

EXCELENCIAS

Gourmet

N°96 / 2025

BIMESTRAL



WE CREATE DREAMS

 **UZALACAIN**
LA FINCA

DISEÑAMOS TU EVENTO CON
LA MEJOR PROPUESTA GASTRONÓMICA DE MADRID

uzalacain.com

La gastronomía como elemento identitario en el turismo

La gastronomía ha trascendido su función básica de alimentar para convertirse en un fenómeno cultural y social que moldea la identidad de los pueblos y, al mismo tiempo, atrae a millones de turistas de todo el planeta. En un mundo cada vez más globalizado, donde los viajeros buscan experiencias auténticas y únicas, la cocina de un país se ha convertido en una de las claves fundamentales para entender su historia, su cultura y, sobre todo, su gente.

El turismo gastronómico, que se ha consolidado como una de las ramas más dinámicas del sector turístico, no es solo una tendencia reciente, sino una manifestación profunda del deseo de conectar con lo más esencial de un destino: sus raíces. La comida, a través de sus sabores, ingredientes y formas de preparación, es un reflejo directo de los valores, tradiciones y conocimientos que han sido transmitidos de generación en generación. Así, los platos típicos además de disfrutarse por su sabor, son también un medio para experimentar la esencia de un país.

Los destinos turísticos que logran integrar su gastronomía como un elemento identitario tienen un atractivo irresistible. No se trata solo de ofrecer un menú variado o exótico, sino de crear un relato en torno a los productos locales, las técnicas culinarias tradicionales y las historias de los agricultores, pescadores y cocineros que han hecho de la cocina una expresión cultural invaluable. Este enfoque genera una conexión emocional con los turistas, quienes se sienten parte de una experiencia única e irrepetible.

Ejemplos de países que han sabido aprovechar su gastronomía como herramienta de promoción turística son innumerables. Italia, con su pasta, sus pizzas y sus vinos, más allá de vender comida, invita al viajero a explorar un modo de vida. México, con su rica variedad de salsas, tacos y moles, ofrece una experiencia inmersiva

en la que la cocina es un reflejo directo de su mestizaje cultural. Japón, con su sushi y sus ceremonias del té, transporta al turista a una experiencia que combina la estética y el respeto por la tradición.

Sin embargo, la gastronomía también juega un papel crucial en la sostenibilidad del turismo. En lugar de depender únicamente de monumentos y paisajes, los destinos que explotan su oferta gastronómica suelen hacerlo de manera más responsable, promoviendo productos locales y apoyando la economía de las comunidades rurales y agrícolas. Esto genera un modelo turístico más equitativo y duradero, que beneficia tanto al visitante como al residente, al tiempo que respeta y conserva las tradiciones locales.

A su vez, la gastronomía en el turismo puede funcionar como un catalizador de la innovación y la creatividad, en un proceso de reinterpretación y experimentación que genera una especie de “nueva identidad” culinaria que mantiene vivo el interés de los turistas, creando un ciclo constante de redescubrimiento y apreciación.

En definitiva, la gastronomía no es un atractivo más en el repertorio turístico, es realmente un pilar fundamental de la identidad de un país. En un mundo donde la globalización parece homogeneizarlo todo, la cocina sigue siendo un refugio de diversidad, un lenguaje universal que conecta a los seres humanos más allá de las fronteras.



JOSÉ CARLOS DE SANTIAGO
 Presidente y CEO de Grupo Excelencias
 Vicepresidente de la AIBG
 Presidente de Honor de la Academia
 Dominicana de Gastronomía (ADG)

SUMARIO

- 04 **OPINIÓN**
ECONOMÍA DE APROVECHAMIENTO
Y RESCATE DE INGREDIENTES
AUTÓCTONOS DE IBEROAMÉRICA
- 06 **ENTREVISTA**
MÁRCIO SILVA:
EL ARTE DE LA COCTELERÍA
- 10 **DE BUENA TINTA**
LA TENDENCIA DE LOS ENCURTIDOS Y
FERMENTADOS EN LA GASTRONOMÍA
- 16 **TENDENCIAS**
COMER, RECORDAR Y REVIVIR.
LA NARRATIVA DEL *COMFORT FOOD*
- 18 **ENTREVISTA**
LA NUEVA COCINA DOMINICANA,
UN PROYECTO DE LA CHEF TITA
- 24 **IN VINO VERITAS**
PATRIMONIO EN RECUPERACIÓN:
UVAS AUTÓCTONAS Y MINORITARIAS
- 28 **BITÁCORA DEL GASTROTURISTA**
CLAVES DEL SERVICIO EN SALA AL
VIAJERO GASTRONÓMICO
- 32 **HISTORIA**
LOS CHURROS Y SUS ORÍGENES
- 38 **COMUNICACIÓN GASTRONÓMICA**
EL VALOR DEL TIEMPO
- 42 **AL DETALLE**
COCINANDO CON IA
- 46 **REPORTAJE**
EL CASABE: LA HISTORIA DETRÁS
DE UN PAN CONVERTIDO EN
PATRIMONIO DEL CARIBE
- 52 **REPORTAJE**
MARÍA FERNANDA RAMOS, UN FARO
DE LA GASTRONOMÍA HUILENSE

EDITOR Y PRESIDENTE: JOSÉ CARLOS DE SANTIAGO
COORDINACIÓN INTERNACIONAL: VERÓNICA DE SANTIAGO
EDITORA: LILIANA MOLINA
COORDINACIÓN: CRISTINA PÉREZ
ASISTENTE EDITORIAL: YAHUMILA HIDALGO
ASESORA EDITORIAL: CONSUELO ELIPE RAMOS
REDACTORA JEFE: ANA M. GÓMEZ
CORRESPONSAL PERMANENTE EN CUBA: JOSEFINA PICHARDO
DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO: ELISA GARCÍA ISIDRÓN
FOTOGRAFÍA: ARCHIVO EXCELENCIAS Y CORTESÍA AUTORES
PORTADA: MIGUEL CÁMARA

COLABORACIÓN EDITORIAL:
AIBG (Academia Iberoamericana de Gastronomía)

ADEMÁS HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO:
JOSÉ CARLOS DE SANTIAGO, DON RAFAEL ANSÓN OLIART, CRISTINA YBARRA,
MARIO SANDOVAL, RENZO TISSINETTI, CARLOS VALENTÍ, GABRIELA SÁNCHEZ, SANTI CARRILLO,
ANTONIO MONTECINOS, JULIO VALLES, MARÍA CARRASCO, ANTONELLA RUGGIERO,
VERÓNICA DE SANTIAGO, GABRIELA BIAGIO, LUIS MARTÍNEZ VELANDÍA.

UNA PUBLICACIÓN DE GRUPO EXCELENCIAS



SUSCRIPCIONES Y ATENCIÓN AL CLIENTE:
TEL.: + 34 (91) 556 00 40 / TEL.: + 53 (7) 204 81 90

DEPÓSITO LEGAL:
M-44601 - 2010 Edita: ELA, C/ Capitán Haya, 16, 28020 Madrid (España)



PUBLICIDAD Y CORRESPONDENCIA ESPAÑA MADRID 28020 Madrid C/ Capitán Haya, 16. Tlf.: + 34 91 556 00 40. madrid@excelencias.com
CUBA LA HABANA Calle 10 No. 113 e/ 1ra. y 3ra. Miramar Tlf.: + 53 7 204 8190 MÉXICO PUERTO VALLARTA Consuelo Elipe Tlf.: +52 322 225 0109 dir.mexico2@excelencias.com QUINTANA ROO Diana Campeán dir.mexico3@excelencias.com PANAMÁ REPÚBLICA DOMINICANA ECUADOR ARGENTINA COLOMBIA VENEZUELA EL SALVADOR BRASIL USA RUSIA PERÚ
DEPÓSITO LEGAL M - 17340 - 1997 Edita: ELA, C/ Capitán Haya, 16, 28020 Madrid (España). ISSN 1138-1841 FOTOMECÁNICA E IMPRESIÓN: LA NUEVA CREACIONES GRÁFICAS **TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. LOS CONTENIDOS DE ESTA PUBLICACIÓN NO PODRÁN SER REPRODUCIDOS, DISTRIBUIDOS, NI COMUNICADOS PÚBLICAMENTE EN FORMA ALGUNA SIN LA PREVIA AUTORIZACIÓN POR ESCRITO DE LA SOCIEDAD EDITORA EXCLUSIVAS LATINOAMERICANAS, ELA, S.A.**

Kiosco online!
www.revistasexcelencias.com



DESCARGA LA APP!



NUESTRAS REVISTAS



ECONOMÍA *de* APROVECHAMIENTO *y rescate de ingredientes autóctonos de Iberoamérica*

La economía de aprovechamiento, también conocida como economía circular, ha ido transformando no solo las industrias tradicionales, sino también el sector gastronómico en su conjunto. En Iberoamérica, esta tendencia está tomando protagonismo gracias a chefs visionarios que buscan minimizar el desperdicio y revalorizar ingredientes autóctonos.

Para mí, esta filosofía no solo tiene que ver con cuidar el medio ambiente, sino con un profundo respeto por las raíces culturales y los ecosistemas únicos, que hacen de nuestra gastronomía algo tan diverso y especial.

Desde mi punto de vista, uno de los aspectos más fascinantes de esta tendencia es cómo se rescatan ingredientes que, a menudo, han sido ignorados o subestimados por las industrias más comerciales. Hablamos de productos profundamente arraigados en las cocinas tradicionales de países como Perú, Chile o Brasil, que ahora encuentran un lugar destacado en la alta gastronomía. Este rescate no es solo culinario, implica investigar su historia, entender su rol en la identidad cultural y demostrar su valor en términos de sabor, nutrición y sostenibilidad.

LOS CHEFS, EMBAJADORES DE LA GASTRONOMÍA LOCAL

En ese sentido, los chefs se han convertido en embajadores de los productos locales. Establecen relaciones directas con agricultores, recolectores y comunidades rurales, impulsando

economías locales mientras protegen la biodiversidad. Para mí, este compromiso es una forma de honrar tanto a la naturaleza como a las personas que cuidan de ella.

Un caso que siempre me viene a la mente es el de Virgilio Martínez, en su restaurante Central, en Lima (Perú). Virgilio no solo ha llevado los sabores peruanos al mundo entero, sino que ha creado una cocina que destaca las singularidades de los diferentes territorios del país.

Su enfoque es tan único que trabaja con ingredientes de altitudes específicas: desde productos de la Amazonía, hasta hierbas

andinas que crecen a más de 4000 metros sobre el nivel del mar. Es increíble cómo su equipo, junto a la reconocida chef Pía León, colabora con comunidades locales para documentar el uso y las propiedades de estos ingredientes. Así, no solo construyen un menú excepcional, sino que generan un impacto positivo en las comunidades que preservan esta riqueza natural.

En Chile, otro ejemplo es el del chef Rodolfo Guzmán, al frente de Boragó. Rodolfo trabaja con recolectores de regiones rurales, para obtener productos que rara vez llegan al mercado. Hongos nativos, algas y frutos



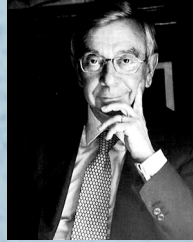
silvestres encuentran un lugar destacado en su cocina. Además, Boragó ha integrado prácticas sostenibles como la fermentación y la conservación para extender la vida útil de estos productos, reduciendo el desperdicio. Esto me parece fundamental en un contexto donde la gastronomía debe ser no solo sabrosa, sino también responsable.

También me gustaría destacar al restaurante Maní, en São Paulo, Brasil. Los chefs Helena Rizzo y Willem Vandeven combinan técnicas modernas con ingredientes brasileños autóctonos, desde mandioca hasta frutos amazónicos. Su menú refleja un profundo respeto por las tradiciones culinarias de Brasil, mientras buscan soluciones creativas para reducir el impacto ambiental de su cocina.

UN IMPACTO SOSTENIBLE

Algo que siempre me ha parecido fundamental es cómo esta filosofía gastronómica trasciende los platos. La economía de aprovechamiento tiene beneficios tangibles: fortalece las economías locales, educa a los comensales sobre la riqueza cultural y natural de Iberoamérica, y contribuye a la

POR: DON RAFAEL ANSÓN
OLIART, PRESIDENTE DE LA
ACADEMIA IBEROAMERICANA
DE GASTRONOMÍA
FOTO: ARCHIVO EXCELENCIAS



LA GASTRONOMÍA PUEDE SER UN MOTOR DE CAMBIO. NO SE TRATA SOLO DE LO QUE COMEMOS, SINO DE CÓMO LO HACEMOS, DE DÓNDE VIENEN LOS INGREDIENTES Y CÓMO NUESTRAS DECISIONES EN LA COCINA PUEDEN IMPACTAR POSITIVAMENTE AL MUNDO

conservación de especies autóctonas. En un mundo donde el cambio climático y la pérdida de biodiversidad son una amenaza constante, estas prácticas se convierten en un modelo de desarrollo sostenible.

Los chefs que lideran esta transformación no solo están redefiniendo la alta cocina, sino que están generando un cambio cultural. Al colocar ingredientes olvidados en el centro de sus creaciones, están diciendo al mundo que la sostenibilidad no está reñida con la innovación y que el respeto por la naturaleza puede ser el ingrediente principal de cualquier plato.

Creo firmemente que la economía de aprovechamiento es más que una tendencia, es el futuro de la gastronomía. Restaurantes como Central y Boragó, son ejemplos de cómo la creatividad culinaria puede combinarse con un profundo compromiso con el medio ambiente. Al integrar prácticas sostenibles y rescatar ingredientes autóctonos, estos chefs no solo están construyendo un modelo de cocina más responsable, sino también inspirando a toda una generación a valorar lo local y pensar globalmente.

Esta filosofía nos enseña que la gastronomía puede ser un motor de cambio. No se trata solo de lo que comemos, sino de cómo lo hacemos, de dónde vienen los ingredientes y cómo nuestras decisiones en la cocina pueden impactar positivamente al mundo. Si seguimos este camino, creo que no solo preservaremos nuestras tradiciones culinarias, sino que también construiremos un futuro más equilibrado y sostenible para Iberoamérica y más allá.

Productos profundamente arraigados en las cocinas tradicionales de países como Perú, Chile o Brasil, ahora encuentran un lugar destacado en la alta gastronomía.



Márcio Silva

EL ARTE DE LA
COCTELERÍA

*“Los españoles y los brasileños
tenemos muchas cosas en
común, compartimos una gran
pasión por lo que hacemos”.*

POR: REDACCIÓN EXCELENCIAS GOURMET
FOTOS: CORTESÍA DEL ENTREVISTADO

“Mis mayores aprendizajes en la industria han sido, y siguen siendo, el respeto y la empatía hacia todas las personas y culturas de diferentes lugares”.

Seguro que como destilado base, utilizaría la cachaça, incluso combinaciones de cachaças añejadas en distintas maderas nativas brasileñas.

Me encanta la diversidad que tenemos en Brasil. Últimamente he trabajado mucho con frutas como el cambuci, la uvaia y la grumixama, que es una cereza nativa.

DESDE TU PERSPECTIVA, ¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS ESENCIALES QUE DEBERÍA TENER UN CÓCTEL PARA SER CONSIDERADO “UNIVERSAL”?

Creo que para mantener una receta “universal”, los ingredientes deben estar disponibles en todo el mundo.

HAS VIAJADO POR TODO EL PLANETA, ¿DE QUÉ MANERA CREEES QUE LA COCTELERÍA PUEDE SERVIR COMO UN PUENTE PARA UNIR DIFERENTES CULTURAS Y TRADICIONES? ¿QUÉ IDEAS HAS TOMADO DE OTROS PAÍSES Y CULTURAS?

Para mí, fue fundamental mantenerme abierto a todas las culturas con las que tuve contacto mientras viajaba. Más que nada, aprendí muchísimo de esas experiencias, lo que me ayudó a comprender mejor mi propio país y mi ciudad natal, São Paulo.

En São Paulo, además de todas las influencias de las provincias brasileñas, también tenemos 196 nacionalidades que influyen en nuestra cultura actualmente.

Gracias a todo esto, mis mayores aprendizajes en la industria han sido, y siguen siendo, el respeto y la empatía hacia todas las personas y culturas de diferentes lugares.

¿CUÁLES SON TUS PRÓXIMOS PROYECTOS EN EL MUNDO DE LA COCTELERÍA Y QUÉ TE INSPIRA A SEGUIR ADELANTE?

