by Alberto Fortes

En **Puerto de la Cruz** se está cocinando una historia nueva, y no hablo de “tendencias” ni de fuegos artificiales: hablo de un restaurante que ha decidido tomarse en serio el placer de comer. **Malvasía**, el proyecto recién estrenado del **chef Alberto Fortes**, llega con una idea muy simple (y por eso funciona): aquí el recetario no se recita, **se sirve**, se disfruta y se cocina muy bien.

[@RestauranteMalvasía](#)









Por eso estas **croquetas de queso de cabra con cebolla caramelizada y nueces** no aparecen como “la típica tapa para acompañar”, sino como una declaración de intenciones: cremosidad sin excusas, con un crujiente que, además, se escucha antes de convencerte. Y, sin embargo, lo interesante no es solo la croqueta: es lo que dice de la casa. Alberto como [cocinero](#) tiene una especial particularidad, y es, hacer unas muy sutiles y maravillosas combinaciones de dulce salado, de frutas y diferentes géneros que colman el paladar.

Porque cuando una cocina cuida un bocado aparentemente pequeño, suele estar cuidando también el pan, el punto del vino, el ritmo de la sala y, sobre todo,

el respeto por el producto.

Aquí el **queso de cabra** no está para “poner carácter” de forma agresiva; está para que el relleno sea sedoso, mientras que la **cebolla**, trabajada sin prisa, deja esa melosidad que pide otro mordisco, y las nueces aportan el golpe final de textura. Así que sí: puedes hacer la receta en casa y quedar como un héroe doméstico.

Pero, si estás en **Tenerife**, lo sensato -y lo feliz- es pasar por **Restaurante Malvasía en Puerto de la Cruz**, sentarte sin reloj y comprobar cómo se entiende de verdad esta **croqueta** (si está en carta) cuando la **cocina** está en su territorio y el plato llega como tiene que llegar: caliente, limpio y con una copa en temperatura y bien elegida.

Receta

Croquetas de Queso de Cabra con Cebolla Caramelizada y Nueces

Una receta para los amantes de las croquetas gourmet!

[@ChefAlbertoFortes](#)

Hoy compartimos una **receta** pensada para quienes disfrutan de sabores intensos, texturas cremosas y ese contraste irresistible entre lo **dulce y lo salado**. Estas croquetas de queso de cabra con cebolla caramelizada y nueces son un pequeño bocado de placer, perfectas para un aperitivo especial o como tapa en una comida entre amigos.

Ingredientes (para 4 personas)

- 200 g de queso de cabra
- 1 cebolla grande
- 50 g de nueces (ligeramente picadas, sin triturar demasiado)

- 50 g de mantequilla
- 50 g de harina de trigo
- 500 ml de leche entera
- Aceite de oliva virgen extra
- Pan rallado (para el empanado)
- **2 huevos (para el empanado)**
- Sal y pimienta negra recién molida al gusto

Preparación paso a paso

Carameliza la cebolla

Corta la cebolla en **juliana** fina. En una sartén con un chorrito de aceite de oliva, cocínala a fuego medio-bajo hasta que tome un color dorado oscuro y textura melosa. Tardará unos 25 minutos. No tengas prisa: este paso marca la diferencia.

Prepara la mezcla de queso y nueces

Desmenuza el **queso de cabra** en un bol y mézclalo con las nueces troceadas. Reserva.



Haz la bechamel base

En una olla, derrite la mantequilla a fuego medio. Añade la harina y remueve constantemente durante 2 minutos para formar una **roux**. Agrega la leche caliente poco a poco, sin dejar de batir con varilla, hasta conseguir una bechamel espesa y sin grumos.

Integra los sabores

Incorpora la cebolla caramelizada, la mezcla de queso y nueces a la bechamel. Mezcla bien hasta que quede una masa homogénea. Añade sal y pimienta al gusto. Cocina 2-3 minutos más para que los sabores se integren.



Refrigera la masa

Vierte la masa en una bandeja o fuente ligeramente engrasada. Cubre con film a piel (en contacto directo con la masa) y deja enfriar al menos 2 horas en la nevera, o hasta que esté bien firme.

Forma y empana las croquetas

Con las manos húmedas o dos cucharas, forma las croquetas del tamaño deseado. Pásalas por pan rallado. Si prefieres un

empanado más crujiente, puedes hacer doble pasada: **huevo batido + pan rallado**.



Fríelas al momento

Calienta abundante aceite de oliva en una sartén profunda. Fríe las croquetas en tandas, hasta que estén doradas y crujientes por fuera, pero cremosas por dentro.

Escurre y sirve

Retíralas sobre papel absorbente para eliminar el exceso de aceite. Sírvelas calientes, con una copa de vino blanco o una cerveza artesanal.



Consejo gourmet!

Puedes sustituir el queso de cabra por queso azul suave o incluso mezclarlo con un poco de requesón si prefieres una textura más suave. Añadir una pizca de nuez moscada a la bechamel también aporta un toque elegante.

Uva DOPs Canarias: desplome histórico, filoxera y sequía ponen al viñedo ante un punto de no retorno

La **viticultura canaria** encara 2026 con un punto de inflexión tras la vendimia de 2025, que registró una caída histórica de

la producción de [uva](#) con **Denominación de Origen Protegida** (DOP). La cosecha del pasado año se situó en 4,84 millones de kilos, frente a los 6,16 millones de 2024, lo que supone un descenso del 27% en volumen y uno de los mayores retrocesos de la última década.

Más allá de la cifra, el impacto se extiende a la articulación de estrategias agrarias, comerciales y sanitarias en un sector que viene de experimentar dos campañas consecutivas complicadas por el clima y las plagas.

