

Melvin Alchemy agita Abama con una cena donde Sergio Fuentes y Yoni Mesa funden alta cocina y coctelería de autor

[@melvinbymartinberasategui](#)

El 4 de abril, Melvin by Martín Berasategui acogerá en Guía de Isora una experiencia gastronómica en la que la cocina de autor y la coctelería creativa dialogarán desde el producto canario, el paisaje atlántico y la complicidad de dos talentos que conocen bien el lenguaje del territorio.

Una experiencia gastronómica diferente en Melvin by Martín Berasategui

No siempre aparece una propuesta capaz de colocar al mismo nivel creativo la cocina y la coctelería sin que una termine haciendo de acompañante de la otra. Eso es, precisamente, lo que plantea **Melvin Alchemy**, la experiencia que tendrá lugar el próximo 4 de abril de 2026 en **Melvin by Martín Berasategui**, dentro de **Las Terrazas de Abama Suites**, en Guía de Isora. Allí, el chef **Sergio Fuentes** y el bartender **Yoni Mesa** unirán sus mundos en una velada pensada para que cada pase del menú encuentre su reflejo natural en la copa, y para que cada cóctel no funcione como mero maridaje, sino como una extensión del discurso gastronómico.



La cita comenzará a las 19:00 horas en la terraza del Lobby Bar con un aperitivo y un cóctel de bienvenida frente al Atlántico, antes de trasladarse al comedor del restaurante para desarrollar un único pase con plazas limitadas. El precio será de 150 euros por persona, y la experiencia contará también con una opción sin alcohol concebida con la misma lógica, el mismo cuidado y la misma voluntad narrativa. Más que una cena temática, la propuesta aspira a convertirse en una conversación a cuatro manos donde el producto local, la técnica y la sensibilidad de ambos creadores actúan como un mismo idioma.

Melvin, uno de los espacios gastronómicos más sólidos del sur de Tenerife

El lugar elegido no es casual. **Melvin by Martín Berasategui** lleva tiempo consolidado como una de las mesas con más personalidad del sur de Tenerife, no solo por el peso del nombre que lo respalda, sino por la forma en que ha sabido construir una identidad propia dentro del universo gastronómico de Abama. Inaugurado en 2017 en el Social Club de Las Terrazas de Abama Suites, el restaurante ha trabajado

desde el principio con una cocina que enlaza el rigor técnico de la tradición vasca con la riqueza de la despensa canaria, haciendo convivir pescados insulares, carnes bien tratadas, arroces, fondos serios y una mirada contemporánea que no necesita levantar la voz para hacerse notar.



Su capacidad para combinar paisaje, servicio y cocina le ha permitido convertirse en un destino gastronómico con entidad propia, reforzado además por reconocimientos recientes de gran proyección internacional.

Ese contexto convierte a **Melvin Alchemy** en algo coherente con el lugar donde sucede: un evento que no busca impresionar a base de artificio, sino aprovechar un escenario ya privilegiado para llevar un poco más lejos una idea que cada vez gana más espacio en la restauración actual, la de construir experiencias globales, completas y bien pensadas, en las que todo lo que ocurre en la mesa y en la copa forma parte de la misma historia.

Sergio Fuentes, cocina de autor con producto canario y técnica precisa

Al frente de los fogones estará **Sergio Fuentes**, un cocinero madrileño nacido en 1989 que encontró su vocación desde muy temprano entre hornos, masas y oficio cotidiano. Formado en la Hotel Escuela de la Comunidad de Madrid, dio un paso decisivo cuando aterrizó en **M.B.**, el dos estrellas Michelin que Martín Berasategui mantiene en Abama junto a Erlantz Gorostiza. Aquel contacto con la alta cocina marcó una dirección que después amplió en Azurmendi, el gran proyecto de Eneko Atxa, donde pudo profundizar en una forma de entender la cocina muy atenta al producto, a la sostenibilidad y al entorno.



Su regreso a Tenerife en 2014 terminó de fijar un vínculo que hoy ya es inseparable de su trayectoria. Primero volvió a M.B. y, años más tarde, se incorporó al equipo de Melvin, donde fue creciendo hasta asumir la jefatura de cocina. Desde ahí ha desarrollado una propuesta donde la técnica contemporánea

convive con un respeto muy claro por la despensa de las islas. Papas de Lanzarote, pimienta de La Palma, mojos ligados a la memoria familiar, pescados canarios y una interpretación elegante de lo cercano forman parte de una cocina que sabe mirar al territorio sin caer en el tópico. En sus platos hay oficio, intención y, sobre todo, una voluntad de explicar el producto local desde un lenguaje actual, reconocible y preciso.

Yoni Mesa y la coctelería de autor con identidad canaria

En la barra estará **Yoni Mesa**, uno de los nombres más sólidos de la coctelería española y una figura que ha contribuido con fuerza a que la mixología canaria empiece a hablar con acento propio y sin complejos. Su trayectoria lo sitúa desde hace años entre los bartenders más respetados del país, pero fue en 2023 cuando alcanzó una visibilidad nacional aún mayor al proclamarse campeón de España de coctelería. Aquel título confirmó algo que en Canarias ya se intuía: que su forma de entender la coctelería no se basa solo en la técnica, sino en la capacidad para convertir ingredientes, paisaje y memoria en una experiencia líquida con identidad.



En su trabajo como head bartender de **Maresía Atlantic Bar**, en Royal Hideaway Corales Beach, ha desarrollado una línea cien por cien kilómetro cero que apuesta por destilados locales, elaboraciones propias e ingredientes seleccionados entre productores de las islas. Esa filosofía, que no usa el territorio como adorno sino como base real del discurso, encaja de manera natural con el planteamiento de **Melvin Alchemy**. La alianza con Sergio Fuentes tiene sentido precisamente por eso: porque ambos entienden que el producto canario no necesita disfraz, sino lectura, respeto y creatividad.

Melvin Alchemy, una cita que confirma la madurez gastronómica de Canarias

La velada del 4 de abril encuentra además un momento especialmente oportuno dentro del calendario. La Semana Santa concentra en Tenerife un importante movimiento de visitantes y un perfil de viajero cada vez más atento a las experiencias que combinan gastronomía, paisaje, descanso y singularidad. En ese contexto, **Abama Resort** se ha convertido en uno de los polos más reconocibles del lujo vacacional en la isla, con un ecosistema donde el bienestar, el golf, la arquitectura del lugar y una potente oferta gastronómica juegan en la misma dirección.



Sin embargo, más allá del atractivo turístico evidente, lo que realmente hace interesante una propuesta como **Melvin Alchemy** es el mensaje que deja sobre la madurez del panorama culinario canario. Durante demasiado tiempo, cocina y coctelería caminaron por carriles paralelos, como si pertenecieran a

mundos distintos dentro de una misma experiencia.

Hoy, cuando un chef formado en algunas de las casas más importantes del país decide que las papas, las especias y los sabores insulares merecen ocupar el centro del relato, y cuando un bartender de referencia construye su universo creativo desde destilados y productos de las islas, la señal es bastante clara: Canarias no solo tiene materia prima y talento, también tiene discurso. Y cuando ese discurso se expresa con coherencia, frente al Atlántico y sin imposturas, suceden noches como esta.

Cinco quesos canarios buscarán en Salón Gourmets 2026 el título al mejor de España

La excelencia quesera de Canarias vuelve a hacerse notar fuera de las islas. Cinco elaboraciones del Archipiélago han logrado situarse entre los cien mejores quesos de España y competirán en la gran final del campeonato **GourmetQuesos 2026**, que se celebrará el próximo **13 de abril** en Madrid, dentro del **39 [Salón Gourmets](#)**, programado del **13 al 16 de abril en IFEMA**. La noticia vuelve a colocar al queso canario en el escaparate nacional de mayor prestigio para el producto gourmet y refuerza el peso de las islas en uno de los concursos más exigentes del sector.