Hoy en día tengo Exímia, mi nuevo bar, que inauguré el pasado año en São Paulo. A través de este proyecto, busco dejar un legado para mi equipo y para muchos profesionales que nos siguen y nos ven como un ejemplo a seguir.

El reconocido bartender y empresario Márcio Silva figura desde hace seis años consecutivos en la lista de las 100 personas más influyentes de la industria global de bares, elaborada por la revista londinense Drinks International – Bar World 100. Aprendió su oficio en Europa, donde tuvo la oportunidad de trabajar con nombres importantes del mundo de la coctelería. De regreso a Brasil, en 2009, fue el consultor de bar responsable de la apertura de SubAstor y el único brasileño que lideró un bar de Brasil en la lista The World’s 50 Best Bars en 2019 (Guilhotina, puesto 15).

Márcio Silva inauguró en mayo de 2024 Exímia Bar con sus nuevos socios, la reconocida chef Manu Buffara y los hermanos Nic Fullen y Gabriel Fullen. El bar nació con la identidad de valorar aún más la cultura de bares brasileños, sin presentar directamente una brasilidad cliché. La palabra Exímia tiene origen latino y significa la búsqueda constante por la perfección, reflejada en las creaciones exclusivas del bar y de la cocina, destacando toda la pluralidad brasileña.

SI TUVIERAS LA OPORTUNIDAD DE REPRESENTAR A BRASIL EN UN MUNDIAL DE COCTELERÍA, ¿QUÉ INGREDIENTES ELEGIRÍAS Y QUÉ CÓCTEL PREPARARÍAS PARA DESTACAR LA ESENCIA DE TU PAÍS?

exímia

“A través de este proyecto, busco dejar un legado para mi equipo y para muchos profesionales que nos ven como un ejemplo a seguir”.

Mi idea es internacionalizar la marca en un futuro cercano. Además, estoy destilando mis propias bebidas, así que probablemente les contaré más sobre estos proyectos dentro de poco.

¿CUÁL ES TU OPINIÓN SOBRE LA COCTELERÍA SOSTENIBLE Y QUÉ PASOS CREES QUE SE PUEDEN TOMAR PARA IMPLEMENTARLA DE MANERA EFECTIVA EN LA INDUSTRIA?

En los tiempos que vivimos, todos debemos tomar medidas sostenibles para mejorar nuestra calidad de vida. Estoy convencido de que, al dar este paso a nivel personal, podemos también construir una vida profesional más sostenible. No podemos aspirar a ser mejores profesionales si primero no nos esforzamos por ser mejores seres humanos.

Sin embargo, es importante resaltar que muchas soluciones que funcionan en una cultura o sociedad no necesariamente funcionan en otros lugares. Cada región tiene sus propias leyes y sistemas políticos, los cuales influyen significativamente en la calidad de vida y en los modelos de negocio.

¿QUÉ SIGNIFICA EXÍMIA PARA TI Y CÓMO HA IMPACTADO EN LA ESCENA DE LA COCTELERÍA EN SÃO PAULO?

Abí Exímia como parte de mi proceso de curarme y sanarme. En los últimos años enfrenté momentos personales muy desafiantes, me sentía profundamente herido, y una de las principales cosas que me ayudaron a seguir adelante fue mi trabajo y el amor que siento por lo que hago.

Mucha gente pensó que no volvería, incluso yo mismo consideré rendirme. Sin embargo, dedicarme a lo que amo, tener la oportunidad de dejar un legado positivo para la cultura de bares de mi país e inspirar a nuevas generaciones fueron razones más que suficientes para seguir adelante y buscar superarme.

En solo seis meses, Exímia ya se ha convertido en una referencia brasileña.

AL OBSERVAR AL PÚBLICO ESPAÑOL QUE ACOGE EXÍMIA CONCEPT EN MADRID, ¿QUÉ TENDENCIAS O CARACTERÍSTICAS HAS NOTADO QUE TE LLAMEN LA ATENCIÓN?

Los españoles y los brasileños tenemos muchas cosas en común, compartimos una gran pasión por lo que hacemos. Haber tenido la oportunidad de presentar Exímia en España fue un honor increíble. La forma en que todos nos recibieron fue maravillosa, y eso me confirmó que tomé la decisión correcta al abrir este nuevo bar.

Además, amo España. Siempre que he estado allí me he sentido, y sigo sintiéndome, muy feliz. Por eso, estoy y estaré eternamente agradecido.



RIVES

Tridistilled
#LAESPECIAL



DISTILLED & BOTTLED
IN SPAIN

La tendencia de los ENCURTIDOS y FERMENTADOS en la gastronomía

Los encurtidos y fermentados han emergido como protagonistas en la gastronomía contemporánea, no solo por su singularidad en el sabor, sino también por los beneficios que aportan a la salud y su rol en la sostenibilidad.

En cuanto a los beneficios para la salud, hay que destacar que productos como el kimchi, la kombucha y el chucrut son valorados por sus propiedades probióticas, que fomentan una digestión saludable. En el caso de los encurtidos, cabe señalar que favorecen la flora intestinal, son desintoxicantes para el organismo, activan el metabolismo, tonifican el hígado y favorecen las digestiones. Este interés por alimentos que benefician la salud está impulsando a más consumidores hacia este tipo de productos.

También están enfocados a la sostenibilidad, ya que las técnicas de fermentación y encurtido son formas efectivas de conservar alimentos y reducir

el desperdicio. La globalización ha facilitado una mayor exposición a diversas tradiciones culinarias. Los encurtidos y fermentados, que son esenciales en muchas culturas, ofrecen nuevas y emocionantes opciones de sabor, alentando a experimentar con ellos para crear platos atractivos y únicos.

El interés por lo artesanal ha llevado a un resurgimiento de la cocina hecha a mano. Muchos chefs están creando sus propios encurtidos y fermentados, lo que no solo les permite personalizar los sabores, sino también contar una historia detrás de cada plato.

El crecimiento de plataformas en línea y talleres de cocina ha llevado a muchas personas a aprender sobre fermentación y encurtido en casa, promoviendo así la autosuficiencia y una mayor apreciación de las técnicas tradicionales.

Los encurtidos y fermentados son un símbolo de la diversidad cultural y las tradiciones culinarias globales. Han evolucionado de ser simples

acompañamientos para convertirse en elementos clave de la cocina moderna, mejorando sabores y texturas, y fomentando un enfoque consciente y sostenible hacia la alimentación.

Al adoptar y adaptar estas técnicas, los cocineros celebran la diversidad y las historias que cada alimento representa. Para hablar de esta tendencia, contamos con la opinión de Mario Sandoval, chef y propietario del restaurante Coque en Madrid; Renzo Tissinetti, chef y propietario del restaurante Malva Loca en Santiago de Chile; y Carlos Valentí, uno de los propietarios del templo de los encurtidos en Madrid, Hermanos Vinagre.

MARIO SANDOVAL

El enfoque de Mario es inspirador y destaca la riqueza de la cocina tradicional y saludable, centrándose en la importancia de los encurtidos y fermentados. Estos alimentos son beneficiosos para la salud, mejoran la digestión y aportan energía y sabores intensos. El kimchi es un ejemplo de cómo combinar sabores para crear condimentos nutritivos, mientras que el chucrut, elaborado con hortalizas locales de su huerta en el Jaral de la Mira, respeta las tradiciones y apoya la agricultura sostenible. Su método para preparar encurtidos, utilizando soluciones salinas y especias, preserva los sabores de las verduras y ofrece alternativas saludables. Su dedicación a

**EN UN CONTEXTO GLOBAL DONDE LA
PREOCUPACIÓN POR LA SOSTENIBILIDAD ES
CADA VEZ MÁS APREMIANTE, ESTAS PRÁCTICAS
PERMITEN MAXIMIZAR EL USO DE INGREDIENTES
FRESCOS Y REDUCIR EL IMPACTO AMBIENTAL**

POR: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA FOTO: ARCHIVO EXCELENCIAS



estas técnicas culinarias es admirable y puede inspirar a otros a explorar el mundo de los encurtidos y fermentados.

RENZO TISSINETTI

Renzo Tissinetti destaca que la tendencia de los fermentados y encurtidos ha ido ganando popularidad en los últimos años, a pesar de que inicialmente la gente asociaba estos productos con algo en mal estado. La industria gastronómica ha trabajado para cambiar esta percepción, ofreciendo platos atractivos y resaltando los beneficios saludables de estos alimentos. Renzo menciona la importancia de la sostenibilidad en la cocina, al poder aprovechar el 100% de la materia prima. Ha explorado diferentes fermentaciones,

como la de tomate, y busca introducir estas técnicas en la coctelería de su restaurante Malva Loca en Santiago de Chile.

CARLOS VALENTÍ

Los Hermanos Vinagre, Carlos y Enrique Valentí, defienden los encurtidos como el mejor aperitivo por su calidad nutricional, bajo contenido calórico y riqueza en probióticos. Son bajos en calorías, saludables y, algunos de ellos, ricos en probióticos.

En palabras de Carlos, “el complemento perfecto a la dieta mediterránea”.

Carlos resalta su sabor ácido, que estimula el apetito y prepara para disfrutar de la comida. Han revitalizado aperitivos clásicos, como su “torpedo”, que combina acidez, ahumado y picante, recomendado con patatas chips y cerveza o vermut. Su enfoque ha permitido mantener viva la tradición de los encurtidos y compartirla con nuevas generaciones.



Torpedo



POR: CARLOS VALENTÍ,
HERMANOS VINAGRE
FOTO: CORTESÍA DEL CHEF

Ingredientes para 4 pax

- 4 pepinillos gordos (30 g)
- 4 lomos de arenque ahumado
- 2 guindillas asadas
- 4 cebollitas en vinagre
- 4 aceitunas
- 4 piparras
- Aceite arbequina

Elaboración

Hacer un corte en el medio del pepinillo, sin llegar a separarlo.

Colocar en su interior el lomo del arenque ahumado, y media guindilla, que previamente se asa al carbón.

En un palo de brocheta, insertar la piparra, la cebollita y la aceituna, y colocarla en el centro del pepinillo, para aguantar el relleno.

Terminar con aceite arbequina y acompañar de nuestra patata chungá de bolsa.

MARINADA DEL PEPINO ENCURTIDO:

La receta es a base de 750 ml de vinagre (pero me gusta jugar con los distintos tipos de vinagres), 1500 ml de agua, 300 g de azúcar y 300 g de sal.



POR: MARIO SANDOVAL
FOTO: CORTESÍA DEL CHEF

ROYAL DE OSTRAS

Ingredientes

- 20 ostras
- 300 g de nata
- 30 g agua de ostras
- Colorante verde oliva
- 30 g de kuzu
- 25 g de chalota
- 25 g mantequilla

Elaboración

Picar una chalota bien fina y sofreír con la mantequilla. Cuando empiece a dorarse, añadir las ostras y cocinar durante un minuto. Agregar un chorro de nata para desprender el sabor de la olla y luego, triturar.

Una vez bien triturado, agregar el resto de la nata. Calentar hasta que dé el primer hervor.

Seguidamente, agregar el kuzu al agua de las ostras y disolverlo para ir agregándole poco a poco hasta conseguir una crema homogénea. Por último, agregar el colorante al gusto.

SHOT DE OSTRAS

Ingredientes

- 20 unidades de ostras
- 100 g de nata
- 25 g de queso parmesano en polvo
- 2 hojas de gelatina

Elaboración

Hidratar las gelatinas en agua fría, colocar todo en la thermomix durante 7 minutos, triturar y por último añadir la gelatina, colarlo bien, rellenar un biberón y dejar caer gota a gota en nitro.

SOPA DE MAÍZ

Ingredientes

- 1 kg de maíz asado
- 200 g de cacahuets tostados
- 70 g de jalapeño sin semillas
- 25 g de ají amarillo
- 50 cl de agua
- 20 g de sal
- 150 cl de aceite
- 50 cl de vinagre
- 35 g de especias thai

Elaboración

Triturar todos los ingredientes hasta conseguir una crema homogénea, envasar al vacío quitándole todo el agua posible y dejar macerar durante 24 horas.

Pepino encurtido, royal de ostras, sopa de maíz a la brasa, shot de ostras, polvo de pepino deshidratado y baby leaf

LÍQUIDO ENCURTIDO

Ingredientes

- 1,5 l de agua
 - 200 g de azúcar
 - 100 g de sal
- Hervir y dejar reposar



Cremoso de cedrón ahumado en cerezo, crema de avellanas chilenas fermentadas y agua de pera cedrón

CREMOSO DE CHOCOLATE AL 70% CACAO, AHUMADO CON ASTILLAS DE CEREZO, CREMA DE AVELLANAS CHILENAS POSTERIORMENTE FERMENTADA Y COCINADA. AGUA CLARIFICADA DE PERA INFUSIONADA EN CEDRÓN.



POR: RENZO TISSINETTI
FOTO: CORTESÍA DEL CHEF

ALMÍBAR DE CEDRÓN

Ingredientes

- 120 g de agua
- 120 g azúcar
- 10 g de cedrón fresco

Elaboración

En una olla, juntar el agua, el azúcar y

el cedrón. Llevar a cocinar hasta obtener el almíbar de cedrón y retirar del fuego. Enfriar y llevar a la juguera, triturar las hojas en el almíbar para finalmente filtrar y reservar.

CREMOSO DE CHOCOLATE 70 % CEDRÓN AHUMADO EN CEREZO

Ingredientes

- 250 g de leche
- 250 g de crema
- 100 g de yemas
- 100 g de almíbar de cedrón
- 288 g de chocolate bitter 70% cacao
- 5 g de astillas de cerezo

Elaboración

Juntar el almíbar de cedrón con las yemas de huevo, la leche y el azúcar. Mezclarlas y llevarlas a cocinar en la thermomix a 82 °C a velocidad baja para hacer la crema inglesa.

Con la ayuda del ahumador ahumar la crema inglesa mientras esta se va cocinando.

Agregar el chocolate ya fundido a 45 °C a la thermomix y continuaremos cocinando durante 5 minutos más.

Finalizada la cocción y el ahumado del cremoso, verter en recipiente y dejar enfriar en la nevera durante 12 horas.

CREMA DE AVELLANAS CHILENAS FERMENTADAS

Ingredientes

- 250 g de avellanas chilenas

- 500 g de leche
- 500 g de crema
- 160 g de azúcar morena
- 3 g de sal
- 13 g de levadura seca

Elaboración

Juntar las avellanas chilenas con el azúcar moreno y llevar a la procesadora sin que esta se haga una pasta. Después juntar con la leche, la crema y la sal, llevar a una olla y cocinar a fuego medio hasta reducir un 80 % el líquido.

Una vez que haya reducido, enfriar hasta los 40 °C, agregar la levadura y mezclar para que se disuelva. Dejar fermentar durante 4 horas a una temperatura de 40 °C aproximadamente.

Cuando haya fermentado la crema de avellanas, llevar nuevamente a la olla, cocinar a fuego alto y revolver durante 2 minutos aproximadamente para matar la levadura, luego reservar en frío.

NUECES CARAMELIZADAS

Ingredientes

- 120 g de nueces peladas
- 120 g de azúcar
- 15 g de mantequilla

Elaboración

En una olla, preparar un caramelo seco agregando el azúcar en tres partes hasta obtener un caramelo de color dorado. Retirar del fuego y agregar la mantequilla cortada en trozos, las nueces previamente picadas y mezclarlas con el azúcar sin revolver muy rápido.

Pasar las nueces caramelizadas a la lámina de silicona y dejar enfriar. Cuando las nueces ya estén frías, picar con un cuchillo trozos pequeños y reservar.

AGUA DE PERA Y CEDRÓN

Ingredientes

- 2000 g de pera
- 40 g de cedrón
- 160 g de glucosa

Elaboración

Lavar las peras, quitar el tallo y picar de un tamaño que entren en la máquina de sacar jugo. Una vez obtenido el jugo, dentro de una bolsa de vacío agregar el agua de pera, el cedrón y la glucosa, y sellar al 100 %. Llevar a cocinar en termo circulador durante dos horas a 85 °C.

Dejar enfriar, estirar y congelar en abatidor. Cuando el agua esté congelada, en un colador de harina dejar decantar el líquido y reservar.





