

El Cabildo de Tenerife impulsa su excelencia gastronómica de la mano del Basque Culinary Center

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

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



Un convenio sin precedentes

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

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

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



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

Lope Afonso.

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

nuestra oferta culinaria”.

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

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

Para más información:

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

Entrega de Premios del Primer Rally Gastronómico de Santa Úrsula

El pasado 15 de julio, se celebró con gran éxito el Primer Rally Gastronómico de Santa Úrsula, un evento organizado por el Ayuntamiento de Santa Úrsula y la Asociación Gastronómica de Santa Úrsula, Cielo Mar & Tierra. Este evento destacó lo mejor de la gastronomía local y contó

con la entusiasta participación de la comunidad y del público de toda la isla.

La **entrega de premios** se llevó a cabo en la histórica **Casa Verde**, una verdadera joya arquitectónica que sirvió de escenario perfecto para reconocer [el talento](#) y la creatividad de los locales participantes.

En primer lugar, se entregó el premio a la **“Tapa más votada por el público”**, que fue otorgado a la **Cafetería El Mirlo Blanco** capitaneada por **Fabrizio Maldonado**. Su exquisita creación, la **Tapa Sabor Isleño**, conquistó el **paladar** de los asistentes, obteniendo el mayor número de votos y consolidándose como la favorita indiscutible del evento.



La concejal del Ayuntamiento de Santa Úrsula Elisa Hernández y Laura Oliva jefe de cocina del Mirlo Blanco

Seguidamente, se otorgó el reconocimiento a la **“Mejor Tapa según la Prensa Especializada”**, un galardón que recayó en Mario y Fabián Torres, chefs y propietarios del restaurante **El Calderito de La Abuela**. Su **Saquito de Pasta Brick con papas**,

costillas y millo impresionó a los críticos que sirvieron de jurado por su innovadora combinación de sabores tradicionales con técnicas modernas, destacándose como una verdadera obra maestra culinaria.



La concejal Hernández y el Chef y panadero Mario Torres del Calderito de La Abuela



La tapa seleccionada por la prensa especializada "Saquito de papas, costillas y millo" El Calderito de La Abuela

El jurado de prensa estuvo compuesto por conocidas personalidades del ámbito gastronómico: Leonor Mederos, directora de la revista iberoamericana *Cielo Mar & Tierra*; Francisco Almagro, editor y

productor del Blogoferoz.com; Sergio Lojendio, periodista gastronómico de ...y un pimiento de Canariasgourmet!; y José Garavito, editor de este último periódico.







Además de los premios gastronómicos, se hizo entrega de su premio al periodista **Pablo Regalado**, quien resultó ganador de una **Escapada Rural** en un sorteo realizado entre los votantes, un premio patrocinado por **Canariasgourmet.es**. La **entrega de premios** fue [realizada](#) por **Elisa Hernández**, concejal de Comercio y Turismo del Ayuntamiento de Santa Úrsula, junto con José Garavito, editor del mencionado periódico.



La concejal Hernández y el ganador del Escape Rural Pablo Regalado

Es importante resaltar que este evento no solo dinamizó el talento y la creatividad culinaria de Santa Úrsula, sino que también fomentó la unión de la comunidad en torno a la rica cultura gastronómica de la región.

Con este exitoso primer Rally Gastronómico, Santa Úrsula se posiciona como un destino clave para los amantes de la buena mesa, y se espera que esta iniciativa se convierta en una tradición anual que siga destacando lo mejor de nuestra cocina y sus productos locales.

Sobre el Rally Gastronómico de Santa Úrsula

El **Rally Gastronómico de Santa Úrsula** es un evento dedicado a promover la riqueza culinaria local, invitando a los

restaurantes y cafeterías de la región a competir y presentar sus **mejores tapas**. Este evento, que celebró su primera edición en julio de 2024, busca destacar la **creatividad y calidad** de la **cocina de Santa Úrsula**, convirtiéndose en un referente en el **calendario gastronómico** de las Islas Canarias.

Amigos Canarios del Buen Comer en el Restaurante “Tasca El Vateo”

Los Amigos Canarios del Buen Comer, realizamos nuestra nonagésima primera (91ª) visita a restaurantes de nuestra isla, que en esta ocasión ha sido a la “Tasca El Vateo”.

Texto: Antonio Pérez Viera Fotografías: José Antonio Melián

La Tasca El Vateo es un pequeño restaurante inaugurado en febrero de 2024, decorado con mucho gusto, que ha conseguido un inseparable binomio entre tranquilidad y excelencia, ofreciendo un toque muy personal en sus **propuestas gastronómicas**, así como un servicio personalizado y exclusivo, para **el deleite** de su amplia clientela.

Las especialidades de **La Tasca El Vateo**, son las relacionados más abajo, como menú seleccionado.

Dispone de una amplia **bodega** de distintas **denominaciones**, con especial selección de **vinos canarios y algunos cavas**.

El precio medio oscila en torno a los **35 euros** por persona, lo que, dada la gran calidad de sus **productos** y el excelente servicio que ofrecen, supone una excelente relación **calidad-precio**.



Cierra los lunes todo el día y los domingos en el horario de cena, siendo conveniente hacer reserva, especialmente los fines de semana.

Su propietario y **chef David**, es un excelente profesional con amplia experiencia de más de 25 años en el sector de la restauración, de los cuales, los últimos 8 **entre fogones**, siendo esta **Tasca** su segundo **restaurante** como propietario, y con la que ha pretendido hacer felices a sus clientes con una cocina muy personal. Le acompaña en todas sus funciones su esposa Yolanda, lo que le aporta el establecimiento a un plus

especial y diferente.

Y al frente de la sala, José de la Guardia es otro gran profesional, con amplia experiencia como manager de restauración en hoteles y restaurantes de Barcelona.



