

Alberto Fortes: cocinero, viajero, narrador... y ahora chef anfitrión de Malvasía en Puerto de la Cruz

La cocina de **Alberto Fortes** no se entiende desde el artificio ni desde la urgencia de la novedad. Es una cocina que se ha ido cocinando con paciencia, al ritmo de sus pasos por el mundo, con una maleta cargada de vivencias, sazones y miradas. Porque Fortes –más que chef– ha sido siempre **un contador de historias comestibles**, un viajero que ha sabido traducir los paisajes del alma en platos que conmueven más allá del paladar.

Durante años, su nombre ha resonado entre los círculos gastronómicos como el de un cocinero inquieto, observador, con capacidad para conectar lo emocional con lo técnico. Aunque nacido en Canarias, su vida profesional se ha desarrollado entre culturas, ciudades y fogones de diversa procedencia. No ha buscado etiquetas, sino lenguajes. Y cada una de sus etapas ha sumado capas a un discurso que hoy adquiere un nuevo formato: el de **restaurante propio**, con todo lo que eso implica.



Desde experiencias en cocinas de prestigio en Europa y América hasta incursiones en proyectos personales que lo llevaron a investigar, enseñar y compartir, Fortes ha entendido siempre la gastronomía como un puente entre la tierra, la memoria y el presente. Y si hay algo que nunca ha perdido de vista es la raíz. Porque incluso cuando cocinaba lejos de casa, **Canarias seguía latiendo entre sus ingredientes y recuerdos.**

Ahora, esa pulsión encuentra por fin un hogar: **Malvasía**, el nuevo restaurante que abre junto a su esposa Roxana en Puerto de la Cruz, más exactamente en la Urbanización La Paz. Un espacio donde la idea de “cocina con identidad” deja de ser discurso para convertirse en práctica viva.

Malvasía: cuando la historia se sirve en copa y en plato

El nombre no es casual ni decorativo. **La Malvasía** no solo es una variedad de uva, es parte del ADN cultural del Valle de La Orotava y, por extensión, del Puerto de la Cruz. Fue precisamente en este muelle tinerfeño desde donde partieron –en el siglo XVIII– cargamentos de vino Malvasía que terminaron en copas tan ilustres como las de **George Washington** durante la firma de la Constitución de los Estados Unidos, o las de **William Shakespeare**, quien lo menciona en varias de sus obras con auténtica devoción.



Fortes recupera ese legado no como un gesto nostálgico, sino como **una reivindicación del territorio desde la contemporaneidad**. Porque Malvasía no es solo un restaurante:

es una plataforma desde la que el chef propone una lectura libre, actualizada y profundamente sensible de la cocina canaria. Y lo hace a su manera: sin más reglas que las del respeto al producto, la honestidad en el plato y la libertad creativa que tanto le ha costado conquistar.

Cocina de memoria, técnica y emoción

Lo que Alberto Fortes ofrece en Malvasía no es una carta cerrada, ni un menú de artificios. Es **una cocina que respira**, que se adapta a la temporada, que escucha al entorno. Su base está en los **productos frescos del norte de Tenerife**, muchos de ellos adquiridos directamente a pequeños agricultores. Aunque también hay espacio para ingredientes de otras islas y, en algunos casos, de otros lugares que forman parte de su memoria viajera.

Pero más allá del origen del ingrediente, lo que define su propuesta es **la voluntad de cocinar con el alma**, sin miedo a ser sencillo, pero sin caer nunca en la banalidad. Hay platos que nacen del recetario materno y otros que responden a un antojo contemporáneo, pero todos comparten el mismo hilo conductor: **el equilibrio entre técnica y emoción**.

“Cocinar con libertad es, para mí, el mayor acto de honestidad”, ha dicho en más de una ocasión. Y eso es exactamente lo que se percibe en Malvasía: una cocina sin máscaras.

Una experiencia completa: gastromanía y vinoterapia

El concepto que estructura el restaurante va más allá del plato. Fortes y Roxana lo han definido como una combinación de **“gastromanía” y “vinoterapia”**, dos términos que resumen su filosofía. El primero, como esa pasión casi obsesiva por hacer bien las cosas en cocina. El segundo, como un homenaje al vino

no solo como maridaje, sino como relato, como herramienta sensorial y cultural.





Por eso, en Malvasía, el vino canario ocupa un lugar central. La selección incluye etiquetas de todas las Denominaciones de Origen de las islas, con una mirada especial al Valle de La

Orotava, que es mucho más que paisaje: es tierra viva, historia líquida, y ahora también, propuesta de futuro.

Puerto de la Cruz se pone en el mapa de nuevo

La apertura de Malvasía no solo marca un nuevo capítulo en la trayectoria de Alberto Fortes. También significa **una apuesta por devolver a Puerto de la Cruz parte del brillo gastronómico que tuvo en otros tiempos**. En una ciudad que ha visto cómo el turismo ha sustituido huertas por hoteles, la propuesta de Fortes es casi un acto de resistencia cultural: cocinar desde el territorio, para el territorio, pero con una vocación abierta, cosmopolita.

Porque si algo ha entendido Fortes –y lo demuestra en cada plato– es que la identidad no se conserva encerrándola, sino reinterpretándola con amor, criterio y libertad. Y eso, en los tiempos que corren, es un lujo que vale la pena celebrar.

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'.

Restauración y hostelería: difícil y escaso el personal

Restauración y la hostelería pasando dificultad para conseguir personal de sala y cocina.