□



Desde la **Consejería de Agricultura del Gobierno de Canarias** se subraya que este descenso no es solo un dato estadístico, sino el síntoma de tensiones estructurales que afectan a productores, bodegas y al tejido rural en su conjunto.□

El viñedo, más allá de ser el origen del vino, es un motor económico y un custodio del **paisaje insular**.

¿Qué ha influido en esta caída sostenida?

La botella canaria que hoy figura en las cartas de los **restaurantes** y en las **mesas de nuestras casas** es el resultado de una **vendimia** sometida a una combinación de sequías persistentes, costes crecientes y nuevas amenazas sanitarias. Detrás de cada **etiqueta** hay menos kilos por hectárea, más incertidumbre en las fincas y decisiones difíciles sobre qué **viñedos** se salvan, cuáles se reestructuran y cómo sostener la rentabilidad en un contexto que ya no parece coyuntural, sino estructural.



Estrés hídrico que persiste

Las dos últimas campañas agrícolas han transcurrido con precipitaciones por debajo de la media histórica, especialmente en **viñedos** de secano, lo que la Consejería identifica como el principal factor de la caída productiva.□ El estrés hídrico reduce rendimientos por **hectárea**, altera la maduración de la uva y obliga a los viticultores a incurrir en **mayores costes** de gestión para salvar parcelas sensibles. En

zonas donde el agua siempre fue escasa, la falta de previsibilidad climática empieza a traducirse en decisiones difíciles sobre qué superficie mantener y cuál reestructurar.



Frente a esto, el Ejecutivo regional ha movilizado ayudas extraordinarias por sequía por un importe total de 7,9 millones de euros, de los que unos 3,7 millones se han destinado específicamente a más de 2.000 viticultores, como apoyo directo a quienes sostienen **el viñedo** en condiciones adversas.□

Filoxera: amenaza real, control riguroso

Uno de los episodios que más impacto mediático y técnico generó en 2025 fue la detección de **filoxera** en Tenerife, un insecto que ataca las raíces de la vid y cuya presencia en el Archipiélago se consideraba ausente hasta ese momento.

Las **prospecciones oficiales superaron las 7.700 inspecciones en campo**, con un número reducido de focos positivos (menos de un centenar) concentrados geográficamente en torno al foco

inicial.□

**El control ha sido exhaustivo:
eliminación de cepas afectadas,
tratamientos en las parcelas positivas,
refuerzo técnico y financiación de
productos fitosanitarios de uso
preventivo.**



Filoxera



Escuela de Capacitación Agraria de Tacoronte

Estas rutinas de control se han acompañado de programas

formativos en todas las islas, organizados en coordinación con los consejos reguladores de las DOP y los Cabildos. En plena **vendimia**, la orden que prohíbe el movimiento de plantas de **vid** y uva fresca desde la zona afectada hacia otras islas y comarcas vitícolas generó debate en el sector: algunos defendieron la prudencia sanitaria, mientras otros consideraron que ciertas limitaciones eran desproporcionadas para un foco acotado, lo que tensó aún más la campaña.

Tensiones económicas y liquidez

A la **presión climática y fitosanitaria** se suma un factor financiero no menor: el impago por parte del Estado de 24,9 millones de euros correspondientes al **POSEI** adicional de las campañas 2022-2024, cantidad que el Gobierno de Canarias reclama como adeudada.

Este incumplimiento se ha percibido en el sector como un agravio en un momento particularmente delicado.

Para evitar que la falta de liquidez estrangule a explotaciones pequeñas y medianas, el Ejecutivo regional ha adelantado **16,4 millones de euros de fondos propios** como pagos puente destinados a más de 7.800 agricultores y ganaderos, entre ellos viticultores, mientras se resuelve la transferencia estatal.

Estos adelantos han sido valorados como esenciales por muchas explotaciones, aunque no sustituyen la seguridad de un calendario de pagos estable y cumplido.

¿Cómo repercute en las DOP canarias?

Si bien el dato global del 27% resume la situación del conjunto de las **DOP**, la variación de producción entre territorios y denominaciones no ha sido homogénea.

En la **DOP Islas Canarias – Canary Wine**, el descenso fue notable, aunque ligeramente inferior al promedio general: la vendimia 2025 se cerró con algo más de 1,3 millones de kilos y una caída en torno al 18% respecto a campañas anteriores, con

especial impacto en viñedos de medianías y zonas más expuestas a la sequía.

Este diferencial entre **denominaciones** evidencia que las condiciones **microclimáticas**, el acceso a recursos hídricos y las decisiones de manejo agronómico influyen en distinta medida en la cosecha.□

También pone sobre la mesa la necesidad de ajustar estrategias de plantación, riego y relevo generacional en función de cada territorio.

Mercados, calidad y perspectivas para 2026

Con menos uva disponible, uno de los retos inmediatos para **bodegas** y **comercializadores** es equilibrar cantidad y calidad. Varias elaboraciones con uva seleccionada, pese a los menores kilos recolectados, mantienen **perfiles enológicos** competitivos que permiten seguir defendiendo los vinos canarios en concursos y en segmentos de mayor valor añadido.



Por otro lado, el dinamismo del mercado interno, el **turismo enogastronómico** y la creciente apreciación internacional de los **vinos de origen volcánico** continúan siendo palancas clave para sostener presencia y reconocimiento. Estas oportunidades, sin embargo, requieren coherencia en la oferta, estabilidad en la logística y claridad en las políticas públicas que sustentan el sector.