No se trata de una clasificación menor. En esta edición del certamen se presentaron **801 quesos de toda España** y solo **100** alcanzaron la fase final después de una intensa selección previa celebrada en la Escuela Superior de Hostelería y Turismo de Madrid. Allí, un jurado integrado por **65 especialistas** evaluó las muestras durante dos jornadas de cata, mientras que en [la final](#) será un panel de **40 expertos** el encargado de escoger los mejores de cada categoría antes de decidir cuál se alza con el título absoluto.

Los cinco quesos canarios finalistas en GourmetQuesos 2026

La representación de Canarias en esta edición reúne a elaboradores de **Lanzarote, Gran Canaria, Tenerife y La Palma**, una fotografía muy clara del excelente momento que vive el sector quesero del Archipiélago. Los quesos finalistas son **Don Nicolás**, de **Finca de Uga** (Lanzarote), en la categoría **Vaca curado leche pasteurizada**; **Pajonales curado** y **Media flor semicurado**, de **Manuel Hernández Bolaños** (Gran Canaria), en las categorías **Cabra curado leche cruda** y **Mezcla semicurado**; **Añejo mezcla vaca/cabra con gofio**, de **Quesería Montesdeoca**

(Tenerife), en **Mezcla curado**; y **Queso Las Cuevas**, de **Félix Alberto Gil de Rodríguez** (La Palma), en la categoría de **Ahumados**.



Cada una de estas piezas cuenta algo más que una receta bien ejecutada. Habla del territorio, del pastoreo, de la leche, del clima y del pulso de unas queserías que han sabido conservar la tradición sin renunciar al rigor técnico. Porque en Canarias el queso no es un simple acompañante en la mesa. Es cultura alimentaria, es economía rural y es, además, una de las expresiones más serias de identidad gastronómica que tienen las islas.

El queso canario consolida su prestigio nacional

La presencia de cinco quesos isleños entre los finalistas confirma la consistencia de un sector que lleva años ganando respeto en concursos nacionales e internacionales. Desde el Gobierno de Canarias se ha subrayado que este resultado

evidencia el peso del Archipiélago dentro del panorama quesero español y reconoce el trabajo de ganaderos, maestros queseros y familias que siguen sosteniendo una tradición decisiva para el sector agroalimentario canario.



Hay algo especialmente valioso en este nuevo reconocimiento. Mientras muchas veces la conversación gastronómica gira alrededor de cocineros, restaurantes y tendencias, el queso devuelve la mirada al origen, al campo y a quienes transforman la materia prima con paciencia y conocimiento. En ese sentido, estos cinco finalistas no solo aspiran a un premio. También defienden un modo de hacer las cosas que sigue teniendo en la autenticidad su mayor fortaleza.

Salón Gourmets 2026, una gran vitrina para el queso de Canarias

La final de GourmetQuesos tendrá lugar durante el **39 Salón Gourmets**, la gran feria profesional de alimentación y bebidas de calidad que volverá a reunir en Madrid a productores, distribuidores, compradores y especialistas del sector. La edición de 2026 se celebrará entre el **13 y el 16 de abril** en **IFEMA Madrid**, consolidando una vez más este encuentro como una

de las grandes plataformas comerciales y de proyección para los productos gourmet españoles.



Para Canarias, estar ahí con cinco quesos en la final no es solo una buena noticia. Es también una declaración de nivel. Porque cuando el queso canario entra en competición en este tipo de escenarios, no llega a ver qué pasa.

Llega a jugar en serio. Y, visto lo visto, más de uno en la península haría bien en ir afilando el cuchillo y preparando el paladar.

Alimentaria 2026: Canarias se presenta en Barcelona con producto, relato y ambición de mercado

El Archipiélago acude a la gran feria agroalimentaria con una propuesta que busca abrir negocio, reforzar la presencia exterior de sus elaboraciones ecológicas y de calidad diferenciada, y demostrar que detrás del producto canario hay mucho más que una buena foto.

Canarias vuelve a situarse estos días en el gran escaparate profesional de la alimentación, la hostelería y la restauración con una idea cada vez más clara: el producto local ya no puede viajar solo como símbolo identitario, también tiene que hacerlo como argumento comercial. Esa es, en realidad, una de las claves de la presencia canaria en Alimentaria 2026, la gran cita que reúne en Barcelona a miles de empresas, compradores y profesionales de la cadena alimentaria.



El Archipiélago aterriza en este escenario de alto voltaje empresarial a través del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria y de Gestión del Medio Rural de Canarias, con el objetivo de promocionar sus producciones ecológicas, sus alimentos de calidad diferenciada y, sobre todo, de abrir nuevas puertas de comercialización para un sector que necesita vender mejor fuera sin dejar de defender lo que es.

La dimensión del encuentro explica bien la importancia del movimiento: Alimentaria+Hostelco celebra este año su 50 aniversario, se desarrolla del 23 al 26 de marzo en el recinto Gran Via de Fira de Barcelona y prevé reunir a 3.300 empresas de 70 países y a más de 110.000

visitantes profesionales.

El enfoque canario tiene sentido. En una feria de este tamaño, donde todo compite por atención, agenda y cuota de mercado, no basta con exhibir singularidad; hay que traducirla en oportunidad. Por eso la presencia institucional no debería leerse como un simple gesto de acompañamiento, sino como una maniobra de posicionamiento económico.

Vinos, quesos, gofios, conservas, sales, aloe vera, productos frescos, elaboraciones ecológicas y referencias transformadas del Archipiélago encuentran aquí un terreno donde el relato cuenta, sí, pero donde manda la capacidad de cerrar contactos útiles.

Alimentaria no funciona como un museo del gusto, sino como una enorme maquinaria de negocio.



La propia organización ha invitado, junto al ICEX, a 1.500 grandes compradores e importadores de 100 países y a otros 1.200 compradores nacionales, con la previsión de superar las

14.500 reuniones comerciales.

Dicho de forma menos diplomática: quien va a Barcelona solo a hacerse una foto vuelve con una acreditación colgada al cuello; quien va con estrategia puede volver con mercado.

En ese tablero, el trabajo del ICCA y de GMR Canarias adquiere una importancia evidente. El primero pone el acento en la producción ecológica y en el valor de los sellos de calidad diferenciada, herramientas cada vez más decisivas para competir en segmentos donde el consumidor y el comprador profesional exigen trazabilidad, autenticidad y coherencia.

La segunda aporta músculo de promoción y continuidad a una agenda exterior que en los últimos meses ha ido enlazando citas clave para proyectar el producto agroalimentario del Archipiélago fuera de las Islas. No es casualidad. El [Gobierno canario](#) viene insistiendo este año en vincular promoción, identidad y comercialización como una forma de reforzar al sector primario y convertirlo en una pieza real de desarrollo económico.

Además, el contexto del salón favorece precisamente ese discurso. Alimentaria 2026 ha reforzado su peso internacional, su mirada al [Canal Horeca](#) y su dimensión especializada, con espacios centrados en innovación, sostenibilidad, restauración y producto ecológico. En ese ecosistema encaja bien la apuesta canaria por una oferta que combina singularidad geográfica y vocación profesional.

La feria incorpora este año la Ruta Eco y sitúa el salón Organic Foods en el pabellón 5, con La Plaza Eco como punto de encuentro para conferencias y networking del sector ecológico, una circunstancia especialmente interesante para aquellas empresas isleñas que acuden con catálogo agroecológico o con

producciones de perfil diferenciado.

Canarias, en ese marco, no vende únicamente alimentos: vende territorio, biodiversidad, saber hacer, dificultad productiva y una manera concreta de entender el valor del origen.



Hay, además, otro elemento que conviene no perder de vista. En este tipo de encuentros, el éxito no se mide solo por el volumen de visitantes que pasa delante de un expositor, sino por la calidad de las conversaciones que se generan detrás del mostrador. Y ahí el producto canario tiene una baza fuerte cuando está bien contado.