Se aproxima el verano y la realidad es que escasea el personal cualificado de restauración y hostelería, el cual se hace cada vez más necesario. Para hacer frente a la demanda de cara al verano da la impresión de ir agravándose.



Estos puestos de trabajo siempre se han considerado como un trabajo de paso y para gente joven.

Emilio Gallego, secretario general de [Hostelería de España](#) ha declarado que la situación actualmente no es la más complicada, ya que, muchos [negocios](#) y sobre todo hoteles, permanecen cerrados. Pero si hablamos de verano la situación es otra y esta preocupa.

Cifras

Durante los meses de julio y agosto, de una temporada alta en buenas condiciones, se requiere la contratación de unas 100.000 personas para dar cara a la subida de la demanda durante estos meses.

El secretario general de Hostelería de España, también hace alusión que el sector mantiene unos 1,7 millones de puestos de trabajo, en restauración 1,2 y otros 248 mil en lo que es alojamiento.

Así que, sumar 100 mil puestos más en este año puede complicarse de una manera importante.



Emilio Gallego, secretario general de Hostelería de España.
Foto AZARplus

Esto debido a que luego de dos años de Covid, los canales de contratación por temporada, se han roto. No se puede olvidar que la nueva reforma laboral las contrataciones laborales han cambiado de formato.

No hay voces de alarma...aun

Emilio Gallego dice que en estos momentos no hay comunicaciones sobre situaciones graves por la dificultad de encontrar personal para esta Semana Santa. Debemos suponer que con el fin de las restricciones se podrá recuperar la normalidad en lo que refiere a hostelería y turismo.



Con el fin de las restricciones se podrá recuperar la normalidad en lo que refiere a hostelería y turismo
Está claro que existe un desajuste en lo que refiere a la formación profesional y el volumen de empleo que genera el sector. España es un país con menos jóvenes, esto debido al envejecimiento de la población.

Soluciones y propuestas

Se debe mejorar la intermediación entre los ofertantes de empleo y los demandantes del mismo, hay que adaptar los esquemas de formación profesional de la restauración y hostelería con mira a mejorar la gestión de jornadas laborales con mayor flexibilidad.

Hay que tener presente que, *“hay trabajadores que no se siente atraídos por el sector porque una parte de la actividad se realiza cuando el resto de la sociedad no está trabajando”*.

Será dentro de un par de semanas que se pueden cuantificar las necesidades del sector, la pandemia trajo una fuerte fuga de talentos. Estos puestos de trabajo siempre se han considerado como un trabajo de paso y para gente joven.

@soycamarero, sorbos de humor de hostelería servidos en la barra de Internet

Desde los 16 años trabaja en hostelería y hace cinco comenzó a contar en redes sociales las anécdotas que le ocurrían a diario; hoy sirve desde detrás de la barra de Internet píldoras de forma de publicaciones para su cientos de miles de seguidores en Twitter e Instagram: es Jesús Soriano o @soycamarero.

[Efeagro](#)

Desde su perfil ha echado abajo el mantra de que el *“cliente siempre lleva la razón”* e ironiza sobre los modos de comportarse de algunos de ellos, al igual que sobre los horarios y la forma de vida de las personas que cada día atienden las barras de los 300.000 establecimientos de hostelería de este país.

Curiosamente, se trata de una cifra muy similar a la de los seguidores que a diario leen sus actualizaciones en redes sociales, a los que hay que sumar los lectores de su libro, homónimo a su perfil en redes, que ya va por la cuarta edición.

“Todo empezó como un hobby pero, de pronto, empecé a subir en número de seguidores”, recuerda Soriano de sus inicios en Internet.

Asegura que no sigue ninguna pauta ni a expertos en materia de

redes sociales, pues es autodidacta, y se guía por lo que ha aprendido en este tiempo que *“funciona”* y, fundamentalmente, por lo que le divierte.

Así, ironiza sobre **los clientes que preguntan sobre todos los postres para terminar pidiendo un café**, sobre la costumbre de elegir siempre la mesa sucia o hace un chiste gráfico dedicado a aquellos consumidores que van de *“sobrados”* y son los primeros en pedir descuentos.

Además, combina sus publicaciones con píldoras de actualidad en los que en estos días **no ha faltado ni el oso *“perjudicado”* de la Cabalgata de Reyes de Magos de Cádiz** a modo de cliente pesado que pregunta si puede entrar justo cuando están echando la persiana de cierre, ni los problemas en las plantillas por la oleada de contagios con ómicron.

El coronavirus, un antes y un después

Y es que el coronavirus ha supuesto un antes y un después para esta profesión que ***“al estar de cara al público siempre pagamos el pato”***, lamenta Soriano, pues ahora, en algunas localidades, tienen que lidiar con los clientes que quieran (o no) mostrar su pasaporte covid.



Jesús Soriano, el autor de @soycamarero. Foto: cedida por el autor.

Si en su *hobby* en las redes sociales está siendo autodidacta, aprender a trabajar detrás de la barra del bar fue otro proceso bien distinto que inició por probar en unas fiestas de verano y que con sólo 16 años convirtió en su profesión, después en su forma de vivir y ahora en su herramienta para triunfar como *influencer*.

Ha trabajado, casi siempre en Alzira, porque es “*muy de su tierra*”, pero en diferentes tipos de locales, desde restaurantes a cafeterías a establecimientos franquiciados.