LA CARNE ASADA DE SABINAS

 **SORPRÉNDETE con** 
COAHUILA

Sabinas es un bello municipio ubicado en el estado de **Coahuila**, al norte de México, en la región carbonífera, llamada así porque su principal actividad económica era en las minas de carbón. Sin embargo, desde hace algunos años se ha destacado por la calidad de la carne del ganado que allí se produce.

Es por ello que un grupo de empresarios coahuilenses, basados en su experiencia en la gastronomía y en los concursos de parrilla nacionales e internacionales, presentaron al gobierno del estado un proyecto denominado "La carnita asada de Sabinas", a fin de potencializar la riqueza gastronómica y beneficiar a los habitantes de la región brindándoles la oportunidad de detonar el turismo y obtener los beneficios que esto conlleva.

El gobierno no ha dudado en apostar a este proyecto, que se suma a los grandes eventos que Coahuila ofrece como estrategia para continuar posicionándose como un importante destino turístico.

El festival ha ido creciendo año con año en variedad, calidad, innovación y asistencia, lo que ha llamado la atención de turistas locales, del país y extranjeros.

"La carnita asada de Sabinas" se lleva a cabo al inicio de la primavera y consiste en dos días de fiesta donde tiene lugar el concurso de carne asada con más de 60 equipos participantes y más de 30 prestigiosos jueces, comida típica de la región, un gran ambiente familiar, música en vivo, juegos, venta de productos artesanales, Vinos de Coahuila y la exhibición de los stands que son decorados por los equipos, detalle que hace único el ambiente del festival.

ENTRE LOS OBJETIVOS PRINCIPALES DE ESTE EVENTO DESTACAN:

- Reactivar la economía a través del turismo gastronómico, generando una importante derrama y afluencia en la localidad.



- Promocionar la calidad de la ganadería y la carne que se produce en el estado.
- Generar sentido de identidad a través de la gastronomía.
- Preservar las tradiciones.
- Apoyar a las diferentes asociaciones sociales sin fines de lucro.

- Poner en valor los Vinos de Coahuila promocionándolos en el festival y a través del concurso.

LAS CATEGORÍAS DEL CERTAMEN SON:

PRIMERA CATEGORÍA: Corte tapado o sorpresa

SEGUNDA CATEGORÍA: Corte de *rib eye* término medio

TERCERA CATEGORÍA: platillo de carne de res asada libre con dos guarniciones



Cabe destacar que los métodos de preparación y asado de la carne en esta región son únicos, pues se utilizan técnicas tradicionales que se han perfeccionado a lo largo de los años, incluyendo el uso de maderas locales que aportan un sabor distintivo. En el caso de la carne asada de Sabinas, destacan ingredientes tales como: los cortes de carne más finos de Coahuila, nopales, ajo, cebolla, tomate, variedad de chiles, tuétano de res, madera de nogal, carbón de mezquite, limón y romero.

El dinero recaudado por el festival, es destinado en su totalidad a beneficiar asociaciones civiles de la región, dándole un sentido altruista.

No te puedes perder este evento; asiste con tu familia y amigos a disfrutar las riquezas gastronómicas del norte del país. ¡Sorpréndete con Coahuila!

Comer, recordar y revivir LA NARRATIVA DEL Comfort Food



POR: GABRIELA SÁNCHEZ
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

DE LA MANO CON LA REIVINDICACIÓN DE LA COCINA TRADICIONAL Y FAMILIAR QUE DISTINGUE A ESTA TENDENCIA, SE HA GENERADO TAMBIÉN UN LLAMADO A LA *COMFORT FOOD* DESDE UNA POSICIÓN COMPROMETIDA CON LA SALUD, PARA QUE LA APUESTA SEA POR LAS RECETAS TRADICIONALES USANDO VERSIONES MÁS LIGERAS Y EQUILIBRADAS

Que una buena parte de las emociones llegan a través de la cocina no es una novedad, sino una certeza rotunda de toda la vida. Sin embargo, ponerle nombre y concepto a la idea es un fenómeno bastante reciente. Bajo el término anglosajón de *comfort food*, la industria culinaria bautizó esa sensación de reconfortar el alma a cucharadas en la década del 60 del pasado siglo.

Pero, tal como no hay mejor remedio para un corazón roto que una sopita o comida que nos transporta a momentos felices, la crisis de 2008 fue el detonante para desempolvar el concepto, cual refugio gastronómico a

los sinsabores de la economía mundial, y la pandemia de la COVID-19 lo ratificó aún más. Y es que, licencia mediante a la popular frase, uno vuelve siempre a los viejos “sabores” donde amó la vida.

Así, la *comfort food* se refiere a esos platos que no solo satisfacen el hambre, sino la mente y el alma. Desde una sopa de pollo casera hasta un bizcocho recién horneado, las sensaciones que genera a cada persona están permeadas por sus vivencias y cultura. He ahí el secreto del fenómeno.

¿QUÉ DEFINE AL COMFORT FOOD?

El *comfort food* se basa en la simplicidad y la tradición en busca de conectar con

memorias, personas y brindar seguridad. Son platos caseros, recetas de la abuela que pasan de generación en generación. Los más comunes son los caldos, estofados de legumbres, o postres como el arroz con leche o natillas. No le interesa rebuscarse en exquisiteces técnicas, su poder es resonar en el recuerdo.

Pero, como mismo un bocado puede llevar a momentos felices, ¿qué pasa si esa misma comida deriva en recuerdos no gratos? Lo que podría ser una *comfort food* se torna entonces en una experiencia traumática. Y es que no siempre cada alimento trae consigo una vivencia positiva. La relación que creamos con cada plato



guarda un vínculo directo con el contexto circundante, más allá del sabor en sí, como si cada textura y aroma tuvieran la capacidad de tener memoria propia.

Una cara no tan feliz del concepto es que, en ocasiones, la proporción de placer emocional que genera no está en la misma medida que su repercusión en la salud. Algunos alimentos están altamente procesados o cargados de grasas y azúcares, y de hecho, en gran medida son la verdadera razón de esas sensaciones “inexplicables”, al ser estos compuestos aliados de la dopamina.

Entonces, toca una dosis de racionalidad en medio de todo el

romanticismo: la búsqueda del equilibrio entre el placer efímero y el bienestar, la conciencia de saber hasta qué punto la comida genera igual satisfacción al organismo como a la psiquis.

UN PUENTE ENTRE SALUD Y PLACER

Ante ello, se ha generado un llamado a la *comfort food* desde una posición comprometida con la salud que destierre la catalogación que ya abunda por algunos de ser la antítesis de la cocina *health*, una suerte de moda o terapia para los antojos.

De manera que la apuesta sea por las recetas tradicionales usando versiones

más ligeras y equilibradas. Así, se defienden los caldos con menos grasas, y los pasteles endulzados con miel en lugar de azúcar refinado.

No obstante, una *comfort food* también puede ser una crema de verduras o un plato hecho a partir de ingredientes orgánicos, sin gluten, etc. y ello demuestra que no se trata de una simple elección por lo “prohibido”, sino, si se quiere llamar así, una reivindicación de la cocina tradicional y familiar, esa que nunca pasa de moda. A fin de cuentas, va a tener *Ratatouille* la clave de la gastronomía: a veces un plato humilde pero con recuerdos puede ser la estrella de todo el menú.

LA NUEVA COCINA DOMINICANA, UN PROYECTO DE LA *Chef Tita*



“Es el trabajo que me mueve y que mueve al mundo: lograr siempre impactar vidas a través de lo que hacemos”.

POR: REDACCIÓN EXCELENCIAS FOTOS: CORTESÍA DE LA ENTREVISTADA

Inés Páez, “la chef Tita”, es, indiscutiblemente, la referencia gastronómica más importante de la República Dominicana. Nominada a *The Best Chef Awards*, incluyendo por primera vez a la República Dominicana en la historia del premio; creadora de la fundación IMA, que utiliza la cocina como herramienta de impacto social; fundadora de la diplomacia gastronómica para el Ministerio de Relaciones Exteriores, que promueve la gastronomía dominicana como marca país a través de las 49 embajadas repartidas por el mundo; promotora de la primera legislación gastronómica de la República Dominicana, e iniciadora del Día Nacional de la Gastronomía Dominicana, la chef Tita es todo un hito del desarrollo culinario dominicano, posicionando su gastronomía en el panorama internacional y añadiendo valor al producto, al trabajo y a la tradición tan especial que tiene para ofrecer esta tierra caribeña.

La reconocida cocinera se mueve detrás de un objetivo: dar visibilidad y valor a la gastronomía dominicana a través de todos sus actores. La transformación gastronómica es lo que define la filosofía de Tita, apoyando a la producción local y el consumo de los productos a través de su fundación.

La chef Tita funda la Nueva Cocina Dominicana como un movimiento sociocultural sin igual. Con sus acciones, la chef trata, junto a su equipo, de preservar las tradiciones y a la misma vez ser agentes de cambio: “Es el trabajo que me mueve y que mueve al mundo: lograr siempre impactar vidas a través de lo que hacemos”.

OBJETIVO FIJADO: QUE TODO EL MUNDO CONOZCA LAS MARAVILLAS DE LA GASTRONOMÍA DOMINICANA

Con una marcada trayectoria, la chef Tita ha acompañado a la gastronomía dominicana durante más de 20 años, lanzándola al mercado internacional y trabajándola siempre con un elemento diferenciador. En su cocina de conocimiento, como ella la designa, logra todo un desarrollo con la confianza puesta en la investigación científica, que se basa en un estudio multidisciplinar que va mucho más allá de los sabores.

De hecho, este reconocimiento internacional es fruto de su papel como embajadora de la gastronomía de la República Dominicana, que no solo brilla por sí sola, sino que también recurre a referentes como Páez para abrirse a mercados internacionales y grandes plataformas

mundialmente conocidas, lugares donde “nunca habíamos entrado y hoy se nos toma en cuenta”.

Contaba la cocinera que esta proyección también ha supuesto el impulso del producto local, así como su historia y la influencia que mantiene en la cultura y las comunidades dominicanas, más allá de sus usos gastronómicos. Es importante, recalca Tita, que, en este momento, se está empezando a hablar de la cocina de la República Dominicana entre los cocineros del mundo; por tanto, este impacto también recoge el ámbito profesional, un público esencial para la mundialización del concepto.

Entre sus funciones como embajadora, la chef busca posicionar a la gastronomía dominicana a través de acciones concretas. Las ferias gastronómicas son la mejor oportunidad para adquirir la visibilidad que persiguen, apuntaba, más aún si en ellas se encuentra presente el talento local, cocineros dominicanos que demuestren la identidad gastronómica, la historia y pongan cara a todas las comunidades que conforman la República.





De esta forma, Tita asume que podrían conseguir influenciar la apertura de restaurantes dominicanos alrededor del mundo y, consiguientemente, promover un creciente interés en los productos nacionales para así cubrir una muy deseada oferta y demanda basada en los recursos naturales dominicanos, mucho más allá de los que ya recoge el turismo.

EL IMPACTO SOCIAL DE LA NUEVA COCINA DOMINICANA VA MUCHO MÁS ALLÁ DE LOS SABORES

A Inés Páez le gustaría que una elaboración de lo más dominicana alcanzara el éxito internacional, bien por el impacto económico que supondría a los productores de los ingredientes, bien por el enorme valor cultural que define la cocina dominicana a la perfección o bien, simplemente, por su exquisito sabor. La chef Tita expresaba de forma orgullosa que el sancocho de siete carnes de la República Dominicana “es muy distintivo, porque está hecho a base de varias raíces y de tantas carnes distintas. Es muy succulento”.

La cocinera al frente de Aguajá Restaurant by Chef Tita acentuaba otros platos como el chivo con chenchen y remarcaba la importancia de aprender sobre los productos ancestrales, como la guáyiga o el casabe, hoy Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Elegía estos elementos autóctonos de la tierra dominicana por un motivo. Desde la fundación IMA, están envueltos en un “trabajo de rescate y valorización de productos locales como patrimonio gastronómico”.

La intención es clara: “Queremos que la gente sienta curiosidad por esos productos, muchas veces desconocidos, pero que también forman parte de nuestra identidad y son distintivos. Pienso que tenemos un potencial increíble y maravilloso. Simplemente hace falta que sigamos uniéndonos y trabajando todos hacia la

misma dirección”, instaba la cocinera al trabajo conjunto entre instituciones gastronómicas públicas, privadas y gubernamentales para hacer avanzar un producto cultural tan importante como es la gastronomía. Asimismo, aprovechaba la ocasión para explicar que sería interesante realizar campañas enfocadas en la gastronomía local para que “se sigan abriendo caminos y se siga reconociendo”.

Poco a poco la gastronomía dominicana se desarrolla en todos los rincones. En el año 2025, se incluirá al país en la Guía Macarfi, un referente en cuanto a guías gastronómicas internacionales, lo que confiere exponencial relevancia a la gastronomía local y la proyecta a mercados internacionales. “Todas las plataformas internacionales nos dan cabida ahora, como en el caso mío, que acabo de entrar a *The Best Chef Award*, siendo la primera dominicana que entra a esta prestigiosa lista de los mejores chefs del mundo”; así como hacía especial mención a su restaurante Aguajá y al equipo en el que se apoya cada día, una parte esencial para hacer realidad toda la magia culinaria a la que la chef Tita nos permite acceder.





~20~
 Encuentro de
**Cocineras
 Tradicionales
 de Michoacán** ^{MIR}

• Patrimonio de Orgullo Nacional •

14 al 16 noviembre 2025 | CECONEXPO
 Morelia, Michoacán



visitmichoacan.com.mx

📷 📺 📱 📺 📺 @Michoacan

Además de ser considerado el rey del potasio, el plátano aporta carbohidratos, vitaminas como B y C y otros minerales como magnesio y fósforo.

Los PLÁTANOS de la huerta iberoamericana



POR: GABRIELA SÁNCHEZ
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

Plátano, guineo, banana, cambur o banano, da igual como lo llames desde tu latitud, la coincidencia siempre será no dejar indiferente al paladar. Lo mismo en repostería que como complemento de platos salados, esta fruta típica de zonas tropicales deriva en un sinfín de variedades, cada una con sus propias virtudes y características según los diferentes climas y regiones.

Iberoamérica tiene la dicha de ser hogar de tantísimas de estas variedades, que aunque pueden tener mucho en común, ofrecen sabores, texturas y tradiciones distintas. Desde los robustos plátanos machos, perfectos para platillos salados hasta los plátanos enanos, a la medida de los más golosos, el catálogo enriquece la experiencia gastronómica de los lugares que les dan origen o incluso de quienes los han adoptado.

De hecho, sobran razones para hacerlo. El plátano supone una de las frutas más completas y saludables en la alimentación. Es el rey del potasio, pero además, aporta carbohidratos, vitaminas como B y C y otros minerales como el magnesio y fósforo. Todo ello lo hace un aliado para cuidar el corazón, el intestino y el sistema nervioso. Por no mencionar, la energía que aporta.

Tampoco podría pasarse por alto su significado cultural, al ser un alimento clave en la dieta de comunidades indígenas. De manera que no solo su legado en la alimentación cotidiana expandida al mundo supone un símbolo de identidad, sino también de resistencia.

VIAJE POR LAS VARIEDADES DE PLÁTANO IBEROAMERICANAS

Empezamos por Colombia, donde proliferan variedades como el dominico o enano, el dominico-hartón, el morado y el pelipita. En el primer caso se trata de un plátano pequeño y dulce, lo cual lo hace perfecto para consumir fresco; mientras que el

hartón y el pelipita son comunes en recetas como los famosos patacones o los bollos.

Por otro lado, cuenta con el morado, también típico de Cuba, Ecuador, Jamaica, Puerto Rico y Perú, aunque con denominaciones distintas. En materia de sabor, suelen ser más jugosos, dulces y con un aroma que evoca a los frutos rojos.

Otro gran productor de plátanos es Ecuador. De allí destacan como principales variedades: el dominico, el barraganete, también llamado plátano verde Congo o macho, el maqueño y guineo. Del barraganete lo tradicional es consumirlo cocido cuando aún está verde, bien al vapor, hervido o frito, dando riendas a recetas como los patacones o tostones. En cambio, el maqueño es un plátano amarillo que aporta un dulzor tal que lo convierte en perfecto para postres o darle un toque agrídulce a una cena, simplemente rebanándolo y friéndolo.