Porque una botella de vino volcánico, un queso insular, un gofio bien presentado o una sal marina con trazabilidad no compiten solo por sabor o por exotismo.

Compiten por historia, por paisaje, por rareza, por identidad y también por capacidad de integrarse en cartas, lineales y canales especializados que buscan algo distinto sin renunciar a la regularidad. Esa es la frontera delicada en la que hoy se mueve Canarias: lograr que su diferencia no se quede en un gesto romántico, sino que se convierta en una propuesta sólida y comercialmente útil.

La presencia del consejero Narvay Quintero en la apertura del certamen da a esa estrategia una lectura política clara. El mensaje que se intenta trasladar es que el sector primario y la industria agroalimentaria de las Islas no deben limitarse al consumo interior ni a la postal turística, sino aspirar a una presencia más estable en redes de distribución y comercialización nacionales e internacionales.

Ahora bien, más allá del discurso institucional, la verdadera prueba está en otra parte: en la capacidad de las empresas para convertir la visibilidad en pedidos, los contactos en acuerdos y el interés inicial en relaciones comerciales sostenidas. Porque la feria puede abrir la puerta, pero luego hay que saber cruzarla.

Eso explica también por qué este viaje a Barcelona tiene un valor que va más allá de los cuatro días de salón. Alimentaria ofrece una fotografía muy precisa de hacia dónde se mueve el

mercado: más innovación, más internacionalización, más exigencia logística, más atención a la sostenibilidad y más necesidad de diferenciarse con fundamentos.



Si Canarias quiere ganar espacio en ese escenario, debe jugar con sus mejores cartas, pero también con una estructura capaz de responder. La identidad sola ya no basta; la calidad sola tampoco. Hace falta continuidad, acompañamiento comercial, capacidad de suministro y un relato que no suene a tópico. Cuando esas piezas encajan, el producto canario deja de ser una curiosidad insular y empieza a ocupar el sitio que le corresponde en las conversaciones serias del negocio alimentario.

Al final, lo que se pone sobre la mesa en Alimentaria 2026 no es solo una colección de productos del Archipiélago, sino una manera de entender la despensa canaria como activo económico, cultural y estratégico. Y esa lectura sí merece atención.

Porque detrás de cada queso, cada vino, cada conserva, cada sal o cada elaboración ecológica hay agricultores, ganaderos,

pescadores, transformadores y pequeñas empresas que no viven de los adjetivos, sino de vender.

El gran reto, por tanto, no es que Canarias guste, que suele gustar; el gran reto es que Canarias se quede. Y en una feria como esta, quedarse significa entrar en el mapa mental -y comercial- de quienes deciden qué se compra, qué se sirve y qué se distribuye mañana.

Hablan los expertos: Lourdes Fernández y el Cráter que cambió el vino de Tenerife

En Canarias, el vino dejó de ser un asunto de casa para convertirse en un relato con técnica, territorio y nombre propio. Si hay una figura que aparece cada vez que se habla de esa transformación -silenciosa, constante y con resultados medibles- es **Lourdes Fernández**. Farmacéutica de formación, se acercó al mundo del vino casi por casualidad profesional: en la botica, los vecinos le preguntaban más por la “salud” de sus vinos que por la suya.





A partir de ahí, lo que nació como curiosidad se convirtió en vocación: formación, enología y una mirada que, con el tiempo, acabaría siendo clave en la **profesionalización del vino canario**. No es un detalle menor: durante décadas, gran parte del vino del archipiélago vivió entre lo doméstico y el granel, con enorme valor cultural, sí, pero con poco músculo para competir en un mercado que exige precisión, trazabilidad y estilo.

Lourdes entendió pronto que el futuro no iba a llegar por inspiración divina, sino por método: **viñedo** mejor trabajado, decisiones en **bodega** con criterio, y una identidad que no pidiera permiso para ser distinta. En Tenerife, ese enfoque encontró un escenario perfecto: suelos jóvenes, clima atlántico y una viticultura que, bien contada, podía dejar de ser “curiosidad” para convertirse en referencia.

D.O. Tacoronte-Acentejo: del granel a la botella con apellidos

La trayectoria de **Lourdes Fernández** está ligada a un punto de inflexión histórico: la **D.O. Tacoronte-Acentejo**, reconocida como **la primera Denominación de Origen creada en Canarias (1992)**. En ese proceso, su papel fue estructural: participó en la etapa de consolidación del consejo regulador y durante años estuvo al frente de una presidencia que ayudó a cambiar el guion del vino tinerfeño: pasar del volumen a la identidad, del “vino de la casa” al vino que se firma con origen, variedad y estilo.



Ese salto no ocurre con discursos bonitos: ocurre con viticultores acompañados, con normas claras, con bodegas empujadas a embotellar mejor, y con un trabajo de territorio que se defiende cuando toca. En paralelo, iniciativas como el

Plan Vitivinícola Insular de Tenerife sirvieron para ordenar una realidad compleja: minifundio, diversidad varietal, viticultura heroica en muchas parcelas y una necesidad evidente de profesionalizar sin perder alma.

Lo interesante es que Lourdes no plantea la modernización como maquillaje: la plantea como herramienta para que el **vino canario** sea leído en el mundo con el respeto que merece. En otras palabras: menos azar y más decisión; menos “salió así” y más “está hecho así”.

Bodegas Cráter: suelos volcánicos, producciones limitadas y mirada atlántica

Esa misma filosofía se entiende con claridad en **Bodegas Cráter**, proyecto que lidera en el eje **El Sauzal-Tacoronte**, con un grupo de socios unido por sensibilidad de terruño y por una idea muy concreta del vino: que el paisaje también se bebe. Nacida a finales de los noventa, la bodega trabaja viñedos sobre suelos volcánicos, con producciones contenidas y un compromiso serio con prácticas de **viticultura integrada y sostenibilidad**; además, en finca se han explorado enfoques como la biodinámica para profundizar en el vínculo entre planta, suelo y entorno.



En la copa, el relato se traduce en variedades que explican Tenerife sin disfraz: **Listán Negro, Negramoll y Malvasía**, a menudo acompañadas por otras uvas locales, con vinos donde el Atlántico se nota en la frescura y el territorio aparece en esa tensión mineral tan característica. Hablar con Lourdes Fernández es, por tanto, asomarse a más de tres décadas de evolución real del **vino canario contemporáneo**: defensa del pequeño viticultor, construcción de prestigio y proyección hacia fuera sin perder el norte (ni el norte de la isla).

En esta entrega de “**Hablan los expertos**”, le pedimos a Lourdes que, desde su experiencia, recomiende vinos personales para

entender no solo lo que se bebe hoy en Canarias, sino hacia dónde puede caminar su paisaje enológico en los próximos años.

Los vinos de Lourdes Fernández

**MAGMA de Cráter (tinto crianza,
Tacoronte-Acentejo, Tenerife)**

[@BodegasCrater](#)



[Magma de Cráter](#) es la cara más intensa y profunda del proyecto de Lourdes en **Tacoronte-Acentejo**. Un tinto de **Negramoll y Syrah** de laderas volcánicas, con crianza en roble francés, que busca complejidad sin perder el acento atlántico. En copa muestra **fruta negra madura**, especias, notas balsámicas y un fondo mineral muy marcado. En boca es estructurado y sabroso, de tanino dulce y final largo, ideal para carnes rojas, guisos y quesos curados.

CRÁTER (tinto crianza,
Tacoronte-Acentejo, Tenerife)



Cráter tinto encarna la elegancia fresca de Tacoronte-Acentejo. Nacido de **Listán Negro y Negramoll** sobre suelos volcánicos, ofrece fruta roja y negra madura, toques florales, especias y un eco ahumado/mineral. En boca destaca por su frescura, tanino pulido y un final que invita a seguir bebiendo. Es el vino que mejor resume la filosofía de la bodega y su vocación gastronómica.

