

El vino español rompe récords de venta en EEUU y Canadá con recuperación en México

Los niveles de venta en Estados Unidos y Canadá en lo que fue el 2021, superó los registros históricos. En México, el vino español dio buenos signos de recuperación después de dos años de registros negativos. Así lo ha dejado ver el Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV).

Hablando en cifras, en E.E.U.U. país donde también [España](#) viene con dos años de pérdidas, el valor de las exportaciones de vino español aumentó un 30,6 % en 2021, superando un histórico de 400 millones de dólares.

El precio subió hasta llegar a los 5,11 dólares por litro, cifra que no se superaba desde el año 2014 y superior al de Australia, Argentina, Chile, Portugal, Alemania o Sudáfrica.

Ochenta millones de litros de [vino](#) fue el volumen adquirido, el segundo más alto hasta el día de hoy.

Mientras que en Canadá el vino español alcanzó sus máximos históricos, con la cifre de 39 millones de litros para hacer una facturación de 187 millones de dólares.



El vino español rompe récords de venta en EEUU y Canadá

Por primera vez España supera a Australia como cuarto vendedor en valor a Canadá. Sobre pasó los volúmenes en países como Chile y Argentina.

Ya para terminar, en México se ha podido ver un aumento de un 20,8% el volumen del vino español importado en el 2021. Con este porcentaje superó dos años después al vino italiano como el más adquirido.

Hablando en términos de valores, España creció el doble de Italia, además, se afianzo como líder a un precio medio más alto que el de Italia y Chile, quienes son sus más cercanos competidores.

En México, la compra del vino español se elevó hasta los 20 millones de litros unos 77,2 millones de dólares, lo que representa un precio medio de 3,87 dólares por litro.

El punto más alto alcanzado desde el año 2014 siendo el precio en envasado de unos 5 dólares.

La viticultura que viene

Retos y soluciones ante el cambio climático

Manuel Rodríguez Jiménez – Enólogo

Se estima que el aumento de la temperatura global derivado de las condiciones de cambio climático, generará que la superficie para el cultivo de la vid merme entre un 25 y un 75% para el año 2050.

El aumento de la **temperatura** tendrá repercusiones negativas en el sector de la [viticultura](#), afectando a la **fotosíntesis**, la acidez, la concentración de **azúcar**, el [grado alcohólico](#) y la aparición de nuevas plagas y enfermedades.

Afectando a aspectos como el período de crecimiento de las **viñas**, las diferentes fases fenológicas, la **maduración** de la uva, etc.

El **mercado** demanda cada día más **vinos** frescos con una buena **acidez** y una buena graduación (12 grados). Para lograr esto, la altitud y el clima son factores claves. El aumento de **temperatura** puede ser perjudicial para la calidad del vino, esto si se provoca una [aceleración](#) de la **maduración** de las **uvas**.

Si no se toman medidas de adaptación, los **viñedos** mediterráneos podrían llegar a sufrir graves perjuicios. Las condiciones óptimas para los **viñedos** se irían desplazando en altitud y latitud.

Mientras, el aumento de temperatura podría provocar condiciones desfavorables para permitir el cultivo de estas

cepas en actuales zonas mediterráneas productoras.

Es evidente que el **cambio climático** de las últimas décadas, ha traído un impacto importante al sector, obligando a modificar las técnicas de la **viticultura**.



La viticultura que viene

Los impactos registrados hasta ahora, son consecuencia de las emisiones del pasado.

Causando un aumento de temperatura de $0,4^{\circ}\text{C}$ con respecto a la temperatura del periodo 1960-1990, con un incremento de $0,18^{\circ}\text{C}$ en el periodo 1980-2006.

Este calentamiento es mínimo si se compara con el que prevén será el **clima** del **futuro**.

La comunidad científica estima que, hacia el año 2050 debería

haber un aumento en la temperatura en torno a los 2°C y, entre 4 y 5 grados para el 2100.

Estos fenómenos aumentarán las posibilidades de aparición de situaciones potenciales de estrés hídrico en la **viña**.

Un **viñedo** dispone de agua para el riego, los problemas por hídrico pueden ser mitigados.

Pero se necesitan herramientas que permitan detectar con precisión y de una manera anticipada las situaciones de riesgo.



Hay que conocer la manera de llevar a cabo una gestión preventiva de las mismas.

Las actividades de gestión de una **finca** necesitan también herramientas de diagnóstico que aporten información de cada una de ellas.

Es importante tener predicciones del clima, con ellas, se puede optimizar la gestión de la finca. Esto, tanto a nivel de decisiones de **riego**, como de **poda**, **fertilización** etc. mejorando la **homogeneidad** de la finca.

Los estudios deberán realizarse de manera individual por cada finca. Ya que el cambio climático no afectará a todas las zonas de la geografía por igual.

Haciendo necesario que los viticultores dispongan de la información específica de su finca.

Ya que es ahí donde se pueden adoptar medidas de adaptación a los cambios climáticos. Los retos que se plantean con el clima para la **viticultura** son de un importante calibre.

Las dificultades para producir uva, a consecuencia de un clima cada vez más extremo y cambiante, trae como consecuencia que los vinos están siendo vez más alcohólicos. Todo lo contrario de lo que está demandando el mercado.

