

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

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

Texto: Antonio Pérez Viera Fotografías: José Antonio Melián

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

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

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

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



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

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

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



Der: Antonio Pérez Viera y el Chef David Manso

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



Los Amigos Canarios del Buen Comer





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

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













El menú seleccionado para la ocasión fue el siguiente:

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

elaboración propia, chalota, jengibre fresco y cardamomo.

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



NIVARIUS

Tempranillo Blanco

2022

RIOJA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA

PRODUCTO DE ESPAÑA

EMBOTELLADO EN LA PROPIEDAD



Tinto
FIGUERO

• **4** •

TEMPRANILLO

RIBERA DEL DUERO
DENOMINACION DE ORIGEN

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

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

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

Certificación internacional de viticultura regenerativa para Siete bodegas de cuatro países

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

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

Las **bodegas** certificadas incluyen **Domaine Mirabeau** (Côtes de Provence, Francia), **Domaine Lafage** (Roussillon, Francia), **Lima**

& Smith (Vinho Verde, Portugal), **Miguel Torres Chile** (Región del Maule, Chile), **Familia Torres** (Penedès, España), **Clos Mogador** (Priorat, España) y **Jean Leon** (Penedès, España), además de otros pequeños **viticultores catalanes**.



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

El distintivo RVA establece dos niveles de certificación basados en la ejecución

y extensión de las prácticas regenerativas. Para ambos niveles, es obligatorio que el viñedo cumpla con la normativa ecológica, independientemente de si está certificado o no.

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

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



En cuanto a los **vinos**, la **cosecha de 2023** es la primera en

llevar el **sello RVA** para las **bodegas del hemisferio norte**, mientras que las del [hemisferio sur](#) podrán certificar sus **vinos** a partir de la **añada 2024**. Los primeros **vinos** con la **certificación internacional RVA** ya están disponibles, incluyendo **La Réserve Rosé 2023** (Domaine Mirabeau), **Clos Ancestral Blanco 2023** y **Forcada 2023** (Familia Torres), **Nereda Blanc Bio 2023** (Domaine Lafage) y **Jean Leon Vinya Gigi Chardonnay 2023** (Jean Leon).

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

Sobre la Asociación de Viticultura Regenerativa

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

Binter presenta sus menús gourmet ‘Más canarios y sostenibles’

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

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

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

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

En el acto, celebrado en el Rooftop Catalina Plaza Hotel Sostenible y conducido por el periodista gastronómico José Luis Reina, los asistentes pudieron

degustar la nueva oferta culinaria del servicio diferencial de la compañía, que consta de tres nuevos aperitivos gourmet, nuevos sabores de desayunos, y una rotación especial para niños, llamada BinterPeques.

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





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

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

Compromiso con la sostenibilidad

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







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

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

Ventajas de volar en modo canario

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

internacional.

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

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

David Seijas Vila, Nuevo Embajador Canary Wine

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

En un acto celebrado el pasado lunes 22 de julio en la sede de

los Consejos Reguladores Islas Canarias – **Canary Wine e Ycoden Daute Isora**, en **La Guancha, Tenerife**, se entregaron los premios del **XXI Concurso Regional de “Cartas de Vinos de Canarias”** para **Hostelería, Restauración y Tiendas Especializadas**.



David Seijas Vila

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

Conocido como el **“Harry Potter de los catadores”** por su amigo **Ferrán Centelles**, **David Seijas Vila** nació en Seva, Barcelona, en el seno de una familia de hosteleros. Su infancia transcurrió en el bar y restaurante familiar, **La Perla**, donde comenzó su amor por la **gastronomía**. Formado en la **Escuela Sant**

Narcís de Girona y en la Escuela de Hostelería Muntaner de Barcelona, Seijas fue jefe de **sumilleres** en el renombrado restaurante **El Bulli** hasta su cierre, y recibió el **Premio Nacional de Gastronomía al mejor Sommelier** en 2011.

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

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



El presidente del Órgano de Gestión de la DOP Islas Canarias – Canary Wine, Juan Jesús Méndez Siverio, entregó la distinción a David Seijas, destacando “la impresionante trayectoria del sumiller y su gran dedicación y conocimiento sobre los vinos canarios”.

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

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

El Gusto por el Vino descorcha el champán Joseph Perrier

Sucedió en los momentos previos al sensacional encuentro de la

Eurocopa entre España y Francia. El equipo de **El Gusto por el Vino**, capitaneado por **Toño Armas**, goleó y lo hizo con una cata de altura, tanto por el terreno de juego elegido, el área **Cielo 13 del Hotel Ininside Tenerife by Meliá**, en la santacruzera calle de El Pilar, como por el [tridente](#) ofensivo que alineó: **Cuveé Royale Brut de Blancs**, **Cuveé Royale Brut Rosé** y **Cuveé Royale Brut**, productos todos ellos de la fértil cantera de Joseph Perrier.

El Gusto por el Vino

La vinoteca de la avenida San Sebastián se ha convertido en la sede canaria de esta magnífica selección de champanes -hasta diez Cuveés-, productos de una bodega nacida en 1825, que cumplirá el próximo año su segundo centenario bajo la tutela de la sexta generación familiar, el dúo padre-hijo formado por Jean-Claude y Benjamin Fourmon.