Por qué faltan camareros

Como profesional del sector, asegura que “camareros hay”, si bien “**después de la pandemia, cuando ha habido más tiempo para reflexionar, muchos se han dado cuenta de que no quieren este trabajo que les consume la vida**”, apunta.

Estos malos horarios, protagonistas de muchas de sus publicaciones, se suman a que la mayoría sólo tiene un día de descanso semanal y de que “*muchas horas extra no se cobran*”.

Por eso, la falta de personal que han denunciado desde el

sector, se debe a su juicio a que hay “mucha gente que ha cambiado de oficio o se espera a irse a algún sitio con mejores condiciones”, remarca.

Sí hay camareros y sí hay gente que quiere trabajar, pero con condiciones que merezcan la pena

Asegura que las ofertas para trabajar en Irlanda que divulga en su stories de Instagram tienen bastante éxito, lo que demuestra “que sí hay camareros y sí hay gente que quiere trabajar, pero con condiciones que merezcan la pena”.

De momento, le compensa vivir de la hostelería por la parte “social” que tiene, como hablar con los clientes y, sobre todo, por la camaradería con sus compañeros, convertidos en amigos.

Así que su futuro pasa por seguir siendo camarero, pero a media jornada real, para no perder el contacto con su profesión y sus clientes, seguir viviendo experiencias, pero poder dedicar más tiempo a su *alter ego* @soycamarero, que tiene en mente “*cosas muy bonitas*” que no puede ejecutar por falta de tiempo.

@soycamerero seguirá así en la barra del bar y en la de Internet mostrando la realidad, con mucho humor, de un sector inmerso en una profunda revolución y que es la forma de vivir de millones de españoles.

Flores comestibles, un negocio con futuro impulsado

por la restauración

No todas las flores se pueden comer, pero las que sí visten ensaladas, platos y dulces con colores y sabores intensos, una tendencia al alza en la restauración tras su reapertura después de los peores meses de la pandemia, como prueba el que se hayan disparado los pedidos a los productores españoles.

[Efeagro](#)

Violas o pensamientos mini, pétalos de rosas y flores de ajo, alhelí, jazmín o hinojo son algunos ejemplos de los ingredientes que estas navidades pueden distinguir una comida o cena y que además de **aportar belleza al plato** -bien frescas, cristalizadas, liofilizadas o deshidratadas-, pueden degustarse sin ningún problema.

Tras un año 2020 que fue **“catastrófico”** tanto para la flor cortada decorativa como para las flores comestibles, varios operadores de este último negocio han coincidido en asegurar a Efeagro que la **demanda de pedidos se ha disparado** de cara a la celebración de las **próximas fiestas**.

La consejera delegada de la productora de flores comestibles [Innoflower](#), Laura Carrera, reconoce que *“comer flores no es lo normal”*, aunque **hay referencias de ello que datan de más 2.000 años en China** y otras posteriores de la **Roma clásica**.

“Con la popularización de la ‘nouvelle cuisine’ a partir de los años 70 y 80, las flores comestibles se volvieron a poner de moda”, ha recordado antes de apuntar que en España hay una larga tradición, por ejemplo, de condimentar platos con los **pistilos de la flor del azafrán**.



Esta compañía, con sede en Zaragoza y fincas en dicha provincia y en la de Soria, cuenta con un amplio surtido de más de **media centena de flores comestibles** que sirven durante **las 52 semanas del año**.

Sabores ilimitados

*“Hay flores insípidas, dulces, amargas, saladas o con notas metálicas que aportan textura y color y que, en algunos casos, pueden cambiar el sabor del plato: **la magia la tienen los cocineros**”,* ha comentado.

Estas **“joyas comestibles”** cada vez son más demandadas por la restauración española, que estas Navidades está “desbordando la demanda” y permitirá a Innoflower, puesta en marcha en 2016, finalizar el ejercicio con una **facturación de 500.000 euros**, una cifra similar a la de 2019.

Las versiones cristalizadas, liofilizadas y deshidratadas, así como la línea de **piruletas de flores**, con mayor vida comercial, son los productos que han abierto el campo de la **exportación** a esta firma, que vende estos productos a

rincones de Dubai, Rusia, Francia -el mayor consumidor de flor comestible de Europa- o de Italia.



Flores comestibles, un negocio con futuro impulsado por la restauración

*“Esperamos **duplicar la producción en un año** con la apertura de nuevas fincas y creemos que a medio plazo se podría multiplicar las ventas por cinco o por seis”,* ha avanzado Carrera.

Un consumo que va a ir a más

El propietario de **Microgreens**, [José Ángel Castillo](#), que comenzó en 2017 a producir flores comestibles ecológicas en Nerja (Málaga) “porque los restaurantes de la zona las pedían”, ahora vende también su producción en los mercados de Madrid, Córdoba y Jaén.

“Su consumo en España va a ir a más, no es una moda, es una tendencia que viene para quedarse, como ya ocurre en Francia o en Italia”, ha sentenciado.

Desde sus invernaderos, que en verano cubre con mallas de sombra en vez de con plásticos, ha asegurado que los pedidos no han parado de crecer desde el pasado mes de noviembre: **“ahora hay más demanda que oferta”**.

Alta cocina y Masterchef

El administrador de [Garanfruit Agro](#), **Vicente Ripoll**, se ha mostrado convencido de que fenómenos como el programa televisivo **Masterchef** o el auge de la **alta cocina** en España han **impulsado el conocimiento y la utilización de las flores comestibles** en la gastronomía durante el último lustro.