Mirada al futuro: adaptación, ciencia y política agraria

La campaña 2025 y sus efectos colaterales han desencadenado una reflexión más amplia sobre la **resiliencia del viñedo canario**. En ese sentido, se consolida la idea de que la respuesta no puede limitarse a medidas coyunturales, sino que debe incorporar:

- Investigación aplicada sobre patrones resistentes: especialmente en torno a portainjertos más tolerantes frente a plagas y estrés hídrico, sin sacrificar el perfil varietal local.
- Estrategias hídricas a largo plazo: evaluación de infraestructuras de almacenamiento y distribución de agua, manejo de suelo y cubiertas vegetales que optimicen la retención de humedad.
- Políticas agrarias estables y transparentes: mecanismos claros de compensación en caso de medidas fitosanitarias restrictivas, junto con acompañamiento técnico continuo para viticultores.□
- Promoción y posicionamiento internacional: reforzar la presencia de los vinos canarios en mercados exteriores y segmentar la comunicación hacia compradores que valoran identidad, terroir y singularidad.

El diagnóstico es claro: la viticultura canaria ya no discute únicamente una campaña irregular, sino cómo transitar hacia un modelo más adaptativo, con herramientas técnicas, respaldo

institucional sólido y estrategias de mercado que reconozcan las fortalezas locales sin perder competitividad.

El majado: el gesto silencioso que cambia un plato

Hay cocinas que se reconocen por un aroma antes que por una imagen. En muchas casas **-y en no pocas cocinas profesionales-** ese olor nace siempre del mismo punto: un mortero apoyado en la mesa y unas manos que empiezan a trabajar ajo, sal, hierbas y especias. Antes de que el caldo se caliente o la carne toque la plancha, la receta ya va encarrilada: se decide en un gesto antiguo, doméstico y casi musical, el de **majar**. No es una manía [romántica](#) ni un capricho de abuela con carácter; es una técnica de construcción del sabor, una forma de “escribir” la receta desde el inicio.



En **Canarias** se entiende a la primera: un mojo bien hecho no se defiende solo por la lista de ingredientes, sino por cómo fueron tratados en el mortero, por el orden, el ritmo y la paciencia. Se puede tener el mejor ajo, el comino más fresco o una pimienta impecable, pero si no se integran con criterio, el plato se queda correcto... y “correcto” es una palabra peligrosa en gastronomía, porque suele significar “olvidable”.

El majado, en cambio, funciona como un atajo honesto hacia la profundidad: concentra, redondea y da continuidad. Además, coloca al cocinero en otro estado mental, porque obliga a bajar una marcha, oler, ajustar y decidir. Es decir: devuelve el mando al oficio.

En un mundo donde todo se tritura a velocidad de vértigo, el mortero sigue recordando algo simple: el sabor no solo se

suma, se compone. Y sí, también es **terapia barata**: en vez de golpear la mesa con las noticias del día, se golpea el ajo y se cena mejor, que es una forma bastante digna de resistencia cotidiana.

Majar no es picar: lo que ocurre dentro del mortero

A simple vista podría parecer un trámite: machacar unos dientes de ajo, unas hojas de perejil o unas semillas de comino. Sin embargo, **el majado** tiene más precisión de la que aparenta, y su efecto es químico y físico a la vez. Cuando se corta con **cuchillo** se seccionan fibras; cuando se tritura con batidora se pulveriza y se calienta ligeramente; al majar, en cambio, se rompe la estructura de los ingredientes de manera gradual.

Las células se aplastan, se exprimen jugos y, sobre todo, se liberan aceites esenciales que quedan atrapados en una pasta húmeda y fragante. Aquí la sal no está solo para sazonar: actúa como abrasivo, ayuda a **“raspar”** el ingrediente y acelera la extracción aromática. Por eso suele empezarse por ajo y sal, y después se van añadiendo comino, pimienta, hierbas, azafrán o pimentón según el plato.

Esa fricción controlada hace que el aroma salga por capas, no de golpe, y evita en parte el aireado agresivo que a veces deja la batidora (ese “perfume” plano que se apaga rápido).

Lo que termina en el mortero no es ajo picado: es una base aromática que ya sabe a receta antes de tocar el fuego. En esa pasta conviven texturas **-micropartículas de sal, hierbas desmenuzadas, pequeñas fibras-** y, si se quiere, se incorporan pan, frutos secos o un toque de vinagre para dar cuerpo y

dirección. La comparación más justa no es con un picado, sino con una tinta concentrada: se usa poca cantidad, pero tiñe todo el plato.



Además, **el mortero** permite corregir en tiempo real: se percibe si el ajo va a mandar, si el comino debe asomar con discreción o si la sal necesita un ajuste fino. Se aprende con la nariz y con la mano, no solo con la receta.

El paso que amarra guisos, asados y mojos

En muchas **recetas tradicionales** el majado no aparece como protagonista en la carta, pero sí vive en la memoria del cocinero. Es “ese paso” que la abuela no anotaba porque lo daba por obvio, igual que nadie escribe “respira” antes de empezar a **cocinar**. En un guiso suele incorporarse cuando el sofrito ya está hecho y el caldo empieza a tomar cuerpo: se diluye, se pega a la carne, perfuma las verduras y actúa como puente entre el fondo tostado del sofrito y la parte fresca de las hierbas.

Pasa en potajes, en lentejas, en una ropa vieja bien armada o en un caldo de pescado que pide carácter sin gritar.

En un asado funciona de otro modo: se unta sobre la pieza cruda, mezclado con **aceite, vino o vinagre**, y se convierte en una **coraza aromática** que va penetrando poco a poco durante el horno; también se usa en adobos y marinadas, desde un **conejo en salmorejo** hasta una costilla que necesita “memoria” más allá del ahumado.