CRÁTER blanco (blanco con crianza sobre lías, Tacoronte-Acentejo, Tenerife)



El blanco de Cráter ofrece una interpretación marina y volcánica del norte de **Tenerife**. Elaborado con variedades locales y afinado sobre lías, despliega aromas de fruta

blanca, cítricos y flores, envueltos en un delicado matiz salino. En boca se muestra untuoso, pero al mismo tiempo tenso y fresco gracias a una acidez viva que le aporta equilibrio y recorrido. Es un **vino** muy versátil en la mesa, especialmente acertado con pescados, mariscos y quesos de cabra semicurados.

Marqués de Riscal (tinto, Rioja)

[@MarquésdeRiscal](#)



[Marqués de Riscal](#) representa uno de los grandes clásicos de [Rioja](#) y una referencia reconocible en la historia contemporánea del vino español. Con predominio de Tempranillo y crianza en roble, ofrece un perfil aromático de fruta roja madura, vainilla, especias dulces y finos tostados. En boca se muestra equilibrado, de estructura media, tanino amable y una acidez bien integrada que aporta frescura y continuidad. Es un vino versátil y fiable en la mesa, especialmente acertado con asados, embutidos y cocina tradicional.

Pago de Capellanes (tinto, Ribera del Duero)

[@Pago de Capellanes](#)



[Pago de Capellanes](#) ofrece una expresión seria y bien definida de **Tempranillo en Ribera del Duero**. Es un tinto de notable concentración y estructura, con una nariz dominada por fruta negra, regaliz, apuntes balsámicos y sutiles notas de cacao ligadas a la crianza. En **boca** se muestra amplio, con tanino firme pero pulido, buena profundidad y una longitud destacable. Es un vino que acompaña especialmente bien carnes a la brasa, caza menor y platos de cuchara con fondo y contundencia.

Guitian (blanco, Godello)



[Guitián](#) dibuja una de esas expresiones de Godello donde frescura y solidez caminan de la mano. Desde Valdeorras, entrega aromas de fruta blanca madura, cítricos y un nítido componente mineral, con recuerdos de lías que aparecen bien ensamblados. En [boca](#) tiene textura glicérica, buena tensión y un paso equilibrado que apunta también a una interesante evolución en botella. En la mesa funciona muy bien con mariscos, pescados al horno y arroces de perfil marinero.

Tabaqueros (blanco, Malvasía, La Palma)



Tabaqueros, de [Bodegas Los Llanos Negros](#) recoge con acierto la personalidad aromática de la **Malvasía volcánica palmera**. En nariz se distingue por sus notas de flores blancas, miel, fruta de hueso y cítricos, sobre un fondo mineral, volcánico y ligeramente salino que refuerza su identidad insular. En boca combina volumen y frescura, con una acidez bien resuelta que sostiene un blanco de carácter, expresivo y con muy buena

presencia en la mesa. Encuentra un **maridaje** especialmente acertado con quesos de cabra palmeros, pescados al horno y platos con delicados toques ahumados.

Palo Blanco – Envínate (blanco, Valle de La Orotava, Tenerife)



PRODUCT OF SPAIN
VITICULTORES FLORENCIO LABRADOR Y
ENVINATE

Palo Blanco



Vinos Atlánticos
Blanco / White

ALC. 12.5% VOL.

Envinato
Embottled by Envinato S.L.
Rta 1730 - J.F.C.

750 ML

[@Envínate](#)

Palo Blanco, de [Envínate](#), figura entre las interpretaciones más precisas y vibrantes del blanco volcánico de Tenerife. Elaborado con Listán Blanco procedente de viñas viejas conducidas en cordón trenzado, despliega notas de fruta blanca, cítricos, flores secas y una mineralidad de perfil casi salino que habla con claridad de su origen. En boca es tenso, lineal y muy largo, sostenido por una acidez marcada que le aporta nervio, profundidad y una gran capacidad gastronómica. Encuentra un encaje especialmente afinado en cocinas marinas de alta precisión y en elaboraciones vegetales de temporada.

La elección de Lourdes Fernández dibuja un mapa de vinos donde conviven solvencia, identidad y placer de beber. No hay aquí recomendaciones hechas para impresionar por el nombre, sino botellas elegidas desde el conocimiento y desde una sensibilidad que entiende que la calidad no siempre necesita alzar la voz. En ese recorrido, los vinos de Bodega Cráter aparecen con absoluta naturalidad, casi como una parada obligada. No por cuota local ni por guiño fácil, sino porque cuando el origen está bien interpretado y el vino habla con claridad de su paisaje, lo raro habría sido no encontrarlos en la lista.

Ronmiel de Canarias: El chupito con denominación geográfica

En Canarias hay bebidas que refrescan, otras que alegran y unas pocas que, al primer trago, te devuelven a casa. El **ronmiel de Canarias** pertenece a este último grupo. Basta un

vaso pequeño, servido bien frío en la barra de un bar de barrio o en una terraza con el Atlántico al fondo, para comprender que no se trata solo de un **licor dulce**. En realidad, es una pequeña crónica líquida del archipiélago.

Porque el **ronmiel** es, al mismo tiempo, producto agrícola, tradición popular y gesto de hospitalidad. Se ofrece al visitante como chupito de bienvenida, aparece inevitablemente al final de una comida familiar y acompaña conversaciones que siempre duran un poco más de lo previsto. En las islas existe incluso un código silencioso: cuando alguien te sirve un **ronmiel**, en realidad te está diciendo algo más sencillo y profundo que cualquier discurso -“siéntate, aquí hay tiempo para hablar”.



La historia del **ronmiel** de Canarias empieza donde tantas historias del archipiélago comienzan: en la caña de azúcar y en la miel. Desde finales del siglo XV, la caña se convirtió en uno de los motores económicos de las islas. Los ingenios azucareros repartidos por **Tenerife, Gran Canaria o La Palma**

producían azúcar para exportar a Europa, mientras que los subproductos de la molienda permitían destilar aguardientes de caña.

Paralelamente, la apicultura llenaba los mercados locales de mieles complejas, resultado de un paisaje floral único donde conviven tajinastes, retamas, cardones o malpaíses volcánicos.

De ese encuentro casi inevitable entre el **ron de la caña** y la dulzura de **la miel** surgieron las primeras mezclas caseras. No había fórmulas escritas ni reglamentos. Cada casa tenía su manera de hacerlo: un ron del país, una miel de confianza, quizá una especia -canela, limón o clavo- y la intuición suficiente para encontrar el equilibrio. Durante décadas, el ron con miel fue una bebida doméstica, ligada a la sobremesa familiar, a las ventas de carretera, a los **guachinches** escondidos entre viñedos o a las tascas donde el tiempo parecía detenerse.



Mucho antes de que existiera el término “ronmiel”, Canarias ya conocía bien el alcohol de caña. En los siglos XVI y XVII los aguardientes producidos en los ingenios azucareros viajaban en barriles junto con el azúcar hacia la Península y el norte de Europa. En ese paisaje de **trapiches, conventos con alambiques y comercio atlántico** comenzaron a aparecer bebidas donde el alcohol se mezclaba con miel, hierbas y especias. Eran tónicos contra el frío, remedios digestivos o simplemente excusas para compartir un trago.

Sin embargo, detrás de esas mezclas populares ya se encontraba la idea que define hoy al ronmiel: suavizar la potencia del aguardiente con la caricia de la miel, transformar un destilado fuerte en una bebida amable y hospitalaria.