*“No es fácil encontrarlas en los lineales de los supermercados e hipermercados, pero está claro que su consumo se va a impulsar, porque ya **no solo importa el sabor de un plato, si no también su presentación o limpieza, ya que lo visual ha ganado terreno**”,* ha señalado.

Garanfruit Agro, que comercializa sus productos con las marcas Innobrotes y Maycagreens desde Algemesí (Valencia), ha pasado en seis años de tener 400 metros cuadrados dedicados al **cultivo de flores comestibles** a alcanzar los **4.000 metros cuadrados**; en 2022 espera facturar entre un 10 y un 15 % más que este ejercicio.

*“Seguiremos creciendo en flor comestible, porque es un **negocio al alza** que comenzó con los chefs con estrella Michelin y al que **se están sumando ahora otros con menús más asequibles**, que ven en este ingrediente culinario **un reclamo** que les distingue”,* según Ripoll.





Picos puntuales de ventas

El gerente de producto de la mayorista hortofrutícola [CMR Infinita](#) de **Mercamadrid**, Jaime Muñoz, se ha mostrado convencido de que el negocio de la flor comestible “seguirá

creciendo”, con sus **“picos puntuales” de ventas**, que se producen en **Navidad** y que se trasladan en **verano** desde las grandes ciudades a las zonas de costa.

La **celebración de bodas y comuniones** o el día de **San Valentín** también marcan el repunte de la demanda, ha añadido.

No hay legislación “ad hoc”

El jefe del Departamento de Derecho Alimentario del centro tecnológico [Ainia](#), **José María Ferrer**, ha precisado a Efeagro que la **legislación sobre qué flores son aptas o no para consumo humano no está contemplada de forma directa en la normativa** comunitaria y española.

“No existe un legislación “ad hoc” que pueda facilitar una lista oficial en la que te dicen qué especies puedes comer”, por tanto debemos **tener en cuenta la legislación alimentaria de carácter general** (Reglamento 178/2002), ha matizado.

También, a su juicio, hay que tener en cuenta aquellas **disposiciones** en las que se contemplan las flores comestibles, por ejemplo, el **límite de residuos máximos en alimentos** (Reglamento UE 396/2005) o la regulación de otros productos en los que están presentes las flores, como es el caso de la **legislación sobre condimentos y especias**.

Seis restaurantes españoles y siete de América Latina, entre los 50 mejores del

mundo

Seis restaurantes españoles y siete latinoamericanos figuran entre los 50 Mejores Restaurantes del Mundo, dados a conocer en una ceremonia en Amberes (Bélgica) en la que se impusieron los daneses Noma y Geranium, que coparon el primer y el segundo puesto de la clasificación.

Efeagro

La primera gala de los [“Oscar del mundo gastronómico”](#) celebrada desde 2019 fue retransmitida en directo a través de las redes sociales.

Entre los españoles en la lista de los 50 mejores figura en tercera posición **Etxebarri** (Vizcaya) y su chef Victor Arguinzoniz, calificado de *“indiscutible rey del grill”*.

Disfrutar, nacido en Barcelona después de años de trabajo intenso en elBulli, donde Mateu Casañas, Oriol Castro y Eduard Xatruch se conocieron y formaron profesionalmente, fue reconocido por continuar con *“la tradición de la gastronomía molecular española de vanguardia”* escalando cuatro puestos, hasta la quinta posición.

Por su parte **Mugaritz** (Guipúzcoa) bajó del séptimo al décimo cuarto y **Azurmendi** (Vizcaya) cayó del décimo cuarto al 49.



Seis restaurantes españoles y siete de América Latina, entre los 50 mejores del mundo



Mugaritz (Guipúzcoa)

Elkano (Guipúzcoa) subió del 30 al 16 y **DiverXo**, capitaneado por Dabiz Muñoz y con tres estrellas Michelin, subió del

puesto 75 al 20.

Entre los latinoamericanos, los restaurantes más exitosos en la última edición de los [50 Mejores Restaurantes del Mundo](#) fueron los peruanos, con **Central** y **Maidó**, ambos en Lima, en los puestos cuarto y séptimo de la clasificación.

“El restaurante insignia de los chefs Virgilio Martínez y Pía León es un santuario para todo lo peruano, incluidos muchos ingredientes que rara vez se sirven en otros lugares”, destacaron los premios en relación con el restaurante Central, elegido Mejor Restaurante de Sudamérica 2021.



Los chefs Pía León y Virgilio Martínez

También fue premiado el dominio y *“herencia cultural”* del chef peruano de ascendencia japonesa **Mitsuharu Tsumura, Micha**, cuya familia procede de Osaka (Japón) pero que nació en Perú y que, con su restaurante de Lima, se ha convertido en el máximo exponente de la cocina Nikkei, que fusiona los platos e ingredientes peruanos y japoneses para crear una mezcla que, en el alto nivel, no encuentra oponente en América Latina.



Mitsuharu Tsumura, Michal

Pujol, en México, elegido *“Mejor restaurante de Norteamérica 2021”*, se hizo con el puesto noveno.