Der: Antonio Pérez Viera y el Chef David Manso

La bienvenida corrió a cargo de David, en presencia de **Antonio Pérez Viera** en representación de los **Amigos Canarios del Comer**, dirigiéndonos unas amables palabras, con las que nos explicó las características de su proyecto empresarial en **La Tasca El Vateo**, y su personal forma de trabajar entre fogones, para terminar, explicándonos los distintos platos del menú seleccionado para la ocasión, y desearnos que nos sintiéramos como en nuestra propia casa, y que volviéramos pronto con

familiares o amigos.



Los Amigos Canarios del Buen Comer





A medida que los 29 **Amigos Canarios del Buen Comer** íbamos **degustando** cada uno de los platos y los vinos, expresábamos nuestra [opinión](#), asignando una nota, cuya media iría a parar

al acta que sería levantada al final de la **comida**, para completar la calificación de cada uno de los puntos incluidos en el orden del día.













El menú seleccionado para la ocasión fue el siguiente:

- Pan artesano con crema de queso y yogur.
- Ensalada Tequila: Canónigos, rúcula, tomates Cherry, salteado de gulas y langostinos con reducción de tequila y mango, con vinagreta de maracuyá.
- Alcachofas de Tudela confitadas en mantequilla de ajo negro con foie y jamón ibérico.
- Huevos con foie, papa frita canaria de cosecha propia con aderezo de finas hierbas y cebolla caramelizada con miel de palma.
- Milhoja con langostinos: Hojaldre casero relleno de espinacas y langostino cremado con queso y bañado en salsa de coco y sriracha.
- Solomillo de cerdo ibérico en salsa de almogrote de

elaboración propia, chalota, jengibre fresco y cardamomo.

- Popurrí de 4 postres: Tarta de queso horneada, tarta de ambrosía, mus de parchita con tejas de chocolate negro, y coulant con sorbete de mandarina.





Vino blanco "Nivarius" D.O. Rioja.
Vino tinto "Figueró 4" D.O. Ribera del Duero.
Agua, caña, café o infusión.

Los puntos sujetos a votación fueron: El menú elegido, las instalaciones y el servicio.

La nota media de los distintos parámetros resultó ser un 9,67 sobre 10, lo que significa que la "Tasca El Vateo" es el restaurante mejor valorado de los seis visitados hasta la fecha en 2024, y que es un establecimiento muy recomendable para visitar. Tasca El Vateo Camino Las Gavias, 124, en San Cristóbal de La Laguna.

Bahía del Duque renueva la carta de la Brasserie de la mano del Chef Pierre Résimont con sabores de Bélgica

El chef belga, con dos estrellas Michelin, junto al equipo de cocina liderado por Eliana Real, innovan con un menú que fusiona tradición y productos premium

El restaurante La Brasserie by Pierre Résimont del hotel Bahía del Duque, situado en Costa Adeje, presenta una nueva carta que fusionará vanguardia y tradición, de la mano del Chef Pierre Résimont, galardonado con 2 estrellas Michelin en su

restaurante L'Eau-Vive en Namur, Bélgica.

Esta renovación, diseñada junto al [equipo](#) del **restaurante** que lidera **Eliana Real** como **Jefa de Cocina**, busca aportar una innovadora **experiencia gastronómica** a los clientes, con un nuevo toque de creatividad combinada con los auténticos **sabores belgas** y productos de **calidad premium**.



Para ello, el **nuevo menú**, que se estrenará a partir del **mes de septiembre**, estará basado en recetas de **cocina clásica**, pero aplicando un rediseño en la elaboración de los platos. La nueva propuesta supone un viaje hacia un **mundo de sabores y emociones culinarias**, con elaboraciones de la **cocina belga** y francesa.

El Menú

El **menú** combinará tanto **carne** como **pescado**, desde **cordero** hasta **salmón**. Entre los **nuevos platos**, se incluye el **Rodaballo**

con ceviche de moluscos y suflé de trigo sarraceno; o la Parmentier de pato con cebolla confitada y ensalada fresca de la huerta, o la Ternera lechal con espárragos, aceitunas y tomates confitados, que se unen a las especialidades de la casa, en las que destaca el Lenguado meunière con puré de papas al estilo “Résimont” y ensalada.



Para los **paladares más dulces**, la selección de **postres** incluye como novedad la “**Isla flotante**”, una creación a base de **merengue horneado a 88º**, **almendra asada**, **caramelo y crema inglesa**, que junto a clásicos como la **Crème brûlée**; **Dame blanche**; o el **Coulant de chocolate belga** hacen las delicias de los más **golosos**. Finalmente, la **carta de vinos** se mantiene con una selección de **vinos franceses** de [renombre](#), además de **referencias nacionales** y también **locales**.



Chef Pierre Résimont

Chef Pierre Résimont, que forma parte de la familia **Bahía del Duque** desde hace casi una década, asegura que para él "trabajar en un ambiente familiar y cercano como el de Bahía del Duque es muy importante para el desarrollo de mis platos". "Venir a La Brasserie cada dos meses forma parte de mi rutina, lo que me aporta, por un lado, equilibrio personal y, por otro, la tranquilidad profesional de saber que mi propuesta gastronómica conquista a los clientes más exigentes", señala.

Acerca de The Tais Hotels & Villas

Bahía del Duque, con una trayectoria de más de 30 años y elegido por muchos expertos como uno de los mejores establecimientos **hoteleros** que existen en Europa, ha sabido mantenerse fiel a sus valores iniciales de excelencia en el **servicio, atención al cliente** y cuidado por los detalles.

Distinguido recientemente con una **Llave Michelin**, este reconocimiento a los hoteles más excepcionales se suma a los

más de 90 premios que ha recibido desde su apertura, entre los que destacan: **Best Service** en los **Condé Nast Johansens Awards for Excellence 2024**; **Best Destination Spa** en los **Condé Nast Johansens Awards for Excellence 2023** y el **Holidays Customer Excellence Award 2023**, otorgado por **British Airways**. Así como el premio **Mencey Futurista de Honor 2024** en la categoría 'Empresa Turística más Sostenible'.