En salsas frías -mojos, aliolis, pestos- el mortero no es un detalle: es la estructura. Primero se trabaja ajo con sal y **condimentos**; después se añade el aceite en hilo y se emulsiona con paciencia hasta lograr una mezcla viva, con brillo y nervio, donde el **ajo** no quede “crudo” en la boca sino integrado. Si se observa el proceso se entiende por qué tantos cocineros hablan del majado como un punto de inflexión: a partir de ahí, el plato deja de ser una suma de elementos para convertirse en un conjunto con personalidad. Y esa personalidad no es esnobismo; es cohesión, que es lo que el **comensal** recuerda aunque no sepa ponerle nombre.

Qué cambia cuando no se hace: batidora, picado y “otro idioma”

Sustituir el mortero por una batidora o por un simple picado no es un pecado capital; a veces se hace por tiempo, por volumen o por logística. No obstante, conviene entender que no es lo mismo, porque el plato cambia de idioma.



Ni el mojo ni el majado quedan mejor en licuadora que en mortero.

Al triturar, el sabor suele volverse más plano: los aromas se liberan de una manera menos progresiva y la sensación en **boca**, aunque sea homogénea, pierde profundidad. También se percibe una separación mayor de los ingredientes: un bocado sabe a ajo, otro a **hierba**, otro a especia; falta esa integración que aporta la pasta majada cuando se disuelve y se agarra a la grasa del sofrito o al aceite de una salsa. Además, la textura se vuelve “políticamente correcta”: **salsas lisas, impecables, fotogénicas...** pero con menos carácter.

A esto se suma un detalle técnico: la batidora incorpora aire y puede calentar la mezcla por fricción, lo que modifica aromas delicados y acelera oxidaciones (sobre todo en hierbas verdes).

Con ajo, además, el triturado agresivo tiende a intensificar

notas punzantes y a dejar amargor si se pasa de revoluciones. Dicho esto, no hay que demonizar la herramienta: se puede **cocinar** excelente con picado o con procesador, pero conviene saber lo que se está sacrificando.

Si no hay otra, un truco sensato es usar pulsos cortos, añadir la sal desde el principio y terminar “redondeando” a mano con una cuchara o con un pequeño mortero.

Porque, al final, la diferencia que el comensal detecta - **aunque no la verbalice**- es narrativa: el mismo mojo, la misma marinada o el mismo guiso hechos con mortero o sin él no cuentan la misma historia. En uno hay mano, gesto y criterio; en el otro, eficiencia. Y ojo: la **eficiencia es maravillosa**, pero cuando se convierte en sustituto del oficio, el plato pierde lo que lo hacía propio.

El mortero como herramienta de identidad

Hablar del majado es hablar también del instrumento. **Piedra, mármol, madera, barro**: cada material deja su huella y condiciona el resultado. Un mortero de piedra suele ser más “agresivo” y extrae aceites con facilidad; el de **mármol** mantiene bien la estabilidad y funciona de lujo para emulsiones; el de **madera** es más amable y requiere más tiempo; el de **barro** aporta una fricción distinta y, bien curado, se vuelve aliado para salsas delicadas.



Incluso la forma del pilón influye: los más altos favorecen el golpeo vertical; los más abiertos invitan a arrastrar y “pulir” la pasta. No es casual que muchos cocineros profesionales sigan teniendo un mortero a mano a pesar de disponer de tecnología de sobra: es un objeto que concentra oficio y memoria.

El sonido del **mazo** contra el fondo, el ritmo casi hipnótico, la necesidad de usar la fuerza justa -ni tanta como para convertirlo todo en puré, ni tan poca como para dejarlo entero- forman parte de una liturgia práctica que conecta la cocina contemporánea con el **saber popular**. Además, el mortero obliga a algo que la cocina moderna tiende a olvidar: bajar la velocidad.

Majar no admite prisas; exige presencia. En esos minutos se prueba con la nariz, se corrige de sal, se ajustan hierbas, se decide si el ajo lidera o se queda en segundo plano. También se aprende a cuidar la herramienta: limpiar sin detergentes agresivos si es de piedra porosa, secar bien la madera, y reservar uno “de batalla” para especias fuertes. Por eso, cuando un plato “**sabe a casa**”, muchas veces la explicación no está en el ingrediente, sino en el gesto... y en el mortero correcto para ese gesto. En **Canarias**, ese detalle se nota especialmente en los **mojos**.

De truco de sabor a lección didáctica

Para quien enseña cocina -**en una escuela, en un restaurante o desde un medio gastronómico**- el majado es una clase condensada de técnica. En un solo ejercicio se entiende cómo se comportan los ingredientes aromáticos según sean cortados, **machacados** o triturados; también se ve cómo se construye una base capaz de

sostener un plato entero sin necesidad de aumentar la cantidad de producto.



Incluso se aprende algo que suele pasarse por alto: la textura condiciona la percepción del gusto. Una salsa ligeramente granulada, un aliño con micropartículas, un mojo con pequeñas **vetas de ajo** y especia no son “imperfecciones”; son información sensorial, relieve, memoria. Proponer a un alumno que haga la misma receta de dos formas -con mortero y con batidora- suele ser una clase magistral sin necesidad de discurso.

Basta poner ambas versiones en la mesa y dejar que la diferencia hable: en una, el aroma aparece con más matices y el sabor se mantiene más tiempo; en la otra, todo llega de golpe y se apaga antes.

Ese contraste enseña también algo muy útil para la sala y para el periodismo gastronómico: el comensal recuerda lo que tiene capas. Una **cocina** puede ser técnica, contemporánea y precisa, pero si pierde capas, pierde relato. Y el relato, además, es una herramienta de fidelización: un plato con capas se comenta, se recomienda y se busca de nuevo.

Por eso el majado sirve también para explicar, con hechos, la idea de “memoria del comensal”: no se trata de nostalgia, sino de señales sensoriales repetibles. En tiempos de recetas virales de 30 segundos, el **mortero** funciona casi como una vacuna contra el simplismo y como un recordatorio de que el sabor necesita tiempo para asentarse.