En décimo tercer lugar se situó el argentino *“Don Julio”*, calificado de *“joya”* a manos del chef Pablo Rivero, que *“no solo toma la mejor carne de res de animales alimentados con pasto y verduras locales”, sino que también “aplica la magia de la cultura de la parrilla argentina para crear explosiones de sabor extravagante”, según el jurado.*

Quintonil (México), calificado de *“fresco, auténtico y rebosante de sabor”*, quedó en 27 lugar, por sus *“mejores sabores mexicanos con un toque personal inconfundible del chef Jorge Vallejo”*.

El restaurante **Leo**, en Bogotá, quedó en el puesto 46, después de haberse *“reinventado”*.

Por su parte, **Borago** (Santiago de Chile) ganó el premio al restaurante sostenible Flor de Caña y se situó en el puesto 38.

En la ceremonia, en la que hubo muchas alusiones al impacto de

la crisis sobre el sector, se rindió homenaje a los establecimientos que tuvieron que cerrar en los últimos años, y en particular se hizo alusión a los restaurantes españoles Tickets y Enigma.

René Redzepi, chef del danés **Noma**, se mostró encantado de poder estar de nuevo en un acto como el celebrado hoy después de *“tiempos muy difíciles”* y ver a muchos de sus compañeros de profesión tras dos años.

En la lista del 51 al 100 Mejores Restaurantes del Mundo, que ya se dio a conocer en septiembre, figuraban asimismo **cuatro establecimientos españoles**: Quique Dacosta Restaurante (Denia, Alicante) en el puesto 74, Aponiente (El Puerto de Santa María, Cádiz), en el 79, Nerua Guggenheim (Bilbao), en el 53 y Arzak (San Sebastián), en el 94.

El español Dabiz Muñoz es premiado en Ámsterdam como mejor chef del año

Efeagro

El cocinero español Dabiz Muñoz, del DiverXo con tres estrellas Michelin, ha sido galardonado como el mejor chef del año en la quinta edición de los premios The Best Chef Awards 2021, celebrados de forma presencial en Ámsterdam, tras su edición digital del año pasado.

En una rueda de prensa posterior a la entrega de los premios, Muñoz destacó que **el momento actual “es duro debido a la**

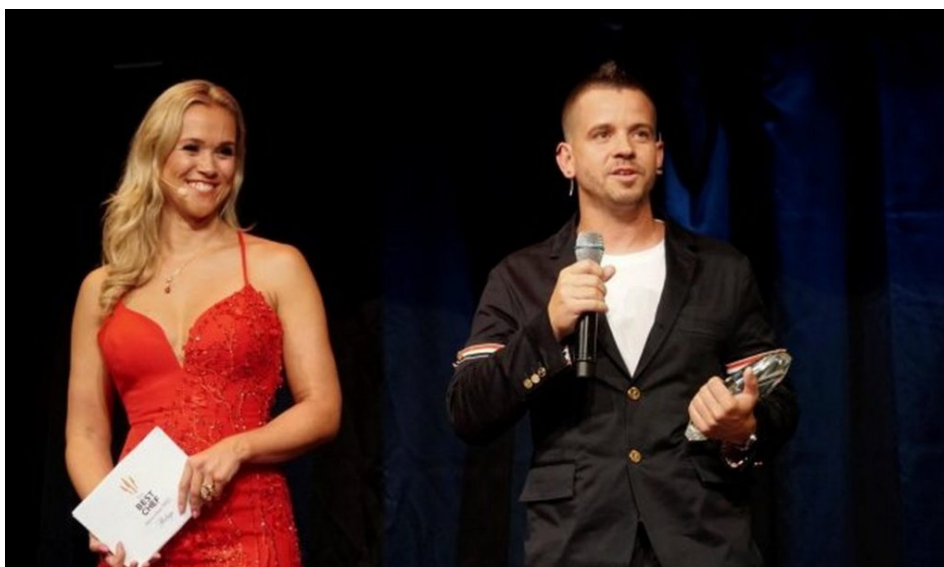
pandemia” para los cocineros de todo el mundo, y subrayó que este tipo de galardones *“ayudan a los restaurantes, pero también a la gente del país”* de los cocineros que se encuentran en la lista de los 100 mejores chefs del año, entre los que hay 13 españoles.

“Lo mismo va para mí, [Madrid](#), que me parece una de las ciudades más emocionantes del mundo en la actualidad para la gastronomía”, señaló Muñoz, que cree que este premio ayudará también a la capital española a *“seguir creciendo”*.

El pasado marzo, Muñoz repasó en San Sebastián el cúmulo de incidencias que ha logrado superar de una forma *“disruptiva”* desde que se declaró la pandemia de coronavirus y que le han llevado a *“renovar sus votos”* con su restaurante madrileño.

El chef **Björn Frantzén**, de Suecia, quedó como el segundo mejor cocinero en la lista de los 100 seleccionados, pero también se llevó el galardón *“Votado por todos los [chefs](#)”*, mientras que el cocinero vasco **Andoni Luis Aduriz**, del restaurante Mugaritz, quedó segundo en la misma lista.

El español **Joan Roca** recibió el Premio Ciencia y, al recoger el premio, destacó que su equipo *“está fuertemente comprometido con la ciencia y la sostenibilidad”*.



El cocinero español Dabiz Muñoz (d), en los premios The Best

Chef Awards 2021 en Ámsterdam. Efeagro/Imane Rachidi

Roca destacó además que este tipo de premios *“benefician más al país que al chef”* porque los cocineros representan *“una estructura, unos productos, unos productores, y eso acaba beneficiando más al territorio, que al propio chef”*, y recordó que los cocineros también acaban reforzando el turismo y el trabajo de los productores locales.