Recuerdo largas conversaciones con Vicente Sotés, vicepresidente de la OIV y catedrático de **Viticultura** de la [Universidad Politécnica de Madrid](#), gran conocedor de la realidad vitícola canaria, me decía que:

El clima de un lugar determina la tipicidad de un vino, y aunque hay mucha incertidumbre sobre cuáles van a ser los efectos del cambio climático, sus efectos en el sector vitivinícola ya los estamos notando, destacando:

- Mayor estrés térmico, con olas de calor y de sequía estivales.
- Disminución de las horas de frío.
- Disminución de la amplitud térmica diaria, algo que perjudicaría a la uva en la fase de maduración.
- Períodos de crecimiento de las viñas más rápidos.
- Aparición de nuevas plagas y menor incidencia de las enfermedades fúngicas, como mildiu u oídio.
- Estados fenológicos más tempranos, tanto en brotación, floración como en envero. La uva madura también antes, lo que perjudica su calidad.
- Mayor acumulación de azúcares en la uva e incremento del grado alcohólico.

- **Desacoplamiento entre maduración tecnológica y fenológica en viñedo.**
- **Perfiles aromáticos atípicos.**
- **Mayor cantidad de bayas quemadas por el sol.**
- **Agotamiento rápido de los ácidos orgánicos.**

Y ¿cómo pueden adaptarse los viticultores a la realidad del cambio climático?

Vicente Sotés enumera las principales medidas que se están barajando:

Cambios de zonas de producción

Tanto en altitud como en latitud, con viñedos que se podrán cultivar en zonas más al norte.

Variedades más adaptadas a la sequía y de ciclo más largo

A medio plazo, tendremos que tomar decisiones difíciles en la elección de variedades para nuevas **plantaciones**, ya que está demostrada una anticipación en la fenología de la vid, por lo tanto no descartaremos variedades de ciclo más largo o la elección de clones que de forma natural presenten una tendencia a una menor concentración de azúcar en las bayas. Importantes y buenos resultados están dando variedades **Vijariego**, tanto blanco como negro

Nuevas prácticas vitícolas

Con sistema de plantación y de poda que favorezcan un retraso de la **maduración**.

Se ha visto en muchas zonas **vitícolas** que el sistema de poda Guyot está más adaptado al estrés hídrico y térmico que el sistema de cordón royat

Además, los sistemas de conducción tradicionales como el vaso están también mejor adaptados para proteger la uva en situaciones de olas de calor que el de espaldera. También se

considera interesante la implantación del vaso entutorado, interpretación canaria del vaso Gobelet y la adaptación del parral bajo, interesante para ciertas variedades vigorosas.



La gestión de una finca necesitan también herramientas de diagnóstico

El deshojado también podría replantearse, ya que no sólo protege a los racimos de las quemaduras del sol sino que permite reducir la temperatura hasta 4 grados respecto a la uva que no está sombreada.

Cambios normativos:

Las normas actuales de los consejos reguladores de las **Denominaciones de Origen** y de las Indicaciones Geográficas Protegidas obedecen a una situación pasada que está cambiando y se deberían adaptar a la nueva realidad, tanto en la cualificación de calidad de los terrenos como de los vinos.

Implantación de sistemas de regadío de precisión.

El riego debe ser utilizado como una herramienta para

gestionar un nivel de estrés hídrico moderado y controlado en la planta, lo que permite el control del crecimiento vegetativo y el vigor la vid. Ya hay en el mercado algunas aplicaciones para monitorizar el riego y así lograr una buena optimización.

Técnicas enológicas, con soluciones correctivas que reduzcan el grado alcohólico e incrementen la acidez.

En algunas regiones vinícolas se está empleando con mucho éxito la técnica de la desalcoholización por osmosis inversa que nos permite eliminar del vino inicial una mezcla de agua/alcohol filtrándolo a presión alta (80 bares) en una membrana (tipo filtración tangencial).

Se están estudiando levaduras que durante la fermentación del vino hacen que se produzca menos etanol y más glicerol, con lo que, partiendo de la misma uva, los vinos resultantes son diferentes y más frescos.

Al mismo tiempo a la hora de elección de nuevas parcelas para plantar también debemos tener en cuenta aquellas situadas a mayor altitud y posiblemente con una exposición solar menos favorable.

Con todo lo expuesto, el futuro no es sencillo y si se cumple la predicción que vaticinan los expertos de que la temperatura subirá de 4 a 5 grados hasta el 2100, las consecuencias serán considerables para la viticultura tal y como la entendemos hoy, por eso hay que aportar soluciones para comprender y adaptarse a esa **“VITICULTURA QUE VIENE”**

Con “Cúrcuma Radio” by Fran Belín, cuatro años con los fogones encendidos

Cuatro años de la aventura radial que nació con todas las ilusiones centradas en un proyecto consistente y con perspectivas de futuro.

Voces dudaban que este formato de dos horas semanales de “*Con Cúrcuma*” Radio, llenas de contenidos de calidad y que estos pudieran resistir más que un “*plato de arvejas y una cuarta de vino*”.



¡4 AÑOS!

concúrcuma RADIO
Gastronomía en estado puro

La confianza, el esmero y la perseverancia han dado la razón al productor **Francisco (Paco) Almagro** (Creacción.TV) que junto al periodista gastronómico [Francisco Belín](#) y **Francisco Bastarrica** técnico de sonido, han logrado, afianzarse como programa y con una importante sintonía.

Cabe destacar, que ya en corto tiempo se arribará al programa número 200 con sus correspondientes podcasts en [elblogoferoz](#) (Ivoox, SinRadio) y redes sociales.

“Con Cúrcuma” Radio

Este apetitoso **programa** de radio ha logrado afianzarse proyectando toda la buena **gastronomía**. Entrevistas a los protagonistas de la **cocina canaria**, a productores, dando a conocer el producto local, la sostenibilidad y el destino **enogastro-turístico del Archipiélago**.