Un pequeño manifiesto práctico a favor del majado

En una época donde la cocina acelerada parece norma, defender el majado puede sonar a romanticismo. Sin embargo, es una decisión extremadamente racional: con el mismo ajo, las mismas hierbas y la misma sal se consigue más **aroma**, más profundidad y más personalidad. Apostar por el mortero no es renunciar a la modernidad, sino recordar que la técnica no siempre llega en forma de máquina.

A veces viene encerrada en un gesto simple, repetido durante siglos, que

sigue funcionando porque responde a una lógica sensorial impecable.

Quien se acostumbra a majar difícilmente vuelve atrás: descubre que una cucharada de esa pasta basta para cambiar el fondo de un **guiso**, la nobleza de un asado o la memoria de una salsa. Además, se gana criterio, que es el verdadero lujo.



Con práctica se distingue cuándo conviene un **majado rústico** para que “muerda” en el mojo verde, y cuándo interesa uno más fino para que el **caldo** quede sedoso; cuándo el comino debe susurrar, y cuándo tiene permiso para cantar. También se entiende el orden: primero aromáticos, después especias, luego el aceite o el caldo para emulsionar y llevarlo al punto.

En el día a día, el **mortero** termina siendo una ventaja competitiva para cualquiera que quiera cocinar mejor **-en casa o en un restaurante-** sin necesidad de complicarse la vida. Y si alguien pregunta por qué sabe distinto, la respuesta es tan simple como incómoda: porque aquí se trabajó.

Un mojo nacido del mortero se reconoce al instante: color vivo, un punto de turbidez y un grano fino donde aparecen ajo, comino y perejil. El perfume se despliega por capas y la textura abraza el paladar, se fija a la patata, al pescado o a la carne y deja un final persistente. Con licuadora, sin embargo, todo se uniformiza: un verde liso, correcto, pero con menos relieve; el impacto es inmediato y se apaga antes. Cumple, sí... pero sin esa “caricia rugosa” que solo da un buen mortero. Porque lo más sofisticado en gastronomía suele ser lo más simple... cuando está bien hecho. Y en ese “bien hecho” se decide casi todo. Ahí también se decide el respeto por el producto: no hace falta añadir más, hace falta tratarlo mejor. Por eso, mantener el mortero es una declaración de principios: cocinar bien no siempre cuesta más; a veces solo pide un minuto de atención extra.

Diego Tornel, el sumiller que vuelve a hacer historia para Canarias en el Concurso Regional Gran Canaria Me Gusta 2026

[@AsociaciónSumilleresCanarias](#)

La sumillería canaria atraviesa una etapa de madurez que ya no se sostiene en promesas, sino en resultados, y en esta edición vuelve a tener un protagonista claro: Diego Tornel.

El sumiller, convertido en referencia dentro y fuera del archipiélago, revalidó el título en el **IV Concurso Regional de Sumilleres Gran Canaria Me Gusta 2026**, una cita que funciona como espejo del nivel real de la sala en las islas y que,

además, proyecta a sus mejores profesionales hacia el **Campeonato de España de Sumilleres**, ligado al **Salón Gourmets de Madrid**.

A su lado, la experiencia de **Nuria España** y la solvencia de **Alfredo D'Marzi** completaron una clasificación que habla de una escena más amplia que un solo nombre: hoy [Canarias](#) cuenta con perfiles capaces de competir, comunicar y sostener el oficio con rigor. Lo relevante no es únicamente el triunfo, sino el contexto: este concurso ha dejado de ser una fotografía puntual para convertirse en un punto de referencia anual, donde se mide técnica, memoria sensorial, capacidad de servicio y temple cuando el margen de error se reduce a milímetros.



De izq. a der: Alfredo D'Marzi, Diego Tornel y Nuria España
En un mundo donde la cocina suele llevarse la luz, aquí **la sala** reclama su sitio con una idea simple: el vino no se “coloca” en la mesa, se interpreta. Y esa interpretación - cuando está bien hecha- también construye reputación para restaurantes, hoteles, bodegas y para el propio destino

gastronómico Canarias. Dicho de otra forma: la copa ya no es un complemento elegante; se ha convertido en un lenguaje profesional que, cuando se domina, abre escenarios y eleva el relato del territorio.

Gran Canaria Me Gusta: el termómetro de la sumillería canaria

El **Concurso Regional de Sumilleres Gran Canaria Me Gusta** se ha consolidado en pocas ediciones como una prueba exigente, útil y, sobre todo, creíble. No es una competición pensada para el aplauso fácil, sino un formato que pone a los participantes frente a lo que ocurre cada día en el servicio: decisiones rápidas, precisión técnica, conocimiento transversal y comunicación clara.

Por eso se ha convertido en un trampolín directo hacia el **Campeonato de España de Sumilleres**, y por eso también atrae a profesionales que representan proyectos de distintas islas, con estilos de sala muy diferentes pero un mismo objetivo: demostrar nivel en un entorno de presión real. Más allá del trofeo, el concurso cumple una función que el sector necesitaba: visibilizar el trabajo del sumiller como pieza clave del engranaje gastronómico.







Entre copas, cartas y mesas llenas de historias, el sumiller es quien traduce un gusto en una botella, quien ordena un relato líquido y quien sostiene el servicio cuando el comedor se llena y el ritmo aprieta. Además, el certamen tiene un componente formativo estratégico: celebrado ante estudiantes y comunidad docente, cada prueba se convierte en una clase práctica sin filtros, donde se ve cómo se cata, cómo se argumenta un maridaje y cómo se gestiona el detalle cuando todo el mundo observa. Esa mezcla -competición y aprendizaje- explica su crecimiento: no se limita a “premiar”, también impulsa cultura profesional.