Los helados, la tentación del verano

La nieve y el hielo son mucho más antiguos que el ser humano quien en algún momento de su evolución, atraído por ese elemento natural y frío al tacto, se lo llevaría a la boca descubriendo así su saciante frescor.

El siguiente paso imagino que habrá sido advertir sus aplicaciones como excelente conservador de los alimentos, remedio contra la fiebre, bálsamo para roturas o alivio de inflamaciones, y también percibir con cierto desencanto cómo al paso de las horas se va fundiendo hasta convertirse en agua. De ahí el empeño por mantenerlo en estado sólido antes de que se derritieran sus excelentes cualidades.

En el **Pico del Teide** y a 3.200 metros de altura se localiza la **Cueva del Hielo**, ya citada por comerciantes ingleses en 1646 y por el naturalista **Alexander von Humboldt** en 1799. Esta singular caverna era explotada ya desde el siglo XVII por

esforzadas gentes, los neveros, que compactaban la nieve para acumularla y recogerla en verano, y transportaban **bloques de hielo** a lomo de animales para proveer a las incipientes **poblaciones** de entonces.



Antíguo Carrito de Helados



La Cueva del Hielo Tenerife

Así lo relataba **Sabino Berthelot** en el siglo XIX: “En pos de sus mulos -en serones cargados con 40 kilos, al precio de medio dólar por acémila- los arrieros bajan la nieve y **el hielo del Teide**. Descienden desde una altura de más de 9.000 pies (más de 3.000 metros), paran en la Villa de La Orotava a cambiar de caballería y durante la noche reemprenden la marcha en dirección a **Santa Cruz**, para llegar temprano a la ciudad. Gracias a ellos **los helados** no faltan en los saraos”, posibilitando así que los disfrutasen sobre todo las clases acomodadas.

Lo cierto es que esta actividad empezaría a decaer con la progresiva instalación de fábricas de hielo en los principales

núcleos urbanos hasta desaparecer definitivamente en la década de los años 20 del pasado siglo.

En **Santa Cruz de Tenerife**, el 19 de febrero de 1893 comenzó a expedir **hielo** artificial la sociedad El Teide, dirigida por el **ingeniero Raúl Turr** y ubicada en la calle Santa Isabel esquina a Galcerán, que tenía su punto de venta en San José esquina a El Saltillo, al precio de 15 céntimos el kilo. A esta se suman en 1897 los despachos de **Francisco Peña** en la calle del Castillo, los kioscos de la **plaza del Mercado** y el local de Antonio Peña en San Francisco Javier.

En la prensa se suceden los anuncios vendiendo **máquinas frigoríficas** para la elaboración de **hielo**, mientras en mayo de 1904 reabre la sociedad **El Teide** -cerrada en 1902 por suspensión de pagos- en la calle Dr.Allart esquina Botón de Rosa, con distintas sucursales y hasta un **carrito ambulante** propio.

Más puntos de venta son la tienda de ultramarinos de Miguel Reina en la calle del Castillo (1905), un local en la calle de Regla (1906) y otro en la de Candelaria esquina a Santo Domingo (1907).

En 1914, en el número 2 de la calle de Regla se montaba la equipada **fábrica de hielo Siliuto y Alonso**, que contaba con **cámara frigorífica**, y también la de **Los Alicantinos** en 1917, en la calle de El Pilar, 61, “de **hielo opaco** y cristalino hecho a presión y filtrado”, que se prestaba a servir su producto al interior e islas adyacentes, una industria que en 1922 pasaría a llamarse de El Pilar, regentada por **Francisco Pérez García**, propietario de **Horchatería Valenciana**. A estas

les siguieron, entre otras, las de Nuestra Señora de.Candelaria (1949), en la Cruz del Señor, o la de Nuestra Señora de Regla (1951), en la calle del mismo nombre.





En Europa, el consumo de nieve se

generalizó a mediados del siglo XVII. Desde entonces empezó a cambiar su consideración como artículo de lujo, convirtiéndose en un producto al alcance del común de las gentes.

Los helados y sorbetes se popularizaron más allá de que en las páginas de El Instructor (24/2/1856) se advierta: “Es necesario emplear con mucha precaución **los helados**, pues perjudican después de comer y estando acalorado”. O que un artículo de la Doctora Soles en La Gaceta de Tenerife (11/8/1932) afirme: “**El helado**, la leche y los huevos son unos malos amigos del calor (...) Es de efectos desastrosos tomar **el helado** media hora después de haber empezado la digestión”.

Con todo, Tenerife se iría poblando progresivamente de establecimientos que ofrecían este producto, desde dulcerías y confiterías a cervecerías, bares, cafés, restaurantes y hasta hoteles y sociedades, que los incluían en sus cartas como dulce final, además de estar presentes en cualquier celebración particular que se preciara.

Ya desde finales del **siglo XIX**, la prensa de la época recoge esta realidad, como es el caso del establecimiento de Francisco Febles, donde se sirven “con mayor esmero” (El Memorándum, 15/7/1883) o “**los mejores helados**” de la casa de Luis G. Camacho, que ofrece agrás, **sorbete** y **mantecado** (Diario de Tenerife, 23/6/1887). En la Cervecería Marina, ubicada en esa calle santacrucera, se venden “helados finos” a un real de vellón (Diario de Tenerife, 24/6/1891) y también en La Carrera (La Laguna), en el Café de Nicasio González (Diario de Tenerife, 17/7/1891).