Esta *Maison* siempre ha permanecido fiel a su tradición internacional (exportando el 70% de sus botellas) y a sus valores fundacionales: arraigo en una ciudad, champán de calidad, autenticidad y dominio de los *savoir-faire* seculares implementado en 23 hectáreas de viñedos en propiedad.

La cata fue dirigida por Maxence Badré Max

Export Sales Manager de esta casa, quien presentó en sociedad tres referencias: **el Cuvée Royale Brut Blanc de Blancs**, esencia y elegancia, con 36 meses de envejecimiento en cava y

elaborado únicamente con **chardonnay**; **Cuvée Royale Brut Rosé**, perfumado con aromas afrutados, y **Cuvée Royale Brut**, elaborado con chardonnay y pinot noir al que se define como la verdadera expresión del estilo de la casa.

En el banquillo quedaron referencias como **Cuvée Royale Brut Nature**, reflejo de la autenticidad y toda la pureza de la naturaleza; el **Cuvée Royale Brut Vintage 2013**, también elaborado con pinot noir y chardonnay, un champán elegante y dorado, además de **La Côte à Bras 2013 Blanc de Noirs Brut Nature**, elaborado con **pinot noir**, lo que le concede unas características únicas como su aspecto a oro viejo, y **Josephine 2014**, definido como la promesa de la elegancia y la complejidad.



España se ha posicionado como uno de los mercados emergentes de champán, de ahí que no resulte casual la alianza entre **Joseph Perrier y Emilio Moro**. Así, bajo el lema “Compartiendo valores, creceremos juntos”, la bodega vallisoletana se ha propuesto seguir creciendo y ampliando fronteras, compartiendo con los vecinos franceses historia y valores: la familia, la tradición y la excelencia.

Joseph Perrier ha conseguido grandes

hitos en sus casi dos siglos de historia como ser el champagne oficial de la corte inglesa. Es sin duda, uno de los mejores productores, apreciados por expertos y entusiastas en todo el mundo, consiguiendo grandes reconocimientos de prestigiosas revistas internacionales como James Suckling o Wine Enthusiast.



Con este acuerdo, **Bodegas Emilio Moro** se convierte en el

distribuidor oficial en España de los productos **Joseph Perrier**. Se trata de siete referencias únicas y especiales, con personalidad propia y con una calidad contrastada.

Bodegas Emilio Moro amplía su [gran oferta](#) de excelentes productos: “Teníamos claro que tenía que ser un champán de gran calidad, pero, sobre todo, queríamos elegir una maison con la que compartiésemos valores e historia. Este acuerdo nos va a hacer más fuertes para seguir ofreciendo a nuestros clientes la máxima calidad y conseguir éxitos juntos”.

Gran éxito en el primer Concurso de Vinos Tradicionales de Fasnía

El pasado sábado 6 de julio se celebró en La Sabina Alta el primer Concurso de Vinos Tradicionales de Fasnía, destacando la rica herencia vitivinícola de la región y el compromiso de la comunidad con la producción de vinos artesanales de alta calidad.

Un evento impulsado por la comunidad

La idea del concurso surgió meses atrás, cuando los viticultores locales expresaron su deseo de celebrar un evento que pusiera en valor sus vinos artesanales. La Concejala

Silvia Tejera Felipe acogió con entusiasmo la propuesta, y gracias al esfuerzo conjunto del [Ayuntamiento de Fasnía](#) y los vecinos de La Sabina Alta, se logró organizar un evento que superó todas las expectativas. La participación de 39 vinos en esta primera edición es un testimonio del éxito y la importancia de la viticultura en Fasnía.

Colaboración y apoyo

El éxito del concurso no habría sido posible sin la colaboración y el apoyo de figuras clave como **Manolo González y Agustín Trujillo González**, quienes trabajaron incansablemente para asegurar que todo saliera a la perfección. Los vecinos de [La Sabina Alta](#) también jugaron un papel crucial, creando un ambiente acogedor y festivo que será recordado durante mucho tiempo.









Un jurado de expertos

El **concurso** contó con un distinguido panel de catafores, incluyendo a **José Hilario Díaz Afonso, Tanaira Rodríguez Díaz, Laura Piñeiro y Víctor Luis Rodríguez Rodríguez**, quienes evaluaron cada vino con gran profesionalismo. Un agradecimiento especial se dirige a **Rafael Armas Benítez**, el Gran Maestro del evento, cuya vasta experiencia y apasionantes anécdotas enriquecieron la jornada.



Anticipación por los resultados

Aunque los resultados finales, incluyendo el **vino ganador**, se anunciarán a mediados de la próxima semana, ya se puede afirmar que todos los participantes son ganadores. Su dedicación y pasión por la **viticultura** no solo producen **vinos excepcionales**, sino que también preservan y enriquecen el paisaje y el patrimonio cultural de **Fasnia**.