De España, las regiones típicas para su cultivo son las Islas Canarias, donde

el plátano enano es la estrella, aunque también figuran otros como el plátano macho, el Gros Michel y el Cavendish, y la Costa del Sol, en Málaga, con una versión del plátano rojo. El plátano enano presenta una dulzura concentrada muy distintiva y su tamaño lo convierte en un favorito tanto para meriendas como para postres.

En México, resulta tradicional el plátano macho. No en vano protagoniza platos salados tan emblemáticos de su gastronomía como los tamales o los chiles rellenos, y el plátano tabasco o roatán, también típico de Honduras, una variedad de guineo, dulce y perfecta para comer crudo.

Aunque pueden tener diferencias, por lo general en América Central se pueden hallar el macho y el plátano rojo. En especial de Costa Rica resalta el tipo Cavendish, donde se incluye la variedad "gran enana", famosa por su textura cremosa y dulzura. En el caso de países como Cuba y República Dominicana es común el plátano guineo, que recuerda ligeramente a la manzana en su sabor, de ahí que existan versiones tan dulces que le llamen manzano.

Sin dudas, las variedades de plátano de Iberoamérica son un ejemplo de la biodiversidad y la riqueza cultural de la región.

LAS VARIEDADES DE PLÁTANO EN LA REGIÓN SON UN EJEMPLO DE BIODIVERSIDAD Y RIQUEZA CULTURAL, Y REALZAN LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA DE LOS LUGARES QUE LES DAN ORIGEN O LOS HAN ADOPTADO



Patrimonio en recuperación

UVAS AUTÓCTONAS y MINORITARIAS

Hablar de las variedades de la vid, es hablar de uno de los principales elementos del patrimonio vitivinícola mundial. Además, forman parte fundamental de nuestra cultura y economía. En España, solo tenemos que ver cómo, en muchas zonas rurales, a través de la superficie de cultivo, el clima y la tradición, son parte indispensable de su desarrollo. Actualmente, existe

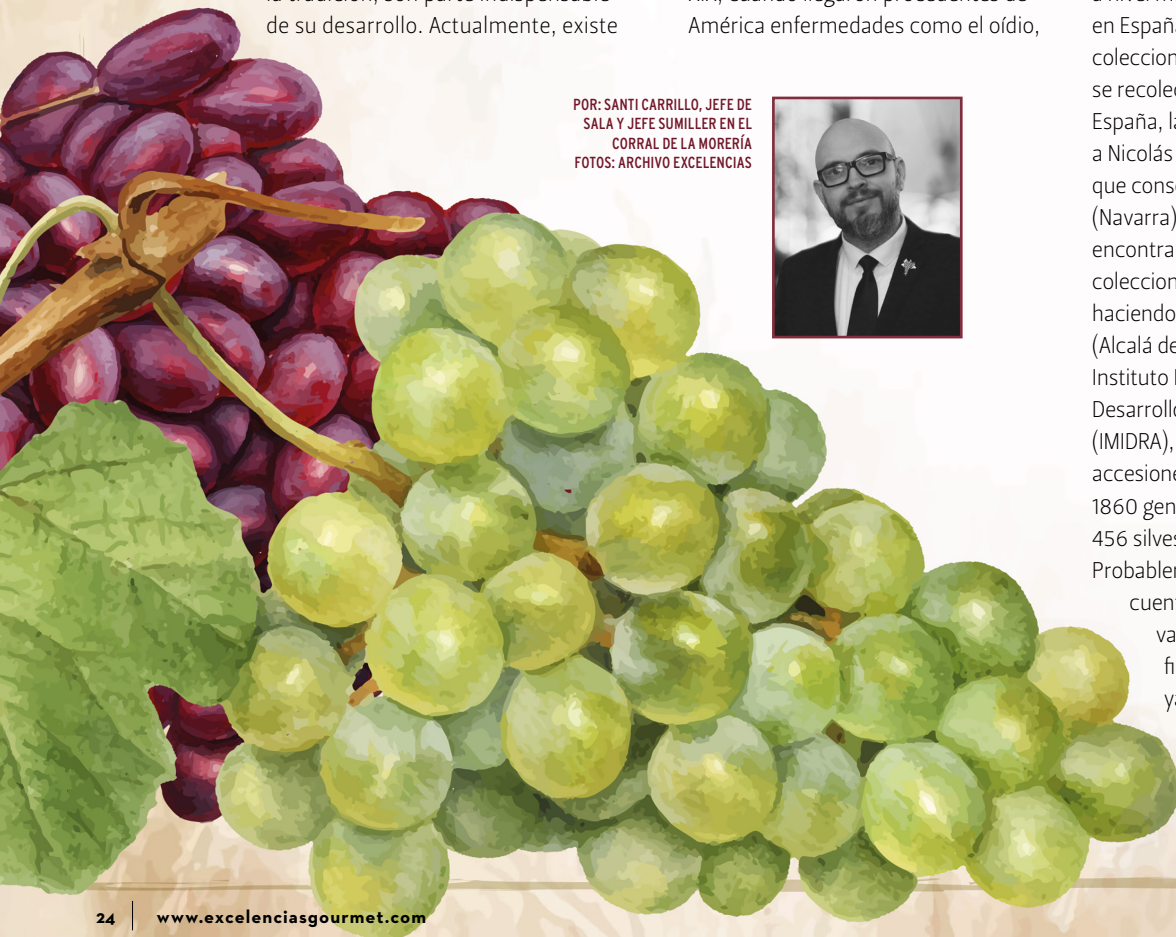
una tendencia a la recuperación de variedades minoritarias y/o autóctonas que habían desaparecido (o que dábamos por desaparecidas), y que conocíamos a través de bibliografía antigua. En algunos de estos escritos, aparecían como productoras de grandes vinos de calidad.

La pérdida de diversidad varietal ha ido aumentando desde finales del siglo XIX, cuando llegaron procedentes de América enfermedades como el oídio,

la filoxera y el mildiu. A esto, añadimos las políticas de arranque, el fomento del cultivo de variedades preferentes en las denominaciones de origen (D.O.) y la bajada del consumo de vino (derivando en precios irrisorios de pago al agricultor) en el siglo XX.

En la parte positiva y que ha ayudado, en gran medida, a la recuperación de variedades vinícolas a nivel mundial, concretamente en España, podemos citar ciertas colecciones de variedades de vid que se recolectaron a raíz de la filoxera. En España, la primera colección se atribuye a Nicolás García de los Salmones, que conservó 843 viníferas en Villava (Navarra). A día de hoy, podemos encontrar la reunión de todas aquellas colecciones de variedades que se fueron haciendo, en la colección de El Encín (Alcalá de Henares) perteneciente al Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA), resultando un total de 3000 accesiones, que corresponden con 1860 genotipos distintos: 857 viníferas, 456 silvestres y 547 portainjertos. Probablemente, debamos tener en cuenta que no estén todas las variedades (anteriores a la filoxera) en esta colección, ya que los medios humanos, técnicos y económicos de la época no fueron los más apropiados.

POR: SANTI CARRILLO, JEFE DE SALA Y JEFE SUMILLER EN EL CORRAL DE LA MORERÍA
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS





Valiosas antigüedades han salido de la tierra gracias al trabajo de investigadores de toda España, con técnicas actuales. Entre los años 2016 y 2017, se realizó un trabajo coordinado con más de 70 expertos en viticultura y enología. Este proyecto fue financiado por el Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA) en colaboración con la Oficina Española de Variedades Vegetales y el Centro de Recursos Fitogenéticos. Basándose en las actuales técnicas moleculares junto a la tradicional ampelografía, ha sido posible recuperar e identificar variedades citadas en la antigua bibliografía; un material de cultivo ancestral, que en muchas ocasiones no tiene un nombre conocido. Para un estudio detallado, recomiendo leer el proyecto RF2012-27-C5-00.

La recuperación de las variedades de vid “olvidadas” ha tenido una eclosión no solo nacional sino internacional. Esto ha ayudado a aumentar la sensibilidad de la población. Esta sensibilidad, unida a la búsqueda de nuevos vinos y una corriente de estudio del pasado, nos lleva a que el sector vinícola esté cada vez más interesado en la recuperación de vides minoritarias autóctonas. En el marco del Proyecto Grape On-Farm, financiado por el Programa Cooperativo

Europeo para los Recursos Genéticos Vegetales (ECPGR), se establece un catálogo de variedades minoritarias en cultivo en la Base de Datos Europea de Vid (www.eu-vitis.de). Este catálogo ofrece un listado de variedades, vicultores y criterios para elegir la variedad, lo que posibilita intercambiar información y experiencias para permitir su conservación y prolongación.

EL SECTOR VINÍCOLA ESTÁ CADA VEZ MÁS INTERESADO EN RECUPERAR VARIEDADES DE VID “OLVIDADAS”, LO CUAL HA TENIDO UNA ECLOSIÓN NO SOLO EN ESPAÑA, SINO TAMBIÉN A ESCALA INTERNACIONAL

*Hoy en día existe una
tendencia a la recuperación de variedades
minoritarias y/ o autóctonas que habían
desaparecido (o que dábamos por
desaparecidas),
y que conocíamos a través de
bibliografía antigua.*

RECUPERACIÓN DE VARIEDADES DE VID EN ESPAÑA

Centrándonos en España, mencionaremos algunas variedades recuperadas; en algunos casos, me referiré también a vinos que se elaboran con dichas variedades.

Podemos comenzar citando tres variedades recuperadas y que, a partir de ellas, se marca el nacimiento de otras actuales en España: la Castellana blanca (encontrada en Aragón, Navarra, Castilla y León, y Madrid), la Hebén (encontrada en Cataluña, Navarra y Madrid) o la Benedicto (de origen aragonés, implicada en el nacimiento de la Tempranillo, encontrada en Aragón y Madrid). Esta última podría ser la conocida como uva Madrid, reconocida como clon del Tempranillo. Un ejemplo de ella serían los vinos tintos de Marc Isart en la subzona de Arganda.

Otras variedades recuperadas de las que podemos encontrar ejemplos "líquidos" embotellados son: Arco o Moristel (La Mujer Caballo Azul y Simeta), Uva Rey y Perruno (Agostado y La Retahíla), Montepilas (vino del mismo nombre en Marenas Bodegas y Viñedos) y Forcada, Pirene o Gonfaus (vinos con el mismo nombre varietal que elabora Familia Torres).

Además, citaré algunos ejemplos de variedades recuperadas no vinificadas y que se emplean como uvas de mesa: Rosetti, Ahmeur Bou Ahmeur y uva de Olaz.

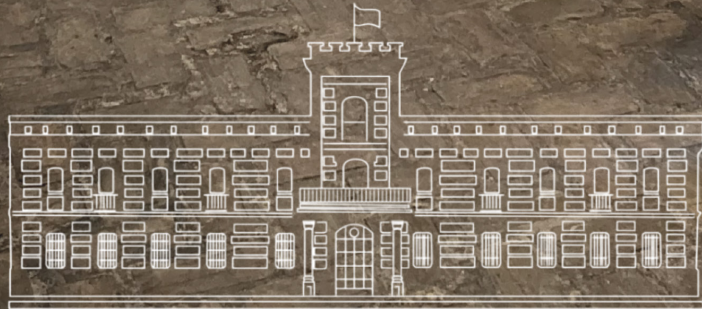
Para concluir, recomiendo estas fuentes bibliográficas, que contribuirán a que el lector profundice en su conocimiento:

Ensayo sobre las variedades de la vid común que vegetan en Andalucía, con un índice etimológico y tres listas de plantas en que se caracterizan varias especies nuevas, de Simón de Roxas (Rojas) Clemente.

Memoria sobre el cultivo de la vid en Sanlúcar de Barrameda y Xerez de la Frontera, de Esteban Boutelou y Agraz.

Revista de Enología Científica y Profesional (www.acenologia.com)





LA INGLESA

MONTILLA-MORILES

@lainglesawine



Claves del SERVICIO EN SALA al viajero gastronómico

POR: ANTONIO MONTECINOS, DOCTOR EN TURISMO Y PLANIFICACIÓN GASTRONÓMICA Y TURÍSTICA REGIONAL
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS



El viajero gastronómico empieza a evaluar todo un ciclo desde que recibe información del negocio que lo motiva a visitarlo, hasta la manera en que es recibido, los protocolos de desinfección, la calidad de los alimentos y bebidas, las técnicas de servicio, las instalaciones generales, el recibir valores añadidos, la percepción de costo-beneficio al pagar la cuenta, la despedida y postservicio; lo cual va dar como resultado, para el negocio o establecimiento, el valor intangible y posicionamiento de su marca.

ALGUNAS DE LAS CLAVES MÁS IMPORTANTES PARA UN VIAJERO GASTRONÓMICO EN UN RESTAURANTE SON:

- Consulta la página web oficial turística del destino y guías gastronómicas internacionales y locales.
- **Lee testimonios, hace comparaciones y obtiene la información para reservar en el restaurante.**
- La web debe tener *diseño responsive* o adaptable, que sea compatible con cualquier dispositivo, y contar con experiencias inmersivas de protoverso, metaverso o multiverso.
- **En las redes, utilizar el diseño *user experience* (UX) y *user interface* (UI), que sean amigables y resalten platillos, bebidas, servicios con mayor rentabilidad y propuestas de valor añadido.**
- Si reciben turistas internacionales, la comunicación debe estar en el idioma local y uno global regional.



EN UN SERVICIO DE CLASE MUNDIAL DE 360 GRADOS AL CLIENTE, ES FUNDAMENTAL LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA; PERO SOBRE TODO, EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS DE LOS PROFESIONALES DE SALA, BARRA, CAVA, COCINA..., CON CUATRO PRINCIPIOS ESENCIALES: HOSPITALIDAD, VOCACIÓN, CONCIENCIA Y CULTURA GASTRONÓMICA

- **Reserva en la página web o redes sociales del restaurante, principalmente en Instagram.**

- Reservaciones telefónicas o virtuales: preguntar por requerimientos alimentarios específicos (el cliente dirá si es alérgico a ciertos ingredientes, si es vegetariano, intolerante a la lactosa, gluten, etc.) o si tiene alguna otra solicitud especial (por ejemplo, si viene en plan de trabajo, indagar si necesita conexión eléctrica o batería móvil.) Solicitar el WhatsApp para reconfirmar la reserva, enviarle video del platillo, cóctel o especial del día (venta sugestiva), ubicación del establecimiento e incluso ofrecerle hacer una videollamada para que seleccione su mesa en tiempo real.

- **Preguntar el motivo de la visita: seleccionar la mejor mesa de acuerdo a los requerimientos del grupo e individuales (celebración, familiar, negocios, placer...).**

- Ofrecer wifi con ciberseguridad (con la clave de acceso en algún elemento decorativo o de diseño, en armonía con la arquitectura del lugar; si es en un papel, que lleve la marca del restaurante/hotel/negocio, que sea visible y fácil de entender), baterías móviles para celulares con diversas entradas, toallitas para refrescar, menús con luz o lámparas, equipos para toma de fotografías (lámpara, cámara, soporte para celular...).

- **Nombres y precios de los principales productos y servicios con un tamaño legible para todas las edades. Tener los menús en PDF (compartir vía Bluetooth), códigos QR (*quick response*) o realidad aumentada en atril o pantallas interactivas a la entrada, cajas con luz, letreros en pared con fotos y precios. En los bufetes, los letreros deben llevar los nombres de los platillos y mencionar los ingredientes alérgenos. Si reciben turistas, los menús deben estar en dos idiomas (nacional del país e inglés o el del mercado principal).**

- Proceso o paso a paso con técnicas de servicio al cliente (americano, ruso, francés, guiridon, mixto), puntos de venta de platillos y bebidas al cliente bien definidos, estrategias de valor e incremento de venta relacional *cross* y *up-selling por merchandising*, *souvenirs* para regalo o que tengan un uso específico (sacacorcho) con marca del negocio.

- **Sistema de pago y elaboración de factura: rápido, eficiente, flexible e inalámbrico con buena conexión para tarjetas de crédito, aplicaciones (apps) y plataformas (en caso de recibir criptomonedas u otro tipo de pago, el establecimiento debe comunicarlo y contar con los mecanismos). La facturación debe realizarse al momento y entregarse física y digital; en el caso de los turistas extranjeros, el establecimiento debe aceptar tarjetas internacionales y dar facturas válidas en el país de origen de los visitantes, pues algunos viajan por motivos de negocios, y si no entregan facturas con datos legales de validez en sus países de origen, no recuperarán lo gastado en viáticos y no regresarán ni recomendarán al establecimiento.**

- Sistema de evaluación de la experiencia al cliente, por medio de encuestas físicas en papel, grabación de notas de voz en dispositivos como celulares o *tablets*, preguntas de manera directa al cliente, empleo de herramientas de inteligencia artificial y tecnologías como los sistemas biométricos (análisis de patrones faciales y de voz que detecten felicidad, enojo, inseguridad, etc.), por si hubo algo incorrecto solucionarlo antes de que el cliente salga del establecimiento y evitar que publique una queja en redes sociales con repercusiones negativas incalculables.

