

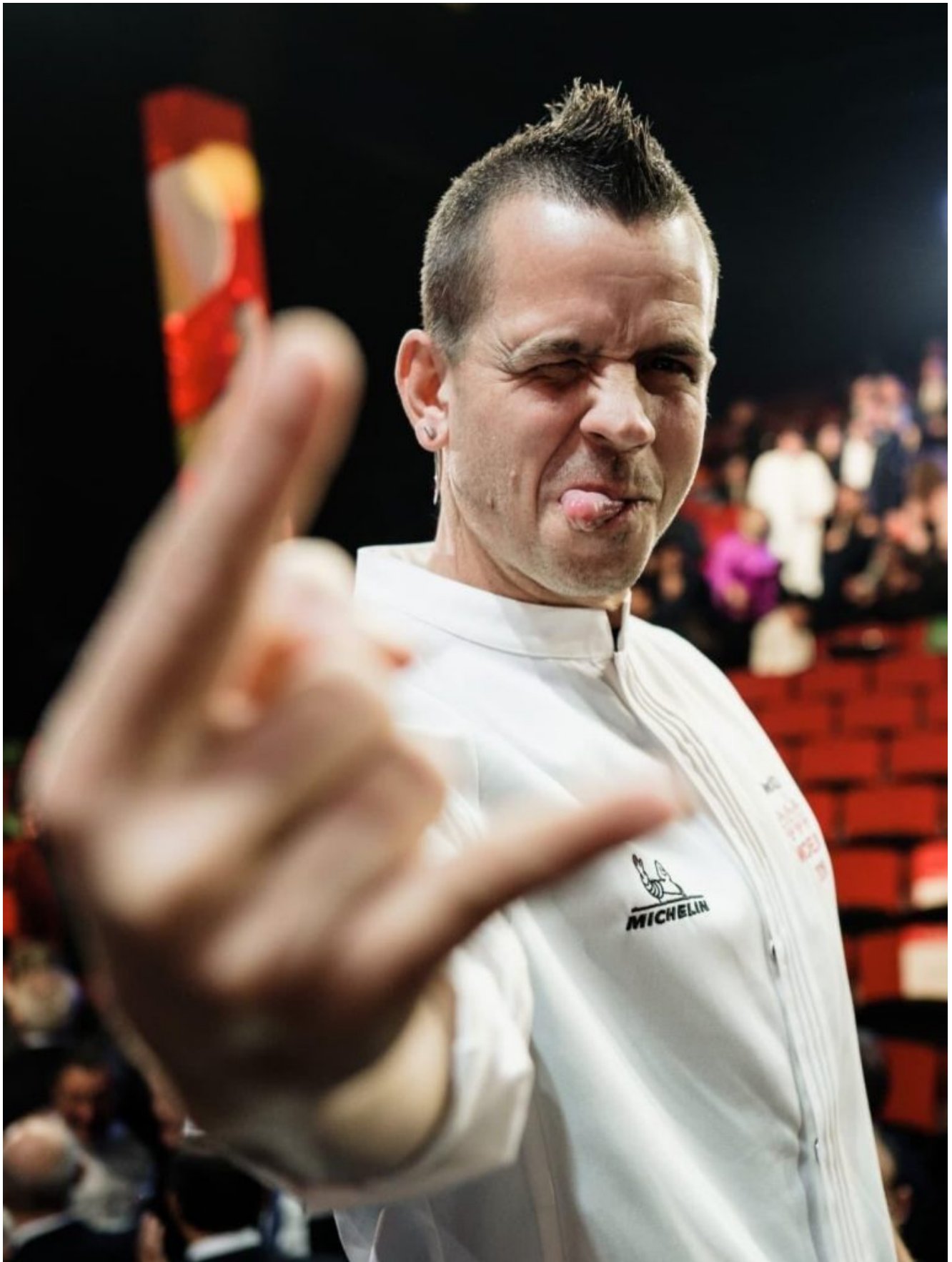
# El menú que quería ser billete de avión (y casi lo consigue)

[@Dabizdiverxo](#)

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

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

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



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

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

## Cuando la alta cocina se instala en el lujo

[@Diverxo](#)

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

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

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

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

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

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

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

## Y el menú sólido, ¿qué aporta?

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

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

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

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

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

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

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

## **Una burbuja que se parece demasiado a otras**

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

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

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



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

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

## **Cómo miramos estos movimientos**

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

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

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

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

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

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

---

## Saltando el charco...Madrid sabe a octubre

Saltando el charco, rumbo a una capital que se saborea en cada esquina. Madrid se convierte este octubre en el punto de encuentro de quienes entienden la gastronomía como una forma de viajar sin hacer maletas. La capital late con el ritmo de los festivales y los fogones se llenan de acentos del mundo. Desde las calles de **Lavapiés**, donde **Tapapiés** mezcla culturas y sabores en formato tapa, hasta la precisión japonesa del **Sen Omakase x Shigeo Araki** o el encanto nocturno del **Campari Bar Manero**, la ciudad despliega un mapa sensorial que combina

calle, lujo y cultura líquida.

Es el momento perfecto para dejarse llevar por la curiosidad, reservar mesa y recorrer Madrid con el paladar. Porque esta vez, la mejor guía turística cabe en un brindis y una buena conversación.

[@Lavapiés](#)

El barrio más mestizo de **Madrid** vuelve a latir con **Tapapiés**, que este año mantiene su formato de ruta con más de un centenar de bares y restaurantes ofreciendo tapas creativas –también hay opción sin bebida– a precios cerrados.

La música en la calle culmina hoy, 22 de octubre, con conciertos gratuitos en plazas como Lavapiés, Cascorro, Ana Diosdado, Arturo Barea o Nelson Mandela; sin embargo, la ruta de tapas continúa hasta el domingo 26, por lo que aún se está a tiempo de saborear cocinas del mundo en formato castizo. Además, la organización ha publicado mapa y programa para planificar el recorrido con cabeza, de modo que se optimice la visita por zonas y horarios.

**TAPA+BOTELLÍN**  
(20 CL)  
**3,50€**  
Iva incluido

**TAPA  
PIÉS**

**FESTIVAL DE  
TAPAS &  
MÚSICA**

**DEL 16 AL 26 DE  
OCTUBRE DE 2025**

**15 ANIVERSARIO**

Síguenos en.

Toda la información del evento  
estará en la web a partir  
del lunes 13 de octubre

EL  
AGUILA

**EnLavapiés**  
Asociación de Comerciantes de Lavapiés

**MADRID**

EL ÁGUILA RECOMIENDA EL CONSUMO RESPONSABLE. VOL. ALIC 5,5%. PROMOCIÓN VÁLIDA PARA MAYORES DE 18 AÑOS DESDE EL 16 AL 26 DE OCTUBRE DE 2025 Y/O HASTA FIN DE EXISTENCIAS. CONSULTA LAS CONDICIONES LEGALES EN LA WEB DEL EVENTO.