Mirando hacia el futuro

El éxito de este primer Concurso de Vinos Tradicionales de Fasnia marca el comienzo de una nueva tradición que celebrará la viticultura artesanal y fomentará el reconocimiento de los vinos locales. Se espera que futuras ediciones atraigan aún más participantes y espectadores, consolidando a Fasnia como un referente en la producción de vinos artesanales.

El primer **Concurso de Vinos Tradicionales de Fasnia** ha sido un rotundo éxito, gracias al esfuerzo conjunto de la comunidad, el **Ayuntamiento de Fasnia** y todos los involucrados. Este evento no solo ha destacado la calidad de los vinos locales, sino que también ha reforzado el sentido de comunidad y

orgullo por la herencia vitivinícola de la región.

Los Amigos Canarios del Buen Comer en el Restaurante “El Malaka”

Por: Antonio Pérez Viera Fotos: José Antonio Melián.

[El Malaka](#), es un excelente restaurante que, a través de sus menús, ofrece auténticos viajes gastronómicos de las cocinas del sudeste asiático, de China y de India. Experiencias colectivas inspiradas en el *hawker*, en el *warung* o en el *yumcha*, donde tradicionalmente se comparten los platos en un ambiente casual, muy apropiado para descubrir juntos, alimentando la curiosidad y el diálogo, tal y como nos gusta a los **Amigos Canarios el Buen Comer**.

El pasado sábado, 8 de junio de 2024, **29 Amigos Canarios del Buen Comer**, realizamos nuestra octagésima octava (**90^a**) visita a restaurantes de nuestra isla, que en esta ocasión ha sido al **“Malaka”**, que está situado en la C/ Nava y Grimón, 16, en San Cristóbal de La Laguna, con amplio aparcamiento en la trasera del restaurante y en el Laguna Gran Hotel.

Las especialidades del Restaurante **“Malaka”** son el Char Siu, el Dim Sum y la Torrija, entre otras exquisi-teces. Dispone de una amplia bodega con más de 60 referencias de distintas denominaciones, con especial selección de vinos canarios y algunos sherry's.



El Malaka

El precio medio oscila entre **30** y **50** euros por persona, lo que, dada la gran calidad de sus productos y el excelente servicio que ofrecen, supone una excelente relación calidad-precio. Cierra los lunes y los martes a mediodía, y es conveniente hacer reserva, especialmente los fines de semana.

El Malaka, sus propietarios son Jonay Armas y Leidy Liz.

Jonay Armas, es un gran cocinero de nuestra tierra, con amplia experiencia en restaurantes de estrella Michelin tanto en [Madrid](#) como en Cataluña. Primer canario en obtener dos estrellas Michelin en el restaurante "The Principal" en Hong Kong. Con dilatada experiencia, durante más de 12 años, en diversas partes de Asia, como, Indonesia, India o Hong Kong.

Leidy Liz, es también una excelente cocinera de origen uruguayo, con amplia experiencia en distintos lugares de Asia, como India, Indonesia, o Birmania.

La bienvenida corrió a cargo de **Jonay Armas**, en presencia de **Antonio Pérez Viera** en representación de los **Amigos Canarios del Comer**, dirigiéndonos unas amables palabras, con las que nos explicó su brillante carrera profesional, y las características de la cocina del **Malaka**, para terminar, explicándonos los distintos pases del menú seleccionado para la ocasión, y desearnos que nos sintiéramos como en nuestra propia casa, y que volviéramos pronto con familiares o amigos. Por su parte, **Antonio Pérez Viera**, felicitó a todos los asistentes, con motivo de estar cumpliendo los **Amigos Canarios del Comer**, sus primeros 12 años de existencia.









A medida que los **29 Amigos Canarios del Buen Comer** íbamos degustando cada uno de los platos y los vinos, expresábamos nuestra opinión, asignando una nota, cuya media iría a parar al acta que sería levantada al final de la comida, para completar la calificación de cada uno de los puntos incluidos en el orden del día.



Panadum: Chutney & sambal.



Pani Puri: Papas con chat masala, cebolla morada, chutney de tamarindo



Sambap: Tartar de atún marinado, sambal matha.



Aloo Chat: Papa, chutney de cilantro, tamarindo, yogourt, cebolla roja y granada.



Char Siu: Presa ibérica caramelizada en salsa barbacoa china, arroz jazmín y pak choi salteado



Postre: Torrija Martabak con Kaya y Cocopandan.

El menú seleccionado para la ocasión fue el siguiente:

1. Panadum: **Chutney & sambal.**
2. Pani Puri: **Papas** con chat masala, **cebolla morada**, chutney de tamarindo.
3. Sambap: Tartar de atún marinado, sambal matha.
4. Aloo Chat: Papa, **chutney de cilantro**, tamarindo, yogurt, cebolla roja y **granada.**
5. Som Tum: **Papaya verde**, zanahoria, cacahuetes, **vinagreta de lima kéfir** y camarón crujiente.
6. Char Siu: **Presa ibérica caramelizada** en salsa barbacoa china, arroz jazmín y pak choi salteado.
7. Postre: **Torrija** Martabak con Kaya y Cocopandan.