El chef italiano **Alfonso Iaccarino** ha sido premiado como *“Leyenda de la gastronomía”*, y, durante la recogida del premio, ha recordado sus *“casi cincuenta años de trabajo duro”* en los que *“puso toda su atención en la calidad de la comida”* para hacer sus platos mediterráneos.

El galardón de joven estrella emergente ha sido para **Fatmata Binta**, de Sierra Leona, por su proyecto Fulani Kitchen, y explicó que es una chef que aprovecha *“todo lo que crece a nuestro alrededor”* para elaborar sus platos, por lo que -aseguró- *“dedica todo su tiempo a los ingredientes”* y a mantener *“una relación con los agricultores”* de la región.

El premio a la mejor pizza lo recibió el chef italiano **Franco Pepe**, mientras que el galardón artístico se lo llevó **Vicky Lau**, jefa de cocina del restaurante Tate en Hong Kong, que cuenta con dos estrellas Michelin.

Cómo tener un restaurante de premio

Por: [Eduardo del Toro Doctor Arquitecto](#) // Islas Canarias

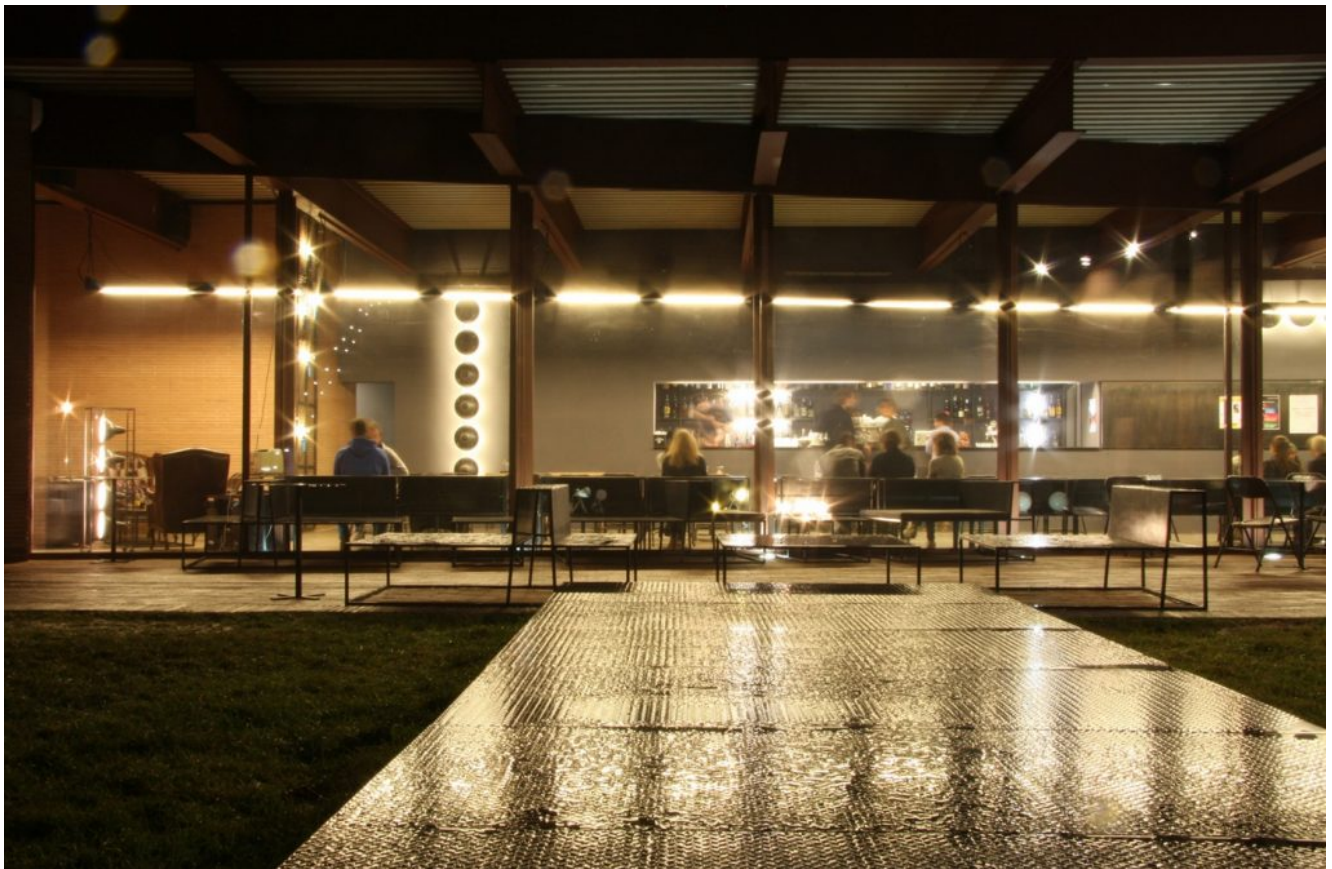
De cara a optar por un reconocimiento para un negocio como un **restaurante**, es evidente que la calidad de la comida que se

sirve es el aspecto más importante a tener en cuenta, pero es igualmente cierto que existen muchos otros factores que pueden sumar o restar puntos en la evaluación que realiza el crítico o evaluador **gastronómico**, como pueden ser: la calidad y adecuación de los caldos, la profesionalidad del servicio de sala o las características del local.