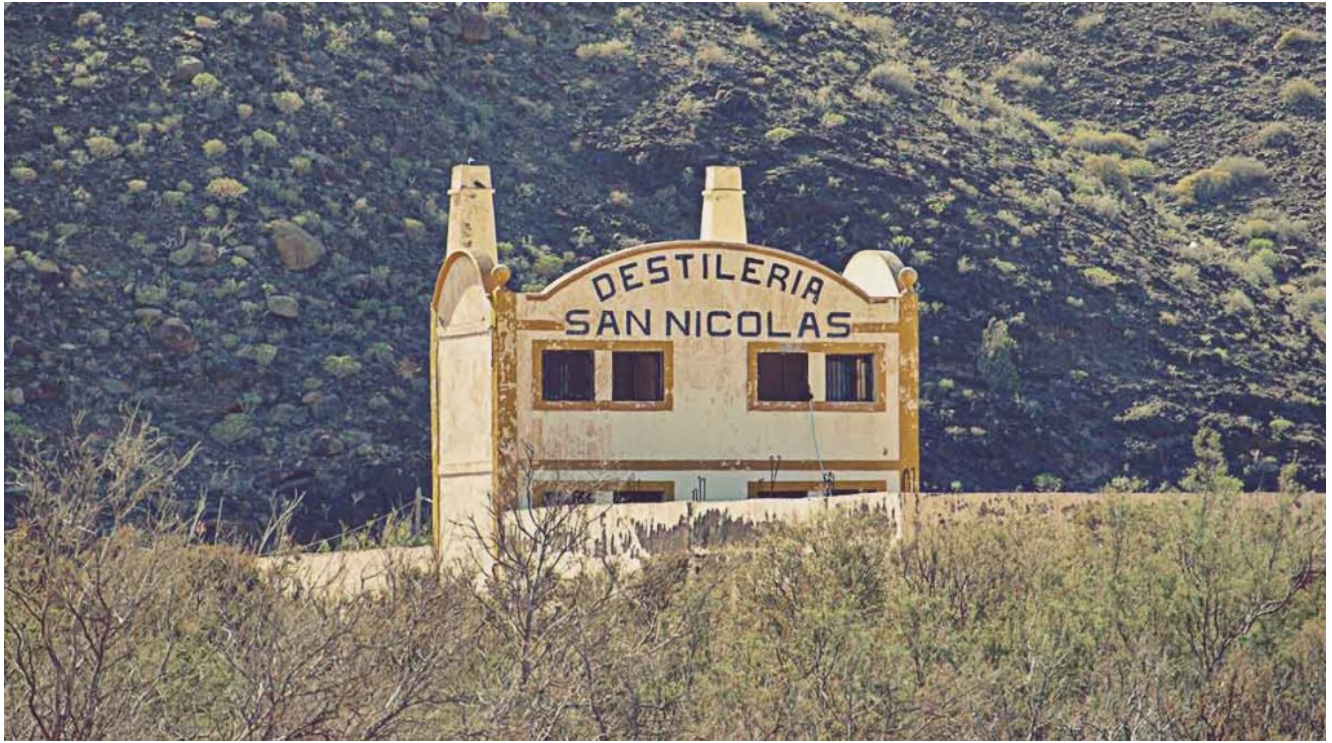
El último cuarto del siglo XIX marca un punto de inflexión para el ron en Canarias. Tras la crisis de la cochinilla, el archipiélago vuelve a apostar por la caña de azúcar siguiendo el modelo industrial que ya funcionaba en Cuba. En 1884 se inaugura en Arucas la Fábrica de San Pedro, germen de la actual **Destilerías Arehucas**, que combina la producción de azúcar con la destilación de aguardientes y ron. Poco después varias fábricas vinculadas al ron comienzan a operar en **Gran Canaria y Tenerife**. A partir de ese momento el ron deja de ser un subproducto casi accidental y empieza a consolidarse como bebida con identidad propia.

Se embotella, se comercializa y comienza a formar parte habitual de la cultura de

bar en las islas.

Ese ron, todavía áspero y sin demasiados apellidos comerciales, será uno de los protagonistas del siguiente capítulo de la historia: su encuentro definitivo con la miel. Entre los nombres clave de esta historia aparece **Manuel Quevedo Alemán**. Nacido en Arucas, emigró primero a **Cuba** y más tarde a **República Dominicana**, donde trabajó en centrales azucareros y destilerías. Posteriormente se trasladó a **Madeira**, otra isla atlántica donde el ron agrícola -destilado directamente del jugo fresco de la caña- posee una larga tradición.





Ese aprendizaje marcaría su futuro. En 1936 fundó en **La Aldea de San Nicolás** la fábrica conocida como **Ron de la Aldea**, apostando por un ron de estilo agrícola destilado a partir de guarapo fresco. Con el tiempo, ese ron comenzaría a mezclarse con **miel de abeja** siguiendo recetas locales, dando lugar a algunos de los primeros **ronmiel** comercializados fuera del ámbito doméstico.

En 1969 la destilería se trasladaría a San Andrés y Sauces, en La Palma, donde continúa hoy la tradición de uno de los rones agrícolas más singulares de España. La casa Ron Aldea acabaría convirtiéndose en uno de los grandes referentes históricos del ron de caña en el país.

Mientras tanto, en **Gran Canaria**, la antigua Fábrica de San Pedro evolucionaba hasta convertirse en lo que hoy conocemos como **Destilerías Arehucas**. Nacida en 1884, la destilería consolidó con el tiempo su papel como una de las grandes casas roneras de España. Sus rones dorados y añejos forman parte del paisaje líquido de varias generaciones de canarios, mientras que su histórica bodega de envejecimiento -con miles de barricas firmadas por músicos, escritores y personajes públicos- se ha convertido en una de las más singulares de Europa.



Cuando Arehucas lanzó su propio ronmiel lo hizo con más de un siglo de experiencia destiladora a la espalda. El resultado fue un licor dulce pero con estructura, capaz de mantener el carácter del ron bajo la suavidad de la miel.

La auténtica mayoría de edad del ronmiel llega en el siglo XXI. En 2005 el Gobierno de Canarias crea la **Denominación Geográfica Ronmiel de Canarias** y aprueba un reglamento que fija por primera vez sus características. Un año después el Ministerio de Agricultura ratifica la figura y la publica en el Boletín Oficial del Estado.

A partir de ese momento el ronmiel deja de ser simplemente una mezcla popular para convertirse en un producto protegido. El reglamento establece que debe elaborarse en Canarias, tener una graduación entre 20 y 30 grados de alcohol, contener al menos un 2 % de miel de abeja natural y mostrar un perfil sensorial donde se reconozca claramente el diálogo entre la miel y el ron.

Ese reconocimiento supone un pequeño gran giro: el chupito que durante décadas se sirvió “de la casa”, sin etiqueta ni apellidos, entra en el mapa de las figuras de calidad alimentaria españolas.

A partir de los años setenta, con el auge del turismo internacional en las islas, el ronmiel encontró un aliado inesperado. Bares y restaurantes comenzaron a ofrecer pequeños chupitos helados al final de las comidas.



*El gesto tenía algo de **cortesía local** y algo de estrategia comercial: el dulzor de la miel hacía el trago más amable para quien no estaba acostumbrado a los destilados fuertes, mientras que el formato pequeño invitaba a probarlo sin demasiadas reservas. Poco a poco, el “ronmiel”chupito” pasó de ser una mezcla doméstica a convertirse en una de las bebidas más reconocibles del **paisaje gastronómico canario**.*

*Aquella costumbre acabó fijando un ritual que todavía hoy define al ronmiel: servirse muy frío, casi helado, en vaso pequeño. Lo que empezó como una manera de agradar al visitante terminó consolidándose como **tradición local**. En muchas barras de Canarias **el chupito** funciona todavía como un gesto de hospitalidad, una forma de cerrar la sobremesa o de prolongar la conversación unos minutos más.*

A pesar de ese salto jurídico, esta mezcla espirituosa no ha perdido su carácter cercano. En el imaginario local sigue siendo, sobre todo, **el chupito** de la sobremesa. El “venga, uno

y nos vamos” que termina retrasando la despedida. Se bebe muy frío, casi helado, en vaso pequeño. Los refrescos rara vez entran en la ecuación, porque tienden a matar aquello que hace especial al licor: el equilibrio entre la **miel y el ron**.