Con “Cúrcuma Radio” by Fran Belín

El programa especial **“Cuarto Aniversario”** cumplió con lo que se esperaba como en cada entrega semanal a lo largo de estos 4 años.

La intervención de los cocineros desde sus cocinas compartiendo todo tipo de conceptos culinarios, la elaboración de vinos, productos de cercanía, análisis y recetas.

Razón demás para para que todo el equipo de CCR y de Creacción estén de celebración.

Con numerosos proyectos en marcha

Próximamente **“Con Cúrcuma”** estará en las pantallas de los televisores, esto, como parte de los proyectos que se pondrán en marcha durante este año. Seguro que pronto tendremos más detalles de esta nueva propuesta de comunicación y de otras más de mano de **Francisco Almagro**.

Todo el equipo de producción está agradecido. *“Recibir todo ese apoyo del sector la gastronómico, de los oyentes y la confianza de los anunciantes es invaluable...Gracias”.*

La Casa del Vino Restaurante... un antes y un después

La Casa del Vino Restaurante, desde sus primeros momentos, ha debido impulsarse con tradición y buen gusto, dando señas de buena cocina con los mejores vinos de la isla.

No siempre fue así, desde que [Antonio Díaz](#), decidió tomar las riendas de este emblemático local gastronómico, narra una historia de buena cocina y excelente servicio.

Aún recuerdo, llegar al [restaurante](#) y ver un letrero ofreciendo cocina italiana, fue la gota que desbordó el vaso y no de vino precisamente. Estos últimos años se ha sabido imprimir en la carta y en el servicio la excelencia que un restaurante de tradición debe lucir.

Esperemos que el buen juicio logre que [Antonio Díaz](#), un empresario inquieto y creativo, no le pase la idea de dejar de regentar este local tan significativo para Tenerife.

Ahora quiero pasar a los manteles, pero antes decirles que [somos recibidos](#) por otro gran amigo, como es Carlos, jefe de sala del restaurante.

El menú

Carlos, todo un *winelover* del vino, propone un “Marba Tradicional”, esta bodega teguestera, es una de las que más

premios y reconocimientos recibe en estas islas...bravo por Domingo Martín.

Bueno amigos, ya deseosos de empezar la degustación de nuestro menú en La Casa del Vino Restaurante, comenzamos con un entrante 'de la huerta', "Peras al vino tinto, queso de cabra curado y vinagreta de mostaza".

Este es un plato perfecto para despertar todas las papilas gustativas y nuestro sentido aromático.

Es una propuesta fresca, agradable, con unos olores a canela y un sabor cítrico que podemos degustar con los sentidos.

Los amargores de la mostaza hacen juego en boca para que, con la carnosidad de la pera bañada en vino tinto, podamos ir exprimiendo todos los jugos y entrelazarse con el mézclum de lechugas y el crujiente de queso que corona la ensalada.



La Casa del Vino Restaurante "Peras al vino tinto, queso de cabra curado y vinagreta de mostaza".

Hay que hacer notar que la carta, aunque tiene propuestas de

fusión y demás creaciones culinarias, el producto local, con nombre y apellido está presente en todos o por lo menos en la mayoría de los platos.

Esto que les digo del producto local se puede corroborar en el siguiente plato, “Cherne al azafranillo sobre papitas arrugadas y su pellita de gofio”.

Entre pesca, agricultura y ganadería local

El gofio es parte de la historia gastronómica de las islas, te va conquistando a través de los años cuando no eres de aquí. En mi caso, el gofio de millo es mi favorito.

Así que, este plato lo encontrarán lleno de mar, de una *canariasviva* con su mejor representante, “El Cherne”.



La Casa del Vino Restaurante “Cherne al azafranillo sobre papitas arrugadas y su pellita de gofio”.

Tengo que decirles lo bien cocinado que estaba, es muy

importante para este género, las lajas suaves al separarlas, y por supuesto ese matiz del azafranillo canario.

Un principal y dos contornos que hablan de la canariedad bien entendida de este restaurante así que, cherne, papas arrugadas y gofio, más canario imposible.

Próximo plato, “Taco de Cochino Negro, sobre escacho de papa canaria, compota de manzana y Chips de kikos molidos”.

Lo dicho, casi toda la carta de La Casa del Vino Restaurante, está elaborada para exaltar los productos canarios y Antonio Díaz lo ha logrado.



“Taco de Cochino Negro, sobre escacho de papa canaria, compota de manzana y Chips de kikos molidos”.

Un cochino negro, tierno con una maceración que habla de buena cocina , con productos locales como manzana reineta y papa canaria, no tiene desperdicio.

Con el postre y con este “YoLoProbé”, quiero invitarles a que

conozcan el [Restaurante](#), con ingredientes infalibles, buena cocina, buen servicio y productos de calidad.





Postre del señor pastelero Antonio Díaz “Chocolate 3.0” tres texturas diferentes de chocolates una muy dulce y riquísima despedida...y mi “Zaperoco”.

Fratelli Rinaldi, el arte de ser importador desde 1957

Fratelli Rinaldi 1957 no es una simple empresa, sino que es el resultado de unos hermanos con visión de futuro -Vittorio y Rinaldo- que llevan trabajando desde 1957 para tomar el mundo de los licores de forma personal.

Textos: [Manuela Mancino](#) – Italia – Food and wine Consultant and Food Hunter. Evoo expert and Free-lance writer

De hecho, el objetivo de la empresa, hoy en día, no es sólo suministrar vinos y licores, sino comprender las necesidades reales del mercado e importar exclusivamente marcas conocidas.