En relación a este último aspecto, podemos decir que a su vez se subdivide en muchos factores, como el ambiente que genera, la calidad del espacio o las sensaciones que transmite a los comensales.

Restaurante de premio

A la hora de **diseñar** estos espacios, la preocupación habitual suele ser generar un [restaurante bonito](#) -con lo ambiguo que este término resulta- empleando para ello los últimos materiales y las tendencias del momento. Pero detrás de un buen diseño hay mucho más, como son una gran cantidad de cuestiones técnicas que se le escapan a la mayoría de los proyectistas de estos [templos gastronómicos](#).



Cómo tener un restaurante de premio

El correcto proceso de creación de un local de [restauración](#) tiene que contener el sabio [equilibrio](#) entre los aspectos formales **-tales como el tamaño o la proporción-**, los aspectos sensoriales -los colores, sonidos y olores, principalmente- los aspectos técnicos -control de deslumbramientos, reverberación, climatización, etc.- y los aspectos funcionales -recorridos, personas con movilidad reducida, eficiencia energética,...- de tal forma que todos ellos interactúen en armonía transmitiendo el mismo tipo de sensaciones que el chef quiere expresar con su cocina.

Es importante que el **comedor** tenga unas [dimensiones suficientes](#), con unas proporciones largo-ancho-alto controladas, donde se posicione el mobiliario **-marcado por su funcionalidad y, sobre todo, por su comodidad-** con unas apropiadas dimensiones y convenientemente distribuido, tanto en número como en posición, gracias a un proyecto que los organice de forma adecuada para generar espacios acordes al uso.

En este sentido es muy importante **estudiar** los distintos recorridos que se van a producir en el local, tanto del personal como de los diversos tipos de público **-niños, personas con movilidad reducida, con discapacidad visual, etc.-** diseñándose para que se produzcan de la forma más directa posible, evitando que se originen conflictos entre los mismos, para garantizar un óptimo resultado.



Es muy importante estudiar los distintos recorridos que se van a producir en el local

La posibilidad de contar con varios [ambientes da flexibilidad](#) y versatilidad al negocio, dando respuesta a diferentes demandas de servicios, como un lugar para situarnos cuando estamos solos o vamos con prisas, como la [barra](#); un espacio para el tapeo o el **aperitivo**, con **taburetes y mesas altas**.

El [comedor](#) para la comida más convencional; una terraza, que expande el espacio del propio local y se convierte en el sitio ideal donde tomar el café, los postres y la copa; los reservados, lugares de mayor intimidad normalmente para **comidas de negocios** o [celebraciones de eventos](#); o un espacio especialmente adaptado a los infantes, donde se pueda compatibilizar la sobremesa de los padres con el juego de los hijos, sin entrar en conflicto.

El [espacio](#) debe contar con una iluminación suficiente, que nos permita apreciar el plato, pero controlada y bien distribuida, evitando deslumbramientos y creando ambientes agradables con cierta intimidad.

Por otro lado, tenemos que entender que el [comportamiento](#)

acústico de un local es muy frágil. Así que debe estar bien aislado acústicamente, para que los ruidos que se produzcan en el exterior no interfieran en nuestra degustación, y acondicionado, para facilitar el diálogo con el resto de comensales.

Con una música ambiente de una intensidad sonora suficiente para que **-sin entorpecer la conversación-** aumente la sensación de intimidad en un espacio colectivo; algo que hay que reforzar con una música de mayor volumen en aquellos espacios donde la sensación de intimidad es más importante, como el caso de los aseos. Las condiciones térmicas también tienen gran importancia.



Es importante que el comedor tenga unas dimensiones suficientes, con unas proporciones largo-ancho-alto Para ello, será necesario que el local esté bien diseñado térmicamente -impidiendo que entre un exceso de radiación solar a través de las ventanas en la época estival o que el calor se escape por paredes y techos en invierno- y que cuente con equipos específicos de alta eficiencia energética que

terminen de corregir la humedad y temperatura cuando no sea suficiente con el correcto diseño.

Se debe también garantizar una adecuada renovación de aire, que evite los ambientes cargados y los malos olores, ya que la percepción de los sabores se produce no sólo por medio de la sensación del gusto, sino que el sentido del olfato tiene un importante peso en este proceso. Normalmente, las fuentes principales de contaminación olfativa que solemos encontrarnos en los locales de restauración son tres: la polución exterior, los aseos y la propia cocina. El correcto diseño de los sistemas de climatización, extracción y renovación de aire es fundamental en estos casos.



El espacio debe contar con una iluminación suficiente, que nos permita apreciar el plato, pero controlada y bien distribuida, evitando deslumbramientos y creando ambientes agradables con cierta intimidad.

Finalmente, todo este conjunto de condicionantes tienen que combinarse en una decoración cuidada -acorde con el tipo de comida que se sirve- empleando materiales nobles de gran calidad, tanto en el espacio interior como en su fachada, que es la tarjeta de presentación que debe invitar a entrar.

Porque no es sólo importante el plato que se le presenta al comensal, sino que todo el establecimiento ha de participar de

la misma armonía.

El restaurante es un espacio donde el diseño está presente en todas las cosas, cualquier elemento que nos encontramos o manipulamos tiene un cuidado proceso creativo que pretende aumentar el placer sensorial que estamos disfrutando, al tiempo que refuerza el ambiente del local. Desde la ropa del personal que nos atiende, a cada uno de los elementos que se emplean, como la **vajilla** sobre la cual se van a servir las creaciones, pasando por una cristalería y una cubertería que esté a su nivel, hasta las mantelerías, los **centros de mesa** o las **cartas**.