En muchas **cocinas canarias** también aparece como ingrediente en los postres. Sirve para aromatizar bizcochos, enriquecer mousses o aportar profundidad a algunas tartas de queso. En coctelería, cuando se le deja ser protagonista, se lleva especialmente bien con cítricos frescos, café o ginger ale seco.

En un lineal lleno de botellas es fácil perderse, pero hay tres etiquetas que ayudan a entender de qué hablamos cuando hablamos de ronmiel de Canarias.

Ron Miel Guajiro

[@ronguajiro](#)



Elaborado por **Destilerías San Bartolomé de Tejina** en Tenerife, es uno de los más reconocidos del archipiélago. En copa presenta un color ámbar brillante y aromas donde se mezclan miel, hierbas suaves y fruta madura. En boca resulta goloso pero equilibrado, lo que explica su enorme presencia en bares, restaurantes y tascas de las islas.

Ron Miel Aldea

[@RonAldeaLaPalma](#)



De la histórica casa **Ron Aldea en La Palma**, nace de la tradición del ron agrícola canario. La base de ron de caña destilado a partir de guarapo fresco aporta un carácter ligeramente más vegetal y directo, sobre el que la miel construye un perfil dulce pero elegante. Es un **ronmiel** con identidad atlántica muy marcada.

Ron Miel Guanche de Arehucas

[@ArehucasRon](#)



El tercer gran nombre es **Ron Miel Guanche de Arehucas**, elaborado en **Gran Canaria**. Construido sobre la base del **ron Arehucas**, ofrece una capa aromática donde aparecen vainilla, caramelo y ligeros toques tostados procedentes del envejecimiento. El resultado es una bebida sedosa, de entrada suave y final largo donde reaparecen la caña y la miel.

Con el tiempo, el **ronmiel** de Canarias ha conseguido algo que

no siempre logran otros destilados: ser a la vez puerta de entrada y refugio. Para el visitante curioso es la forma más amable de acercarse al mundo del ron canario. Para el canario que vive fuera sigue siendo **el chupito** que, durante unos segundos, detiene el reloj y despliega en la boca un mapa entero de recuerdos.

Lo que empezó como una mezcla casera en vasos sin marca hoy viaja por el mundo con denominación geográfica y reconocimiento oficial. Sin embargo, su función sigue siendo la misma que hace siglos: bajar revoluciones, prolongar la conversación y recordar que, en estas islas atlánticas, incluso el ron aprendió a decir “quédate un rato más”.

Canarias arrasa en los grandes concursos del vino

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

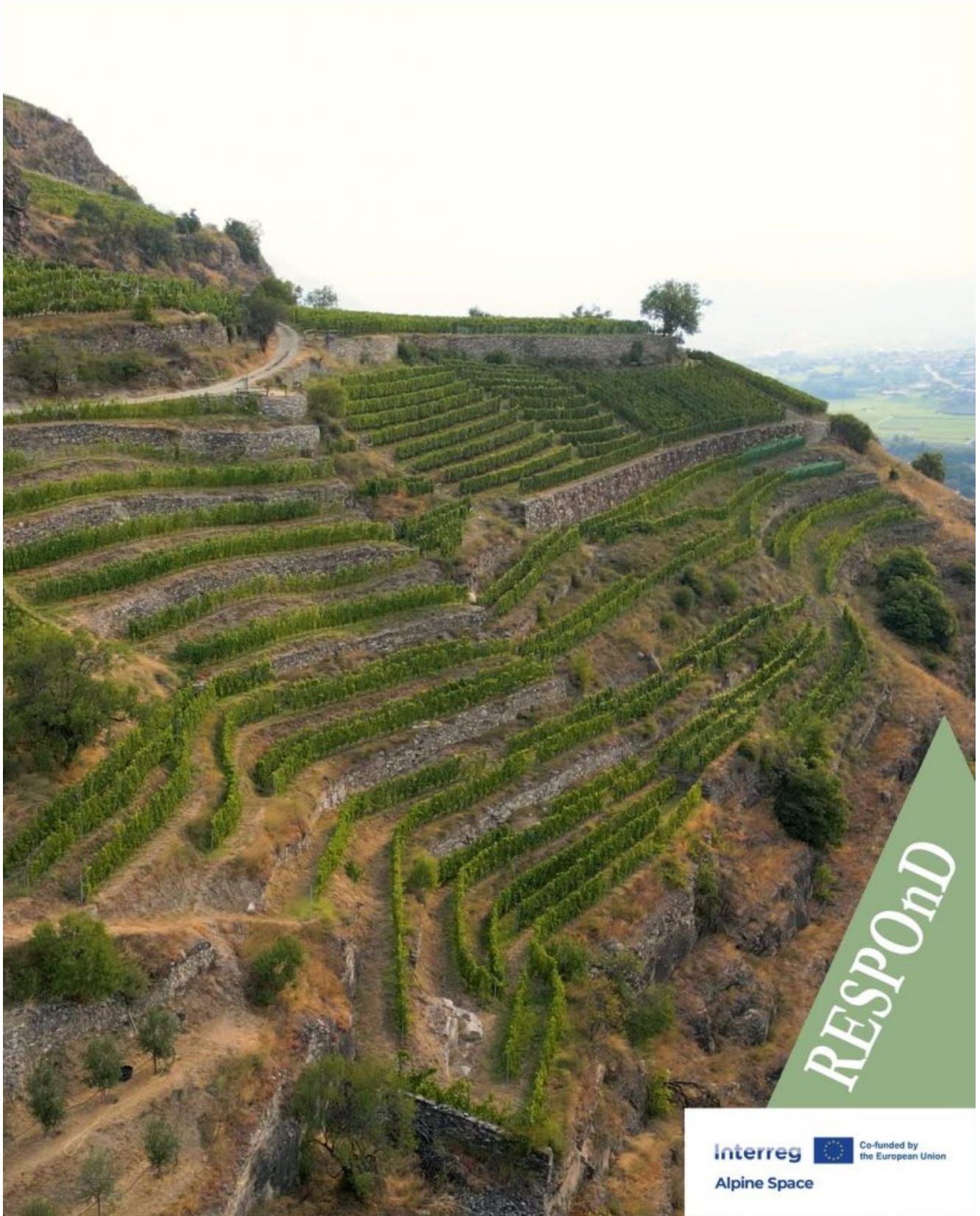
Tras años de trabajo en el **viñedo** y en la bodega, el archipiélago puede afirmar con fundamento que sus vinos se cuentan entre los más valorados del mundo, especialmente en categorías asociadas a la llamada viticultura heroica. Desde el **Mondial des Vins Extrêmes del CERVIM** hasta competiciones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

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

CERVIM y el escaparate mundial de la viticultura heroica

[@Cervim](#)

Si hay un concurso que explica bien el lugar que ocupa **Canarias** en el mapa vitivinícola actual es el [Mondial des Vins Extrêmes](#), organizado por el CERVIM, la entidad internacional dedicada a la defensa de la viticultura heroica. Bajo este concepto se agrupan viñedos en pendientes pronunciadas, altitudes elevadas o condiciones geográficas difíciles, una descripción que encaja con precisión con muchas de las parcelas del archipiélago.