Al principio, Rinaldi empezó a importar el wodka Wyborowa y el whisky The Macallan y, desde entonces, lanzaron las nuevas tendencias de beber wodka helado, sorbiendo en los típicos vasos finos y estrechos conocidos hoy como “*vasos de Rinaldi*”.

Desde [Bolonia](#), la “*ciudad natal*” de Rinaldi, la empresa ha experimentado fusiones, adquisiciones y colaboraciones. Gracias a ello, han reforzado sus competencias y su red de ventas para promover mejor la cultura que hay detrás de los licores.



RINALDI 1957

FRANCIACORTA
BRUT

SAN
TUS

FRANCIACORTA
SAN
TUS
BRUT

FRANCIACORTA

SAN
TUS

BRUT



Rinaldi, de hecho, organiza una gran cantidad de reuniones y degustaciones en toda Italia, porque están firmemente convencidos de que hablar de la historia detrás de las etiquetas es la única manera de entender profundamente la calidad de los productos en sí, sus materias primas y el proceso de producción. Y eso gracias a Gabriele Rondani, director de marketing de la empresa, que ha desarrollado -de

acuerdo con la propiedad- una especie de gira de catas y encuentros por toda Italia en Ho.Re.Ca. los socios que compran los productos distribuidos por Rinaldi.





Podría decirse que es una idea realmente interesante y progresista, capaz de ayudar a la gente a degustar licores y vinos sin ningún tipo de prejuicio, sino simplemente sintiendo sus sentidos.

Las cenas y otras ocasiones de encuentro son también la forma de entender el objetivo de Rinaldi: estudiar el mercado para

anticiparse a las tendencias futuras.

Por eso, Rinaldi importa hoy en día marcas líderes de licores, como Don Papa, Centenario, Taylor's port, Glenfarclas, etc.

20 años de Madrid Fusión alimentos de España 2022

El congreso reforzará los contenidos “*experienciales*” y sensoriales, exclusivos para los congresistas presenciales y ofrecerá más espacios formativos que nunca en su vigésimo aniversario.

Por Ángel Marqués Ávila

El programa, que se dará a conocer en las próximas semanas, mostrará las propuestas y tendencias más auténticas e interesantes de la alta cocina en el mundo. El [congreso](#), al igual que el celebrado este año, volverá a ser retransmitido a través de internet para poder llegar a todos los rincones del mundo.

Consolidado a lo largo de 19 ediciones como la gran cita anual por su contribución a la creación de una escena global de la alta cocina, al descubrimiento de nuevos chefs y la detección e impulso de tendencias y vanguardias, combinará las ponencias presenciales con actividades en vivo y sesiones virtuales en los cinco continentes.

Madrid Fusión Alimentos de España, el congreso gastronómico más importante del mundo, celebrará su vigésima edición de forma presencial con todos sus escenarios y feria expositiva

en el pabellón 14 del Recinto Ferial [Ifema Madrid](#) del 28 al 30 de marzo de 2022. La próxima edición contará con una importante apuesta experiencial para vivir en directo, con muchas actividades para participar y nuevos espacios de formación. Y aprovechará para hacer una revisión de sus 20 años de historia.



31/05/2021 ARCHDC

IFEMA, Madrid. Congreso Madrid Fusión 2021. Foto: Guillermo Navarro

En la edición de 2021, celebrada el pasado mes de junio, la asistencia de visitantes superó la más optimista de las previsiones y el respaldo de los congresistas fue total, agotando las plazas del auditorio. La cifras de la última edición demuestran el potencial de Madrid Fusión Alimentos de España. Pese a la situación generada por la pandemia, el congreso emitió más de 15.000 acreditaciones y acogió a 183 empresas expositoras en una superficie de 21.000 metros cuadrados.

Más de 400 personas en la organización de un congreso con 760

periodistas acreditados, con menor presencia internacional debido a las restricciones por la pandemia para viajar desde algunos países. Una edición que tendrá continuidad dentro de poco más de seis meses, cuando en marzo Madrid Fusión Alimentos de España vuelva a abrir sus puertas.

Tiempo de esperanza

Tras el éxito alcanzado durante la última edición con una asistencia de más de 15.000 visitantes durante las tres jornadas presenciales. Madrid Fusión 2022 Alimentos de España volverá en marzo de este año con el reto de resolver la cena impagable con cinco de los mejores cocineros del mundo que Robert De Niro ha aceptado para promocionar el congreso.

«Aprovechemos todo lo que nos ha pasado para ver el mundo como si fuera la primera vez», nos dice Andoni Luis Aduriz.

El congreso de gastronomía más influyente del mundo con una asistencia de visitantes que supero la más optimista de las previsiones y el respaldo de los congresistas ha sido total, agotando las plazas del auditorio, en la última edición. El sector hostelero y todas las personas que se mueven a su alrededor tenían ganas de volver a sentir que el corazón de los grandes congresos late con fuerza de nuevo.

El retorno con fuerza de **Madrid Fusión Alimentos de España** se resume en cifras: más de 15.000 acreditaciones y 183 empresas expositoras en una superficie de 21.000 metros cuadrados. Más de 400 personas en la organización de un congreso con 760 periodistas acreditados, con menor presencia internacional debido a las restricciones por la pandemia para viajar desde algunos países.

Una edición de cine que tendrá continuidad dentro de poco más de seis meses, cuando en enero Madrid Fusión Alimentos de España vuelva a abrir sus puertas con un reto añadido: resolver la cena impagable con cinco de los mejores cocineros

del mundo que **Robert De Niro** ha aceptado para promocionar el congreso.