Conviene llegar temprano a los puntos más concurridos y

alternar propuestas de fusión –**india, mexicana o africana**– con barras de corte tradicional para equilibrar la jornada. Y sí: se puede maridar con cervezas artesanas o con la lager patrocinadora, según el local. Un plan urbano, económico y con auténtico sabor de calle para este último tramo de octubre.

## **Sen Omakase x Shigeo Araki: dos días de barra nipona de culto (Madrid, 23 y 24 de octubre)**

[@Sen Omakase](#)

La semana trae un “a cuatro manos” muy buscado: el **chef Steven Wu** recibe en **Sen Omakase** a su maestro, **Shigeo Araki** –referente en Kioto–, para un servicio de barra que promete precisión quirúrgica en el corte, arroz calibrado al milímetro y maduraciones pensadas para cada especie.



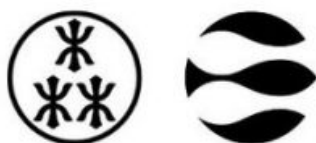
# Evento A 4 MANOS

23 Y 24 OCTUBRE

COMIDA Y CENA

*Shigeo Araki y Yuichiro Araki de Uosaburo (Kyoto) compartirán la barra con Steven Wu de Sen Omakase (Madrid).*

*Cocina kaiseki y sushi se unen en este menú para rendir homenaje a la tradición y al vínculo maestro-discípulo.*



WWW.SENOMAKASE.COM

Serán solo dos días, con pases en comida y cena, y reservas exclusivamente online, por lo que resulta recomendable asegurar plaza cuanto antes. Este formato íntimo, centrado en el producto y en el gesto, permite entender por qué la alta cocina japonesa se vive tanto en el bocado como en el tempo

del servicio. Para redondear la experiencia, vale la pena llegar con margen y dejarse guiar en el maridaje –sake o té– según el ritmo del menú.

Madrid confirma, de este modo, que su escena nipona sigue escalando en técnica y sensibilidad, mientras el público local se acostumbra a barras más silenciosas, contemplativas y exactas, donde cada pieza explica por qué menos, bien ejecutado, es mucho más. [Instagram+1](#)

## **Cochinillo de fin de semana en Pabblo: tradición lenta, piel crujiente (Madrid, sábados y domingos)**

Si lo tuyo es el ritual castellano, Pabblo ha incorporado a su propuesta un cochinillo asado que se sirve los fines de semana a mediodía. La técnica está inspirada en los [hornos de leña](#) tradicionales, con cocciones pausadas que buscan esa piel quebradiza y un interior jugoso, casi meloso, que pide un jugo reducido y una guarnición sobria. La recomendación es reservar mesa con antelación –las raciones suelen volar– y acompañar con [vinos de acidez](#) viva para equilibrar la grasa noble de la pieza: un tinto ligero y fresco, o incluso un blanco con nervio, funcionan de maravilla.



Este plan encaja perfecto para el **sábado 25 o domingo 26 de octubre**, cuando apetece bajar la velocidad y sentarse a mesa larga. Por cierto, la casa ha comunicado el lanzamiento recientemente y la prensa local lo ha recogido como novedad de temporada, de modo que conviene confirmar disponibilidad al reservar. Una invitación clara a reivindicar los asados de siempre, en clave capitalina, con oficio y memoria.

## **Campari Bar Manero: aperitivo italiano, luces tenues y vinilos (Madrid, abierto)**

[@Bar Manero](#)

Entre el Museo Thyssen y el Congreso se esconde uno de los secretos más comentados del año: Manero Madrid y su recién estrenado Campari Bar, un espacio pensado para reivindicar el arte del aperitivo con negronis, spritz y una carta de bocados que se mueve entre la barra milanese y la taberna elegante.



*el*

**NEGRONI MANERO**

*Nuestra versión exclusiva del clásico.  
Ginebra infusionada en té verde,  
Campari y vermut rosso se combinan  
creando un perfil amargo, cquilibrado  
y sorprendentemente fresco.*





El proyecto suma sesiones musicales y experiencias inmersivas de coctelería, por lo que conviene ir con tiempo –y con ganas de barra– para dejarse llevar por la selección líquida y algún capricho salado.

La prensa madrileña lo ha señalado como apertura de lujo y la propia firma confirma la colaboración en su “flagship” de Marqués de Cubas; así que, si tras Tapapiés buscas un cierre con estilo, aquí encontrarás un ambiente sofisticado para brindar sin prisas. Ideal para after-dinner o como plan autónomo de noche corta. Consejo práctico: reservar o llegar pronto en horas pico.

---

## **Backstage Cena Magistral: Un**

# **recorrido por los detalles que hacen la diferencia en una cena**

**Chefs de renombre, productos de calidad,  
un personal de sala insuperable**

**Los mejores vinos de la Denominación de  
Origen de Abona harán el maridaje canario**

El Backstage del próximo 26 de mayo, en el restaurante Etéreo, galardonado con dos Soles de la Guía Repsol, hará que se transforme en el epicentro de una experiencia gastronómica sin precedentes. Los renombrados chefs Andrés Madrigal y Pedro Nel serán las estrellas de la noche. Pero ellos, estarán respaldados por un elenco de profesionales y productos que elevarán cada detalle a la perfección. Esta combinación garantizará una noche realmente inolvidable.



Rendimos homenaje al backstage de esa gran noche. El equipo ha hecho una selección de cada elemento con meticulosa precisión para ofrecerte una velada memorable. Desde la calidad de los ingredientes hasta la presentación impecable de cada plato, todo ha sido cuidadosamente planificado. Queremos brindarte una experiencia gastronómica excepcional en un restaurante que ya es un gusto muy placentero el poder estar al frente de sus manteles.

## **El arte del pan: Mario Bakes**

El pan es el principio de cualquier experiencia gastronómica,

y para esta Cena Magistral, el reconocido obrador de Mario Torres, Mario Bakes, será el encargado de aportar su toque mágico.

Con su pan de masa madre artesanal, cada bocado promete ser una explosión de sabor y textura. Mario Bakes ya es muy reconocido por su dedicación al proceso artesanal, utilizando ingredientes de la más alta calidad y técnicas tradicionales que garantizan un pan con una corteza crujiente y una miga suave y aromática.



Chef y Panadero artesanal Mario Torres

Este pan no es solo un acompañamiento, sino una pieza central que complementará a la perfección cada plato del menú.

## **La bienvenida perfecta: Iván Gabaldón y el vermut Malvillo de la Bodega Lacasmi**

La recepción de los asistentes estará marcada por la maestría de Iván Gabaldón, reconocido como el mejor cortador de Pata Canaria de Cochino Negro Canario. Su destreza y precisión en el corte del jamón ibérico serán un espectáculo en sí mismo, ofreciendo finas lonchas de jamón que se derriten en la boca y que seguro se hará uno excelente comienzo de velada.