- **Enviar un mensaje de agradecimiento por su visita (vía correo electrónico, WhatsApp, redes sociales...)**

- Evaluaciones de satisfacción: retroalimentación y agradecimiento por su visita. Si la experiencia fue positiva, solicitar permiso para publicarla en las redes sociales del restaurante/negocio como parte de los testimonios e incluso en Tripadvisor, Booking y otros medios de comunicación físicos u online o proporcionarle los *links* de los sitios y plataformas para que él lo haga.

- **Base de datos de los clientes: tener al menos su nombre, apellidos, correo electrónico, código postal, sus preferencias en el establecimiento y, si fuera posible, su WhatsApp, para poder enviarle los especiales del día o eventos futuros, con su autorización.**

- Programa de *Customer Relationship Management (CRM)*: gestión de frecuencia y lealtad del cliente.

- **Small data: análisis de las redes sociales de los clientes con el objetivo de ver conductas, hábitos, preferencias, lugares que visita, el tipo de vino con el que armoniza sus alimentos, etc., para analizar otros clientes del establecimiento con gustos similares y poder elaborar eventos u ofertas**

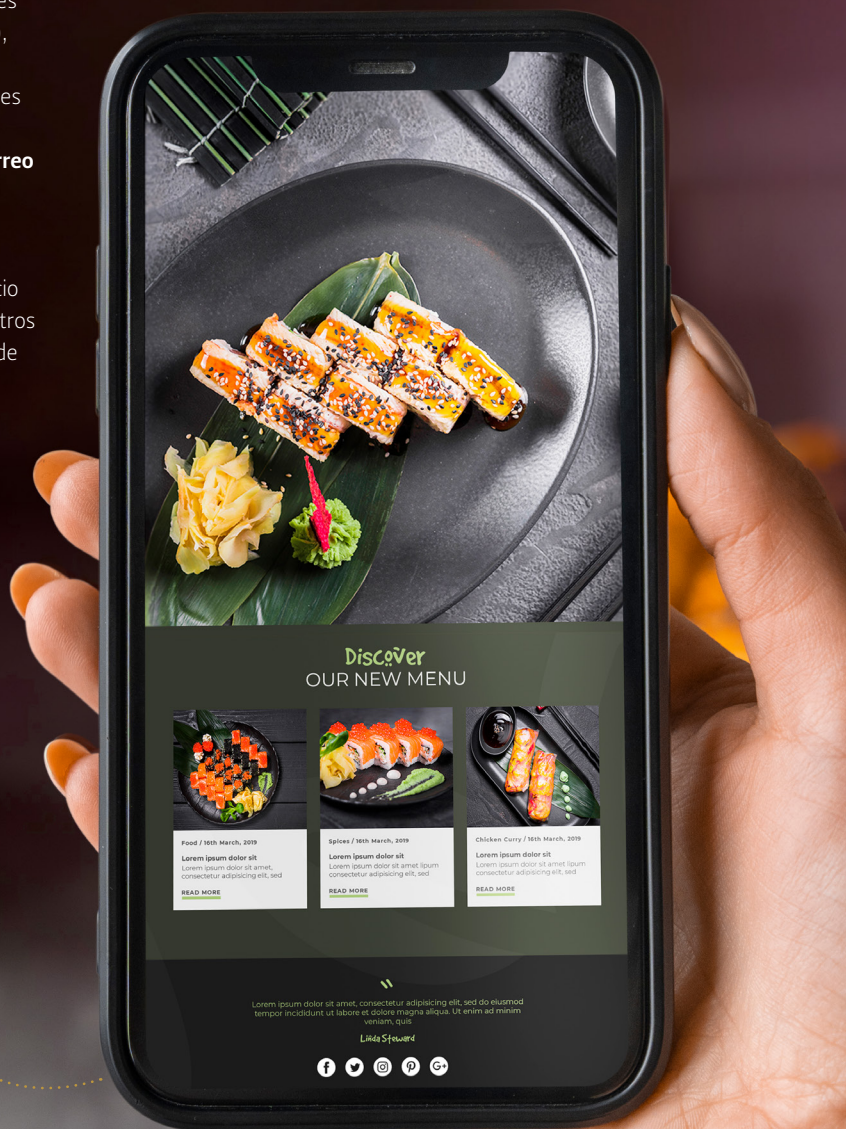
El restaurante y/o empresa debe contar con un liderazgo moral, que busque la responsabilidad social empresarial y corporativa, del destino y, principalmente, el bienestar de su equipo de trabajo.

personalizadas a familias, pequeños grupos que se reúnan por trabajo, celebración, eventos varios...

- Implementar un sistema de información e inteligencia de mercado con indicadores para la medición, control, análisis, evaluación y sistema de mejora permanente.

Un servicio de clase mundial de 360 grados al cliente, rentable, digital y personalizado, utiliza la innovación y tecnología, pero no se logrará sin el desarrollo de las competencias con inteligencia de los profesionales de sala, barra, cava, cocina, entre otros, que deben tener como esencia cuatro principios: hospitalidad, vocación, conciencia y cultura gastronómica; para lo cual es fundamental una constante formación y capacitación, pues son ellos quienes generan las ventas y, si hacen un gran trabajo como un equipo de alto rendimiento, obtendrán también propinas económicas, virtuales y espirituales en conexión duradera con el cliente, quien será un leal embajador virtual y físico del establecimiento.

Para tener un servicio de sala de clase mundial exitoso, el restaurante y/o empresa debe contar con un liderazgo moral, que busque la responsabilidad social empresarial y corporativa, del destino y, sobre todo, el bienestar de su equipo de trabajo.



GUERRERO
HOGAR DEL SOL



DESCUBRE

Acapulco

EL SOL TE LLAMA



Los CHURROS y sus ORÍGENES



POR: JULIO VALLES ROJO,
PRESIDENTE DE LA ACADEMIA
CASTELLANO Y LEONESA DE
GASTRONOMÍA
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

Es muy difícil precisar con exactitud cuál es el origen de los churros, pues todas las teorías al respecto carecen de una documentación que las avale, y hemos de señalar la que puede ser más verosímil. Además, no podemos olvidar que hay recetas de masa frita en la cocina romana datadas del siglo I y un grabado egipcio que podría asociarse a la fritura de churros.

La que parece más cierta sitúa el origen en China por el "youtiao", una masa frita delgada y crujiente similar a un buñuelo que servían con una salsa parecida a las gachas de arroz o con leche de soja. Los portugueses trajeron a Europa, a través de la península ibérica, esta especie de palitos fritos de pan.

Actualmente hay productos muy similares en países árabes que pueden asociarse al origen ancestral egipcio vinculado a la cultura mediterránea. Destacan en este sentido dos elaboraciones típicas libanesas como son "mushabbak" y "oo'waymat", cuyo parecido con nuestras porras es evidente.

Los que se dieron en llamar churros adquirieron una gran popularidad durante el



siglo XVII al expandirse por la península ibérica y, posteriormente, por diferentes regiones del mundo con una impronta que derivó en un estilo propio en cada una de ellas, con un sabor que se adaptaba a los gustos locales.

En el Diccionario de Corominas de 1611 el término buñuelo se define como un churro igual a los actuales. También en el siglo XVII este tipo de masas fritas eran llamadas “frutas de sartén”, “frutas de jeringa” o buñuelos y los establecimientos de masas fritas se denominaban buñolerías. El gremio de los alojeros aparece unido al de los buñoleros hasta 1806.

Ya en el año 1887 es cuando encontramos por primera vez un documento con el término “fábrica de churros”, en el que Mariano Atienza Montoya hace una petición de licencia en Madrid. La denominación buñolería y churrería son sinónimos y reciben un nombre u otro dependiendo de las preferencias del peticionario.

Son los inmigrantes españoles, sobre todo desde el siglo XIX, los que exportan el postre a Centro y Sudamérica, donde cada nación modificó la receta original, adaptándola al gusto de las poblaciones indígenas. De los churros ibéricos salieron el churro relleno argentino con dulce de leche como también se consume en Brasil, los churros cubanos rellenos de guayaba, el churro relleno de dulce de leche que es típico de la tradición mexicana, al igual que en la peruana, y son singulares los churros rellenos de queso uruguayos. En la mayoría de los países de América, se convirtieron en una parte icónica de celebraciones y ferias populares, principalmente en Costa Rica y El Salvador. En México, Brasil y Chile se venden por las calles, como en Puerto Rico y la República Dominicana.

Los pocos ingredientes hacen que preparar churros sea realmente fácil. En general tienen una receta sencilla, pues es una masa de agua y harina con un poco de sal y azúcar, elaborada en caliente para que una vez amasada se pueda introducir en la churrera, una especie de jeringa, o en una manga pastelera que tengan boca en

estrella. Se fríen en aceite a 200 °C disponiendo la masa resultante en círculo. Deben servirse calientes y espolvoreados con azúcar granulado o en polvo, según el gusto. Son, sin duda, lo más parecido al “youtiao” chino.

En la actualidad, el churro presenta formas y consistencias diferentes en todo el mundo, desde los alargados, rígidos y finos a los más blandos; los más gruesos que permiten su relleno y otros delgados cubiertos generalmente de chocolate. Igualmente ocurre con su nombre, ya que en España tienen diversas denominaciones: en Sevilla, Málaga y Huelva se les conoce como “calentitos”; en Jaén, “tallos”; en Cádiz, “tejerings” y en Córdoba, “jeringos”.

Las porras, originarias de España, son un tipo de churro con una masa parecida, pero más gruesas y esponjosas, que a menudo se sirven en forma de bastones largos. Su nombre proviene, al parecer, de las cañas de bambú, llamadas “porras”. En algunos lugares se las denomina combros porque se hacen con una combrera, que es la máquina con la cual se fabrican.

La masa de las porras (o churros de rueda) posee algunas diferencias con

respecto a la de los churros, porque lleva un poco de bicarbonato sódico, y también la proporción de harina con respecto a la de agua es superior, por lo que resultan más esponjosas.

Es casi inseparable la relación entre churros y chocolate, ya sea servido en una taza o como relleno; también pueden acompañarse con dulce de leche (o arequipe, como se le conoce en Venezuela y Colombia), dulce de guayaba o incluso helados.

Los churros, ya con esta denominación, han pasado desde España a otros países por influencia cultural, como en Latinoamérica; pero actualmente son conocidos con este nombre en todo el mundo porque su popularidad comienza a ser muy notoria tanto en Europa como en mercados asiáticos, sobre todo en Japón y Filipinas. En Tailandia e Indonesia, su consumo es más frecuente cada día.

Desde las diferentes regiones de España y su manifestación en sus calles hasta los rincones más diversos de América Latina, los churros han dejado una impronta duradera en la gastronomía global, extendiéndose prácticamente a todos los continentes.

DESDE ESPAÑA HASTA LAS REGIONES MÁS DIVERSAS DE AMÉRICA LATINA, LOS CHURROS HAN DEJADO UNA IMPRONTA EN LA GASTRONOMÍA GLOBAL Y SE HAN EXTENDIDO PRÁCTICAMENTE A TODOS LOS CONTINENTES

De la tradición ancestral al RENACIMIENTO

El cacao a Brasil es lo que el oro a un banco: una importante reserva que compone la identidad natural de un país, así como es una de las mayores producciones agrícolas que aportan a la economía brasileña. Hace más de 250 años se creó la Ruta del Cacao de Brasil, un camino entre gastronómico

y turístico sin llegar a la fusión de ambas tendencias.

La Ruta del Cacao de Brasil comienza con la producción de cacao del sur de Bahía en el siglo XVII para sustituir unos agotados cultivos de cañas de azúcar. Pronto se arraigó el cacao a la tierra y en los últimos 200 años ha tenido el tiempo perfecto para recibir

el reconocimiento de Indicación Geográfica en el 2018. La producción de cacao en la zona tiene hoy, entre sus principios esenciales, la preservación del medioambiente a través de los cultivos sostenibles, además de componer un importante patrimonio turístico.

En la actualidad, existen unas 600 000 hectáreas donde se cultiva cacao. Se trata de un cultivo principalmente familiar, propiedad de pequeños agricultores, sobre todo en las zonas de Pará y Bahía. Estos dos concentran el 96 % de la producción total. El otro 4 % se diversifica en otros estados como Espírito Santo, Rondônia, Amazonas y Mato Grosso; Roraima, Amapá, Ceará, Sergipe, Minas Gerais, São Paulo y Tocantins, se encuentran aún en fases iniciales del cultivo cacaotero.

LA PRODUCCIÓN DE CACAO EN ESTE PAÍS SE DISTINGUE POR LA PRESERVACIÓN DEL MEDIOAMBIENTE A TRAVÉS DE LOS CULTIVOS SOSTENIBLES, ADEMÁS DE COMPONER UN IMPORTANTE PATRIMONIO TURÍSTICO



POR: MARÍA CARRASCO LLORIA
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

UNA RUTA DE NORTE A SUR: PRINCIPALES PRODUCTORES DE CACAO EN BRASIL

Bahía. Junto a Pará, Bahía es el estado líder de la producción de cacao de Brasil, dentro del mencionado 96 %. Al sur de la región, se encuentra la mayor concentración de productores de cacao, que son hasta 41 000.

Allí, las producciones se encuentran en un sistema agroforestal único que alberga el cacao-cabruca. Este ecosistema se origina en ríos, valles y montañas que albergan la llamada



DEL CACAO

en Brasil

Mata Atlántica. Esta importantísima parada de la Ruta del Cacao también mezcla otros cultivos que permiten enriquecer la gastronomía brasileña como el açai y el coco.

En Bahía se han integrado unas cepas de cacao resistentes a la escoba de bruja, lo que convierte a la zona en una superproductora de un producto esencial para la cultura gastronómica de Brasil.

Pará. Ubicado en la selva amazónica, el enorme estado de Pará produce cacao tanto silvestre como tecnificado. Los cacaocultores son, tradicionalmente, inmigrantes japoneses que se asentaron en la zona hace cerca de medio siglo. Consiguieron reavivar las tierras y con ello la cultura cacaotera de la zona.

La producción de chocolate, por su parte, se concentra en la región transamazónica, caracterizada por un clima cálido y húmedo que hace propicio el crecimiento del 85 % de la producción regional.

LA CAPITAL DEL CHOCOLATE ARTESANO: GRAMADO Y LA INMIGRACIÓN CHOCOLATERA

La tradición del chocolate de Brasil también es importada. En esta relación bidireccional de producción y traslación de productos gastronómicos entre América y Europa, el chocolate es uno de los líderes mundiales.

En el estado de Río Grande do Sur, el estado más próximo a Uruguay y Argentina, se encuentra la ciudad de Gramado, la "pequeña Suiza" de Brasil. La cultura chocolatera trasciende el producto en esta ciudad, que está construida al más puro estilo suizo. En cada uno de sus establecimientos hosteleros, el chocolate artesano es el producto estrella.

El turismo de esta zona se ve exponencialmente atraído por este

bien gastronómico, que se popularizó mundialmente en los años 50 gracias al Festival Internacional de Cine en esa ciudad.

En Gramado se encuentra la primera fábrica de chocolate de Brasil, por lo que la tradición del chocolate artesanal nace en esta ciudad con la marca Praver; pronto se sumaron Lugano y Florybal, liderando la industria chocolatera brasileña desde hace años.

Hace más de 250 años se creó la Ruta del Cacao de Brasil, un camino entre gastronómico y turístico sin llegar a la fusión de ambas tendencias.



JALISCO JALISCO CON SABOR A MÉXICO

Cuando se habla de Jalisco, las imágenes del mariachi y el tequila son evocadas con rapidez; pero la riqueza culinaria de este destino es referencia de México en el mundo. La gastronomía jalisciense, orgullo nacional e internacional, combina ingredientes endémicos y técnicas ancestrales que han dado vida a una tradición única.