La edición de este año 2022, estará centrada fundamentalmente en sentir la **gastronomía** de forma directa, en la de junio del 2021 en esa edición se apostó por la **gastronomía** circular y el respeto por el medio ambiente, en el aprovechamiento de recursos y en la relación de la cocina con el campo y la ciudad, el mensaje de la última sesión estuvo centrado en los equipos y sus condiciones.



Entre otros, **Josep Roca** o el italiano **Diego Rossi** pidieron mejores jornadas, condiciones y horarios para su personal, en un grito también por una sostenibilidad laboral muy acorde con la lógica de la edición. Los equipos también han salido a

escena con la *“premiere”* del documental *“Detrás”* que, dirigido por Jorge Martínez, que se ha metido en las cocinas de siete santuarios gastronómicos para ver el día a día de los equipos y los segundos de a bordo, quienes *“aceptamos los proyectos como nuestros, porque los restaurantes no lo son pero los proyectos, sí”*, defendía **Juanfra Vicente**, director creativo de **Quique Dacosta**.

Menú lunar en la Tierra

Ignacio Echapresto (Venta Moncalvillo*, Daroca de Rioja) nos conto su apuesta por la biodinámica y el calendario lunar aplicado al restaurante, por su parte **Mauro Colagreco** (Mirazur***, Menton, Francia), chef del mejor restaurante del mundo, según la lista **50 Best**, quien profundizaba en el tema, señalando que *“Es el momento de reconectar con la tierra y apostar por ella”*.

“No nos toméis por lunáticos pero seguir los ciclos lunares para recolectar o consumir unos productos u otros cambia la experiencia”. **Colagreco** relataba cómo decidió apostar por la biodinámica durante el confinamiento y cómo ahora presenta un menú que puede cambiar todos los platos hasta cuatro veces en una semana. Ahora, como **Echapresto**, **Colagreco** se guía por los ciclos de la luna -Raíz, Hoja, Flor y Fruto-, cambia también el perfume o la decoración de la sala. El chef era directo: *“La luna es ahora nuestra jefa de cocina”*.



31/05/2021 ARCHDC

IFEMA, Madrid. Congreso Madrid Fusión 2021. Foto: Guillermo Navarro

Mientras el chef argentino reconecta con la tierra, el chef vasco **Andoni Luis Aduriz** elevaba la conexión, utilizando el escenario de **Madrid Fusión Alimentos de España** para volver a profundizar sobre su obsesión con la belleza, la temperatura de los platos o la importancia de las texturas.

El de Mugaritz** (Rentería) presento algunos de los platos de su nuevo menú, en los que sigue jugando con los velos y da la oportunidad al comensal de dar un beso al molde de la cara de una persona de su equipo por la forma de la vajilla para esa propuesta. *“¿Será esa la cara de Mugaritz?”*, se preguntaba.

2021

La presencia internacional en la última edición conto , con el italiano **Diego Rossi**, quien en su Trippa milanés ha revolucionado el concepto de trattoria con respeto al producto y a la tradición pero con libertad para modernizar recetas,

como es el caso de su *vitello tonnato* a baja temperatura y con sifón con sifón.

El alemán Björn Swanson (Faelt*, Berlín, Alemania), que abrió en plena pandemia un restaurante “esencial” con solo cuatro trabajadores que ha sido un éxito (ya tiene una estrella Michelin) sin exceder en precio (89€) -ya que “no queremos servir al 10% de la población”-, y **Juan Sebastián Pérez** (Quitú, Toledo Ecuador), quien ha mostrado la biodiversidad de su país y la riqueza de sus productos.



Jóvenes talentos en Madrid Fusión

También subieron al escenario principal del congreso, **Pablo González Conejero** (Cabaña Buenavista**, Murcia), que ha presentado el proyecto de recuperación de verduras y plantas autóctonas que está trabajando con el Imida (Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario); **Juanjo Losada** (Pablo, León), reivindicando el producto de “*tierra y río*” de León, y **Sergio Manzano** (A’Barra, Madrid) presentando las bondades de la esencia de jamón Joselito, o **Luis Callealta** (Ciclo, Cádiz), con una ponencia sobre las verduras de descarte.

Agradecimiento

No ha hablo estrictamente de vinos, aunque es su especialidad, pero sí de la importancia de la sala Josep Roca, sumiller de [El Celler de Can Roca](#). *“Con un aplauso para los camareros, los que peor lo han pasado dentro del sector en la pandemia”, Josep Roca* empezó así su ponencia, en la que ha reflexiono sobre la sala y la figura del camarero en una ponencia en la que ha reivindicado la emoción como instrumento *“para mejorar no solo la vida de los equipos sino la experiencia del comensal en el entorno gastronómico”*. *El trabajo con las emociones ha sido desarrollado en El Celler con la psicóloga Imma Puig, que “participaba cada martes en las reuniones que hacíamos con el equipo”. “Cuidar a los equipos es la mejor inversión”, comentaba.*

En ese afán por ahondar en el mundo emocional, empezaron hace años a trabajar la neurociencia y todas las disciplinas que ayudaban a entender las sensaciones con diversos profesionales especializados. *“¿Hasta dónde queremos llegar con la información? Hoy la visibilidad de nuestros clientes está en Instagram. Disponemos de mucha información para poder llegar a la máxima sensorialidad personalizada... Tenemos un mundo por recorrer”*.

Protagonistas los vinos

Estrictamente de vinos verso el “*MF The Wine Edition*”, que ha

cerro sus puertas con la participación, entre otros, de **David Robledo** (sumiller de Ambivium*), Agustí Peris (sumiller de Refectorio Abadía Retuerta*), **Rubén Pol y Oriol Castro** (sumiller y chef de Disfrutar**) o **Ferran Centelles** (Ex Sumiller El Bulli), quien ha presentado el IV Libro Bullipedia, el Sapiens del Vino, dedicada exclusivamente a la sumillería.