Este primer pase será acompañado por el Vermut Malvillo Rojo de Tenerife, una exquisita creación de la Bodega Lacasmi. Elaborado con la variedad de uva canaria Listán Negro y aromatizado con Artemisia canariensis y más de 20 botánicos, este vermut ofrece una experiencia sensorial única.







**MAL  
VILLO**



**VERMUT  
ROJO**

Sus complejas notas herbáceas, cítricas y especiadas, junto con su equilibrado sabor y sedosa textura, realzarán el disfrute del jamón. Esta armoniosa combinación no solo dará inicio a la velada con elegancia y sabor, sino que también celebrará la rica tradición vitivinícola de la isla y complacer el buen gusto de los asistentes.

## **El ambiente: música en vivo de Carlos Efrén**

Para completar la atmósfera de bienvenida, el joven saxofonista Carlos Efrén amenizará el inicio de la velada con música en vivo. Melodías de buen jazz que crearán un ambiente envolvente que complementará la degustación del jamón ibérico y el vermut, elevando la experiencia sensorial y preparando los paladares de los comensales para la excelencia culinaria que seguirá.



## **El maridaje: Una denominación y dos sumilleres Angela Mori y Aldo Santilli**

El maridaje de los vinos de Abona para esta cena excepcional ha sido meticulosamente seleccionado por los sumilleres Ángela Mori y Aldo Santilli, destacando una exquisita gama de la denominación de origen Abona.



Los Sumilleres Angela Mori y Aldo Santilli



FLOR  
DE  
GASNA

BLANCO SELECCIÓN  
PREMIUM



*Finca Vegas*

VIÑEDO LOMO DE LAS ANIMAS  
LISTAN BLANCO

2021

BL. N.º 778





MENCEY  
CHASNA

MENCEY  
CHASNA  
TINTO JOVEN



TR3VEJOS

*Brut Nature*

ESTAN BLANCO

VIAFLOR • TORREVEJUNTERA

Para los entrantes, se servirá Flor de Chasna Premium, un Marmajuelo que complementará perfectamente los sabores iniciales. El pescado será acompañado por Finca Vegas, un elegante Listán Blanco que realza la frescura del marisco. El plato de conejo se maridará con Pagos de Reverón Barrica, un robusto Listán Negro que aporta profundidad y complejidad al plato.

En el copón, se ofrecerá Mencey Chasna Tinto, un sofisticado Vijariego que armoniza con los matices de los [platos principales](#). Para culminar la velada, el postre estará acompañado por Altos Tr3vejos Brut Nature, un espumoso Listán Blanco que añade un toque final de elegancia y refinamiento, cerrando la noche con una experiencia sensorial inolvidable.

## **La orquesta de sala: Miguel Otero Prol**

La dirección de sala estará a cargo de Miguel Otero Prol, galardonado como 'Mejor Sala España 2016'. Su experiencia y atención al detalle [garantizarán](#) un servicio impecable, creando una atmósfera de elegancia y profesionalismo. Junto a él estará Olga Esanu, la habitual jefa de sala del restaurante Etéreo. Este dúo de profesionales dará el todo para asegurar un servicio de sala excepcional.





Otero Prol es conocido por su [habilidad](#) para coordinar cada aspecto del servicio a la perfección. Con Esanu a su lado, los comensales se sentirán atendidos y cuidados en todo momento, asegurando una experiencia de cena memorable y un Backstage para no olvidar.

## **La ceremonia del café: Café orgánico VOLHOCO de La Palma**

Después de una cena espectacular, la ceremonia del café será el broche de oro. Se servirá café orgánico VOLHOCO de La Palma, tostado por Jhon Fernando Ardila, barista y fundador de JR Roasters. Este café de especialidad [proviene](#) de la finca Anthea, única en la provincia por sus fermentaciones prolongadas que buscan sabores únicos y naturales.



Meticulosamente preparado y presentado por el propio Miguel Otero Prol, este café, con sus notas ricas y complejas, es el [acompañamiento](#) perfecto para cerrar la noche, ofreciendo un momento de calma y reflexión sobre la experiencia vivida.

## **El toque final: Petit Four de Pedro Rodríguez Dios**

La última nota de la noche será proporcionada por los [Petit Four](#) del chef Pedro Rodríguez Dios. Cada uno de estos pequeños postres es una obra de arte, combinando técnica, creatividad y sabores exquisitos.

**Los Petit Four son el epílogo perfecto para una cena que promete ser memorable en todos los aspectos, dejando a los comensales con un dulce recuerdo de una velada excepcional.**

La Cena Magistral en Etéreo Restaurante no es solo una oportunidad para disfrutar de la cocina de dos chefs galardonados, sino también una [celebración](#) de los detalles y los artesanos que hacen posible una experiencia gastronómica de este calibre de un equipo que difícilmente se encuentre en muchas partes, el equipo de sala de Etéreo es reconocido por todos como uno de los mejores en atención.

Desde el pan de Mario Bakes hasta los Petit Four de Pedro Rodríguez Dios, cada elemento ha sido seleccionado para crear una noche que quedará grabada en la memoria de todos los asistentes.

---

# Una Pizza de “Ropa Vieja” en Madrid

En el corazón de Madrid, en la Calle Luna 3, se encuentra La Rayua, un restaurante con más de un siglo y medio de historia que ha sabido reinventarse manteniendo su esencia.

Fundado en 1870, este emblemático lugar pertenece a la **familia Verdasco**, que durante generaciones ha perfeccionado el arte de preparar el tradicional cocido madrileño, un plato que simboliza la rica cultura culinaria de la capital española.





La Rayua no es solo un restaurante; es una institución que representa la gastronomía madrileña en su máxima expresión. **El restaurante**, originalmente inaugurado como La Bola por la matriarca de la familia, conocida como "La Rayua", ha sabido mantener la tradición y el cariño en cada uno de sus platos.

## **El cocido madrileño by La Rayua**

El cocido madrileño, preparado en pucheros de barro y cocido lentamente sobre **carbón de encina**, sigue siendo la estrella de la carta. Este meticuloso proceso de cocción, que conserva los sabores y texturas originales, ha sido transmitido de generación en generación.



### **El cocido madrileño**

Sin embargo, La Rayua no se ha quedado anclada en el pasado. Consciente de las nuevas tendencias y gustos culinarios, el restaurante ha dado un paso audaz al introducir en su carta una innovadora fusión: la pizza de ropa vieja. Esta propuesta gastronómica es un claro ejemplo de cómo la cocina tradicional puede coexistir y enriquecerse con influencias contemporáneas.