Maridaje

1. Vino blanco "Bento Eco" Verdejo D.O. Rueda.
2. Vino tinto "Viernes" D.O. Bierzo-Mencía.



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

La nota media de los distintos parámetros resultó ser un **9,58** sobre **10**, lo que significa que el Restaurante "El Malaka" es un establecimiento muy recomendable para visitar.

Ajoblanco, gazpacho y salmorejo, los refrescos del verano

Como tantos otros platos de la cocina popular, acaso por considerarlos groseros, sobre las llamadas sopas frías (ajoblanco, gazpacho, salmorejo) no existe unanimidad en cuanto a su lugar de nacimiento ni tampoco en qué momento concreto pasaron a ocupar parte habitual de nuestra dieta. Y aunque su paternidad es algo incierta, la reivindican desde [romanos](#) hasta árabes, ya parece plenamente aceptado que su raíz es andaluza.

Lo cierto es que la receta original no llevaba hortalizas ni verduras de ningún tipo y estaba compuesta únicamente por agua, aceite y vinagre, aunque a veces se añadían ajos o almendras, y que consumían los jornaleros en el [campo](#), posteriormente en las fábricas, para soportar las duras y largas jornadas de trabajo.



No sería hasta el siglo XVI cuando comenzaron a incorporarse productos de la otra orilla Atlántico como el pimiento y el tomate, tomando ese sabor que hoy conocemos. Y fue allá por el siglo XIX cuando la burguesía se rindió a su sabor y aceptó sentarlo a la mesa.

La que se considera primera referencia escrita sobre el gazpacho aparece en el libro 'Tesoro de la Lengua Castellana o española, obra de Sebastián de Covarrubias y Orozco, editado en 1611. También lo cita, un siglo y medio más tarde el repostero real, de los reyes Felipe V y Fernando VI, Juan de la Mata, en su libro editado en 1786, titulado 'Arte de repostería'.

La RAE definió el gazpacho en la primera edición de su diccionario, en 1739, como un "género de sopa o menestra que se hace con pan hecho pedazos, aceite, vinagre,

ajos y otros ingredientes conforme al gusto de cada uno". Se elaboraba sin verduras y era la comida de "pobres y segadores".

Con todo, en esta familia se advierten ligeras diferencias. El milenario ajoblanco, por ejemplo, combina ingredientes modestos y humildes como el ajo, el aceite de oliva y el vinagre, así como el uso de pan y almendras, una amalgama que subraya la fusión de legados culinarios árabes y romanos en suelo español.



El **gazpacho** es una sopa fría que apenas tiene espesor, con una textura que permite tomarlo bebido, mientras que el **salmorejo**, producto de una emulsión, se acerca más a una salsa. Lo habitual es que el gazpacho incluya dentro de su propia **sopa** unos trocitos cortados de **pimiento**, **cebolla** o **picatostes**, también dados de pepino. En el caso del **salmorejo** lo más normal es **incluir huevo duro** picado junto a **jamón serrano** en

tacos y bañado con un chorrito de aceite de oliva virgen extra.

Todos ellos representan, sin duda, algunos de los tesoros de la gastronomía española. Sencilla, modesta, esta sopa fría es el plato perfecto para disfrutar durante el verano, ya sea en su versión más clásica, como también en las más variadas, innovadoras y atrevidas interpretaciones.

A continuación, algunas propuestas para ir abriendo boca y sofocar el ambiente de bochorno:

El Ajoblanco de **El Coto**. Chary, la cocinera de este restaurante santacrucero, prepara este plato remojando la miga de pan con agua, para a continuación escurrirla y llevarla a la batidora, añadiéndole nueces de macadamia, que le dan una **textura más cremosa, ajo y vinagre** al gusto, incorporando un poco más de **agua fría y aceite de oliva extra**. Una vez la batidora ha hecho su trabajo, el paso final consiste en coronarlo con un tartar de **gamba roja**. Y a comern. (Calle Domingo Pérez Minik, 13, Santa Cruz de Tenerife).

En **San Sebastián 57**, Gazpacho de higo pico. El **chef Alberto González Margallo** echa mano de matices dulces y la acidez inconfundible del **vinagre macho**, yo además de la untuosidad de la **arbequina volcánica**, aceite muy especial que envuelve el paladar: máxima canariedad en una cucharada.



San Sebastián 57, Gazpacho de higo pico

Este **gazpacho** con **gamba canaria**, en forma de tartar, se adereza con el mismo aceite que se utiliza para el gazpacho, actuando así hilo conductor del plato que se remata con un toque ligero de picante y soja. (**Avenida de San Sebastián, 57, Santa Cruz de Tenerife**).

Sin gluten en el **Bahía**. En esta casa, tanto el gazpacho como el salmorejo -que están presentes en el menú durante todo el año, gracias a las benignas temperaturas- son obra de Ana, una malagueña de raíz que en estos casos le toma el relevo a Ramón, el cocinero titular. La elaboración y productos cumplen los preceptos de la ortodoxia, pero con el singular detalle de que ambos platos se elaboran sin gluten, convirtiéndose así en aptos para personas con intolerancias. Un primor. (**Avenida de Anaga, 7, Santa Cruz de Tenerife**).