Al hablar de la oferta culinaria de ese estado, Pablo Lemus Navarro, gobernador de Jalisco, afirma que “es verdaderamente extraordinaria, es un reflejo de la rica cultura y tradiciones de nuestra región. La cocina jalisciense no solo satisface el paladar, sino que también une a las personas, creando lazos y celebrando nuestra identidad. Es un orgullo promover esta riqueza culinaria, que sin duda es uno de los grandes tesoros de nuestro estado”.

Estas palabras encuentran eco en la perspectiva de Michelle Fridman Hirsch, secretaria de Turismo de Jalisco, quien añade que “hablar de la gastronomía de Jalisco es hablar de un referente de la gastronomía mexicana, no solo por su oferta contemporánea como la que encontramos en la cocina de Paco Ruano, Xokol o de Fabián Delgado, sino también por ingredientes endémicos de la región como el tequila, la raicilla y los diferentes tipos de chiles, así como su cocina callejera o tradicional”.

EL TEQUILA, IDENTIDAD LÍQUIDA

El tequila es el primer producto mexicano en obtener denominación de origen en 1974; simboliza la esencia de Jalisco y de México en el mundo, con la mayoría de los municipios jaliscienses y algunos

municipios de estados cercanos involucrados en su producción.

Destilerías como Mundo Cuervo, La Fortaleza y Casa Orendain, que producen tequila de clase mundial, han ido integrando experiencias turísticas para que los visitantes exploren desde los vastos campos de agave que tiñen el paisaje hasta los alambiques donde el tequila toma vida.

El encanto del tequila va más allá de su proceso de elaboración y su disfrute se puede convertir en una vivencia completa cuando se combina con la riqueza gastronómica local.

Por ello, después de recorrer las destilerías y los campos de agave, una parada natural es el Pueblo Mágico de Tequila, donde es posible maridar tequilas premium con platillos tradicionales que integran esta bebida en su preparación o incluso postres elaborados con agave.

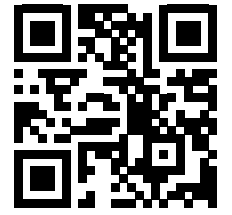


FOTOS: SECTUR JALISCO



visitjalisco.mx

¡VISITA NUESTRO
SITIO WEB!



COCINA TRADICIONAL CON UN TOQUE MODERNO

Además del tequila, Jalisco ofrece una amplia gama de sabores. Platillos como la birria, la torta ahogada, el pozole rojo y la cuachala son algunos de los íconos de la cocina tradicional; aunque también hay propuestas modernas como las de los chefs Xrysw Ruelas y Óscar Segundo en Xokol, quienes rinden homenaje a las recetas ancestrales con ingredientes locales como maíz criollo para elaborar tortillas a mano y acompañarlas con salsas de chiles endémicos de la región.

En Guadalajara opciones como el restaurante Alcalde, de Paco Ruano, han llevado la cocina jalisciense a nuevos niveles, ganando un lugar destacado en los *Latin America's 50 Best Restaurants 2024*. Esta mezcla de tradición e innovación refleja el esfuerzo del estado para fortalecer un clúster gastronómico que conecte a productores, chefs y restauranteros.

FESTÍN PARA LOS SENTIDOS

El agave, los chiles Yahuahualica y la raicilla son otros pilares de la oferta culinaria de Jalisco. La raicilla, un destilado con denominación de origen, ofrece una experiencia única para los paladares aventureros. En localidades como Mascota, Mixtlán o San Sebastián del Oeste, pequeñas tabernas abren sus puertas para degustaciones exclusivas que resaltan los sabores y tradiciones.

Eventos como *Sabor a Jalisco*, en el que cocineras tradicionales comparten secretos culinarios que han pasado de generación en generación, forman parte de la propuesta turística del estado. Estas experiencias, además de preservar la historia culinaria, también la proyectan al futuro.

UN LEGADO QUE TRASCIENDE FRONTERAS

Jalisco nutre el cuerpo y el alma, y sus visitantes pueden comprobarlo tanto en mercados callejeros como en restaurantes galardonados, un escenario que posiciona al estado como un destino imperdible para quienes buscan explorar la riqueza de la cocina mexicana en su máxima expresión.

La gastronomía jalisciense no es solo comida: es cultura, identidad y un legado para proteger y compartir con el mundo al estilo Jalisco.



EL SER HUMANO ES IMPERFECTO Y A LA GASTRONOMÍA, POR ENDE, NO SE LE PUEDE PEDIR PERFECCIÓN; PERO SÍ ES POSIBLE APUNTAR AL VALOR DE LA HISTORIA, A LA BELLEZA DE LOS PROCESOS, A LA MARAVILLA DE LA MANUFACTURA Y LA ARTESANÍA, A LA TERNURA (Y RESPONSABILIDAD) DETRÁS DE NUTRIR GENTE Y MOMENTOS DE ESA MISMA GENTE



POR: ANTONELLA RUGGIERO,
PERIODISTA Y COMUNICADORA
FOTO: ARCHIVO EXCELENCIAS

EL VALOR del TIEMPO



Hace algunas semanas conversaba amablemente sobre la vida y sus milagros

con un importante cargo de una de las grandes plataformas de reservas de restaurantes. Todo fluía con gracia hasta que dijo: “Según nuestra data, 50 % de los restaurantes que abre en Madrid no supera los dos años”.

Una cifra preocupante para una ciudad que tiene, según números oficiales, 26 restaurantes con estrella Michelin, 15 centenarios, 46 mercados municipales y el restaurante más antiguo del mundo en Guinness World Records (Casa Botín), que sigue en propulsión para situarse como “destino de excelencia del turismo gastronómico”, según el Área Delegada de Turismo del gobierno local.

Si en 2023, según la encuesta de percepción realizada por el Ayuntamiento en los puntos de información turística municipales, la gastronomía fue el quinto motivo de visita a la ciudad, los viajeros otorgaron una puntuación de 9/10 a la calidad de la cocina que puede degustarse en Madrid, el gasto medio diario del turista internacional en restauración fue de 141 € y la gastronomía se reafirmó como uno de los principales sectores de inversión del turista, ¿qué está pasando, entonces?

Esa misma persona proseguía al teléfono: “Logran vivir del boom y de ponerse de moda”, pero luego aquello que subió como la espuma baja en caída libre y se estrella con una realidad en la que, quizá, el proyecto no era tan sólido como se pensaba, la propuesta de valor no era compacta, la relación calidad-precio era más un divorcio que una relación o el

modelo de negocio se asemejaba más a la ilusión que a la factibilidad.

Abraham Rivera lo explica muy bien en un reportaje del diario *El País* que se titula “Precios disparados, menús clónicos y comidas cronometradas: la cara b del bum gastronómico madrileño”, donde varios testimonios subrayan cuán agotador resulta el bis (y el bis del bis y el rebis del bis) y cuánto erosiona que la oferta se base en productos de quinta gama, sacrificando el “alma que solían tener los platos que requieren tiempo, cuidado y respeto por la tradición”.

Porque la gastronomía también sufre y padece las consecuencias de este mundo del “ya”, donde las “conductas dopaminérgicas”, como las llama la psiquiatra Marian Rojas Estapé, son las que nos inducen a la recompensa inmediata, segando la paciencia y acortando la maravilla del proceso (encima teniendo que pagar a mansalva por platos en los que hasta la vajilla es víctima del usar y tirar).

Es por eso que debemos recobrar esa filosofía del tiempo y la diferencia. No es que esté descubriendo el agua tibia, como se dice en mi país, sino que exista interés y orgullo en contar los años de recorrido, los aprendizajes del camino, incluso los entuertos para sobrevivir.

El ser humano es imperfecto y a la gastronomía no se le puede pedir perfección, algo que resultaría hasta injusto; pero sí es posible apuntar al valor de la historia, a la belleza de los procesos, a la maravilla de la manufactura y la artesanía, a la ternura (y responsabilidad) detrás de nutrir gente y momentos de esa misma gente.

Es una invitación, a fin de cuentas, a encontrar la maravilla que somos y a sacar punta de eso que nos hace únicos, en forma y fondo.

“Debemos recobrar esa filosofía del tiempo y la diferencia (...); que exista interés y orgullo en contar los años de recorrido, los aprendizajes del camino, incluso los entuertos para sobrevivir.”



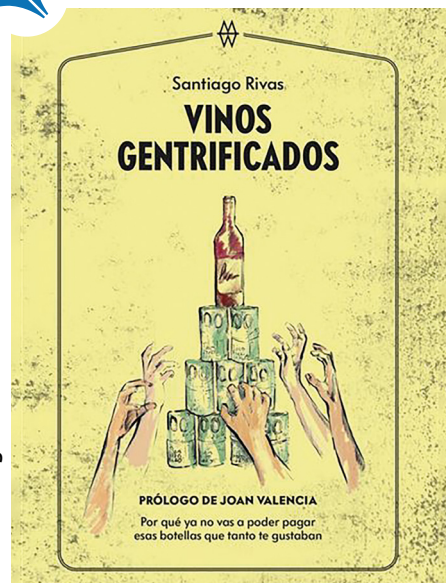
MÉXICO DE IDA Y VUELTA



Autor: Paco Méndez

El libro de recetas de cocina mexicana de Paco Méndez, chef galardonado con una estrella Michelin, destaca por su alta calidad y por su enfoque en la cocina casera. Originario de la Ciudad de México, Méndez ha sido influenciado por su experiencia en elBulli y por su adaptación a la estacionalidad de los productos en Barcelona, donde reside actualmente. A pesar de la distancia, ha logrado capturar la esencia de la cocina mexicana en un recetario completo que respeta la rica tradición gastronómica del país, considerada una de las más complejas del mundo.

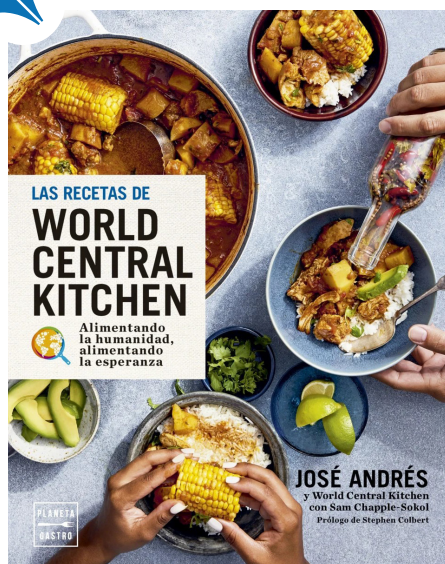
VINOS GENTRIFICADOS



Autor: Santiago Rivas

El texto reflexiona sobre las dificultades para encontrar vinos accesibles en comparación con las bebidas excepcionales del pasado, destacando las complejas dinámicas del consumo actual y los altos precios de ciertos vinos de culto. Santiago Rivas (@colectivodecantado) se presenta como un experto en este tema, analizando cómo la distinción entre verdad y falsedad se ha vuelto más complicada, afectando nuestra forma de comprar y disfrutar del vino. A través de su estilo ágil, Rivas explora el mundo del vino, revelando las historias de quienes logran prosperar y aquellos que enfrentan fracasos en la industria.

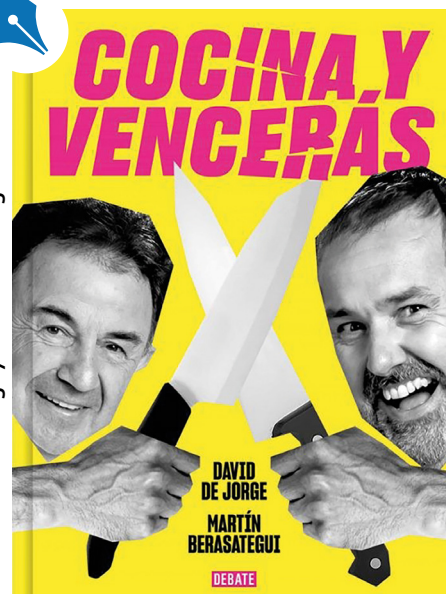
LAS RECETAS DE WORLD CENTRAL KITCHEN



Autor: José Andrés

Un libro que reúne platos como el Lahmacun, el Borsch ucraniano y el Chili verde con pollo, los cuales han nutrido a personas en situaciones difíciles. Las recetas son aportadas por chefs de diferentes lugares, activistas y figuras públicas, y cada una va acompañada de historias que celebran la dignidad y la resiliencia humana. El libro no solo ofrece recetas adaptadas para el hogar, sino que también resalta la importancia de la comunidad y la esperanza en tiempos de crisis.

COCINA Y VENCERÁS



Autores: David de Jorge y Martín Berasategui

Tras el notable éxito tanto de la crítica como del público de Pan comido (Debate, 2021) y Cocina sin vergüenza (Debate, 2020), Martín Berasategui y David de Jorge regresan con una nueva colección de deliciosas recetas accesibles para todos. Cocina y vencerás presenta una variedad de platos sabrosos, fáciles de preparar, populares y exquisitos, todo ello con el distintivo sentido del humor que caracteriza a esta pareja de chefs, quienes tienen el talento de elevar las habilidades culinarias de cualquier persona.



Descarga la App

CoctelHabana



Disponible en



Activamos nuevos formatos de presentación.

Creando nuevas oportunidades para el Mercado Cubano



Alimentos y Bebidas

El fabricante líder para el mercado cubano

Sabores para todos

Abrimos nuevos canales de distribución a través de Formas de Gestión No Estatal a lo largo de todo el país y la comercialización online.



Cocinando CON IA

LA GASTRONOMÍA Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL ESTÁN UNIENDO FUERZAS PARA TRANSFORMAR NUESTRAS EXPERIENCIAS CULINARIAS, DEMOSTRANDO QUE LA TECNOLOGÍA PUEDE SER UN INGREDIENTE CLAVE EN LA COCINA DEL FUTURO





POR: VERÓNICA DE SANTIAGO
FOTO: ARCHIVO EXCELENCIAS

En la era de la tecnología y la digitalización, la inteligencia artificial (IA) está transformando sectores, y la gastronomía no es la excepción. Desde la planificación de menús hasta la creación de recetas innovadoras, la IA está desempeñando un papel esencial en cómo cocinamos y organizamos nuestra alimentación diaria.

El uso de herramientas de inteligencia artificial está revolucionando la cocina moderna, facilitando la elaboración de menús, optimizando la cesta de la compra y perfeccionando recetas para satisfacer los gustos y necesidades de cada persona.

LA IA COMO ASISTENTE EN LA COCINA

La IA ha evolucionado hasta convertirse en un verdadero asistente de cocina, ayudando tanto a aficionados como a profesionales. Una de las aplicaciones más populares de la IA es su capacidad para sugerir recetas basadas en los ingredientes disponibles. ¡Súper útil cuando lanzamos un SOS porque creemos no tener nada en la nevera! Esto no solo reduce el desperdicio de alimentos, sino que también estimula la creatividad culinaria.

Existen plataformas que van más allá, tienen la capacidad de combinar ingredientes para crear recetas diferentes y únicas. ¿Cómo lo hacen? Con herramientas que trabajan bases de datos de química de sabores y preferencias culturales que permiten la fusión de ingredientes que en ocasiones ni los grandes profesionales de cocina han experimentado.

PERSONALIZACIÓN DE MENÚS

La planificación de menús o *batch cooking* resulta imprescindible en este mundo donde a todos nos falta tiempo; pero también es cierto que nos faltan

ideas y puede llegar a convertirse en un quebradero de cabeza. Hay plataformas especializadas en esta tarea, pero el propio Chat GPT te permite introducir preferencias, cantidad de comensales, restricciones alimentarias y objetivos nutricionales y los algoritmos generan planes de comidas equilibrados y adaptados a las necesidades de cada uno.

Pero no solo en el ámbito doméstico es un *hack*, también la restauración aprovecha la IA para crear menús *ad hoc* de los gustos en tendencia, la estacionalidad de los ingredientes y el tipo de comensal, lo cual permite ajustar la oferta para mejorar la rentabilidad del establecimiento y la satisfacción de los comensales.

IA EN EL HOGAR

La IA no es aplicable únicamente en el cocinado o planificación alimentaria. Cada vez son más los dispositivos y electrodomésticos que están conectados y poseen "inteligencia". Hoy en día, la



Aunque todavía hay retos que superar, el futuro promete una integración aún mayor de estas tecnologías en nuestras cocinas, haciendo que cocinar sea más accesible, eficiente y emocionante que nunca.