Como vemos, y a pesar de que sólo hemos tratado a modo de rasgos generales los puntos a tener en cuenta, adecuar un local para ser un restaurante de mención no es nada sencillo. Son mucho las cuestiones que tenemos que cuidar para conseguir obtener todos estos objetivos *-igual que en los **fogones** y la sala de un restaurante haría falta contar con un excelente personal comandados por un **Chef** con unos amplios conocimientos de cocina-*

En el diseño de estos espacios necesitaremos un grupo de proyectistas altamente capacitado y cualificado, que sepa conjugar el sacar el mayor provecho posible al local, al tiempo que exprese de forma palpable lo que el restaurante quiere ofrecer con su comida, materializando la manera que se tiene de entender la gastronomía y la restauración desde la empresa.

Por tanto, contar con un equipo técnico de refutada experiencia que sepa prever y solucionar los posibles problemas antes de que se produzcan es la estrategia más fácil y económica, siempre mejor que tener que solventar los problemas a posteriori, siendo más costoso y en algunos casos imposibles de resolver.

Tres de cada diez empleos en la hostelería son temporales en España

Un total de 350.900 personas tenían un contrato temporal en la hostelería al cierre del segundo trimestre, lo que supone el 31 % del empleo en ese sector y el 6 % más que la media de la economía española, según Comisiones Obreras.

[Efeagro](#)

El sindicato ha difundido este miércoles un análisis de su gabinete de estudios sobre el empleo en la hostelería en el que constata que la contratación a tiempo parcial también tiene una **importante brecha de género**, con el 36 % de los contratos a las mujeres frente al 22 % en los hombres.

La tasa de empleo temporal es más alta en el sector hostelero que en general en España, donde se situaba en el 25 % en el segundo trimestre de 2021 (28 % en el caso del trabajo femenino).

Según CC00, el empleo generado en el último año en el sector de la hostelería registró **un aumento del 42 % en la ocupación a tiempo parcial**, mientras que con jornada completa se redujo un 5 % respecto al segundo trimestre de 2020.

Hasta junio, había **1,44 millones de personas ocupadas** en la hostelería en España, lo que supone el 7 % del total de los ocupados en España y un descenso de 135.000 empleos en el sector respecto al primer trimestre de 2020, periodo anterior

a la pandemia.



Tres de cada diez empleos en la hostelería son temporales en España. Varias personas sentadas en una terraza. Efeagro/Emilio Naranjo

No obstante, CC00 ha destacado en una nota que el nivel de ocupación en hostelería ha crecido el 6 % anual en el segundo trimestre del año.

Actualmente, 288.500 personas trabajan en servicios de alojamiento, el 20 % del total de ocupados en hostelería, frente al 80 % restante (1,15 millones de personas), dedicado a la **restauración**.

Un total de 194.500 personas estaban en el segundo trimestre en paro en el sector hostelero, el 5 % del total de los desempleados en España, con una reducción de 119.300 personas respecto al trimestre anterior y de 206.400 respecto al segundo trimestre de 2020, cuando se registró la mayor cifra de paro del sector (400.900 personas).

A fecha de 30 julio había todavía 143.600 personas afectadas por [Expedientes de Regulación Temporal de Empleo \(ERTE\) en la](#)

[hostelería](#), 68.850 personas menos que en el mes anterior.

Además, **la tasa de empleo asalariado** en ese sector se mantuvo en el 78 % entre abril y junio de 2021, por debajo del 84 % de media de la economía española, mientras que la afiliación media sumó 1,2 millones de personas en el Régimen General de la Seguridad Social, ha señalado Comisiones Obreras.

TheFork invierte 20 millones en apoyar la hostelería de España, Francia e Italia

La app de reservas en restauración [TheFork](#) ha lanzado la campaña *“Todos a los Restaurantes”* con una inversión de 20 millones de euros, cuyo objetivo es apoyar a la hostelería de España, Francia e Italia en su recuperación de los problemas derivados de la covid-19.

[Efeagro](#)

Del 15 de julio al 15 de septiembre, TheFork incentiva a los nuevos usuarios con **20 euros para que acudan más a restaurantes y ayuden al sector**, según ha indicado este jueves en un comunicado.

Los [comensales](#) podrán disfrutar de este incentivo usando un código al utilizar la app usando *“TheForkPAY”*, la solución de pago digital que ya está activa en **más de 20.000 restaurantes en los tres países**, más de 3.300 de ellos en España, una cifra que irá aumentando a lo largo de la campaña y que se espera

que llegue a más de 5.000 restaurantes, de acuerdo a sus datos.



TheFork invierte 20 millones en apoyar la hostelería de España, Francia e Italia. Efeagro/Daniel Luque

La compañía ha recordado que la hostelería se ha enfrentado a *“uno de los peores años de su historia”*.

Un *año “muy duro”* en el que los restaurantes han hecho *“todo lo posible”* para seguir adelante y en el que TheFork *“ha demostrado estar a su lado poniendo en marcha múltiples iniciativas para impulsar la recuperación”*, ha añadido.

Por ello, *“fiel”* a su compromiso con la industria y para continuar reactivando el consumo y *“animar aún más”* a los comensales a acudir a los restaurantes han lanzado esta campaña.