Salmorejo marinerero en **La Gastrotienda**. La mano de María José

consigue cautivar y sorprender a paladares más diversos con un **salmorejo al estilo tradicional**, pero al que incorpora su jeito personal. Así, en vez de rematarlo con jamón y huevo duro, como marcan los cánones, opta por un sabroso conjunto de pulpo, langostino y salicornia, el espárrago del mar. (**Avenida Embajador Alberto de Armas, local 2, La Laguna**).



Salmorejo mariner La Gastrotienda

Cheese & Wine mezcla gazpacho y salmorejo. A partir de ingredientes como tomate, ajo, cebolla blanca. **vinagre de Jerez**, **aceite de oliva**, **pimientos rojo y verde**, más pan

blanco, opcionalmente sin gluten, en este restaurante se combinan con distintas frutas, tales como sandía, fresas o manzana verde y se termina con taquitos de jamón. La mesa está servida. **(Calle de San Francisco, 38, Santa Cruz de Tenerife).**



Cheese & Wine mezcla gazpacho y salmorejo

Nielsen brinda salmorejo de mango. El cocinero danés saca a relucir técnica y una buena dosis de creatividad para ofrecer a su clientela un **Salmorejo de mango**, exótica y **sabrosa fruta** que combina con tomate maduro, ajos pequeños, sal, vinagre de Jerez, del bueno, más aceite de oliva virgen. El resultado final, un refrescante placer. **(Callejón del Combate, 9, Santa**

Cruz de Tenerife).



Nielsen Salmorejo de mango

La Fula GastroMar apuesta por el clasicismo. El chef Nacho Solana rinde culto a la cocina tradicional elaborando un salmorejo a base de tomates maduros, pan, aceite de oliva virgen extra, vinagre de Jerez y sal, rematado con virutas de jamón ibérico, tomatitos **Cherry confitados** y un chorrito de aceite. El sabor frente a la innovación. (**Calle Vía Interior Cueva Bermeja, Santa Cruz de Tenerife**).



La Fula GastroMar Salmorejo a base de tomates maduros
PanzaBurro y su **Gazpacho Multivitamínico**. En este local
apuestan por una fórmula que denominan antioxidante. La

apuesta, un **Gazpacho de remolacha**, **tomate canario** del Sur madurado en mata, cremoso de mango y un delicioso toque de miel de retama. (**Calle Méndez Nuñez, 20, Santa Cruz de Tenerife**).

Los Vinos de culto: La élite del vino mundial

Destacar, alcanzar metas, exclusividad y elitismo, son algunos conceptos que definen a los privilegiados capaces de adquirir productos de producción extremadamente limitada.

En el mundo del vino, estas historias de exclusividad y prestigio abundan, convirtiendo a este maravilloso elixir en un objeto de deseo con múltiples narrativas fascinantes.

Los Vinos de culto: el fenómeno de las ediciones limitadas

Los **vinos de culto**, conocidos por su exclusividad, escasez y precios elevados, se han convertido en verdaderos tesoros para los amantes del vino. Producidos en cantidades extremadamente limitadas, estos vinos representan la cúspide de la excelencia enológica. Ejemplos emblemáticos incluyen el **Screaming Eagle** de **Napa Valley**, el **Domaine** de la **Romanée-Conti** de **Borgoña**, y el **Pingus** de **Ribera del Duero**. Estos vinos no solo destacan por su calidad superior, sino también por la ferviente demanda que los rodea, creando listas de espera y subastas con precios

que desafían la imaginación.

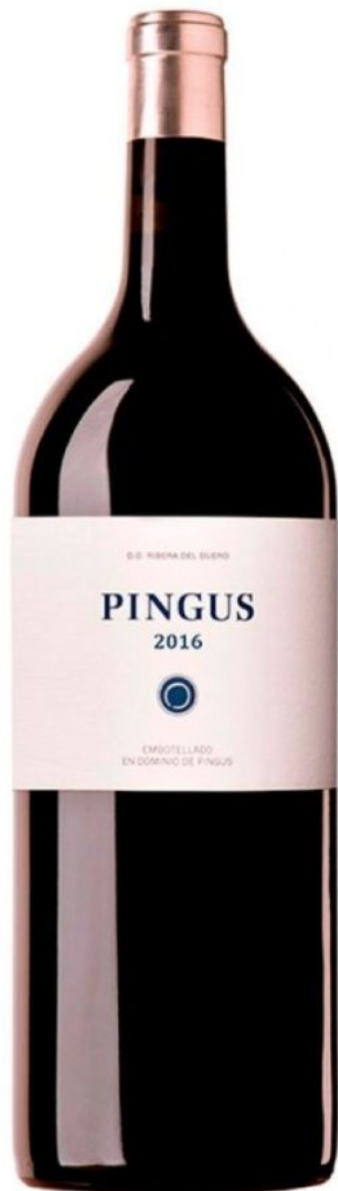


SCREAMING



EAGLE







Los vinos de edición limitada se distinguen por una serie de características que los hacen únicos y altamente deseados. La producción reducida, como en el caso del **Chateau Petrus**, asegura que cada botella sea un objeto de deseo. Las uvas utilizadas son exclusivas y de alta calidad, seleccionadas con esmero, como en la finca **Vega Sicilia** en **España**. Los procesos de vinificación, tradicionales y minuciosos, garantizan una atención al detalle que se traduce en una calidad excepcional.