Una máquina que hace **“todo tipo de helados en 12 minutos”** se publicita en las páginas de El Liberal de Tenerife (22/9/1894); otra que se acaba de recibir de Nueva York se ofrece en los almacenes de Vandevale, en la calle Castillo (Diario de Tenerife, 3/8/1903), también la **Frigadaire**, que además de **hielo** “permite la preparación de deliciosos **helados**” (La Prensa, 8/10/1927) y como artículo de ocasión, un aparato para la **fabricación de helados americanos** (La Prensa, 18/8/1934).

Además, la popularidad de este producto se manifiesta en un anuncio que pone a la venta un carrito para helados “con todos los enseres necesarios para ser conducido a mano” (Diario de Tenerife, 3/4/1901).

Con el cambio de siglo, la **tónica** no cambia y, bien al contrario, se amplía. Las **confiterías** y **pastelerías** (La Corona y La Catalana, en Santa Cruz, y Taoro en **La Orotava**, propiedad de **Egon Wende**, entre otras) incorporan **los helados** entre su

género y los hoteles los sientan a la mesa.

Es el caso del **Hotel Orotava** -sucursal del **Grand Hotel Humboldt** y ubicado en la **Plaza de La Constitución de Santa Cruz**— que desde 1906 ofrece helados en su carta y hasta asegura que “sin competencia en el país” (La Opinión, 27/4/1910). Otro tanto sucede con los “**exquisitos helados**” del **Hotel Agüere en La Laguna** o del **Hotel Victoria**, que hasta contrata un nuevo patissieur (La Opinión, 11/5/1910).



La Horchatería La Valenciana, en la calle Cruz Verde, 16 y regentada por el industrial Francisco Pérez García, es el paradigma de negocio boyante donde se ofrecen **helados** para **fiestas, bautizos y bodas** (El Progreso, 16/6/1919), con un “extenso y delicado surtido tanto para la capital como para el interior de la isla” (La Prensa, 15/8/1923); “servicio a

domicilio para las familias que veranean en La Cuesta, La Higuerita y La Laguna” (La Prensa, 10/7/1927) y hasta llega a abrir un “artístico puesto de refrescos y helados” con mesitas al costado de la plaza Weyler (El Progreso, 25/7/1928).

Pero no todo es dulce. En la la calle La Noria, 34 se habla instalado la fábrica Santa Teresa, propiedad del empresario lagunero Rafael González Vernetta, que produce helados americanos “con las más severas prescripciones higiénicas”, utilizando como materias primas “azúcar de la mejor calidad, esencias concentradas con certificado de Sanidad y agua filtrada en filtros Pasteur”. De esta forma reaccionaban a una campaña de sus competidores, quienes hicieron correr el rumor de que los palillos que arrojaban sus clientes los recogían para reutilizarlos varias veces, por lo que rogaban a sus consumidores los rompieran después de usarlos (La Prensa, 1/8/1928 y 2/7/1929).

También tuvieron que garantizar públicamente que la leche que contenían sus elaboraciones era natural, “analizada frecuentemente en los laboratorios del doctor Cristelly con resultados favorables” (La Gaceta de Tenerife, 5/10//1929).

La rivalidad llegaba hasta los tribunales. Eugenio Machado, que en abril de 1929 había abierto una fábrica de polos heladas en la calle Imeldo Serís, 61, se querellaba contra Rafael González Vernetta, propietario de la industria Santa Teresa, al que acusaba por usurpación de patente en la confección de dulces helados. La Audiencia resolvería finalmente a favor de este último.

Una vez dictada sentencia y lejos de arredrarse, la fábrica Santa Teresa anunciaba la salida al mercado de **Skimal's**,

pastas de chocolate en finísimas **cremas heladas**; Ici-Pi, barquillos rellenos, además de vasos y cajitas de pergamino y fibra con cucharitas (La Gaceta de Tenerife, 17/5/1930).



Y la guinda a este **amargo pastel**. En una sesión del Ayuntamiento de Santa Cruz, publicada en La Gaceta de Tenerife (8/5/1913), el concejal Francisco Delgado Martín censura que no se inspeccionen **los helados** que los vendedores ambulantes

dispensan a los niños, quienes hacen de ellos un regular consumo, al entender que contienen **sustancias nocivas**, entre otras **almidón y sacarina** en lugar de azúcar.

Esta alerta provoca la suspensión de la venta ambulante que se reanudará a comienzos del mes de junio “siempre que la fabricación de este artículo haya sido examinada y autorizada por el inspector del distrito donde dicho artículo se confeccione”, establece la Alcaldía.

De la escasa calidad del género de un vendedor ambulante se dice en El Progreso (17/8/1914) que “el helado contenía hielo, azúcar y un poco de colorete en lugar de leche, huevos, azúcar y canela”, tal era el nivel del fraude.

Un aviso de intoxicaciones causadas por **los helados** que se venden en las calles de Santa Cruz desemboca en una orden dirigida a la Guardia municipal sobre la recogida de muestras para su análisis (La Gaceta de Tenerife, 22/6/1924).

Después de estas **paletadas al pasado** histórico hay que reconocer que, como sucedía entonces, en verano resulta difícil, por no decir casi imposible, resistirse a la **tentación de saborear un buen helado** y que llegados estos calurosos meses las trampas también se sirven frías.



Lo cierto es que, a día de hoy, en un mundo globalizado y saturado de imágenes donde se da más valor a una **fotografía** que al **sabor**, no resulta sencillo distinguir una heladería artesanal de otra semi-industrial, de ahí que más allá de una relación de locales que garanticen la pureza del producto, acaso sea más aconsejable proponerle al consumidor que asuma el papel de evaluador consciente y se aplique en el ejercicio de seleccionar lo que elige como natural frente a que no lo es.