La pizza de ropa vieja es una auténtica obra de arte culinaria que combina lo mejor de dos mundos: la robustez y sabor del cocido madrileño con la versatilidad y popularidad de la pizza italiana. En esta creación, la base de la pizza se cubre con salsa casera de tomate, sobre la cual se distribuye la carne del cocido madrileño, previamente desmenuzada, junto con mozzarella fundida.

**El toque final lo aportan los garbanzos fritos, que se esparcen sobre la pizza, aportando una textura crujiente y un sabor que realza el conjunto.**

Este plato es una clara muestra de la filosofía de La Rayua, que consiste en honrar sus raíces respetando las recetas tradicionales, al tiempo que se adaptan a las nuevas tendencias culinarias. La pizza de ropa vieja no solo es una delicia para el paladar, sino que también representa la cocina de aprovechamiento, un concepto cada vez más valorado en la gastronomía moderna.



### **Pizza de Ropa Vieja**

La Rayua sigue siendo un referente para los amantes del buen

comer en Madrid. Al mantener la tradición en platos clásicos como el cocido, y al mismo tiempo, ampliar su propuesta gastronómica con alternativas innovadoras como la pizza de ropa vieja, el restaurante demuestra su compromiso con la excelencia y la innovación.

**Esta dualidad entre lo clásico y lo moderno es lo que hace de La Rayua un lugar único, donde cada visita se convierte en una experiencia culinaria inolvidable.**

La Rayua no solo conserva la esencia de la gastronomía madrileña, sino que también la proyecta hacia el futuro, demostrando que la tradición y la innovación pueden ir de la mano en el mundo de la gastronomía. Con cada plato servido, La Rayua no solo alimenta el cuerpo, sino también el alma, manteniendo viva la historia y el sabor de Madrid.

---

## **Chefs Fantasmas: Dentro del mundo clandestino de las cocinas ocultas**

En la era digital y de la comida a domicilio, las **cocinas fantasma** emergen como un fenómeno disruptivo en el mundo gastronómico. Operando en el anonimato, estos espacios culinarios, también conocidos como **dark kitchens**, están redefiniendo el concepto tradicional de restaurante. Sin un local a la vista, se centran exclusivamente en la entrega de

alimentos, liderados por chefs que están marcando un nuevo rumbo en la industria alimentaria.



## **Cocinas fantasmas en Madrid**

Estas **cocinas fantasma**, están transformando silenciosamente el panorama de la comida a domicilio, desafiando las normas establecidas y abriendo un nuevo capítulo en la historia de la gastronomía moderna.

## **Las cocinas fantasma: ¿qué son y cómo funcionan?**

Al caminar por **Madrid**, uno podría confundirse al ver ciertos locales: por fuera parecen restaurantes, con cocineros trabajando y aromas de comida flotando en el aire. Sin embargo, no hay mesas ni sillas, y los repartidores se agolpan en la entrada. Estos no son restaurantes convencionales, sino las controvertidas cocinas fantasma.

Un reciente estudio identifica **18 dark kitchens** operando actualmente en la capital. Desde su apertura, algunas han generado protestas vecinales debido al ruido, los olores y el constante movimiento de repartidores. Estas cocinas cobraron impulso en **España** durante la pandemia, cuando el servicio de entrega a domicilio experimentó un auge sin precedentes.



## Un mundo clandestino de las cocinas ocultas

El modelo de negocio involucra a cuatro actores principales: el dueño del local, que lo arrienda al operador de la cocina; este último acondiciona el espacio y alquila los fogones a restauradores o los gestiona directamente. El proceso se completa con las aplicaciones de entrega y su red de repartidores.

## Perfiles de chefs fantasma: los artífices detrás del velo

En el corazón de **Madrid**, los chefs fantasma están reinventando la cocina desde detrás del velo. La cocina fantasma más grande de la capital, ubicada en la **Calle Zabaleta 1**, comenzó su actividad en noviembre de 2021 y alberga 38 fogones. Esta impresionante instalación, ocupa dos locales contiguos y cuenta con una macrochimenea de 25 metros. Entre sus inquilinos destaca '**Vicio**', la popular marca de hamburguesas creada por **Aleix Puig**, ganador de **MasterChef 7**.



Una fusión sin precedentes entre tecnología y gastronomía en las cocinas

No muy lejos, encontramos otras **dark kitchens** de gran envergadura: la de la **calle Felipe Fraile**, número 5, con 36 fogones; **José Calvo 10 y Vizconde de Matamala**, cada una con 21 fogones. Le siguen **Felisa Méndez 11** (15 fogones), **Paseo Imperial y Melancólicos** (12 fogones cada una) y **Paseo Imperial 8** con una decena de fogones.

La variedad continúa con cocinas más pequeñas pero igualmente eficientes: **Araucaria 19** (8 fogones), **San Bernardino** (7 fogones), **Andrés Torrejón 17 y Sorgo 17** (6 fogones cada una), y **Algodonales 19** (5 fogones). Incluso hay espacios con solo dos fogones, como **Nebulosas 18, Sorgo 53 y la esquina de Duque de Sevilla con Santorcaz**. Los más compactos, **Morando 6, Mantuano 4 y Andrés Obispo**, operan con un solo fogón.

## **Tecnología y gastronomía: la sinergia detrás de las cocinas ocultas**

La irrupción de las **cocinas fantasmas** en el panorama gastronómico representa una fusión sin precedentes entre **tecnología y gastronomía**. Este modelo innovador maximiza el potencial de la tecnología actual, aprovechando las plataformas de pedidos en línea no solo para conectar con los clientes, sino también para optimizar la gestión y logística del negocio. La recolección y análisis de datos se convierte en un activo invaluable, mientras que el marketing digital amplía la visibilidad y las transacciones en línea simplifican los pagos.



### **¿Habrían proliferado las dark kitchens sin la pandemia**

En el corazón de las cocinas fantasmas yace una sinergia vital entre la gastronomía y la tecnología. Este modelo no solo se adapta a las nuevas tecnologías, sino que también responde a las necesidades emergentes del mercado y explora nuevas [oportunidades](#). El resultado es una operación más eficiente,

una experiencia de cliente mejorada y un proceso de compra más ágil y fluido.

## El futuro de las cocinas fantasma: tendencias y predicciones

La pregunta que surge es: ¿habrían proliferado las **dark kitchens** sin la pandemia y la consiguiente desaparición temporal de los restaurantes presenciales? La respuesta probablemente es afirmativa. La tendencia de cocinar menos en casa, especialmente entre las generaciones más jóvenes, ya señalaba un aumento en la demanda de servicios de entrega a domicilio. Incluso con la reapertura de la hostelería tradicional, muchas cocinas fantasma mantuvieron una [clientela](#) fiel, evidenciando una preferencia creciente por disfrutar de la comida en el confort del hogar.