En tiempos de discursos fáciles, este concurso pone el foco en lo que no se improvisa: la técnica, la disciplina y la curiosidad constante, que son, al final, los verdaderos ingredientes de una sala que aspira a jugar en primera línea.

Lo que se juega Canarias cuando un

sumiller sube a lo más alto

En este tipo de competiciones, lo que está en juego no se reduce a una medalla. Quien destaca en un concurso regional **entra en el radar** de un ecosistema amplio: bodegas, distribuidores, jefaturas de sala, restaurantes, formadores y periodistas especializados. Esa visibilidad, bien gestionada, suele traducirse en oportunidades concretas: participar en proyectos de cartas más ambiciosas, asesorías, catas públicas, formación, presencia en eventos y, en muchos casos, el salto natural a escenarios nacionales.

Para un sumiller que trabaja en Canarias, competir primero en las islas y después en Madrid no es un “viaje de premio”; es una forma directa de confirmar que el nivel insular puede medirse con el mejor estándar del país. En esta edición, además, el contexto suma un matiz especialmente significativo: gracias al **histórico tercer puesto obtenido el año pasado por un sumiller canario en el Campeonato de España**, Canarias contará con **tres representantes** en la próxima cita nacional.



Ese detalle convierte el concurso regional en un tablero todavía más estratégico, porque no se disputa solo una clasificación, sino también una narrativa: la de un archipiélago que quiere ocupar un lugar estable en el mapa de la sumillería española. Cuando un sumiller canario se sienta en una mesa nacional, no solo lleva su talento; también lleva la responsabilidad de explicar variedades locales, estilos de elaboración y el carácter atlántico y volcánico de sus vinos sin caer en tópicos.

Por eso, cada edición suma prestigio acumulativo: no se trata de ganar una vez, sino de construir continuidad, de demostrar que el talento no aparece por accidente, sino porque existe un tejido profesional que se está fortaleciendo, con más formación, más ambición y más oficio.

Diego Tornel: revalidar es sostener excelencia, no repetir un golpe de suerte

En el centro de esta historia está **Diego Tornel**, y su victoria funciona como confirmación de una idea: la excelencia en sala se construye con constancia. Revalidar un título regional no depende de “tener un buen día”, sino de sostener un nivel alto en el tiempo, entrenando una mezcla difícil: memoria sensorial, precisión técnica, cultura del vino y lectura humana del cliente.





Tornel llega a este triunfo con un perfil que encaja con el sumiller contemporáneo: formación continua, dominio del

producto, capacidad de comunicación y sensibilidad para convertir una recomendación en experiencia. Su valor, además, no está solo en competir; está en **representar**.

Cuando defiende vinos del archipiélago, lo hace desde un discurso que se entiende: los vinos canarios no son una moda, son historia embotellada, diversidad de microclimas, viñedos extremos y variedades que obligan a escuchar antes de hablar. Y esa forma de contar el vino importa tanto como la técnica, porque el cliente no compra solo una etiqueta: compra un relato creíble.

Tornel ha sabido unir ambas cosas: rigor y emoción, precisión y narrativa. Por eso su figura se vuelve simbólica para quienes están empezando en hostelería: demuestra que en la sala también hay carrera, reconocimiento y un camino profesional que no se limita a “servir”, sino a interpretar. Verlo de nuevo arriba, esta vez en el IV Concurso Regional de Sumilleres Gran Canaria Me Gusta 2026, manda un mensaje claro: desde las islas se puede competir con ambición, volver con resultados y, de paso, elevar la percepción externa de la sumillería canaria como una escena seria, preparada y con hambre de futuro.

Nuria España y Alfredo D’Marzi: dos estilos que completan una foto sólida

El podio de este año también habla de diversidad y madurez profesional. **Nuria España** alcanzó la segunda plaza con un desempeño que refleja trayectoria y oficio, y su presencia refuerza un cambio evidente: la sala en España se está reescribiendo con más liderazgo femenino, más criterio técnico y una forma de servicio donde firmeza y cercanía conviven sin conflicto.



Nuria España

No se trata de un “símbolo”, sino de competencia real: cuando una sumiller ocupa ese lugar es porque domina el producto, la cata, la comunicación y la gestión del ritmo del servicio. En tercer lugar aparece **Alfredo D’Marzi**, un perfil que representa la consistencia del trabajo diario: esa sumillería pegada al territorio, a la cocina y al comensal, que construye reputación botella a botella, sin necesidad de ruido.



Alfredo D'Marzi

Su recorrido lo ha vinculado a proyectos donde el producto local necesita ser explicado con paciencia y pasión, y eso es un valor enorme en un archipiélago donde el vino puede ser fascinante, pero exige mediadores capaces de traducirlo. Que el campeón sea de Gran Canaria y los otros dos puestos sean de Tenerife añade un matiz interesante: el talento no está concentrado, está repartido, y ese reparto enriquece el relato de Canarias como región gastronómica.

Cada isla aporta su mirada, sus vinos y su manera de entender la sala, y el concurso se convierte en un espacio donde esas visiones dialogan y se afinan. Para el público y para quienes se forman, ver competir a perfiles distintos ofrece una lección práctica: la diferencia no la marca un gesto espectacular, sino un conjunto de detalles bien ejecutados, desde una argumentación limpia hasta un maridaje coherente o una recomendación que respeta al cliente.

Un certamen que empuja la sala canaria hacia el futuro

El **IV Concurso Regional de Sumilleres Gran Canaria Me Gusta 2026** deja certezas útiles para el sector. **La primera:** Canarias ya no vive de intuiciones; cuenta con una base profesional sólida, con figuras consolidadas y un relevo que se está formando con más herramientas. **La segunda:** el concurso se ha convertido en una pieza de conexión entre formación y realidad laboral, porque expone el oficio sin maquillaje, mostrando cómo se piensa, se cata y se decide cuando hay presión.