Josep Roca

El congreso del vino lo clausuro **Josep Roca**, quien ha llenado el auditorio de aplausos tras su ponencia sobre la relación entre las **viticulturas extremas** y el cambio climático, en la última cata magistral de **Madrid Fusión The Wine Edition**, en la que se han podido probar vinos procedentes de incendios y heladas.

Además, en el transcurso de MF The Wine Edition, se entregaron dos premios. El **Premio Juli Soler** al Talento y Futuro del Vino, comparable en el mundo vino al de Cocinero Revelación en cocina, que recayó en **Roc Gramona** (Bodegas Gramona), **Lucía Fuentes** (Aponiente), **Álvaro Medina** (Culler de Pau), **Juanma**

Martín (Bodegas Rico Nuevo) y **Paula Menéndez** y **Virginia García** (In Wine Veritas). Además, Tierra de Sabor ha otorgado a Fuentes del Silencio (Valle del Jamuz, León) el Reconocimiento a la Bodega más Sostenible.

“Esto es como todo en la vida, pura casualidad, porque yo no pensaba dedicarme al mundo del vino...”

Manuel Rodríguez Jiménez ‘LA ENTREVISTA’ Este trabajo, como cualquier otro, tiene sus altibajos emocionales, no siempre se come lo que se quiere y no siempre se entrevista a quien se admira o aprecia. Pero esta entrevista es para oír a uno de los protagonistas del proceso de modernización y de la búsqueda de la calidad en ...

El sector del vino se conjura para digitalizar y exige que

Los fondos de la UE llegan a las pymes

El sector del vino español considera que la digitalización es una parte clave de su futuro y se ha conjurado para afrontar esa transformación tecnológica, un proceso para el que necesitará aprovechar los fondos europeos y en el que exige a las administraciones que se canalicen las ayudas también a las pymes.

[Efeagro](#)

Éste ha sido el principal mensaje trasladado este miércoles en un foro organizado por la [Federación Española del Vino](#) (FEV) sobre digitalización y que ha reunido de forma presencial en Madrid a autoridades, bodegas y empresas tecnológicas.

La llegada de los fondos del [Plan de Recuperación](#), Transformación y Resiliencia ha centrado el debate, ya que los bodegueros han reclamado que el diseño de las ayudas facilite su acceso a pequeñas firmas **ante el temor de que se queden fuera.**

La parte empresarial ha instado a las administraciones a garantizar esa distribución “*capilar*” de las ayudas, y para ello han incidido en que es clave simplificar los **procedimientos.**

Una de las palabras más repetidas durante la jornada ha sido la de “*oportunidad*” debido a la citada inyección de fondos, y se ha insistido en que ese tipo de apoyo tiene un carácter puntual y no estará para siempre.

Los ponentes han coincidido en que digitalización y sostenibilidad van de la mano y han recordado que la transformación tecnológica abarcará el ámbito del viñedo -para

averiguar por ejemplo cómo mejorar los rendimientos o evitar los efectos del cambio climático-, la comercialización -vendiendo directamente al cliente- y la producción **–con herramientas de calidad y trazabilidad–**.

El director general de la FEV, José Luis Benítez, ha defendido el papel *“fundamental”* que pueden jugar las asociaciones patronales para hacer de interlocutores con la Administración y también con las empresas ante la previsible *“avalancha”* de proyectos que optarán a las ayudas.



Director general de la FEV, José Luis Benítez

*“Muchas de las herramientas no son aplicables en las empresas más pequeñas si no se escalan para que sean digeribles en estructuras que no tienen demasiados recursos o **un conocimiento previo**”,* ha precisado por su parte el presidente de la entidad, Emilio Restoy.

El responsable patronal ha hecho hincapié en que el sector no podrá *“subsistir”* si no se digitaliza, un reto complejo debido a que el vino cuenta con un tejido productivo *“extremadamente*

atomizado”, con más de 4.000 bodegas en España.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha destacado la *“fuerte reacción”* del sector del vino al impacto de la pandemia y le ha instado a *“aprovechar las oportunidades”* que se presentan **gracias a los programas de ayudas.**

“Es un momento especial, de recuperación (...) El sector agroalimentario ha sido punta de lanza tanto de la resistencia como de la recuperación económica”, ha defendido.

Como ejemplo, ha citado al sector vitivinícola, que durante los últimos meses ha sobrevivido a dificultades como la caída del consumo en hostelería asociado a la covid-19, el Brexit o los aranceles que impuso Estados Unidos a productos de origen español.

“Ahora hay que dar al cliente lo que quiere antes incluso de que él lo sepa”, ha señalado durante su intervención el que fuera consejero delegado de El Corte Inglés, Dimas Gimeno, quien ha recomendado a los bodegueros *“quitarse a los distribuidores e intermediarios que no aporten valor”*. Además, ha incidido en que las compras físicas y las virtuales son compatibles y ha descartado el apocalipsis del comercio tradicional, aunque ha de reinventarse.



El sector del vino se conjura para digitalizar y exige que los fondos de la UE lleguen a las pymes. Foto: Efeagro

En este sentido, el responsable de Glovo para la zona centro y norte de España, Ramón López-Doriga, ha recomendado a las bodegas no perder de vista el auge de aplicaciones como la suya, que reparten pequeñas cestas de la compra en diez minutos desde tiendas cerradas al público ("*dark stores*").