El futuro de las **cocinas fantasma**, sin embargo, dependerá en gran medida de la legislación que regule su establecimiento y funcionamiento. A pesar de los posibles desafíos regulatorios, parece poco probable que este modelo de negocio experimente un declive significativo. La digitalización, que se extiende a todos los aspectos de nuestras vidas, apoya la idea de que las **dark kitchens** continuarán siendo una opción popular para los consumidores.

Además, el concepto de las **cocinas fantasma** ha evolucionado más allá de la simple comida rápida. Ahora incluye opciones de alta cocina, alternativas saludables, vegetarianas y veganas, y una diversidad de cocinas internacionales. Este modelo ofrece una variedad que satisface a todos los gustos y preferencias, haciendo que la opción de pedir comida a domicilio sea, para muchos, más atractiva que cocinar o salir a cenar fuera. Con tal amplitud de opciones y una creciente demanda, las cocinas fantasma tienen un amplio margen para innovar y seguir siendo una parte esencial de nuestra experiencia gastronómica contemporánea.

---

# El restaurante tailandés Thai Mongkut abre sus puertas en Madrid

El restaurante de comida tailandesa, Thai Mongkut, acaba de abrir un nuevo local en el centro de Madrid, en la calle San Bernardo.

Con esta apertura en la capital, es su cuarto local en España, ya que cuenta con otros tres establecimientos en Valencia.

En este restaurante, se puede disfrutar de comida tailandesa tradicional, elaborada por cocineros tailandeses.

El dueño del [restaurante](#) afirma que, a pesar de tener tres locales en Valencia, han querido abrir otro en Madrid para llegar a más públicos y darse a conocer.

Este nuevo local se ubica en la calle San Bernardo 106 (Madrid), entre las paradas de metro de Quevedo (línea 2) y San Bernardo (líneas 2 y 4), por lo que está muy bien situado.



**El restaurante de comida tailandesa, Thai Mongkut, acaba de abrir un nuevo local en el centro de Madrid, en la calle San Bernardo.**

En Thai Mongkut, se ofrece deliciosa comida tailandesa elaborada con ingredientes a elegir, como ternera, pato, pollo, calamar o cerdo, entre otros.

## **¿Qué puedo comer en Thai Mongkut?**

Todo el que acuda a este restaurante podrá disfrutar de platos que le gusten, pues, en este lugar, no se limitan a un sabor concreto, sino que se ofrecen platos adaptados a cualquier paladar.

Se puede optar por opciones muy [picantes](#) o viceversa, por platos vegetarianos o veganos, entre otras opciones que ofrecen una variedad exquisita para todos los públicos.

Por ejemplo, se podrá disfrutar del Pad Thai (tallarines de arroz al tamarindo, salteados con brotes de soja, tofu, huevo y cacahuete), un tradicional plato tailandés.



También hay Kao Soi, una sopa curry con fideos de arroz, tofu, cebollino, cebolla roja y fideos caseros fritos, algo muy típico del norte de Tailandia.

Los amantes del picante podrán disfrutar de currys de distintos sabores y con distintos niveles de picante (amarillo, massaman, panang, rojo, verde).

## Un pedazo de Tailandia en Madrid

En el restaurante se ofrecen platos elaborados por cocineros de Tailandia, por lo que el local cuenta con profesionales totalmente preparados realizar una comida típica de su país.

Todo el que entre a este restaurante, se va a sumergir en Tailandia, no solo por su comida, sino también por la decoración del local.



Es un punto fuerte, pues cuenta todo tipo de detalles que hacen que se diferencia del resto de locales de la ciudad.

Las reservas se pueden realizar llamando al teléfono 914 251 998 o entrando en el apartado de reservas de la web (<https://thaimongkut.es/>).

---

# **Andoni y Ferrán Adrià asesores de la nueva universidad gastronómica**

**Una nueva universidad gastronómica tendrá Madrid y será en septiembre del presente año cuando se abran las puertas.**

En una universidad donde Andoni y Ferrán Adrià serán los asesores, 50 alumnos podrán optar por un grado oficial en Gastronomía e Innovación Culinaria, en el Madrid Culinary Campus (MACC).

Ellos “aprenderán a cocinar, a conocer la producción alimentaria y a dominar las reglas del emprendimiento y la gestión empresarial”, ha expuesto el rector de la institución académica, Enrique Sanz.

Este proyecto ha sido impulsado por la Universidad Pontificia de Comillas y Vocento el cual ha sido presentado recientemente, pero es un trabajo que se viene desempeñando desde el 2019.



**MADRID, 01/03/2023 Los reconocidos cocineros Andoni y Ferrán Adrià durante la presentación Madrid Culinary Campus (MACC).- . Foto: EFE**

Antonio Obregón, director de Madrid Culinary Campus (MACC) ha declarado que el sector reclama “más formación” y que en este caso se ha pensado en un “enfoque internacional que convierta Madrid en referencia mundial de la formación en gastronomía”.

## **Ferrán Adrià y con Andoni Luiz Aduriz asesores**

Para el conocido chef Ferrán Adrià este es un proyecto de mucha importancia.

Dará paso a la mejora de la formación en un sector que apunta maneras económicas del 33 % del PIB.

Algo muy importante para chef Adrià es que aquí se enseñara a pensar ya que, cuando él estudiaba “sólo se reproducían recetas y la palabra creatividad estaba prohibida en la cocina, pese a que fue la primera acción creativa del ser

humano”.



**El chef Ferrán Adrià. foto: telefónica**

“Es maravilloso que el Madrid Culinary Campus (MACC) apueste por la innovación, acota Ferran Adrià, “En los últimos 400 años ha habido dos revoluciones culinarias: la de la ‘nouvelle cuisine’ francesa y la de mediados de los 90 en España -de la que él fue impulsor- por lo que tenemos la potestad de hablar de creatividad e innovación”.

## **La creatividad e innovación**

Por su parte Andoni Luis Aduriz desarrolla un máster desde el punto de vista de la creatividad y la innovación.

Además de dar clases magistrales, también timoneará Aula Mugaritz, un espacio que dará paso a la reflexión y la creatividad desde la óptica de la divulgación del pensamiento disruptivo.

Ahí jugará un papel crucial Andoni Luis Aduriz, que trabaja en

el desarrollo de un máster pionero enfocado en la creatividad y la innovación.



### **Chef Andoni Luis Aduriz**

También ofrecerá clases magistrales y liderará el Aula Mugaritz, un espacio abierto para la reflexión y la creatividad desde el prisma de divulgación del pensamiento disruptivo, ese que enfrenta los paradigmas existentes, romper con lo establecido durante años.

*Andoni ha declarado “Podemos ayudar a la gente a crear, transmitir nuestra ilusión por aprender, crear un marco de actitud porque la creatividad es contagiosa y es una capacidad humana”.*

10.800 euros por curso, será el precio de este primer grado en [Gastronomía](#) e Innovación. Este curso inicial será impartido en las instalaciones del MOM Culinary Institute.