BOUTEILLE AU CHATEAU

PETRVS


PETRVS
POMEROL
 **Grand Vin**
S. C. DU CHATEAU PETRVS
PROPRIETARE A POMEROL (GIRONDE) FRANCE
MIS EN BOUTEILLES AU CHATEAU
APPELLATION POMEROL CONTRÔLÉE
Produit de France - contient des sulfites - vendue depuis 1958



La presentación de estos vinos suele ser igualmente especial, con botellas de lujo y empaques exclusivos, añadiendo un nivel adicional de prestigio. Todo esto, junto con precios que pueden superar los 1.000 euros por botella, contribuye a su estatus de culto. Las subastas famosas de **Christie's** y **Sotheby's** frecuentemente presentan estos vinos, alcanzando cifras que reflejan su exclusividad y la devoción de los coleccionistas.

El vino más caro del mundo: Romanée Conti de 1945

Uno de los ejemplos más destacados de vinos de culto es el

Romanée Conti de 1945, que ostenta el récord del vino más caro del mundo. En una subasta realizada por **Sotheby's** en **Nueva York** en 2018, una botella se vendió por 558.000 dólares. Inicialmente, la casa de subastas había fijado el precio de partida en 32.000 dólares, pero la feroz competencia entre los postores elevó el precio final a 17 veces más.



El Romanée Conti proviene de la prestigiosa región de Borgoña, famosa por producir algunos de los mejores vinos del mundo. La cosecha de 1945 es especialmente valorada debido a la calidad excepcional de la uva y la edad avanzada de las cepas de las que procede.

La combinación de estos factores, junto con la historia y el

prestigio de la bodega **Domaine** de la **Romanée-Conti**, ha contribuido a su estatus legendario. Aunque el comprador de esta botella récord permanece anónimo, la venta ilustra perfectamente los factores que determinan el elevado precio de ciertos vinos: la región de origen, la exclusividad, los procesos de elaboración meticulosos y la intensa demanda de coleccionistas.

La historia detrás del Screaming Eagle de Napa Valley

Screaming Eagle es uno de los vinos más codiciados de **Napa Valley**, conocido por su impresionante calidad y su producción extremadamente limitada. La historia de **Screaming Eagle** comienza en 1986, cuando **Jean Phillips**, una agente inmobiliaria con pasión por el vino, adquirió una propiedad en **Oakville, Napa Valley**. Originalmente, la tierra estaba plantada con diversas variedades de uva, pero **Phillips** decidió replantar los viñedos con **Cabernet Sauvignon**.

En 1992, **Phillips** contrató a la enóloga **Heidi Barrett**, quien rápidamente reconoció el potencial de los viñedos. Ese mismo año, se produjo la primera cosecha oficial de **Screaming Eagle**, limitada a apenas 175 cajas. El vino debutó con una aclamación inmediata, recibiendo una puntuación perfecta de 100 puntos de **Robert Parker**, uno de los críticos de vino más influyentes del mundo.



La combinación de la limitada producción, la calidad excepcional del vino y la cobertura mediática de su lanzamiento, ayudaron a catapultar a **Screaming Eagle** a la fama mundial. Hoy en día, es conocido no solo por su exquisito [sabor y elegancia](#), sino también por su precio elevado y la dificultad para adquirir una botella. Las listas de espera para obtener **Screaming Eagle** son largas y exclusivas, y las botellas suelen alcanzar precios astronómicos en subastas.

Detrás del Chateau Petrus

Chateau Petrus es otro de los vinos más prestigiosos y caros del mundo, proveniente de la región de **Pomerol** en **Burdeos, Francia**. La historia de **Petrus** es un testimonio de cómo el terroir, la dedicación y la visión pueden combinarse para crear un vino legendario.

El viñedo de **Petrus** tiene una historia que se remonta al siglo **XVIII**, pero fue en el siglo **XX** cuando realmente ganó reconocimiento mundial. La clave del éxito de **Petrus** radica en su ubicación y su suelo único. El viñedo se encuentra en una meseta de arcilla pura, un suelo que es raro en la región de **Burdeos** y que contribuye a las características distintivas del vino.



En la década de 1940, **Jean-Pierre Moueix**, un comerciante de vino local, comenzó a distribuir **Petrus**. Su visión y habilidad para promover el vino ayudaron a elevar su estatus. Sin embargo, fue su hijo, **Christian Moueix**, quien llevó a **Petrus** a nuevas alturas en la segunda mitad del siglo **XX**. **Christian** implementó prácticas vitícolas innovadoras y técnicas de vinificación rigurosas que aseguraron la consistencia y calidad del vino.