"Sobre todo es interesante para llegar al consumidor joven, al cual hay que incorporar a la cultura del vino. La cerveza y los destilados tienen recursos y ya trabajan eso intensamente", ha subrayado.

Entre las bodegas participantes en el foro, la representante de la familia Torres ha recordado que no en todas las zonas rurales donde están presentes las empresas del sector hay conexión a internet, mientras los responsables de Franco-Españolas han exhortado a "no caer en el error de invertir en algo sólo porque den subvención" y **abogan por seguir una hoja de ruta.**

Pedro Ruiz, consejero delegado de Alma Carraovejas, ha

apostado por mejorar “*la experiencia de compra*” con las herramientas tecnológicas en un mundo en el que cada vez “*hay más bodegas y más competencia*”, y su homólogo en Bodegas Matarromera, Carlos Moro, ha advertido del riesgo que existe de digitalizar la fase de producción sin afrontar al mismo tiempo la transformación de la fase anterior, en el viñedo.

Cerca del ‘Alma’ de Antonio Díaz

Antonio Díaz, profesional de la pastelería con alma de emprendedor; lleva bien en alto el apellido de una segunda generación de pasteleros (que como el mismo mismo define, es sinónimo de seriedad, esfuerzo, cercanía y compromiso); se ha convertido, por derecho propio, en un referente cuando hablamos de pastelería y productos dulces.

En el año 2020, momento en que decidió ‘*volar en solitario*’ tras 18 años dedicados a la empresa familiar; se aventura con ilusión en el mundo de la restauración y el catering dando un pie al frente de la gestión del restaurante de la Casa del Vino de Tenerife.

El resultado no podía ser diferente y su paso por la gestión de este importante espacio gastronómico no ha pasado desapercibido. Pasión, rigor y calidad en su hacer profesional y empresarial, han fijado durante estos años las bases de un modelo de restauración muy atractivo y diferenciador para el Restaurante de la [Casa de La Casa del Vino](#) que ha vivido un año de ‘oro y esplendor’.

Nuevos proyectos aguardan ‘*con alma*’ el futuro cercano de Antonio Díaz... impasse definitivo para dar la bienvenida al

equilibrio conceptual justo entre la pastelería que sueña y lo que la gente espera de ella.



Cerca del 'Alma' de Antonio Díaz

La Entrevista...

Canariasgourmet!.- De la pastelería al mundo empresarial de la restauración ¿Cuáles crees son los retos al que se enfrenta el sector?

Antonio Díaz.- Entender que solo sobrevive quien ofrece un producto de buena calidad y siempre acompañado de un servicio correcto y adecuado al nivel de exigencia de sus comensales, que cada vez encuentran una mayor y más variada oferta gastronómica en las islas. Se está haciendo un buen trabajo, tanto en la restauración como en la pastelería, lo que para mí es un orgullo como canario y profesional del sector.

Canariasgourmet!.- Como pastelero y ahora con una visión de la restauración ¿crees que la gastronomía y la pastelería van de la mano? Argumenta tu respuesta

Antonio Díaz.- Si, por supuesto. Ahora el restaurador entiende el valor del postre dentro de su carta y, en el mismo sentido, el pastelero con punto de venta y degustación, completa su oferta gastronómica con elaboraciones saladas simples o platos ligeros que hacen el local atractivo a cualquier hora del día. Van de la mano y cada vez con más fuerza.

Canariasgourmet!.- En retrospectiva a los orígenes ¿cuándo se enciende la chispa de la pastelería?

Antonio Díaz.- Nací pegado al obrador familiar, con 12 años ya comenzaba a colaborar con mi padre en los ratos libres...desde ese momento lo tenía claro y decidí salir a formarme en Madrid.

Canariasgourmet!.- ¿Qué lugar ocupa la innovación en tu forma de trabajo? ¿Cómo alimentas tu espíritu creativo?

Antonio Díaz.- La innovación es la base, ya sea con nuevas creaciones o rescatando sabores y texturas de antaño para

presentar un postre que sorprenda, pero te traslade al recuerdo mediante el gusto. En cada etapa de la vida el motor inspirador puede cambiar, y aunque es algo que se lleva dentro, la inspiración principalmente me la aporta pensar en el disfrute y placer efímero que puede provocar un plato o un bocado dulce...pero reconozco que en este momento mi pequeña Alba lo inspira todo en mi vida profesional y personal.









Canariasgourmet!.- ¿Qué papel juegan la tradición y las raíces en tus elaboraciones?

Antonio Díaz.- Respeto profundamente el origen de las cosas, los sabores tradicionales y su historia deben ponerse siempre en valor, me gusta usar la base de diferentes dulces tradicionales para crear nuevos conceptos....pero igualmente disfruto presentando la simpleza de muchas recetas que fueron la alegría dulce de nuestros padres y abuelos.

Canariasgourmet!.- Has reinterpretado los clásicos de la pastelería Canaria dignificándola con un packaging muy gourmet y exclusivo ¿cómo surge la idea? ¿habrá continuidad en esta línea?

Antonio Díaz.- Precisamente en darle el envoltorio que merecen, en convertir esos productos en “dulces de viaje” y en reclamo turístico para que nuestra repostería tradicional saliera fuera de nuestras fronteras y ocupara su lugar.

Canariasgourmet!.- ¿Habrà continuidad en esta línea?

Antonio Díaz.- Por supuesto, seguiré apostando por llevar lejos nuestro origen repostero y nuestro producto local.