Como punto de partida es importante no dejarse seducir por esas relamidas listas de los mejores que invaden las redes sin orden ni concierto, ni abrazar de inmediato aquellos establecimientos con nombres **italianos** -los hay excepcionales y sin duda son los auténticos capos en este segmento- que exhiben letreros con **banderas tricolor** y la palabra **gelato** o **artesanal**, y donde quizá hasta suenen los acordes del **Himno de Mameli**, porque estos aggiornamentos no son garantía de plena calidad, de veritá.

Existen otros detalles más reveladores y certeros, que tienen que ver con traspasar el umbral de estos locales y abrir bien los ojos para apreciar la gama cromática.

¿Un helado de plátano amarillo chillón similar a la camiseta de la UD Las Palmas? ¡Lagarto, lagarto! Y no se trata de rivalidad futbolera, sino de algo más simple: **el plátano** se oxida y toma un color amarillo oscuro tirando a marrón. Otro tanto sucede con el de **menta**, que debe ser blanco. El verde es sencillamente comercial y en cuanto a **los helados** de intenso azul Pitufos, mejor directamente que se los coma Gargamel. Ese estallido de **colores fosforescentes**, como el de un estuche de rotuladores, no son una buena señal y señalan lo artificial: helados inflados de aire, hinchados con **grasa y azúcar**.

También esas cubetas rebosantes con **montañas de helado**, coronadas de tropezones desconocidos, pastillas Smarties o **M&M**, **churretones de siropes** varios y un largo etcétera advierten del uso de una combinación de productos nada naturales, pero capaces de sostener esas megaestructuras, porque las elaboraciones **artesanales** se derriten rápido, de ahí que los buenos heladeros conserven tapado el helado para así evitar los cambios de temperatura que afectan a la cremosidad.



Otro detalle sustancial: los productos de temporada. Si una **heladería** o **gelatería** presume de artesanal debe elaborar sus propuestas con **frutas y frutos secos** frescos. La prueba del algodón no engaña y en **época veraniega** lo normal sería encontrarse **el melocotón, la ciruela, el melón o la sandía**.

¿Y el cucurucho? Si se utiliza el auténtico **barquillo**, que cruje y se rompe, la cosa va sobre ruedas. Lo contrario es encontrarse con ese remedo de plástico que se queda pegado a la dentadura. Afortunadamente, al menos de momento, los **vasitos no son comestibles**.

Arehucas celebra su 140 cumpleaños

La marca canaria celebra este 2024 más de un siglo de trabajo y excelencia en la producción de ron. Fundada en 1884, Arehucas ha evolucionado para convertirse en una marca emblemática tanto en Canarias como en el mercado internacional

Arehucas celebra su 140 aniversario este año, cumpliendo así más de un siglo de compromiso con la tradición, la calidad y la innovación en la producción del [ron por excelencia](#) de las Islas Canarias. Desde su fundación en 1884, **Arehucas** ha mantenido una trayectoria imparable, consolidándose como una marca icónica en Canarias y expandiendo su presencia a nivel nacional e internacional.

La destilería, situada en Arucas (Gran Canaria), ha sido testigo del buen hacer de generaciones de trabajadores que han perfeccionado el [arte de destilar ron](#), respetando los métodos tradicionales y, con el paso de los años, incorporando tecnologías modernas para garantizar la más alta calidad en cada botella.



Arehucas celebra

CONOCE DESTILERIAS AREHUCAS

DISCOVER DESTILERIAS AREHUCAS



UNA DE LAS BODEGAS DE
RON MAS ANTIGUAS DE
EUROPA

ONES OF THE OLDEST RUM CELLARS IN EUROPE

NUESTRA BODEGA ESTÁ
COMPUESTA POR 4.308
BARRICAS DE ROBLE
AMERICANO

OUR CELLAR ACCOMMODATES 4.308
AMERICAN OAK CASKS



CONTAMOS CON PLANTACIÓN
PROPIA DE CAÑA DE AZÚCAR
EN PROCESO DE
CERTIFICACIÓN ECOLÓGICA

AREHUCAS OWNS ITS SUGAR CANE
PLANTATION WHICH IS IN PROCESS TO OBTAIN
THE ECO-CERTIFICATION

RECIBIMOS CADA AÑO MÁS
DE 65.000 VISITANTES

WE WELCOME OVER 65.000 VISITORS
EVERY YEAR



140 AÑOS DESTILANDO NUESTRA HISTORIA



AREHUCAS



Desde su creación, **Arehucas** ha recibido numerosos premios y reconocimientos por la calidad de sus productos. La clave de su éxito radica en la riqueza de su propia plantación de azúcar, en la cuidadosa selección de materias primas, en el proceso de destilación y en el envejecimiento en barricas de roble: todo esto confiere a sus rones un sabor y aroma inconfundibles.

Para Carlos Iglesias, director general de **Arehucas**, *“este aniversario no solo es una oportunidad para recordar nuestro pasado, sino también para mirar hacia el futuro con entusiasmo y continuar innovando mientras mantenemos nuestras raíces profundamente arraigadas en la tradición canaria”*.

Para celebrar este 140 cumpleaños, Arehucas ha organizado una serie de activaciones especiales:

- **Fiestoron 2024:** en la edición de este año, la marca dinamizará esta gran fiesta que tendrá lugar los días 9 y 10 de agosto a través de sorteos, fuegos artificiales y numerosas sorpresas.
- **Visita a la destilería:** el próximo sábado 10 de agosto la destilería abrirá sus puertas de 11 a 14 horas para que todos los interesados en visitarla puedan hacerlo y conozcan de cerca el proceso de elaboración del ron y la historia de la marca.
- **Edición especial:** con motivo del 140 aniversario **Arehucas** ha lanzado una edición especial de sus botellas de Carta Oro y Carta Blanca.
- **Exposición barricas:** desde el pasado mes de mayo la

destilería cuenta con tres barricas que recorren los 140 años de historia de la marca a través de la visión de tres artistas de las islas: Rebecka Skogh, Adassa Santana e Iván Tempera.