Petrus es conocido por su predominante uso de la variedad **Merlot**, que le

confiere una riqueza y suavidad inigualables. A diferencia de muchos otros grandes vinos de Burdeos, Petrus rara vez incluye Cabernet Franc en su mezcla, centrándose casi exclusivamente en Merlot.

La producción de **Petrus** es extremadamente limitada, con un enfoque en la calidad sobre la cantidad. Cada cosecha es cuidadosamente evaluada y solo las mejores uvas se utilizan para producir el vino. Esto, combinado con la reputación y la historia del viñedo, hace que las botellas de **Petrus** sean altamente deseadas y costosas, alcanzando precios que pueden superar los 3.000 euros por botella.

Perdurabilidad de los vinos de culto

La razón por la que estos vinos perduran en el tiempo mientras que otros se avinagran a corto plazo radica en varios factores interrelacionados:

- 1. Calidad de las uvas:** Las uvas utilizadas en la producción de vinos de culto son de la más alta calidad, seleccionadas cuidadosamente para asegurar que solo las mejores lleguen a la botella. Esta atención al detalle desde el viñedo hasta la vinificación contribuye a la longevidad del vino.
- 2. Meticulosos procesos de vinificación:** Los productores de vinos de culto emplean técnicas tradicionales y modernas para garantizar que cada botella mantenga su calidad a lo largo del tiempo. Esto incluye la fermentación controlada, el envejecimiento adecuado en barricas de alta calidad, y el uso de prácticas biodinámicas en algunos casos.
- 3. Condiciones de almacenamiento:** Esta casta de vinos son

almacenados en condiciones óptimas, con control de temperatura y humedad, lo que ayuda a preservar su integridad durante décadas. Las bodegas de renombre invierten en instalaciones de almacenamiento de primer nivel para asegurar la longevidad de sus productos.

4. **Presentación y embalaje:** La presentación especial, incluyendo botellas de lujo y empaques exclusivos, no solo añade prestigio, sino que también protege el vino de factores externos que podrían afectar su calidad.
5. **Reputación y demanda:** La alta demanda y la reputación de estos vinos aseguran que se mantengan en circulación entre coleccionistas y aficionados que saben cómo cuidarlos adecuadamente. Este ciclo continuo de interés y cuidado contribuye a su perdurabilidad.

Efectos en la comunicación de Los Vinos de culto

La comunicación del vino ha experimentado cambios significativos con la aparición de los vinos de edición limitada. Estos vinos, al tener una historia única detrás, requieren una narrativa cautivadora que destaque su origen y singularidad.

Pero también está claro que la “**payola**” que se teje alrededor de estas deidades es de muy alto nivel; son susurros en un círculo social que despiertan los deseos de ser privilegiado al toque de sus paladares. La combinación de una narrativa poderosa, autenticidad y una experiencia inmersiva redefine cómo se perciben y se valoran los vinos de culto en el mercado global.

La autenticidad se ha vuelto crucial, ya que los consumidores buscan productos genuinos y de calidad indiscutible. Por ejemplo, la historia detrás del **Screaming Eagle de Napa Valley** o el **Chateau Petrus** no solo resalta la calidad del vino, sino también la pasión y dedicación de sus productores. Además, la

comunicación debe centrarse en crear una experiencia única, desde la cata hasta la adquisición. Eventos exclusivos y presentaciones especiales refuerzan esta percepción, haciendo que la experiencia de disfrutar estos vinos sea tan valiosa como el producto en sí. La combinación de una narrativa poderosa, autenticidad y una experiencia inmersiva redefine cómo se perciben y se valoran los vinos de culto en el mercado global.

El Mercado Inglés, clave para los Vinos Canarios

El mercado inglés ha sido históricamente uno de los más importantes para el sector vitivinícola de las Islas Canarias.

El Mercado Inglés, con una larga tradición de exportación que se remonta al siglo XVII, cuando los vinos malvasía canarios eran los más exportados a Inglaterra desde España, el Reino Unido se ha consolidado como un destino clave para los vinos canarios.

En el siglo XVII, el 65,62% de los vinos que llegaban al puerto de Londres provenían de Tenerife y La Palma, mientras que en 1670 los vinos canarios suponían el 65,62% del total de importaciones de vino en el Reino Unido. Autores como William Shakespeare hacían referencia a los vinos canarios en esta época, como en Enrique IV, donde Mistress Quickly dice: “Por mi fe que habéis bebido demasiado vino canario, un vino maravilloso y penetrante que perfuma la sangre antes de que se pueda decir: ¿qué es esto?”.



Grabado del siglo XVII del ataque del almirante Van der Does a Gran Canaria.

Sin embargo, a principios del siglo XVIII, el vino canario suponía solo el 10% del volumen total de vinos exportados a Inglaterra, siendo desplazado por los vinos andaluces, sobre todo el sherry de Jerez. Según los expertos, esto se debió probablemente a un cambio en los gustos de la sociedad inglesa, así como a factores como los costes de producción, transporte y distribución del vino canario.