Canariasgourmet!.- ¿Vuelve Antonio Díaz al mundo dulce? ...que esconde tu Alma (risas)

Antonio Díaz.- Me fui alguna vez?? jejeje. Vuelvo de lleno al sector de la pastelería con un nuevo proyecto, sin más pretensiones que disfrutar de mi trabajo mientras hago disfrutar a otros y me refiero, no solo a quien deguste mis elaboraciones, sino también al equipo humano que me acompañará en el proyecto.

Alma Pastelería estará basada en un concepto que tengo claro tras casi 20 años como pastelero “menos es más”. Lo explico... Menos surtido pero de muy alta calidad para garantizar la frescura sumando el buen trato al producto desde su elaboración hasta la venta. Menos permanencia de las creaciones en el lineal para sorprender siempre con muestras propuestas, menos horario de apertura para aportar más calidad de vida a mi equipo y dedicar más tiempo a mi familia... “menos es y será mucho más”.

Con pocas palabras...



¿Cuáles son tus ingredientes favoritos?

Huevos y frutas frescas
...con predilección por las frutas tropicales y los frutos rojos.
Vainilla, almendra... difícil elegir, jajaja.

¿Qué crees que debe contener un buen postre?

Armonía de sabores, sin que uno tape o disfrace a otro, jugar con texturas que lo hagan sorprender y no cansarse al degustarlo...
¡Y el punto dulce justo!





¿Cuál es tu utensilio imprescindible?

La paletina, la manga y la varilla. Lo siento... otro caso en que no puedo quedarme solo con uno.

¿3 cualidades que debe tener un restaurante?

Buen servicio, materia prima de calidad que se trate como merece y una buena selección de vinos. creo que esa es la base.... y a partir de ahí, sumar.



Los españoles gastarán unos

10.000 millones en la restauración esta Navidad

La recuperación de los encuentros de compañeros de trabajo y grupos de amigos en bares y restaurantes previos a las fiestas navideñas permitirá a estos negocios hacer una caja de 10.000 millones de euros durante esta campaña clave para su cuenta de resultados.

Efeagro

La restauración recuperará la campaña de [Navidad](#) este año. Las previsiones de la patronal Hostelería de España apuntan a que, según las primeras estimaciones se produzca un “fuerte impulso” de reservas respecto al año anterior.

De esta manera, se superarán “*con creces*” los niveles de venta de las navidades de 2020, totalmente marcadas por las restricciones derivadas de la pandemia.

Aún así, con respecto al último ejercicio comparable, el de 2019, [Hostelería de España](#) calcula que los ingresos durante la campaña de Navidad caerán un 15 % respecto a mismo periodo de hace dos años.

“La mejora de la evolución sanitaria y el consiguiente fin progresivo de las restricciones, después de la mala temporada de Navidad del año pasado, hacen que la gente esté muy animada a recuperar este tipo de celebraciones”, han señalado fuentes de esta patronal.

Bares y restaurantes, con el cartel de completo

Por ello, las comidas y cenas navideñas vuelven “con fuerza” hasta el punto de que bares y restaurantes ya empiezan a completar para los días señalados de diciembre y enero, e incluso se anticipan reservas para celebraciones de empresa en

el mes de noviembre.

Sobre estas comidas y cenas de compañeros y amigos, Hostelería de España ha precisado que se inician tradicionalmente en el Puente de la Constitución, si bien se aprecia una tendencia a **multiplicar y adelantar estos encuentros**. Por eso, se prevé que entre la última semana de noviembre y mediados de diciembre estén prácticamente todas las mesas reservadas.



[Hostelería de España](#) calcula que los ingresos durante la campaña de Navidad caerán un 15 % respecto a mismo periodo de hace dos años

Reservas más adelantadas

Confirman estos datos las reservas que se están realizando a través de plataformas digitales como [TheFork](#), donde se observa que crece la anticipación, pues ya esta semana hay un 33 % más de solicitudes de mesa en restaurantes que en diciembre de 2019. En el caso de las comidas de grupo, el incremento es del 11 %, pues con la desaparición de las restricciones, el número de comensales por mesa se ha incrementado un 50 % respecto a

2020 y se acerca a las cifras del último año comparable, esto es, 2019.

Este jueves, la Asociación de Hostelería de Madrid ha publicado las conclusiones de su informe de previsión de la campaña de Navidad de 2021, que supone, según su director, José Blardony, una cuarta parte de las ventas para un bar restaurante en un campaña “normal”.

Según la encuesta realizada por esta patronal regional, mientras el 57 % de los empresarios asegura que tiene menos reservas que en el año 2019, un 32 % asegura que tiene más o menos las mismas que en 2019, con los fines de semana del 10 y el 17 de diciembre como las fechas más demandadas.

Como dato significativo, el 60 % de los establecimientos ha tomado medidas para evitar los “plantones” de sus clientes, especialmente de los encuentros de grupos, como llamadas para reconfirmar o el cobro de una señal.



Los españoles gastarán unos 10.000 millones en la restauración esta Navidad

Los precios

A pesar de la subida de los productos de alimentación y del coste de la luz y del gas, el 60% de los empresarios de Madrid asegura que mantiene los precios de sus menús de Navidad.

Sobre este aspecto, la patronal Hostelería de España apunta que el aumento de precios y la falta de suministros sí son una preocupación para los empresarios de este sector, pues puede derivar en que se reduzca *“notablemente el presupuesto para este tipo de gastos”*.

Consideran que esto provocará que los clientes opten por menús con productos y precios más asequibles, con un gasto medio por persona menor, que se situará entre 20 y 30 euros de media.

Se trata de un tique medio previsto bastante más bajo que los que se pagaban los años anteriores a la crisis, que se situaban en la horquilla de entre los 30 y 50 euros.