

EXCELENCIAS

Gourmet

Nº100/2026

TRIMESTRAL





GUANAJUATO
GOBIERNO DE LA GENTE
SECRETARÍA DE TURISMO E IDENTIDAD

México
visitmexico.com

TEMPORADA GASTRONÓMICA




GUANAJUATO *¡Sí Sabe!*

JUNIO-JULIO 2026



IDENTIDAD Y TRADICIÓN

   
guanajuato.mx

100 ediciones de una gastronomía QUE ES CULTURA, VIDA Y COMPROMISO

Cuando en 2006 nació Excelencias Gourmet, la gastronomía iberoamericana estaba empezando a tomar conciencia de sí misma. Había talento, producto, historia y oficio, pero aún no se hablaba con la naturalidad de hoy de sostenibilidad, de identidad, de territorio, de impacto social o de salud. Se cocinaba bien —muy bien—, pero todavía no se había articulado un relato común que entendiera la gastronomía como algo más que una mesa bien puesta.

Han pasado casi veinte años. Cien números. Y hoy, al mirar atrás, resulta evidente que no solo ha evolucionado una revista: ha evolucionado una manera de entender la cocina, el comer y el compartir en Iberoamérica.

Excelencias Gourmet nació con una idea clara: contar la gastronomía como un hecho cultural, motor de desarrollo para los territorios y, ante todo, humano, desde el respeto al producto, a quienes lo trabajan y a las comunidades que lo sostienen. No queríamos ser un escaparate efímero ni una moda pasajera. Queríamos ser memoria, testimonio y altavoz. Y, sobre todo, queríamos hacerlo desde una mirada iberoamericana, sin complejos y con orgullo.

En estos años hemos sido testigos —y en muchos casos cómplices— de hitos que hoy forman parte de la normalidad del sector: la internacionalización definitiva de cocinas que durante décadas fueron locales; el reconocimiento global de chefs, productores y territorios; la reivindicación de ingredientes ancestrales; la entrada de la gastronomía en el debate sobre salud, sostenibilidad y justicia social; y la certeza de que comer bien no es un

lujo, sino un derecho y una responsabilidad compartida.

La gastronomía iberoamericana ha aprendido a mirarse al espejo sin pedir permiso. Ha entendido que su fortaleza está en la biodiversidad, en la mezcla, en el mestizaje, en la transmisión oral, en las cocinas domésticas tanto como en las de vanguardia. Que no hay innovación sin memoria, ni futuro sin raíces. Que la calidad del producto local no depende de colores políticos, que la estacionalidad es un gesto de respeto y que la cocina puede ser una herramienta de cohesión social tan poderosa como cualquier discurso.

También hemos vivido tiempos difíciles. Crisis económicas, cambios de paradigma, una pandemia que detuvo cocinas y vació salas, pero que al mismo tiempo devolvió sentido a lo esencial. La gastronomía respondió como sabe hacerlo: con solidaridad, con redes de apoyo, con ollas comunes, con compromiso real. Y ahí, una vez más, quedó claro que la cocina no es solo placer: es cuidado, es alimento, es dignidad.

Hoy hablar de gastronomía es hablar de vida saludable, porque lo que comemos define cómo vivimos. Es hablar de sostenibilidad, porque no hay cocina posible en un planeta agotado. Es hablar de solidaridad, porque ningún sistema alimentario es justo si deja a alguien fuera. Y es hablar de satisfacción, no solo en el sentido hedonista, sino en el más profundo: el de sentarse a la mesa y reconocerse en el otro.

Cien números después, Excelencias Gourmet sigue creyendo en el periodismo gastronómico reposado, en la palabra cuidada, en el contexto, en la mirada larga. Seguimos creyendo en los cocineros y

cocineras, sí, pero también en los agricultores, pescadores, ganaderos, artesanos, bodegueros, camareros, investigadores y divulgadores que sostienen este ecosistema. Seguimos creyendo en Iberoamérica como un espacio gastronómico único en el mundo, diverso y conectado por una misma forma de entender la mesa como lugar de encuentro.