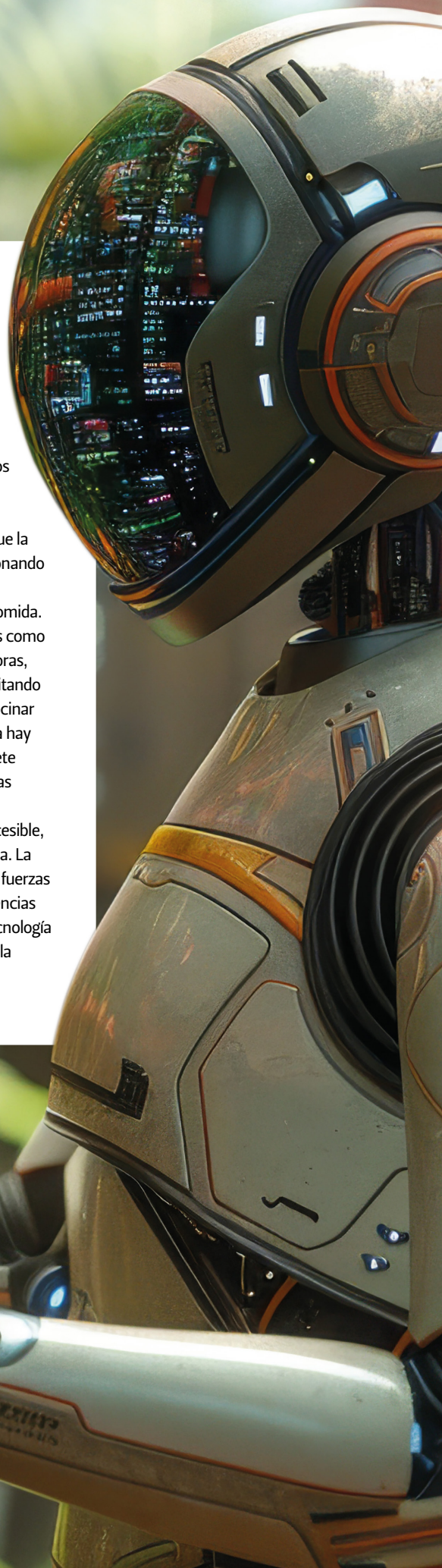
nevera ya no solo mantiene frescos los alimentos, también es capaz de añadir a la lista de la compra los productos que usas habitualmente y se han acabado, o te pueden sugerir recetas con los productos que quedan en ella. Los asistentes por voz como Alexa y Google Assistant ya se han convertido en el mejor aliado para *cocinillas* cronometrando los tiempos de cocción.

RETOS “A FUEGO LENTO”

Los beneficios de la IA son muchos y demostrados, aunque hay retos y peligros en el mal uso de esta poderosa herramienta. ¿Cómo afectará a la creatividad el excesivo uso de la IA en la cocina? Por otro lado, la

hiperconectividad y el manejo de la IA nos facilitan mucho la vida, pero hay que tener en cuenta que esta tecnología evoluciona con el conocimiento y el análisis de datos. Nuestros datos privados para entender nuestras necesidades y mostrarnos resultados adecuados a las necesidades que le planteamos.

En conclusión, es innegable que la inteligencia artificial está revolucionando la manera en que cocinamos, compramos y disfrutamos de la comida. Tanto en la planificación de menús como en la creación de recetas innovadoras, las aplicaciones de la IA están facilitando la vida a quienes les gusta o no, cocinar en todo el mundo. Aunque todavía hay retos que superar, el futuro promete una integración aún mayor de estas tecnologías en nuestras cocinas, haciendo que cocinar sea más accesible, eficiente y emocionante que nunca. La gastronomía y la IA están uniendo fuerzas para transformar nuestras experiencias culinarias, demostrando que la tecnología puede ser un ingrediente clave en la cocina del futuro.



EXPLORE THE UNKNOWN



**LA MAYOR PLATAFORMA MULTIESPECIALISTA DE
INNOVACIÓN Y NEGOCIO PARA EL SECTOR HORECA**

+50.000

Empresarios y directivos

+700

Firmas expositoras

+750

Speakers profesionales

9

Auditorios



**Coffee &
Bakery**



**AUTOMATED
FOODSERVICE**

**DESIGN
& EXPERIENCE**

**DIGITAL
WORLD**



Escanea el QR y consigue un 50% de
descuento en tu pase a HIP 2025 con
el código 34F42

www.expohip.com

HIP es un evento en colaboración de:

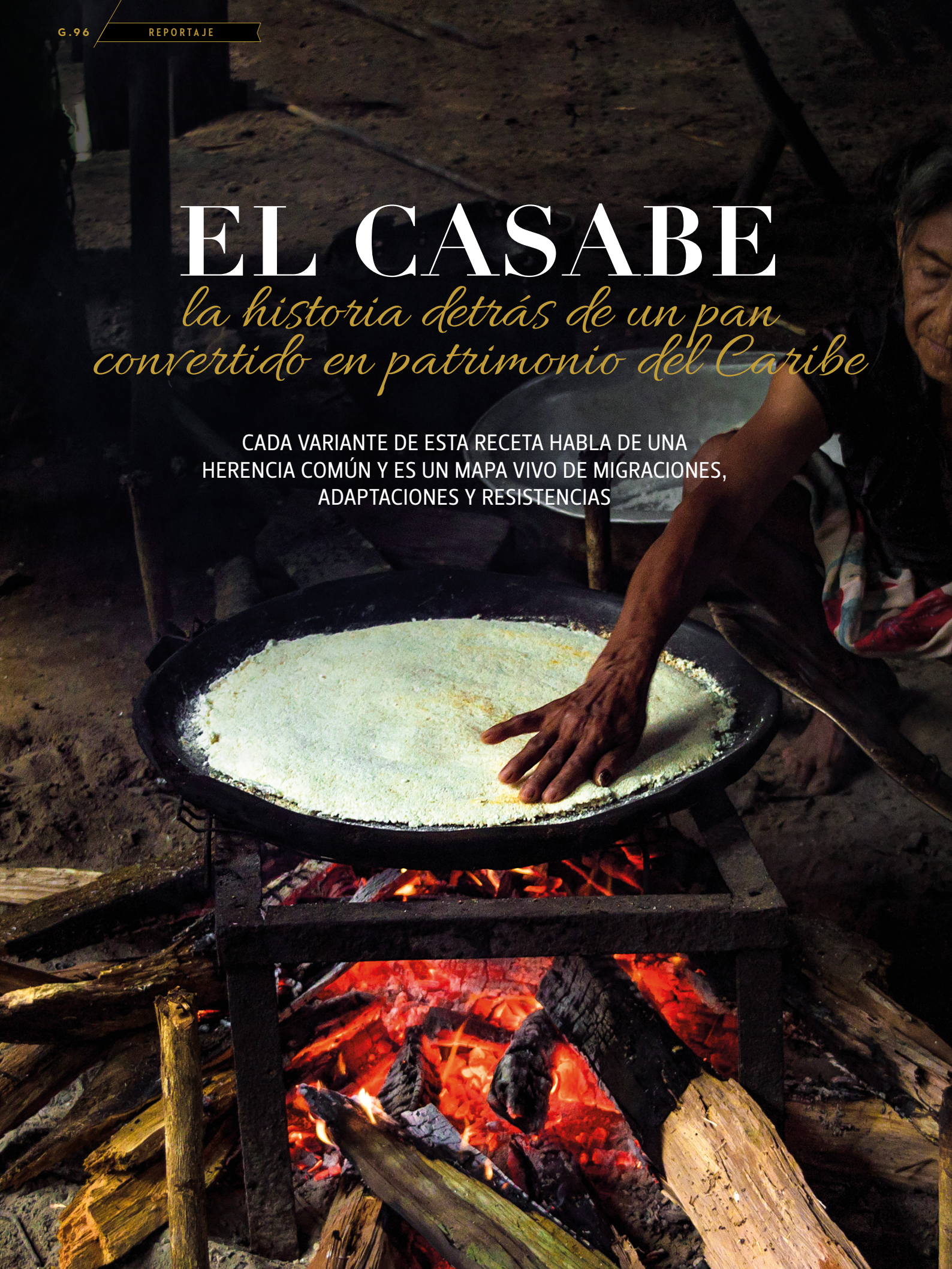
NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS



EL CASABE

*la historia detrás de un pan
convertido en patrimonio del Caribe*

CADA VARIANTE DE ESTA RECETA HABLA DE UNA
HERENCIA COMÚN Y ES UN MAPA VIVO DE MIGRACIONES,
ADAPTACIONES Y RESISTENCIAS





POR: GABRIELA SÁNCHEZ FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

Cuando no hay pan, se come casabe. Así reza un popular refrán cubano. Y es que esta elaboración fue la base de la alimentación de los taínos, arhuacos y caribes, y sin proponérselo, el punto de partida de la gastronomía caribeña. Hoy, la contemporaneidad le ha devuelto los honores al pan más antiguo del Caribe, el mejor ejemplo de resiliencia al tiempo y la historia.

La receta, recientemente declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, ha sido más que un alimento; entraña un modo de vida y sobre todo las raíces más genuinas de una región y sus habitantes, una relación sagrada entre el ser humano y la tierra, un ejemplo tangible del ingenio y la conexión con el entorno.

Desde la selva Orinoco-Amazónica hasta las costas de las Antillas, el ritual de raspar y rallar la yuca amarga hasta extraer su jugo y convertirla en una torta supuso uno de los secretos más valiosos para transformar veneno en comida nutritiva y símbolo de resistencia cultural. Así, ni la conquista pudo desterrar al casabe, sino todo lo contrario; hoy la Casa Real de España lo incluye entre los desayunos favoritos de la reina Letizia.

RAÍCES Y RUTAS: EL CASABE COMO PUENTE ENTRE CULTURAS

Cuentan que los conquistadores lo llamaron “pan de los indios”. Fue una revelación: un alimento que no se enmohecía en los largos viajes. De ahí que se hiciera compañero de sus travesías. “El casabe es uno de los primeros productos de exportación de Cuba, solicitado incluso por corsarios y piratas,” apunta Domingo Cuza Pedrera, director de Infotur (informador oficial de turismo del destino Cuba) de la provincia Granma. Su sabor, una mezcla de amargura y tierra, recuerda la fuerza de sus raíces.

Pero la historia del casabe no es solo la de América. Hasta África, llevaron los esclavos libertos la receta. De hecho, en Nigeria, los descendientes de esos emigrantes mantienen vivo el legado de la yuca, al punto de ser hoy el mayor exportador mundial de este tubérculo.

UNA RUTA HACIA EL PATRIMONIO

La travesía del casabe hacia el reconocimiento global ha sido un camino largo y de muchas manos. Fue en Cuba donde comenzó el sueño, a partir de la propuesta que Domingo Cuza hizo en el Festival Trinidad Gourmet, secundado por República Dominicana, devenida líder imprescindible del proyecto.

“Desde hacía más de cinco años veníamos proponiéndole a la línea aérea cubana que incluyera el casabe en su *catering* y no galletas hidrogenadas y alimentos nocivos, como una forma de soberanía alimentaria, y así promover su producción”, declaró el también periodista gastronómico.

“Cuba y República Dominicana son los guardianes de este legado. Pero todo el continente, desde Belice, donde fue llevado por los grupos de las

Antillas Menores, los garífuna, Panamá, Guatemala, Honduras, Venezuela, Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia, Brasil, las Guayanas y Paraguay”, dijo Geo Ripley, uno de los principales impulsores de la declaratoria, a partir de su trabajo con el Ministerio de Cultura dominicano.

A su cargo estuvo desde 2018 la conformación de un expediente múltiple en alianza con la Academia Iberoamericana de Gastronomía y sus homólogas nacionales. Según Ripley, la nominación no solo requería inventarios y protocolos, sino un esfuerzo colectivo por preservar una tradición que trasciende fronteras.

Así se lograron anexas, en este orden: Cuba, Venezuela, luego Haití y Honduras, lo que supone una representación de Centroamérica, Caribe insular y Sudamérica. “El casabe logró lo que no había logrado ningún proceso de Latinoamérica: unir a los países latinoamericanos en una propuesta común”, subrayó Cuza.

“La idea era hacer inventarios nacionales. Tuvimos el apoyo, sobre todo, de arqueólogos del municipio de Monción, el mayor productor de casabe en la República Dominicana, e incluso de la población civil con firmas y recolección de inventarios de las diferentes compañías privadas y de los grupos artesanales”, añadió el encargado del departamento de Patrimonio inmaterial.

El proceso abarcó desde el relleno de formularios hasta la compilación de artículos en prensa con el apoyo de periodistas, fotógrafos e incluso lingüistas para hacer traducciones en lengua arhuaca. Una experiencia que se replicó en el resto de naciones siguiendo las directrices del expediente de República Dominicana.

En Cuba, la acción fue encabezada por Cuza, sobre todo en el municipio El

Declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco, el casabe, más que un alimento, entraña un modo de vida y, sobre todo, las raíces más genuinas de una región y sus habitantes.

Padrón de la provincia de Granma, la de mayor consumo de casabe en la isla, y de la región oriental, donde se conservan los llamados burenes y demás instrumentos, tal cual fuese una comunidad indígena.

No obstante, a pesar de lograrse una propuesta multinacional sólida, explicó Ripley que la intención era abarcar aún más países: “En un momento trabajamos con Brasil, Guatemala y Colombia, que finalmente no pudieron terminar el expediente. (...) Hay dos provincias francesas de ultramar, Martinica de Guadalupe y la Guyana francesa, y Nigeria”.

De ahí que el expediente presentado a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) no solo incluyó la historia y las técnicas de producción del casabe, sino también su papel en la gastronomía contemporánea.



El proceso artesanal para su elaboración se mantiene casi intacto y el ingenio creativo ha hecho que se le integre desde maní hasta pistacho, marañón, café, o picante, haciendo del casabe el punto de partida para experimentar sabores.

EL VIAJE CULTURAL QUE GUÍA EL CASABE

Tras la declaratoria, el camino del casabe busca consolidar su impacto en el turismo gastronómico hacia estas naciones. “La idea no era salvar al casabe —explicó Cuza—. El casabe ha sobrevivido a 500 años de colonización, a las guerras de independencia, a la transculturación norteamericana. De ahí que lo que se buscaba era mejorar las condiciones de vida de los maestros casaberos y de esas comunidades que viven del casabe”.

Al respecto, Ripley adelantó que “lo que buscamos ahora son rutas culturales que conecten su origen y expansión”. Estas rutas inician en las profundidades de la selva amazónica, que abarca regiones de Venezuela, Brasil, Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia, las tres Guyanas, hasta alcanzar el Caribe insular y las costas de América Central.

Cada variante del casabe, desde el haitiano con coco rallado hasta el hondureño que lidera las exportaciones a Estados Unidos, habla de una herencia común. Es un mapa vivo de migraciones, adaptaciones y resistencias.

“Belize tiene casabes gracias a los grupos garífuna de los caribes rojos. Hay casabes en el sur de México. En Costa Rica y en El Salvador, no había información sobre la yuca, sino sobre el maíz. Pero las últimas excavaciones y estudios arqueológicos y de palinología han demostrado que el gran soporte alimentario

era la yuca. Entonces se crea una segunda ruta, al sur de México”, puntualizó Ripley.

Por otro lado, el casabe guarda un estrecho vínculo con la expedición histórica del poblamiento de los arhuacos hacia el Caribe, que organizó en canoas el geógrafo cubano Antonio Núñez Jiménez, desde el Amazonas. La intención ahora es ampliarla a Jamaica, Puerto Rico y República Dominicana, en homenaje a la hazaña de Núñez Jiménez, y convertirla en una ruta cultural.