El 140 aniversario de Arehucas: la celebración de una historia de tradición y calidad.

Certificación internacional de viticultura regenerativa para Siete bodegas de cuatro países

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

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

Las **bodegas** certificadas incluyen **Domaine Mirabeau** (Côtes de Provence, Francia), **Domaine Lafage** (Roussillon, Francia), **Lima & Smith** (Vinho Verde, Portugal), **Miguel Torres Chile** (Región del Maule, Chile), **Familia Torres** (Penedès, España), **Clos**

Mogador (Priorat, España) y **Jean Leon** (Penedès, España), además de otros pequeños **viticultores catalanes**.



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

El distintivo RVA establece dos niveles de certificación basados en la ejecución y extensión de las prácticas regenerativas. Para ambos niveles, es

obligatorio que el viñedo cumpla con la normativa ecológica, independientemente de si está certificado o no.

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

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



En cuanto a los **vinos**, la **cosecha de 2023** es la primera en llevar el **sello RVA** para las **bodegas del hemisferio norte**, mientras que las del [hemisferio sur](#) podrán certificar sus **vinos** a partir de la **añada 2024**. Los primeros **vinos** con la

certificación internacional RVA ya están disponibles, incluyendo **La Réserve Rosé 2023** (Domaine Mirabeau), **Clos Ancestral Blanco 2023** y **Forcada 2023** (Familia Torres), **Nereda Blanc Bio 2023** (Domaine Lafage) y **Jean Leon Vinya Gigi Chardonnay 2023** (Jean Leon).

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

Sobre la Asociación de Viticultura Regenerativa

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

Binter presenta sus menús gourmet ‘Más canarios y

sostenibles'

La compañía reafirma su apuesta por la gastronomía local con productos típicos como el escaldón o el mojo

Progresivamente, la aerolínea introducirá cambios en su packaging para reducir los desperdicios a bordo.

A partir del 1 de agosto los pasajeros de vuelos nacionales e internacionales ya disfrutarán de los nuevos sabores en el servicio diferencial que reciben todos los pasajeros de la compañía

Binter, la compañía aérea ha presentado sus nuevos menús gourmet 'Más canarios y sostenibles', que podrán disfrutar los pasajeros de sus trayectos nacionales e internacionales, a partir de hoy 1 de agosto de 2024.

En el acto, celebrado en el Rooftop Catalina Plaza Hotel Sostenible y conducido por el periodista gastronómico José Luis Reina, los asistentes pudieron degustar la nueva oferta culinaria del servicio diferencial de la compañía, que consta de tres nuevos aperitivos gourmet,

nuevos sabores de desayunos, y una rotación especial para niños, llamada BinterPeques.

Se trata de una **experiencia gastronómica** cuidadosamente diseñada para acercarnos cada vez más al **sabor de Canarias**, ofreciendo sabores auténticos y frescos, en la que se priorizan los **ingredientes** de proximidad. Los nuevos menús incorporan productos y **platos típicos** como **el escaldón, el mojo, el plátano, la batata y el gofio**, resaltando la riqueza culinaria de las **Islas Canarias**.





Entre las novedades de los **aperitivos de cortesía** figuran la nueva selección de **quesos canarios**, con los premiados **quesos de cabra de El Tofio** (Maxorata), acompañados de **almendras**,

pasas, orejones o dátiles según el mes. Además, el menú **BinterPeques**, con cuatro variedades, incorpora **frutas** y nuevos **platos calientes**. Asimismo, Binter implementará **menús vegetarianos y sin gluten**, que estarán disponibles antes de finales de año. Esta iniciativa representa una gran novedad que satisfará a muchos pasajeros con necesidades **dietéticas** específicas o preferencias **alimentarias** especiales.

Compromiso con la sostenibilidad

En consonancia con su política de cuidado del medio ambiente, la aerolínea ha realizado cambios en su **packaging** para reducir al máximo el uso de plásticos, sustituyéndolos por otros materiales más sostenibles como cubiertos de **madera**, **boles de caña de azúcar**, envases de **embutidos** más ligeros y, en general, embalajes compostables, mejorando así la gestión de los **residuos**.







De esta manera, se espera reducir aproximadamente 15 toneladas de residuos al año, más de 1 tonelada al mes, además de disminuir el peso a bordo.

Con esta iniciativa, **Binter** reafirma su compromiso con la **sostenibilidad** y la promoción de la **gastronomía local**, ofreciendo a sus pasajeros una **experiencia culinaria** única y respetuosa con el medio ambiente.

Ventajas de volar en modo canario

La entrega del **menú gourmet** a bordo es uno de los servicios diferenciales de **Binter** que se identifican con el modo **canario** de viajar, en el que el cliente es el centro y se cuida su experiencia de viaje. Este **servicio premium** se diferencia con respecto al resto de aerolíneas que operan desde **Canarias**, y supone un referente en calidad y servicio a nivel nacional e

internacional.

A bordo de sus aviones, los pasajeros también disfrutan de la comodidad de su moderna flota con una configuración de dos asientos por fila, sin asiento de en medio, y un amplio espacio entre filas de 79 centímetros. Además, la compañía canaria ofrece durante los vuelos un servicio de entretenimiento con las últimas novedades.

El equipaje de mano en cabina está incluido en todas las tarifas de **Binter** y en sus vuelos nacionales e internacionales, la aerolínea ofrece de forma gratuita los vuelos en conexión con el **resto de aeropuertos de Canarias**, gracias a los 230 vuelos que realiza cada día de media dentro del **Archipiélago**. Finalmente, cabe recordar que tarifas como la Flexiplus incorporan grandes ventajas

Moral, una cocina desde el amor

A finales del siglo XIX, la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, desde 1822 capital de Canarias, acometía el que

sería primer polígono de ensanche impulsado por una promoción inmobiliaria de iniciativa privada.