Será en dos o tres años cuando estén culminadas las obras del Madrid Culinary Campus (MACC) que contará con unas [instalaciones](#) de 10 mil mt2 para aulas y cocinas en el proyecto Madrid Nuevo Norte.

Benjamín Lana, director de Vocento Gastronomía ha dicho: es uno de los proyectos formativos más singulares a nivel internacional ya que está basado “en la excelencia, la apertura de miras, la defensa de la libertad de cátedra y el conocimiento multidisciplinar”.



Los alumnos que se gradúen se les otorgarán chaquetillas numeradas, los primeros números han sido para los cocineros Adrià, Aduriz y Ricard Camarena.

---

## Propuestas gastronómicas Ambivium

### Una experiencia en torno al vino

Ambivium, estrella Michelin en tan solo cuatro años, ofrece una experiencia diferente en torno al vino, dando la oportunidad de viajar por el mundo a través de decenas de

copas y descubrir paisajes y regiones con armonías singulares.

El vino es el protagonista en [Ambivium](#). En su Laboratorio de Armonías el vino es quien inspira a su equipo de creatividad para idear las elaboraciones del menú degustación. Además, su carta en continuo movimiento, cuenta con más de 3.000 referencias, que representan la mayoría de países productores de peso a nivel internacional.





Su cocina aún tradición y vanguardia. Los menús y sus elaboraciones varían según la temporada y la disponibilidad de cada producto porque la cercanía y la estacionalidad son parte de su apuesta por la sostenibilidad.

### **Menús y experiencias para una propuesta 360º**

El [restaurante](#) dispone de dos menús, que tienen el mismo peso gastronómico, únicamente con una distribución diferente a lo largo de la degustación.

Menú Entornos diseñado para quienes quieran disfrutar tranquilamente de la propuesta, compuesta por las creaciones más icónicas de Ambivium. Se trata de 19 elaboraciones en aproximadamente dos horas.



■ Una experiencia en torno al vino



Menú Paisajes es un recorrido por diferentes lugares del mundo a través de 30 bocados singulares, con cantidades más ajustadas, que se van degustando a través del relato de equipo Ambivium. La duración del menú es de unas tres horas y media, por lo que la reserva deberá realizarse antes de las 14:00 horas.

Para ambos menús han creado armonías que hacen vivir una experiencia gastronómica única. Puede acompañarse tanto de la Armonía de Vinos de los Proyectos Alma Carraovejas, como de la Armonía de Vinos Nacionales e Internacionales.

También se puede optar por elegir entre una de las más de 3.000 referencias de su bodega, en la que están representados

el Nuevo y Viejo mundo vitivinícola, con botellas que encierran paisajes: rarezas, añadas únicas y ediciones limitadas capaces de emocionar. Conjuntamente, ofrecen una completa oferta de vino por copas, además de sakes, destilados, cafés e infusiones.



**Propuestas gastronómicas Ambivium**

## **Sobre Ambivium**

Ambivium es la apuesta gastronómica de Alma Carraovejas. Busca ofrecer **una experiencia diferente en torno al vino**. Es el compromiso por una cocina sincera que nace en mitad de un viñedo para revelar los aromas de este y otros terruños. Tiene su origen en 2017 cuando **Pedro Ruiz, CEO de Alma Carraovejas**, decide poner en marcha este proyecto con la intención de crear un nuevo concepto de unión entre la cocina y el vino para conseguir convertirse en un referente gastronómico en la zona. Ambivium mantiene como uno de sus principales valores su apuesta, única en España, por generar experiencias en torno al vino y **estructurar su cocina a través de su propuesta enológica**. Vinos de todo el mundo, de productores que ya no están en activo y de añadas únicas. Una selección que permite al comensal viajar en el tiempo y encontrarse en la mesa con botellas inaccesibles por su rareza o unicidad. Como base de sus elaboraciones utilizan productos locales, de temporada y

proximidad: carnes, pescados, legumbres, frutas, verduras... algunas de estas recogidas directamente de su **huerto ecológico**, donde también cultivan hierbas aromáticas a escasos metros del restaurante.

---

## **Fincas de Nicaragua, café muy especial, tostado en Madrid**

Por: Ángel Marques – Periodista

Este proyecto está construido por jóvenes de emprendedores de 25 a 28 años, que buscan dar a conocer la maravillosa historia de las Fincas de Nicaragua, cada finca pertenece a una familia diferente que trata y cultiva la planta del café de una manera particular, lo que produce distintos matices en cada taza, aunque las plantaciones se encuentren en zonas cercanas.

Cada familia tiene su propia insignia y su propia manera de tratar el producto. Nuestra misión es la de dar a conocer a la gente que se puede consumir un café de grandísima calidad a buen precio y con un gran servicio.

Estos tostaderos se encargan de importar el [café](#) de las mejores fincas, tostándolo mensualmente, lo empaquetan y distribuyen por toda España. Su filosofía cafetera, según nos comenta *“en dar mucha calidad y ofreciendo siempre el producto más fresco posible. Para poder ofrecer toda esta calidad a tan buen precio, nuestra estrategia fue la de adquirir un local muy pequeño, donde trabajar, utilizándolo de almacén y de*

centro de logística”, nos dice Javier Pardo, responsable de las relaciones con los clientes de la marca [“Fincas De Nicaragua”](#)



### **Café muy especial, tostado en Madrid**

Estos aventureros jóvenes amantes del café, se enamoraron de ese café en “*Fincas de Nicaragua*” eligiendo únicamente los mejores cafés de especialidad, y los tratan con el cuidado que merecen. Todo su café se tuesta en Madrid, y siempre se envasa y reparte en menos de un mes, para que esté siempre fresco y mantenga todas sus cualidades organolépticas.

### **Café el Tucán**

Es un [café](#) para el día a día, especialmente indicado para personas a las que les gusten los sabores cítricos y el chocolate.

Con un tueste medio, y un sabor suave, podemos conseguir una taza ideal para degustar tranquilamente y descubrir cada día

nuevos matices. Un café idóneo para los que tienen personalidad, y les gusta el café diario.

## Café Blend El Jaguar

Jaguar es nuestra apuesta de café más potente. Queríamos un [café](#) con garra, fuerza y mucha cafeína. Buscábamos el café ideal para esos días que se necesita algo más de cafeína, pero sin renunciar al sabor y calidad que nos caracteriza.

La mejor mezcla posible entre dos variedades distintas, creando un café único y muy especial. ¡Para amantes del café fuerte!