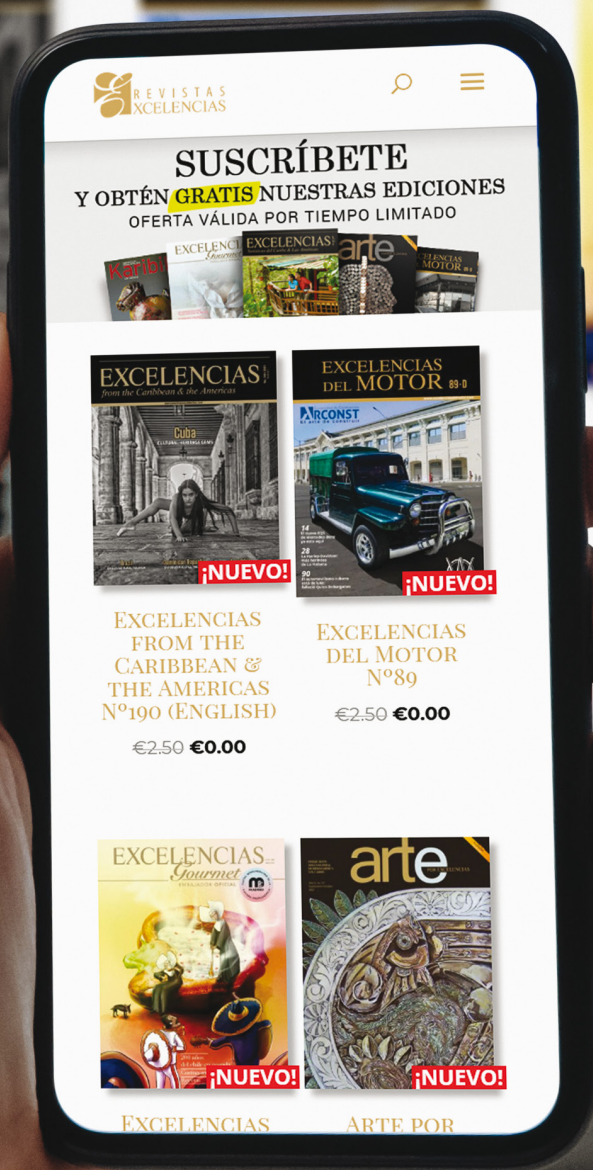
CASABE EN TIEMPOS MODERNOS

A pesar de la industrialización de los tiempos actuales, el proceso artesanal se mantiene casi intacto. “La yuca, con su dureza, obliga a un trabajo manual que mantiene viva la tradición,” reflexionó Ripley. El cultivo es manual al igual que su corte, secado y pelado.

De hecho, en palabras de Cuza Pedrera, excepto algunas cosas que ellos han ido modificando, como es el rayado de la yuca, que se realiza con un motor eléctrico, se mantiene el proceso como lo desarrollaban las comunidades indígenas.

No obstante, lo curioso y más valioso de esta travesía ha sido el toma y daca en cada nación. El ingenio creativo ha hecho que se le integre desde maní hasta pistacho, marañón, café, picante, hierbabuena o albahaca, haciendo del casabe el punto de partida para experimentar sabores.






TODAS LAS REVISTAS EN SU SITIO

www.revistasexcelencias.com



Disfruta de la edición digital de Revistas Excelencias.
Turismo, Gastronomía, Arte y Motor. ¿Viajamos juntos a
través de la lectura online? Descubre en un clic

100% GRATIS!



GASTRONOMÍA SALUDABLE Y *WELLNESS*

menús que alimentan

el cuerpo y el alma

POR: GABRIELA BIAGIO FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

En la era del bienestar integral, la gastronomía ha evolucionado más allá de la nutrición básica para convertirse en una herramienta clave en la búsqueda de equilibrio físico, mental y emocional. Los menús con tendencia *wellness* no solo se enfocan en la salud, sino también en crear experiencias sensoriales y placenteras que fomenten un estilo de vida consciente y sostenible.

¿QUÉ ES LA GASTRONOMÍA WELLNESS?

La tendencia *wellness* en la gastronomía combina la alimentación saludable con un enfoque holístico hacia el bienestar. Esto implica el uso de ingredientes naturales, prácticas culinarias sostenibles y menús diseñados para satisfacer tanto las necesidades físicas como emocionales. Los platos se elaboran considerando su impacto en el estado de ánimo, los niveles de energía y la conexión con la naturaleza.

PRINCIPIOS CLAVE DE LA GASTRONOMÍA WELLNESS

- 1 **Alimentos funcionales:** incorporación de ingredientes con beneficios específicos, como cúrcuma para la inflamación, jengibre para la digestión o té matcha para un aporte energético sin ansiedad.
- 2 **Cuidado en la presentación:** los platos no solo deben ser saludables, sino también visualmente atractivos, promoviendo una experiencia *mindful* al comer.
- 3 **Sostenibilidad:** se prioriza el uso de ingredientes locales, de temporada y orgánicos, reduciendo el impacto ambiental y apoyando a los productores locales.
- 4 **Ritualidad en la comida:** más allá de la nutrición, se promueve el disfrute consciente de cada bocado, integrando prácticas como la meditación antes de comer o el uso de espacios relajantes para las comidas.
- 5 **Personalización del bienestar:** los menús se adaptan a objetivos individuales, ya sea mejorar la digestión, reducir el estrés o aumentar la energía.

DESAYUNO: ENERGÍA Y VITALIDAD

Matcha latte con leche de avena: una bebida antioxidante que promueve la calma y el enfoque mental.

Porridge de avena con superalimentos: avena cocida con leche vegetal, semillas de chía, frutas frescas, bayas de goji y un toque de miel orgánica.

ALMUERZO: EQUILIBRIO Y NUTRICIÓN

Bowl Buddha de arcoíris: base de arroz integral o quinoa, acompañado de tofu marinado, espinacas, zanahorias ralladas, remolacha, edamames y una salsa de tahini y limón.

Infusión herbal detox: té caliente de menta, jengibre y limón, ideal para favorecer la digestión.



LA GASTRONOMÍA WELLNESS ES UNA FILOSOFÍA QUE CONECTA LA SALUD FÍSICA CON EL BIENESTAR EMOCIONAL Y LA CONCIENCIA AMBIENTAL. COMER, EN ESTE CONTEXTO, SE CONVIERTE EN UN ACTO DE AMOR PROPIO Y SOSTENIBILIDAD

SNACK: CONEXIÓN Y PLACER

Barrita casera de frutos secos y cacao:

un tentempié natural, libre de azúcares refinados, perfecto para una pausa revitalizante.

Agua infusionada con frutas: agua fresca con rodajas de pepino, fresas y albahaca para hidratarse de forma creativa.

CENA: RELAJACIÓN Y LIGEREZA

Sopa de miso con algas y setas: un plato reconfortante, rico en probióticos para la salud intestinal.

Tacos de col rizada y salmón: rellenos de salmón asado, aguacate, y salsa de yogur con hierbas.

Golden milk (leche dorada): bebida caliente de cúrcuma, canela y leche vegetal para inducir la calma antes de dormir.

BENEFICIOS DE LOS MENÚS WELLNESS

- 1 **Reducción del estrés:** ingredientes como la cúrcuma, las almendras y las hierbas adaptógenas ayudan a combatir los efectos del estrés diario.
- 2 **Conexión con el momento presente:** al promover la alimentación consciente, los menús *wellness* ayudan a disfrutar cada comida como un acto de autocuidado.
- 3 **Apoyo a la salud mental:** alimentos ricos en triptófano, omega-3 y antioxidantes favorecen un mejor estado de ánimo y mayor claridad mental.
- 4 **Equilibrio energético:** los platos están diseñados para evitar picos y caídas de energía, ofreciendo una sensación sostenida de vitalidad.
- 5 **Sostenibilidad y ética:** la conexión con el entorno natural y el consumo responsable son valores fundamentales de esta tendencia.

UNA FILOSOFÍA DE VIDA

La gastronomía *wellness* va más allá de satisfacer el hambre; es una filosofía que conecta la salud física con el bienestar emocional y la conciencia ambiental. Incorporar estos menús en la vida diaria no solo mejora la calidad de nuestra alimentación, sino también nuestra relación con nosotros mismos y con el mundo que nos rodea. Comer, en este contexto, se convierte en un acto de amor propio y sostenibilidad.

MARÍA FERNANDA RAMOS, UN FARO DE LA GASTRONOMÍA HUILENSE

CONSIDERADA UNO DE LOS GRANDES REFERENTES GASTRONÓMICOS DEL HUILA, ESTA CHEF HA LOGRADO LO QUE POCOS: TRANSFORMAR SU PASIÓN POR LA COCINA EN UN MOVIMIENTO QUE PROMUEVE Y ENALTECE LA IDENTIDAD DE SU REGIÓN

**POR: LUIS MARTÍNEZ
FOTOS: CORTESÍA DEL AUTOR
Y ARCHIVO EXCELENCIAS**

En el corazón de Colombia, el Huila se manifiesta como una tierra de riquezas culturales, naturales y gastronómicas que, aunque a menudo subestimadas, están comenzando a brillar con luz propia gracias a figuras visionarias como María Fernanda Ramos. Con pasión y compromiso, esta chef ha logrado posicionarse como una embajadora de la identidad huilense, explorando y reinventando los sabores de su región.

EL HUILA: TIERRA DE SABERES

El departamento del Huila, con una extensión de 19 890 km² y una población cercana a los 900 000 habitantes, es un tesoro de influencias aborígenes, españolas y migratorias. Desde las frías cumbres del Nevado del Huila hasta las cálidas arenas del desierto de La Tatacoa, su diversidad climática y paisajística lo convierte en un lugar único para la producción agrícola y ganadera.

El río Magdalena, arteria vital de la región, no solo fertiliza sus valles, sino también alimenta una tradición culinaria que María Fernanda ha sabido reinterpretar con maestría. "El Huila tiene un potencial enorme, pero muchas veces pasa desapercibido", comenta Ramos, quien desde hace cuatro años trabaja incansablemente para mostrar al mundo la riqueza de los productos locales.

INNOVACIÓN DESDE LA TRADICIÓN

En su restaurante Granvinos, ubicado en la ciudad de Neiva, María Fernanda ha convertido los sabores tradicionales del Huila en una experiencia culinaria inolvidable. Platos como la torta de achira tres leches, los tacos de arepa oreja de perro y el quesillo yaguareño frito con miel de cholupa, narran historias de generaciones dedicadas al arte de cocinar.

Pero Ramos no solo sirve comida; también honra el legado de los artesanos detrás de cada ingrediente. Roberto y su familia, por ejemplo, elaboran los tradicionales bizcochos de achira en el corregimiento de Fortalecillas, donde han creado la "Ruta de la Achira". Este recorrido turístico lleva a los visitantes por el río Magdalena hasta sus talleres, donde pueden aprender sobre el proceso de elaboración de este emblemático producto.

Diana, con más de 60 años de tradición familiar, produce las arepas oreja de perro, mientras que María y su linaje de mujeres huilenses elaboran el quesillo yaguareño, perpetuando técnicas transmitidas de generación en generación.

MÁS ALLÁ DE SUS ENCANTOS PAISAJÍSTICOS

El Huila no se limita al desierto de la Tatacoa y el Parque Arqueológico de San Agustín, aunque estos sean destinos icónicos. En Rivera, por ejemplo, las termales no solo ofrecen descanso, sino también el mejor mojiçón del mundo, según María Fernanda. Además, la región está emergiendo como el nuevo eje cafetero del país, con cafés de calidad excepcional.

Un ejemplo es El Bosque Hostel, ubicado en Zuluaga, donde se celebra el café en todas sus facetas. Este espacio no solo muestra el proceso de producción, sino que también ofrece productos hechos en casa, como quesos frescos y madurados, miel y arequipe.

UN LEGADO QUE INSPIRA

María Fernanda Ramos ha logrado lo que pocos: transformar su pasión por la cocina en un movimiento que promueve y enaltece la identidad huilense. Su labor es un recordatorio de que, tras cada plato y producto, hay historias de esfuerzo, tradición y arraigo que merecen ser contadas y celebradas.

Por su enfoque innovador y su profundo respeto por la tradición, María Fernanda Ramos ha sido seleccionada por la revista *Forbes*, dentro de la lista "Best New Chefs Colombia 2024", no solo por su labor de posicionamiento del Huila en el mapa gastronómico de Colombia, sino también inspirando a una nueva generación a redescubrir y valorar sus raíces. Sin duda, María Fernanda Ramos es uno de los grandes referentes gastronómicos del Huila y una embajadora de su "tierra de promisión".



La Gastronomía MODAS

POR: REDACCIÓN EXCELENCIAS FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS



La gastronomía, como arte y expresión cultural, está siendo cada vez más influenciada por tendencias y modas que, lejos de enriquecerla, están erosionando su esencia y autenticidad. En los últimos años, estas modas han alterado profundamente algunos de los platos más icónicos, despojándolos de su alma y significado original.

LAS RECETAS TRADICIONALES: UNA IDENTIDAD EN PELIGRO

Las recetas tradicionales, que representan el alma de la gastronomía de un pueblo, también están siendo distorsionadas en nombre de la innovación. Aunque bien es cierto que muchos países y profesionales de cocina están trabajando en pro de la recuperación de recetas y materias primas, la realidad es que lo que “vende” en la actualidad es la transformación de recetas con ingredientes modernos que los alejan de sus raíces culturales. Este tipo de reinterpretaciones, aunque interesantes, en algunos casos, muchas veces banalizan la riqueza histórica y cultural que define a estas recetas.

Las modas están jugando un papel destructivo en la gastronomía al priorizar la estética y la novedad sobre el sabor, la tradición y el alma de los platos. La creatividad en la elaboración no debe ser una excusa para borrar las raíces de cada preparación. Es crucial preservar el alma de la gastronomía, manteniendo un respeto profundo por las tradiciones y la autenticidad que han dado forma a nuestra cultura culinaria.



El roscón de reyes, por norma general, ha perdido el interés de las nuevas generaciones y pasa de ser consumido por su sabor a componer un compromiso.

CUANDO LA TRADICIÓN SE PIERDE NACEN LOS ENGENDROS DE LA GASTRONOMÍA

La innovación para alcanzar un rango mayor de gustos es un avance en la gastronomía. Sin embargo, cuando la modificación de la receta cambia la esencia del plato y con ello, la tradición, ya solo queda en la fecha y la forma de la comida, nacen los engendros de la gastronomía.

Este tipo de renovaciones culinarias no implica sabores intolerables, sino el final de la tradición. Ejemplos perfectos son **recetas propias de la época navideña**. El roscón de reyes, por norma general, ha perdido el interés de las nuevas generaciones y pasa de ser consumido por su sabor a componer un compromiso. Igual ocurre con los polvorones. No quita que sean deliciosos e incluso los favoritos de unos cuantos, pero su consumo es tan solo un reminisciente de una tradición antigua que ya no lidera las tendencias.

En muchas ocasiones, estas invenciones vienen de la mano de cocineros del primer nivel y estrellas mundiales de la gastronomía. Como en el caso de los turrones, entre otros productos, que, por diversión o por hartazgo de la tradición, han buscado una excesiva renovación

que inexplicablemente olvida la base de almendra y miel del turrón.

Otro ejemplo son las **tartas de queso**, que, hoy en día, son todo menos tartas de queso. Es fácil caer en la tentación de las versiones más modernas y elaboradas de la tarta de queso, pero es fundamental recordar que una tarta de queso de verdad no necesita adornos excesivos. Estilos extravagantes, mermeladas de diversas variedades, abundante crema de queso, rellenos de distintas consistencias y una amplia gama de quesos. La tarta de queso, en su forma más pura, es un postre elaborado principalmente a partir de queso, azúcar, huevos y una base de galletas. Su popularidad ha llevado a una proliferación de versiones que distorsionan su esencia.

Podríamos también mencionar las **hamburguesas** que no son hamburguesas; ¿desde cuándo una hamburguesa es dulce? Por no hablar de las **croquetas**, ¿de turrón, de roscón o de tortilla de patatas? Eso puede ser cualquier cosa, menos una croqueta.

Se lanza una pregunta, dependiendo siempre del contexto y la receta: **¿vale más reinventar las tradiciones o dejarlas morir cuando ya nadie las busca?**

PREMIOS EXCELENCIAS



Visita
Nuestra Web



ESPAÑA
-
ENERO



CUBA
-
MARZO



MÉXICO
-
ABRIL



2024

México Guanajuato provoca

SABOREAR

VIÑEDO SAN MIGUEL
COMONFORT



GUANAJUATO

GOBIERNO DE LA GENTE

SECRETARÍA DE TURISMO E IDENTIDAD



GUANAJUATO MX

f @GuanajuatoMéxico
x @Guanajuato
@guanajuato_mex
@guanajuato.mex

OAXACA SABORATI

HOY MÁS QUE NUNCA,
SOMOS EL ORGULLO
GASTRONÓMICO
DE MÉXICO



OAXACA
GOBIERNO DEL ESTADO

OAXACA
Tierra orgullosa de sus raíces