El proyecto, concebido y ejecutado por la **Sociedad Constructora**, se centró en un espacio en forma de parrilla integrado por cinco calles paralelas, las actuales **San Lucas, San Clemente, Jesús Nazareno, Sabino Berthelot y Callao de Lima**, cortadas por las de Robayna, Pi y Margall y Viera y Clavijo.

Con medios propios, aquella empresa abrió y también construyó las calles, que cedió posteriormente al ayuntamiento, alcanzando un **éxito** que [pronto contagió](#) a otras sociedades que se animaron a seguir con la **tarea constructiva**, fomentando así el ya imparable **crecimiento urbano de la ciudad**.

Desde entonces, la calle Jesús Nazareno se fue poblando, cobrando vida y, además de casas terreras donde se **avecindaron familias**, en 1892 se instalaba en el número 42 una escuela para instruir a los niños, la de las niñas se ubicó en la calle de El Pilar.



Fachada de la fábrica The Perfection

Más adelante, en 1902, la fábrica The Perfection ocuparía el solar rotulado con el 2. El gerente Hans Peter Olsen y su hijo Guillermo anunciaron entonces que el 25 de septiembre comenzarían a servir sus productos al público.

Años más tarde, en 1910, la fábrica ya se promocionaba en prensa como **"la más importante de las islas y montada con todas las máquinas y aparatos modernos"**, ofreciendo agua de Seltz, Soda, Apolinaris y toda clase de refrescos, además de Ginger Ale, un producto **"saludable y recomendado para el tiempo caluroso"**. Fue en 1915 cuando incorporaron al catálogo su propia cerveza, la marca **The Perfection**, **"un tónico"**, decían.

Pero el espaldarazo llegaría cuando en 1927 la firma **The Coca**

Cola Company elegía esta industria para distribuir aquella **“bebida deliciosa y refrescante, pura y espumosa que estimula y agrada el paladar”**, que así la promocionaban, convirtiendo a Tenerife en el primer lugar de España donde se fabricó y vendió la mundialmente famosa Coca-Cola, de la que The Perfection producía unas 400 botellas por hora.

En 1934, antes de la crisis provocada por la Guerra Civil y continuada por la contienda mundial, que se prolongó durante 20 años, **esta embotelladora ya tiraba de fórmulas de márketing**, ofreciendo un vaso de regalo a cambio de la entrega de tres tapas usadas de Coca Cola.



Con el tiempo, la calle Jesús Nazareno sería también la protagonista involuntaria de un horrendo suceso. El 16 de diciembre de 1970, la policía descubrió en un piso del número 37 un dantesco escenario: **la horrible matanza ejecutada por el padre y el hijo de la familia alemana de los Alexander, absorbida por la secta Sociedad Lorber**, quienes declararon haber ‘purgado’ las almas de tres mujeres, mutilando sus cuerpos en un cruento rito que dio la vuelta al mundo.

Con todo, esta calle y sus gentes continuaron su pulso vital, acompasándose al ritmo de los tiempos, y en septiembre de 2012 se reconvertían en vía peatonal, integrándose en el espacio llamado Soho, una zona comercial en la que prima una variada oferta comercial y gastronómica ajena a las franquicias.

Desde finales del [pasado junio](#) a este tejido se suma el **Restaurante Moral**, que toma su nombre de ese longevo árbol, rústico y resistente, para Icíar Pérez y Juan Carlos Pérez-Alcalde un lugar a cuya sombra **comer moras**, mancharse las manos y divertirse, además de una metáfora del bien y el mal, como **Adán y Eva en el Jardín del Edén**.

También, y sin quererlo así, **este concepto encierra ese impulso anímico que han necesitado para ponerse en marcha, porque como le sucedió al Nazareno han padecido su particular penitencia**. En su caso, la desesperante espera de meses para hacer realidad la apertura del local por culpa de la tozudez del gestor eléctrico, incapaz de habilitar un simple trámite que la burocracia se empeñó en convertir en un obstáculo casi insalvable.

Por fin abrieron las puertas de su casa, una vivienda canaria de una planta, construida en 1890 y catalogada por el Cabildo, cuya blanca fachada se asoma desde amplios ventanales al número 13 de Pi y Margall, jugando a hacerse esquina

con Jesús Nazareno.

Moral

Este proyecto muestra la apuesta más personal de esta joven pareja, quienes durante su anterior etapa en el **Restaurante Poemas by Hermanos Padrón**, en el hotel **Santa Catalina de Las Palmas**, conquistaron una **estrella Michelin** y un **sol Repsol**, y que ahora, sin superfluas vanidades, se han decidido por acomodar una **cocina propia**, concebida desde el amor que sienten por sí mismos y también hacia el oficio.



Moral





El local es un ejemplo de **elegante sencillez**, con **mesas y sillas de madera**, material que nunca pasa de moda, y conservando el suelo hidráulico original de la vivienda, a base de mosaicos de colores neutros y lisos que no saturan el ambiente y dan brillo a una decoración simple, acogedora.

El espacio está distribuido en **una barra** para cuatro servicios, al fondo **la cocina** vista donde trajina la pareja y una sala con apenas siete mesas **—una a modo de reservado—** que atienden con buen jeito John y Jesús, quienes marchan a manera de recibimiento un **servicio de pan que lleva la firma de Rustiko Panadería**, al que se suman un galardonado **aceite de Cumbres de Abona** más una **mantequilla con anchoas** y el agasajo de un **vermut Laurisilva**, de elaboraciónn artesana.

La carta es sobria, con cuatro o cinco opciones para **entrantes, verduras, pescados, carnes y postres**, más la propuesta de un menú y múltiples referencias en el capítulo de **bebidas (aperitivos, vinos y espumosos)**, acaso excesivas.

En Moral se guisa al fuego, con oficio y estilo, y aunque huyen de catalogaciones en sus platos se perciben claros guiños a las cocinas francesa y vasca, magníficas escuelas.