**Nuestra misión es la de dar a conocer a la gente que se puede consumir un café de grandísima calidad a buen precio y con un gran servicio**

## Café El Colibrí Azul

Sin duda, el **café** de especialidad más **premium** que tienen. Nos encanta el nombre porque representa perfectamente la identidad de este café, un **producto** muy difícil de encontrar y del que se producen muy pocos sacos al año. Una taza con matices únicos para tomar en ocasiones especiales. Es la *“joya de la corona”* de [Cafés Fincas de Nicaragua](#). Un café gourmet para aquellos que buscan momentos excepcionales.

## **El sector del café de especialidad va cogiendo buen ritmo a medida que se da a conocer.**

En Madrid se está comenzando a conocer cada vez más y más. Cada mes surgen nuevas empresas, con diferentes propuestas. **2021** va a ser un año complicado para todos y también para el café de especialidad, al final es un producto con un coste más alto de lo que el cliente está acostumbrado a pagar. En **época** de crisis los productos de esta calidad pierden protagonismo y cuota de mercado, aun así, confiamos en que continúe al alza como en los últimos años.

El Consumidor español cada vez sabe más de café, el problema es que tenemos un legado de un café torrefacto, que ha hecho creer a muchas personas que el café deber ser quemado fuerte y azucarado y no es así. En Madrid cada vez se abren más locales y cafeterías con el "Specialty coffee" debajo del nombre, lo que provoca más interés acerca de este café y un mayor consumo.

Javier Pardo, responsable de las relaciones con los clientes de la marca "*Fincas De Nicaragua* ", nos cuenta que fue hace dos años a través de nuestro tío Rogelio que trabajaba en Nicaragua muy cerca de una plantación En Madrid cada vez se abren más locales y cafeterías con el "*Specialty coffee*" debajo del nombre, lo que pr

de café. Se trajo un par de **kilos** y nos enamoró. Pero fue al hacer mi trabajo final de carrera cuando descubrí que en España seguía siendo uno de los 4 únicos países del mundo donde todavía se seguía consumiendo torrefacto.



Procesado en  
Nicaragua

# TUCÁN

Reserva Natural Cerro el Diablo, Nicaragua

Proceso	Variedad	Altura
Lavado	Caturra	1.300 m



Café natural  
**100% ARÁBICA**

VAINILLA, CARAMELO, FRUTOS CÍTRICOS.

BAJA INTERNACIONAL, S.L.  
28002 (Madrid) ESPAÑA

@fincasnicaragua  
www.fincasdecaribbean.com  
info@fincasdecaribbean.com

Recomendamos un lugar fresco y seco, alejado de la luz solar

CONSUMO PREFERENTE:



**FINCAS DE NICARAGUA**  
SPECIALTY COFFEE





Esto, sumado a que somos el segundo país del mundo después de estados unidos en consumo de café en cápsula, nos hizo darnos cuenta que en España existía y existe un problema con el café. Nos replanteamos importar el mejor café de Nicaragua y empezar a dar a conocer más el café de especialidad.

Lo más importante de un café es que sea 100% natural, y si puede ser café de especialidad mejor, porque significa que ha llevado un proceso artesanal en todo momento y que además ha sido categorizado como un gran café. Luego ya dependiendo de los gustos de cada cliente se puede elegir un tueste más fuerte o más suave.

*En España el café más demandado suele ser la variedad denominada "robusta" la que es la más fuerte y con más cafeína. Javier Pardo nos indica que "a nosotros nos compran todos por igual, aunque sí que es verdad que el más suele gustar es el Jaguar, nuestro Blend".*

El mundo del **café** es un sector muy complejo, nos apunta este especialista, Javier Pardo, ya que es "el producto más consumido del mundo y sin embargo nadie sabe nada acerca de él. Es muy difícil convencer a un cliente de que el café que lleva consumiendo 20 años no es un café bueno, o que las capsulas no son cafés de calidad y que son altamente contaminantes. Hay mucha competencia y es difícil desmarcarse. Aun así, es realmente bonito saber más sobre el café sus orígenes como se recolecta, encontrar cada día sabores nuevos, son experiencias únicas difíciles de encontrar en otros sectores".

"Nuestra idea es seguir trayendo los mejores cafés de Nicaragua y quién sabe si en un futuro traer de otras partes del mundo, también queremos a comenzar a trabajar con oficinas, dando un gran producto y un mejor servicio. El concepto es dar a conocer a las familias de Nicaragua que trabajan sus plantaciones de manera artesanal, dando siempre la mejor calidad y ofreciendo unas tazas de una calidad insuperables. Queremos que la gente comience a conocer lo que es un café de calidad y valore un producto artesanal, cultivado a 1.500 metros en una cordillera en medio de la selva nicaragüense".

---

# “Mi filosofía radica en la conjunción de todas las piezas del personal”, Oscar Marcos, Jefe de sala Alabaster

Por Ángel Marqués Ávila. Periodista

Para muchos, se trata del mejor servicio de sala de Madrid, y es que Óscar Marcos realiza un trabajo impecable en Alabaster, un restaurante con notas atlánticas, perteneciente al grupo Alborada (estrella Michelin en La Coruña). Estamos ante un gran profesional, el que protagoniza cada día [Óscar Marcos](#) en el restaurante Alabaster de Madrid.

## Oscar Marcos, Jefe de sala Alabaster

**Ángel Marqués.-** Cuéntanos, ¿cómo y cuándo comenzaste tu vinculación con la hostelería?.¿Cuánto tiempo llevas en el oficio?

Oscar Marcos.- Muchas gracias por tu presentación y reconocimiento Ángel. Mi vinculación con la hostelería empezó en el I.E.S. Hotel Escuela de Hostelería de Colmenar en el año 2001. Terminé mis estudios de bachillerato y decidí embarcarme en ésta rama de la Formación Profesional. Realicé mis prácticas en Septiembre del 2002 en el Restaurante Zalacaín, donde verdaderamente puede aprender la pasión por éste oficio, de la mano de maestros como Custodio López Zamarra, Benjamín Urdiaín y José Jiménez Blas.

**Ángel Marqués.-** [Alabaster](#) es, sin duda, una de las más claras reseñas en cuanto al trabajo de sala se refiere en Madrid, ¿cómo diríais que lo has conseguido?

Oscar Marcos.- Para nosotros es un orgullo el poder hacernos un hueco entre los mejores servicios de sala de Madrid. Realmente se consigue gracias al esfuerzo de todo el equipo y sobre todo primando valores como el trabajo en equipo, la disciplina, orden, constancia, sacrificio, honestidad con el cliente. En definitiva, buscamos que todo el personal demuestre la pasión por el oficio de la restauración.

Empezamos hace ya casi 8 años y sin duda seguimos con la misma ilusión del primer día, condición indispensable para la realización de ésta profesión. Para mí es una forma de vida y una diversión el poder trabajar todos los días con todo el equipo que forma la familia Alabaster.