El Mercado Inglés en la actualidad

Hoy en día, el Reino Unido sigue siendo un mercado clave para los vinos canarios, gracias a su interés por productos de alta calidad y características únicas. Según el estudio del ICEX sobre el mercado del vino en el Reino Unido, las ventas de vino español en el país se mantienen estables, con un crecimiento en las ventas de vino espumoso.



Puerto de Liverpool

Además, el consumidor británico busca cada vez más productos “Premium”, lo que beneficia a los vinos canarios de alta calidad. Está claro que el mercado inglés ha sido históricamente y sigue siendo un destino clave para los vinos canarios, gracias a su larga tradición de exportación y a la demanda sostenida de productos de alta calidad y características únicas. A pesar de los altibajos a lo largo de la historia, los vinos canarios siguen siendo apreciados en el Reino Unido por su excelencia y singularidad.

Relevancia Económica y Comercial de los Vinos Canarios en el Mercado Británico

El Reino Unido se ha consolidado como uno de los principales destinos para las exportaciones de vino canario, con un peso significativo en el comercio internacional de vino español. Según datos del ICEX, en 2023 las exportaciones de vino

español al Reino Unido alcanzaron los 249,5 millones de euros, con un volumen de 83 millones de litros. Estas cifras destacan la relevancia económica y comercial del mercado británico para los vinos canarios, que representan una parte importante de estas exportaciones.

Los vinos canarios, conocidos por sus variedades autóctonas como el Listán Negro, Listán Blanco, Malvasía y Negramoll, así como por su terroir volcánico único, han encontrado en el Reino Unido un mercado ávido y receptivo. Los consumidores británicos, conocidos por su apreciación por los productos de alta calidad y características distintivas, han acogido con entusiasmo la oferta de vinos canarios, que se adapta perfectamente a sus gustos y expectativas.







Además, el Reino Unido es un mercado maduro y sofisticado, con una larga tradición en el consumo de vino. Según el informe del ICEX, el consumo per cápita de vino en el Reino Unido alcanzó los 22,5 litros en 2023, situándose entre los más altos de Europa. Esta demanda sostenida y creciente ha beneficiado a los vinos canarios, que han sabido posicionarse

como una alternativa atractiva y diferenciada en un mercado altamente competitivo.

Las bodegas canarias han realizado un esfuerzo significativo en la promoción y difusión de sus vinos en el Reino Unido, participando en ferias y eventos especializados, como la London Wine Fair, y estableciendo alianzas estratégicas con importadores y distribuidores locales.

Estas acciones han contribuido a aumentar la visibilidad y el reconocimiento de los vinos canarios en el mercado británico, consolidando su posición como una oferta de calidad y exclusividad. En resumen, el Reino Unido representa un mercado clave para las exportaciones de vino canario, con un peso económico y comercial significativo.



El “terroir” –la combinación única de factores geográficos y climáticos del lugar donde se cultivan las uvas

La calidad y singularidad de los vinos canarios, junto con la receptividad de los consumidores británicos y las estrategias de promoción de las bodegas, han permitido a los vinos de las Islas Canarias posicionarse como una alternativa atractiva y diferenciada en el mercado del vino del Reino Unido.

Según datos recientes, en 2023 las exportaciones de vino español al Reino Unido alcanzaron los 249,5 millones de euros, con un volumen de 83 millones de litros. Estas cifras destacan la importancia económica y comercial del

mercado británico para los vinos canarios.

Sin embargo, en términos de volumen, el Reino Unido ha representado solo el cuarto destino para las exportaciones españolas en 2023, por detrás de Alemania, Estados Unidos y Francia. En valor, el Reino Unido es el segundo mayor importador de vino del mundo después de Estados Unidos. Otros mercados como Alemania y Rusia también han ganado importancia para las exportaciones de vino español en los últimos años. Las exportaciones dirigidas a Rusia han despuntado en 2023, duplicando las registradas en el mismo periodo de 2022.

A pesar de estos cambios en las dinámicas comerciales, el Reino Unido sigue siendo un mercado clave para los vinos canarios, que se benefician de su terroir volcánico y variedades autóctonas únicas. La demanda de productos de alta calidad y características distintivas por parte de los consumidores británicos ha contribuido a mantener la presencia y el interés por los vinos canarios en este mercado.

Las nuevas regulaciones e imposiciones derivadas del Brexit han introducido desafíos significativos para las exportaciones de vino al Reino Unido. Estos cambios incluyen modificaciones en el régimen impositivo y regulaciones aduaneras más estrictas, lo que ha impactado en el proceso de exportación de vino canario a este mercado crucial. Las bodegas canarias se han visto obligadas a adaptarse a estas nuevas normativas para mantener su presencia y operaciones comerciales en el Reino Unido.

Las estrategias de adaptación y mitigación implementadas por las bodegas incluyen el fortalecimiento de las relaciones comerciales existentes y la exploración de nuevos mercados para diversificar su base de consumidores. Estas medidas buscan contrarrestar los efectos de las nuevas regulaciones y aranceles impuestos tras el Brexit, permitiendo a las bodegas canarias mantener su presencia y competitividad en un entorno comercial cambiante y desafiante.