De los **entrantes**, una original **ensalada de tomate corazón de buey y mar azul** en varias texturas, aliñados con unos toques de **parchita**. La **berenjena glaseada con anguila ahumada**, **champiñón Portobello laminado y salsa de yogur**, deliciosa composición que conjuga la **grasa del pescado**, que destila un **toque succulento y gelatinoso**, potenciado por el **delicado aroma a humo**, con el **sabor amargo de la berenjena** y el **frescor del yogur**, coronado por la **versión gourmet del llamado champiñón de París**.

Sorprenden los garbanzos con foie, no demasiado hecho, de factura jugosa y que renuncia a su carácter siempre dominante

para amigarse con el grano que se asocia a un caldo denso y untuoso, de fondo mantecoso, una mezcla que persiste en boca.

De la bodega surge un Erre de herrero 2023, un verdejo de Rueda que marida un pescado inusual por estas orillas: la raya. **Cocinada** al vapor, su **carne** presenta una agradable textura con suaves toques gelatinosos, acompañada de una **marinera salsa de mejillones** tocada con **vino**, los intensos **tirabeques** con su juego dulce y amargo y el **aromático perejil** sobre un **caldo de la propia raya**. La propuesta de la mar ofrece **pescado blanco con col y setas**, además de **merluza con espárragos**.

Entre las **carnes**, un **magret de pato**, en su punto, la **piel tostada** y sin nada de **grasa**, la **carne** poco hecha y perfectamente complementada con el **toque dulce de la salsa de naranja** y unos **orejones**. La carta ofrece también **albóndigas de cordero lechal** con **salsa de tomate especiada** o unas **codornices** asadas con **jugo de pimientos asados** y con **pétalos de rosas** encurtidas con **lichi**, **Guiso de conejo** con **mostaza** o un **lomo alto** con **mantequilla** **Café de París**, **mezcla de especias** y **hierbas**: **Francia en el paladar**.

Los **postres** cautivan. El **flan** con **crema de chantilly** y **mascarpone** es un vicio confesable como esa **calabaza bajo tierra**, con textura de un **tocinillo de cielo**, que se acompaña con **cremoso de chocolate**, **bizcocho especiado**, **gelatina de miel** **tostada**, **pipas de calabaza garrapiñadas** y **crujientes de canela** y **cacao**.

Si la **materia prima** no desaparece y **cocinas** como la de **Moral** persisten en la idea, las futuras generaciones seguirán disfrutando de platos clásicos, de esa **gastronomía atemporal** que siempre sobrevive a las modas.

Moral, una cocina desde el amor.

(Dado el aforo del local y la expectación que ha suscitado se recomienda reservar en el teléfono 672 451 555).

David Seijas Vila, Nuevo Embajador Canary Wine

David Seijas Vila ha sido anunciado por la **Denominación de Origen Protegida Islas Canarias – Canary Wine** como el nuevo **“Embajador de Canary Wine”**. Este prestigioso título reconoce a personalidades destacadas por su promoción y valorización de los vinos canarios en todo el mundo.

En un acto celebrado el pasado lunes 22 de julio en la sede de los Consejos Reguladores Islas Canarias – **Canary Wine** e **Ycoden Daute Isora**, en **La Guancha, Tenerife**, se entregaron los premios del **XXI Concurso Regional de “Cartas de Vinos de Canarias”** para **Hostelería, Restauración y Tiendas Especializadas**.



David Seijas Vila

En este marco, David Seijas Vila fue honrado con la distinción de Embajador de Canary Wine, un reconocimiento a su labor como catador, sommelier, y apasionado defensor de los vinos canarios.

Conocido como el **“Harry Potter de los catadores”** por su amigo **Ferrán Centelles**, **David Seijas Vila** nació en Seva, Barcelona, en el seno de una familia de hosteleros. Su infancia transcurrió en el bar y restaurante familiar, **La Perla**, donde comenzó su amor por la **gastronomía**. Formado en la **Escuela Sant Narcís de Girona** y en la **Escuela de Hostelería Muntaner de Barcelona**, Seijas fue jefe de **sumilleres** en el renombrado restaurante **El Bulli** hasta su cierre, y recibió el **Premio Nacional de Gastronomía al mejor Sommelier** en 2011.

Seijas dedica su vida a acercar el vino al público, a través de charlas, libros y clases. Su devoción por los vinos canarios le ha llevado a destacarlos en el panorama mundial, subrayando sus singulares características y promoviendo su reconocimiento internacional.

Durante la ceremonia, uno de los momentos más emotivos fue la proyección de un video en el que **Jacinto Manuel Hernández, Embajador Canary Wine 2023**, felicitó a su sucesor, expresando su respeto y admiración por Seijas.



El presidente del Órgano de Gestión de la DOP Islas Canarias – Canary Wine, Juan

Jesús Méndez Siverio, entregó la distinción a David Seijas, destacando “la impresionante trayectoria del sumiller y su gran dedicación y conocimiento sobre los vinos canarios”.

David Seijas Vila, visiblemente emocionado, agradeció la distinción y manifestó su entusiasmo por esta nueva responsabilidad. En sus palabras, “es un honor ser la voz de los vinos canarios y llevarlos a todos los rincones del planeta”.

Seijas resaltó la importancia de **Canary Wine** en el panorama vitivinícola actual y [elogió](#) el esfuerzo de la **DOP Islas Canarias** – Canary Wine por promover sus vinos. Según Seijas, **“con su rica historia y su diversidad única, los vinos canarios ofrecen una narrativa fascinante que estoy más que dispuesto a compartir”**. Este reconocimiento reafirma el compromiso de David Seijas con la difusión y valorización de los [vinos canarios](#), y marca un nuevo capítulo en su carrera dedicada al mundo del vino.