La tercera: su impacto va más allá de los participantes, porque también empuja a bodegas, restaurantes y hoteles a tomarse en serio la cultura del vino y el valor de una sala bien dirigida.

Y la cuarta: el triunfo de **Diego Tornel** no es solo una buena noticia individual, ni siquiera insular; es una señal de que el archipiélago quiere estar presente en el debate nacional con argumentos, preparación y continuidad.

Mientras el calendario mira ya hacia el Campeonato de España y la próxima cita en Madrid, el mensaje que queda aquí es claro: la sumillería canaria está creciendo porque hay trabajo real detrás, porque se está profesionalizando y porque ha entendido algo esencial: una copa bien contada puede cambiar la experiencia del comensal, pero también puede cambiar la posición de un territorio en el mapa. En ese tablero, Canarias no está pidiendo sitio; está ganándolo.

Salón Gourmets 2026:

Canarias, muestra la despensa volcánica

[@SalónGourmet](#)

Del 13 al 16 de abril, el Pabellón 3 de **IFEMA Madrid** volverá a hablar “canario” en clave gourmet. La presencia de las islas en el **Salón Gourmets 2026** no se plantea como un escaparate estático, sino como una plataforma de trabajo para el sector: producto para catar, historias para comprender y contactos para cerrar.

Bajo el paraguas institucional del **Gobierno de Canarias** y los cabildos insulares, el stand se consolida como una parada recurrente para quienes buscan autenticidad con trazabilidad y sentido de lugar. Aquí conviven quesos con DOP, vinos de suelos volcánicos, mojos, gofios, mermeladas, mieles, sidras, cervezas artesanas, aceites, cafés, licores y dulcería tradicional, junto a una escena de elaboradores que empujan el recetario hacia formatos más actuales.



Y, aunque la palabra “**volcánico**” sea tentadora, lo que

realmente se muestra es algo más concreto: cómo el clima, los suelos y la forma de cultivar o criar condicionan textura, aroma y carácter. La experiencia de 2025 dejó un listón alto por volumen de empresas y ritmo de actividad, y precisamente por eso 2026 se plantea con una ambición medida en tres variables que importan en una feria: visibilidad, contactos comerciales y capacidad de quedarse en la memoria del comprador.

En un entorno donde todo compite por atención, Canarias apuesta por una narrativa coherente: territorio como argumento, diversidad como fortaleza y producto como prueba irrefutable.

Además, el stand se vive como un “hub” de agenda rápida: reuniones que se encadenan, degustaciones que sirven de carta de presentación y conversaciones cortas que, si el producto convence, terminan en intercambio de datos y seguimiento. Es la lógica del mercado: menos folletos, más decisiones. Y para quien viene a comprar, esa coherencia se traduce en tiempo ahorrado, comparaciones más claras y una selección más segura.

Día de Canarias: cuando IFEMA sabe a Atlántico

Entre las jornadas del **Salón Gourmets 2026**, el [Día de Canarias](#) se perfila como el momento más útil para quien necesita “entender rápido” qué está pasando en la despensa del archipiélago. Durante toda la jornada, el stand se transforma en un escenario vivo donde se encadenan showcookings, catas comentadas, presentaciones de producto y conversaciones con productores, cocineros y enólogos. Así, el visitante del sector no solo prueba: también escucha el porqué, que es donde suele nacer la venta inteligente.

De hecho, el relato que articula el día funciona como un mapa: un territorio fragmentado en islas, unido por océano y por un paisaje extremo, ha convertido la dificultad en ventaja competitiva. Cada elaboración que pasa por la mesa se presenta con apellido y contexto: una isla, una finca, una familia, una técnica, una temporada.

Por eso, el Día de Canarias se comporta como una inmersión acelerada en cultura gastronómica, desde el Atlántico hasta los viñedos de ceniza y los bancales de medianías.

Además, sirve para ver el producto “en acción” y no solo en etiqueta: cómo se corta un queso, cómo se explica un vino, cómo se defiende un mojo, cómo se traduce un cereal tostado en cocina actual. En una feria donde el ruido es constante, este formato ordena la experiencia y facilita algo decisivo: que el comprador salga con referencias claras, y que el prescriptor se lleve historias listas para carta, tienda o medio.



Y hay un punto práctico más: cuando el producto se narra bien, se reducen dudas sobre uso, maridaje, formato y posicionamiento; es decir, se compra con menos fricción y se recomienda con más seguridad. En la práctica, es el día en el que el stand se vuelve agenda: te sientas, preguntas, apuntas y decides.

Tacomanía by IGP Aguacate de Canarias: el taco volcánico que mira al mundo

Si hay una novedad diseñada para capturar miradas en 2026 es el campeonato [Tacomanía by IGP Aguacate de Canarias](#). El concepto es sencillo y, por eso, funciona: chefs y cocineros convierten el aguacate canario con indicación geográfica protegida en protagonista absoluto de creaciones en formato taco. En lugar de pedirle al producto que “se explique” con un discurso, se le deja hablar en directo con textura, sabor y versatilidad, mientras el público ve el proceso, lo fotografía y lo comenta.



El taco, además, es un idioma global: permite integrar influencias latinas, guiños a la cocina canaria y técnicas contemporáneas sin perder legibilidad. Así, el resultado se traduce en bocados que combinan acidez, grasa, crujiente y frescor, con el aguacate como eje. Pero el valor de Tacomanía no está solo en lo vistoso; está en lo estratégico.