**“Mi filosofía radica en la conjunción de todas las piezas del personal”, Oscar Marcos, Jefe de sala Alabaster**

Ángel Marqués.- Desde tu punto de vista, ¿cómo definirías tu estilo en la sala?

Oscar Marcos.- En éstos años donde tanto ha ido cambiando la Restauración y sobre todo el servicio se sala, yo he seguido

defendiendo los valores primarios. En mi equipo es fundamental que todo el personal demuestre una actitud positiva, que se entregue al cliente con solidaridad, que seamos capaces de trabajar en equipo y que haya muchas ganas de agradar al cliente. Esto es lo que llamamos el ADN Alabaster.

El estilo que me gusta imponer en los servicios está basado en hacer que el equipo se sienta cómodo trabajando y que seamos capaces de transmitir a nuestros clientes que realmente disfrutamos con lo que hacemos.

Desde el recibimiento al cliente, la explicación de los platos, el servicio de vinos, hasta la despedida, es fundamental que nuestro público note que todo funciona como las agujas del reloj y no haya lugar a la improvisación.

No creo en una única figura en un restaurante. Mi filosofía radica en la conjunción de todas las piezas del personal, haciendo que todos se sientan importantes y seamos capaces de brillar en equipo.



El estilo que me gusta imponer en los servicios está basado en hacer que el equipo se sienta cómodo trabajando Foto: [elespañol.com](http://elespañol.com)

**Ángel Marqués.-** Tras años de experiencia en el sector, ¿cuáles dirías que son, a rasgos generales, las premisas sobre las que se debe asentar un restaurante para tener éxito?

Oscar Marcos.- Hay varios factores que son importantes en las bases de un Restaurante. En mi opinión las principales, son:

- Determinar una filosofía de trabajo donde todo el equipo crea en lo que se hace.
- Ser capaz de adaptar las ideas del negocio a las necesidades que nos marca la clientela.
- Respetar la materia prima y su tratamiento.
- Buscar equilibrios entre personal, gastos fijos, materia prima y ventas.

**Ángel Marqués.-** Y hablando en concreto de la sala. ¿Cuáles dirías que son los pilares sobre los que se debe estructurar el servicio de sala para que un restaurante llegue a lo más alto?

Oscar Marcos.- Bajo mi punto de vista, hay varios factores, pero quizá los principales pilares son:

- El equipo tiene que creer en la filosofía que marca el Director de sala para poder transmitir esos valores entre todos.
- El personal debe cumplir con unos valores que sean comunes entre todos y no haya diferencias entre ellos.
- Hay que marcar etapas de descanso apropiadas, condiciones laborales acordes a un restaurante de prestigio y valorar el esfuerzo de cada uno de ellos.
- Obtener una alta motivación que sea constante de tal forma que nunca se baje el nivel de servicio.
- Es vital tener una formación constante para que puedan aprender los noveles de los más veteranos.
- Y sobre todo, que el equipo sea feliz con lo que hace, que no sea una monotonía ir a trabajar a un restaurante, sino que sea una experiencia positiva que se pueda

compartir con nuestros clientes.

**Ángel Marqués.**- Desde luego, desde que te conozco te he observado como llevas a cabo tu trabajo y es digno de alabar, ¿me podías contar cómo organizas tu trabajo diario?

Oscar Marcos.- Lo primero agradecerte de nuevo tus palabras. Cuando voy al restaurante lo primero que hago es hablar con el personal, y tantear como se encuentra el estado anímico del equipo. Esto es fundamental para mantener un nivel de positividad alto. Hay que ir apoyando a los miembros del equipo que estén en un nivel más bajo. Después observo las reservas diarias e intento visualizar que tipo de servicio será el que mejor se adapte a los clientes del día, en función de sus gustos, horas de llegada, volumen de reservas, etc...

Antes del servicio organizo al equipo por rangos, colocando a los camareros en función de los distintos perfiles de clientes que tengamos, para intentar arropar al personal con menos experiencia. A la hora del servicio es muy importante ir tomando las comandas marcando un tempo adecuado para que la cocina pueda ir produciendo sin que haya retrasos en los tiempos. Una vez que todo el servicio empieza a funcionar ya empieza la etapa de relajación donde puedes compartir con los clientes distintas opiniones y veladas que hacen que disfrutes del servicio.



**En cuanto a las referencias nacionales principalmente buscamos representar las principales bodegas de nuestro país**

**Foto: [clandevinos.com](http://clandevinos.com)**

**Ángel Marqués.-** En cuanto a la selección de vinos, también muy elogiada por la crítica, ¿qué criterios sigues a la hora de elaborar la carta? ¿Hay también mucho “atlántico”?

**Oscar Marcos.-** La carta de vinos de Alabaster cuenta actualmente con 850 referencias de vino. Contamos con referencias de todo el panorama internacional, buscando que haya representación de casi todas las zonas vinícolas importantes con sus uvas referentes. Aproximadamente un 30 %

de los vinos son de otros países (Alemania, Francia, Italia, Portugal, Austria, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Australia, Argentina, Chile, EEUU ).

En cuanto a las referencias nacionales principalmente buscamos representar las principales bodegas de nuestro país, así como a los pequeños productores, buscando la tipicidad de cada zona y las uvas más representativas.

El movimiento de vinos Atlánticos nos apasiona, primero porque acompañan muy bien a nuestro tipo de cocina y segundo porque hay una gran revolución de los blancos y tintos gallegos, donde podemos encontrar variedades de uva que son desconocidas ( Loureiro, Espadeiro, Caiño, Ferrón, Bastarda, Merenzao, etc... ) y que dan grandes vinos.

Para confeccionar la carta de vino, contamos con una red de 64 distribuidores diferentes, los cuales nos apoyan a incorporar todas las referencias que disponemos.

**Ángel Marqués.-** ¿Eres de la opinión de comer cada plato con un vino diferente o piensas que es mejor maridar con un solo vino a lo sumo dos?

Oscar Marcos.- Cada vez soy más partidario del sentido común a nivel de vinos. Creo que hay momentos para cada cosa. Hay veces que me divierte probar un vino con cada plato y disfrutar con grandes maridajes. En cambio, hay otras veces donde voy a realizar una comida en la que voy a hablar de otros temas, donde lo que me apetece es elegir un solo vino que acompañe a toda la comida de forma elegante.

**Ángel Marqués.-** Por último, ¿qué consejos le daríais a un camarero que quiera llegar lejos en la profesión?

Oscar Marcos.- El principal consejo que les daría es que estamos en una profesión donde todo se aprende, por lo que necesita de una formación constante. Eso se consigue con una inquietud y entusiasmo diario por lo que hacemos, lo que le

permitirá cada día aprender algo nuevo y ser mejor camarero cada día.

Hoy en día necesitamos que un camarero esté formado en todos los ámbitos posibles (idiomas, coctelería, quesos, aceites, vinos, destilados, etc....)