RESPOND

Interreg



Co-funded by
the European Union

Alpine Space



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

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

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

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

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

CINVE: proyección comercial para los vinos del archipiélago

[@Cinve](#)

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

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



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

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



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

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

VINESPAÑA: el aval técnico de la enología

[@VinEspaña](#)

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



FEDERACION ESPAÑOLA DE
ASOCIACIONES DE ENOLOGOS

VIN ESPAÑA 2026



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



FERRERA
BODEGA



BLANCO
VINO ECOLÓGICO





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

Bodegas y vinos que están escribiendo el nuevo mapa canario

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

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





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

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

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

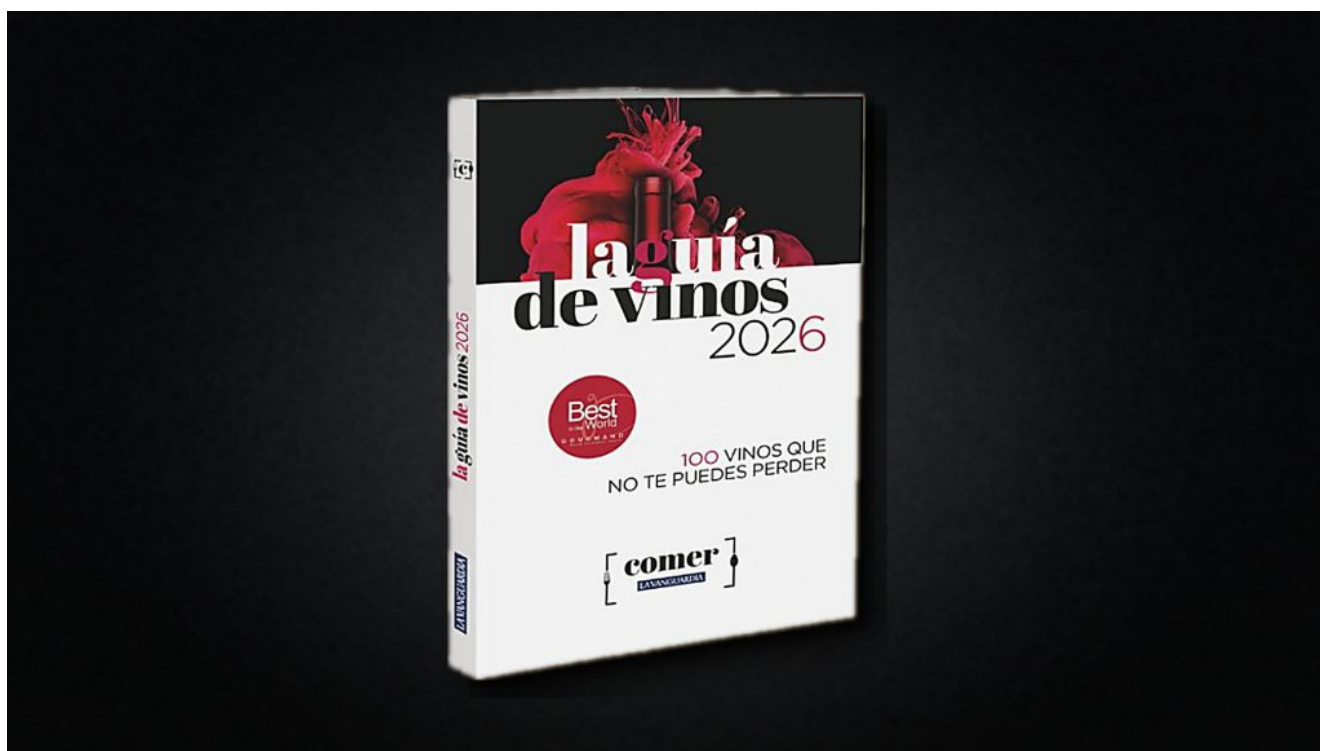
Ferrera y el rosado que sorprendió a España

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



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

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



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

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

El relato del vino canario: paisaje, identidad y proyección

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





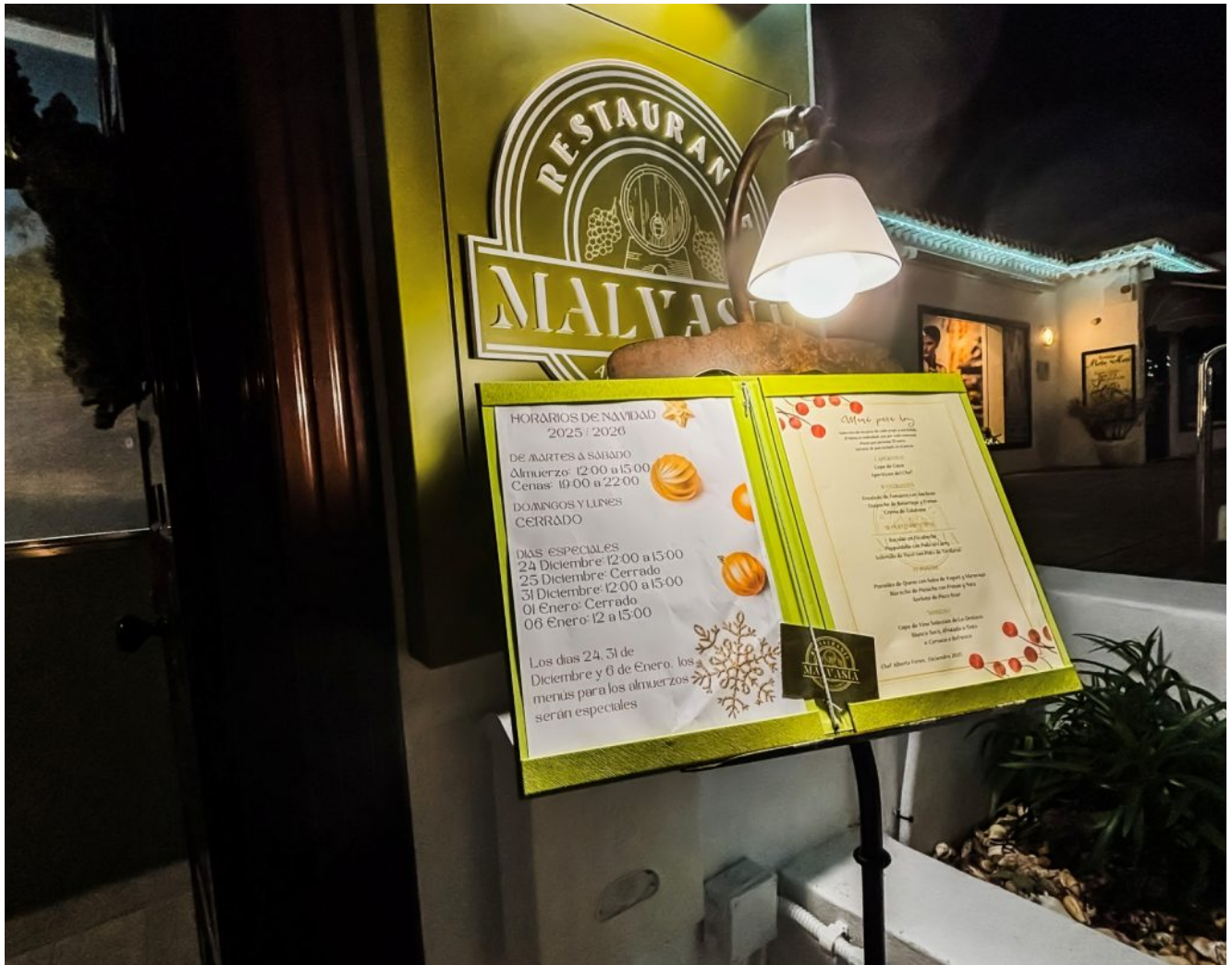
La segunda es la diversidad insular, con denominaciones de origen como **Islas Canarias, Valle de Güímar, Lanzarote, La Palma, Gran Canaria o El Hierro**, cada una con variedades y estilos que responden a microclimas muy distintos. Y la tercera es una proyección internacional creciente, alimentada tanto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

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

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

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

[@RestauranteMalvasía](#)









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

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

el respeto por el producto.

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

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

Receta

Croquetas de Queso de Cabra con Cebolla Caramelizada y Nueces

Una receta para los amantes de las croquetas gourmet!

[@ChefAlbertoFortes](#)

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

Ingredientes (para 4 personas)

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

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

Preparación paso a paso

Carameliza la cebolla

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

Prepara la mezcla de queso y nueces

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



Haz la bechamel base

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

Integra los sabores

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



Refrigera la masa

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

Forma y empana las croquetas

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

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



Fríelas al momento

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

Escurre y sirve

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



Consejo gourmet!