En un entorno ferial saturado de estímulos, un concurso bien planteado multiplica la conversación: activa redes, provoca comparaciones entre profesionales y abre la puerta a preguntas comerciales muy concretas. ¿Qué continuidad de suministro hay? ¿Qué formatos interesan al canal horeca o retail gourmet? ¿Cómo se posiciona un producto con sello de origen frente a un mercado globalizado?

También entran en juego variables muy de feria: rendimiento, mermas, comportamiento en frío, estabilidad y facilidad de servicio. Y aquí la IGP actúa como un “cinturón de seguridad” reputacional: no vende por ti, pero sí reduce dudas. Además,

al poner al aguacate en el centro de una elaboración replicable, se facilita algo crucial: que el comprador imagine el producto en su propio contexto (carta, barra, mostrador). En términos de marca, el mensaje queda claro: Canarias no solo produce; también sabe presentar, interpretar y defender sus ingredientes con lenguaje contemporáneo, sin perder su acento.

Un viaje por la despensa insular: del icono tradicional a la nueva escena

La propuesta canaria en el Salón Gourmets 2026 se entiende mejor como un recorrido guiado por identidad y diversidad, no como una lista interminable de cosas ricas (que también). En el bloque más clásico, el visitante del sector se encuentra con quesos de cabra, oveja y mezcla con personalidad propia; vinos nacidos de cepas adaptadas a suelos de ceniza y picón; mojos que condensan tradición en cada cucharada; y gofios que hablan de cereal tostado, memoria y cocina de supervivencia convertida hoy en recurso gastronómico.

A ese núcleo se suman mermeladas, mieles, sales, dulcería y bebidas que ayudan a completar una despensa diferenciadora para carta y tienda. Sin embargo, lo interesante de los últimos años es la convivencia con una generación de elaboradores que empuja categorías: sidras, cervezas artesanas, aceites, cafés de origen canario, destilados y propuestas dulces que conectan identidad local con tendencias globales sin caer en la caricatura.

Esa mezcla entre producto histórico y “nuevas escenas” es uno de los argumentos más sólidos del stand: muestra evolución, continuidad y capacidad de adaptación.

Además, ofrece un beneficio práctico: permite construir un lineal o una carta con coherencia territorial, pero con rangos

de precio, estilo y uso muy distintos (desde el detalle de bienvenida hasta el maridaje o la venta por impulso).

También es una manera de entender que el territorio no es una etiqueta bonita, sino un sistema de producción: costa, medianías, altura, microclimas y una cultura de aprovechamiento que se refleja en lo que se elabora. En otras palabras, Canarias ya no se presenta solo como “destino de sol y playa”; se presenta como despensa con sello propio, capaz de aportar relato, técnica y singularidad en un mercado donde la diferenciación vale dinero.

Negocio, marca y emoción: por qué Canarias importa en Salón Gourmets

En una feria con cientos de expositores, destacar no es cuestión de volumen, sino de estrategia. Y la actuación de Canarias en el [Salón Gourmets 2026](#) se ha diseñado para generar negocio, consolidar marca y dejar una huella emocional útil: la que se convierte en recuerdo y, más tarde, en pedido. Por un lado, el stand funciona como plataforma comercial: concentra reuniones, degustaciones, presentaciones y contactos con distribuidores, importadores, sumilleres, jefes de compra y prescriptores.

Por otro, construye un relato reconocible sin necesidad de exagerar: paisaje, resiliencia y oficio; agricultores, ganaderos, pescadores y elaboradores que sostienen el sabor antes de que llegue a la mesa. Además, acciones como el Día de Canarias y Tacomanía aportan algo que en ferias vale oro: momentos “ancla” que ordenan la visita y facilitan que el visitante cuente lo vivido a terceros (equipo, clientes, audiencia). Y luego está la emoción, sí, pero sin cursilería: cada queso que se corta, cada copa que se sirve, cada bocado que se comparte es una declaración práctica de identidad.

Por eso, cuando el profesional abandona IFEMA, no solo recuerda que Canarias estaba; recuerda por qué estaba allí y

cómo lo defendió. Dicho de forma simple: si un producto se entiende, se compra mejor; y si un territorio se explica con consistencia, se vende más fácil. La meta en 2026 es esa: convertir curiosidad en confianza, y confianza en acuerdos, con una despesa que se presenta como lo que es: una ventaja competitiva.

Porque lo importante no acaba al salir del pabellón: empieza después, cuando llegan los correos, las muestras y el seguimiento. Si ahí el relato se sostiene, el pedido llega; si no, la feria se queda en anécdota.

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

[@IcbMadrid](#)

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

una cita que ya funciona como termómetro del mercado laboral gastronómico.



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

Un foro pensado para conectar talento (sin rodeos)

El campus de la UFV se convirtió en un entorno vivo de diálogo e intercambio profesional, con una agenda que combinó

aprendizaje, inspiración y oportunidades de empleo. Desde el café de bienvenida hasta las ponencias de cierre, el espíritu de [colaboración](#) fue el hilo conductor, porque aquí no se fue a “asistir”: se fue a **hacer networking con sentido**. Entre los momentos más esperados destacó la sesión de **speed dating**, un formato ágil que permitió a los candidatos presentarse cara a cara ante reclutadores y responsables de selección.



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

participantes, en un contexto que favoreció el contacto directo y la escucha activa.

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

Inspiración a través de historias reales

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



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

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

Apoyo institucional y compromiso con el empleo

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

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

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



I EDICIÓN

FORO DE EMPLEO DE GASTRONOMÍA

24 DE FEBRERO
CAMPUS UFV

DONDE SE COCINA TU FUTURO



I EDICIÓN

FORO DE EMPLEO DE GASTRONOMÍA

24 DE FEBRERO
CAMPUS UFV

DONDE SE COCINA TU FUTURO

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

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

Canarias y el impulso de su propio talento

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

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

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

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

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

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