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

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

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

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

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

□



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

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

¿Qué ha influido en esta caída sostenida?

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



Estrés hídrico que persiste

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

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



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

Filoxera: amenaza real, control riguroso

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

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

inicial.□

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



Filoxera



Escuela de Capacitación Agraria de Tacoronte

Estas rutinas de control se han acompañado de programas

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

Tensiones económicas y liquidez

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

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

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

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

¿Cómo repercute en las DOP canarias?

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

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

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

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

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

Mercados, calidad y perspectivas para 2026

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



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

Mirada al futuro: adaptación, ciencia y política agraria

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

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

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

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

El majado: el gesto silencioso que cambia un plato

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



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

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

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

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

Majar no es picar: lo que ocurre dentro del mortero

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

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

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

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

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



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

El paso que amarra guisos, asados y mojos

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

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

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





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

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

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



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

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

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

Con ajo, además, el triturado agresivo tiende a intensificar

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

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

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

El mortero como herramienta de identidad

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



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

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

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

De truco de sabor a lección didáctica

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

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



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

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

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

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

Un pequeño manifiesto práctico a favor del majado

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

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

sigue funcionando porque responde a una lógica sensorial impecable.

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



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

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

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

Veintisiete merecidos, muchos ausentes: la otra cara de las placas Michelin 2026 en Canarias

[@GuíaMichelin](#)

El encuentro, celebrado en el centro “all in one” de [CaixaBank](#) en Gran Canaria, reunió a más de 120 profesionales del sector para entregar las placas que acreditan a 27 restaurantes como recomendados por la Guía Michelin 2026 en Canarias.

La puesta en escena -directivos de la entidad, chefs, sumilleres y ponentes invitados- fue planteada para reforzar una idea que hoy se repite como mantra: **la gastronomía canaria** ya no es un apunte marginal, sino un argumento de peso para

viajar a este destino, con marca de prestigio y, por supuesto, un motor económico.



En ese marco, la entidad financiera actúa como anfitriona y altavoz, y eso no es menor: se amplifica la visibilidad mediática de proyectos que durante años han sostenido excelencia con recursos limitados, insularidad logística y una temporada turística que, a ratos, manda más que el calendario agrícola. En paralelo, la entidad enmarca este encuentro en una serie de actos por toda España y en su división especializada **Food&Drinks**, diseñada para el sector de la restauración, lo que refuerza su papel como socio financiero y no solo como patrocinador.

Además, el gesto empuja un relato útil para el destino: Canarias como cocina de primer orden más allá del sol y playa, con sala, vino y técnica alineados. Sin embargo, conviene leer el evento con

bisturí y no con confeti: una placa legítima a 27 casas, pero no puede certificar a toda la escena.

Y en un archipiélago, donde los mapas se deforman por distancias y por ritmos de inspección, el brillo de una lista tiende a crecer más rápido que su capacidad real de representar el conjunto. Esa desproporción se nota, sobre todo, cuando se mira la foto con [perspectiva histórica](#): hay casas que llevan décadas sosteniendo discurso, producto y oficio al nivel de muchas mesas estrelladas, sin que el mapa oficial termine de recogerlo. No es un problema de talento disponible, sino de cuánto y cómo se mira el territorio.

Dicho de otro modo: el acto funciona, la foto queda impecable y la placa reluce; pero la realidad del territorio -del mar y del campo a la mesa- sigue siendo mucho más grande que el marco del reconocimiento.

Lo que sí representa para Canarias (y por qué importa)

El listado de seleccionados, cerrado en el marco del acuerdo entre CaixaBank y la Guía Michelin, incluye restaurantes de La Palma, Lanzarote, Tenerife y Gran Canaria, con perfiles distintos: desde cocina creativa como Bevir by Lopesan o Rêver hasta propuestas de corte más clásico como Casa Osmunda o Casa Brito. La mayoría comparte tres rasgos que la Guía Michelin suele premiar cuando aparecen juntos: búsqueda de excelencia, diálogo entre producto local e innovación, y una vocación clara de convertir el servicio en experiencia.

La Palma

- Casa Osmunda (La Palma).

Lanzarote

- SeBE (Lanzarote).
- Tacande (Lanzarote).
- Palacio Ico (Lanzarote).
- Lilium (Lanzarote).
- La Cocina de Colacho (Lanzarote).

Tenerife

- Etéreo by Pedro Nel (Tenerife).
- Kensei (Tenerife).
- La Cúpula (Tenerife).
- Brunelli's (Tenerife).
- Nila (Tenerife).
- La Sandunga (Tenerife).
- Qapaq (Tenerife).
- Kiki (Tenerife).
- Cráter (Tenerife).
- Duke (Tenerife).
- El Lajar de Bello (Tenerife).

Gran Canaria

- Nákar (Gran Canaria).
- Sorondongo (Gran Canaria).
- Rêver (Gran Canaria).
- Qué Leche! (Gran Canaria).
- Casa Romántica (Gran Canaria).
- Casa Brito (Gran Canaria).
- Bevir by Lopesan (Gran Canaria).
- El Santo (Gran Canaria).
- Hikari Japanese Roots (Gran Canaria).
- Deliciosa Marta (Gran Canaria).

Al mismo tiempo, quedan fuera del foco proyectos que, por trayectoria e impacto real en la cultura gastronómica del archipiélago, merecerían desde hace años otra lectura por parte de las guías. Y no solo hablamos de “novedades” entre comillas: ahí está **Flamboyán**, con el chef **Aday Estévez**, defendiendo una cocina clara y definida -técnica, producto y un enclave privilegiado- que encaja perfectamente en una **recomendación**.

¿Cuánto estimularía ese tipo de reconocimiento en el momento adecuado a un talento joven que está construyendo oficio con identidad? A eso nos referimos: no se trata de quitar mérito a los 27 (lo tienen), sino de señalar que **la cobertura y el radar de las inspecciones** no están ayudando lo suficiente a completar el mapa gastronómico real de Canarias.

Y en esa misma línea entran nombres que pesan por méritos propios: **Mesón El Drago**, con **Carlos Gamonal** como referencia histórica de la nueva cocina canaria; casas como **Nielsen**, que sostienen cocina de producto y memoria con una constancia difícil de discutir; o **Casa Tomás**, donde un plato aparentemente sencillo -las **papas, costillas y piña**- ha construido identidad y peregrinación gastronómica durante décadas.





Restaurante Flamboyán



Hawker Chan. Singapur

En otros destinos, desde Japón hasta Singapur, propuestas igual de específicas y callejeras han recibido estrellas por la solidez de su relato y de su ejecución; aquí, ese mismo nivel de singularidad sigue esperando una traducción

equivalente en forma de estrellas o soles.

En términos de posicionamiento, este sello opera como aval externo: introduce a estos locales en el circuito de comensales “michelineros”, atrae turismo gastronómico más informado y ayuda a consolidar Canarias como destino con narrativa culinaria propia.



A la vez, actúa como argumento ante administraciones y patrocinadores cuando se reclaman inversión, formación y políticas públicas acordes con el peso estratégico de la restauración. Y aquí está la capa canaria que muchas veces se omite: cuando un restaurante sube un escalón reputacional, detrás se beneficia una cadena entera que no aparece en la foto oficial: pescadores, agricultores, ganaderos, queserías, bodegas, distribuidores, mercados y oficios de sala que

sostienen regularidad.

En ese contexto, más que falta de candidatos, lo que parece haber es una falta de profundidad y de tiempo de campo en la mirada de quienes evalúan. Si el reconocimiento empuja a comprar mejor y a explicar mejor el producto de cercanía, se fortalece el territorio; si solo empuja a “parecer” mejor, se queda en maquillaje.

Por eso, aunque el gesto es positivo y necesario, la lectura madura exige un matiz. La placa puede abrir puertas, pero la identidad se sostiene en la coherencia diaria, en la sala sólida y en la capacidad de convertir el producto local en discurso sin convertirlo en eslogan de moda.