Este número 100 no es una meta. Es una pausa consciente para agradecer, para recordar y para reafirmar un compromiso. El de seguir contando historias que importan. El de seguir defendiendo una gastronomía con valores. El de seguir mirando al futuro sin olvidar de dónde venimos.

Porque mientras haya alguien dispuesto a cocinar para otro, mientras haya un producto que cuente su territorio, mientras haya una mesa alrededor de la cual compartir, habrá gastronomía. Y mientras eso ocurra, Excelencias Gourmet seguirá aquí, acompañando ese viaje.



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



EDITOR Y PRESIDENTE: JOSÉ CARLOS DE SANTIAGO
COORDINACIÓN INTERNACIONAL: VERÓNICA DE SANTIAGO
COORDINACIÓN Y EDICIÓN: CRISTINA PÉREZ Y CRISTINA YBARRA
ASESORA EDITORIAL: CONSUELO ELIPE RAMOS
REDACTORA JEFE: ANA M. GÓMEZ
CORRESPONSAL PERMANENTE EN CUBA: JOSEFINA PICHARDO
DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO: WANDA OJEDA SANTIAGO
PORTADA: MIGUEL CÁMARA

COLABORACIÓN EDITORIAL:

AIBG (Academia Iberoamericana de Gastronomía)

ADEMÁS HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO:

JOSÉ CARLOS DE SANTIAGO, VERÓNICA DE SANTIAGO, CONSUELO ELIPE, ALEJANDRO BONETTI, LUÍS CEPEDA, JULIO VALLES, SANTI CARRILLO, CRISTINA YBARRA, CRISTINA PÉREZ, MARIA CARRASCO, GABRIELA SÁNCHEZ.

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 CIUDAD DE MÉXICO PUERTO VALLARTA** Consuelo Elipe Tlf.: +52 322 225 0109 redaccion@excelencias.com, maes@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 **FOTOMECAÁNICA 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





OAXACA SABORATI

HOY MÁS QUE NUNCA,
SOMOS EL ORGULLO
GASTRONÓMICO
DE MÉXICO



OAXACA
GOBIERNO DEL ESTADO



Tierra orgullosa de sus raíces

SUMARIO



06 ENTREVISTA ENTREVISTAS



42 OPINIÓN LA TAPA Y EL PINTXO



36 VIAJE DE SABOR LA GASTRONOMÍA IBEROAMERICANA ES MUCHO MÁS QUE COCINA



46 TESTIMONIOS TESTIMONIOS



38 DIETA MEDITERRÁNEA LA DIETA MEDITERRÁNEA EN EL SIGLO XXI



49 SABORES QUE ARDEN EL ALMA PICANTE DE MÉXICO



52 ESPECIAL 100 PERSONAJES EXCELENCIAS GOURMET



66 COCINAS DEL MUNDO THAI: LA COCINA DE LOS CINCO SABORES



60 COCINA DE IDA Y VUELTA LA GASTRONOMÍA IBEROAMERICANA COMO FUSIÓN DE CULTURAS



68 BEBIDAS IBEROAMERICANAS EL UNIVERSO LÍQUIDO IBEROAMERICANO



62 IN VINO VERITAS REGIONES ICÓNICAS DE VINOS EN IBEROAMÉRICA



72 RONES Y DESTILADOS EL RÓN, HISTORIA LÍQUIDA DEL CARIBE

José Miguel Herrero:

...“la cocina española se ha convertido en un embajador cultural y económico”...

TEXTO: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA / FOTOS: CORTESÍA DEL ENTREVISTADO



JOSÉ MIGUEL HERRERO
DIRECTOR GENERAL DE ALIMENTACIÓN DEL MINISTERIO DE
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN DE ESPAÑA



El país más rico del mundo o las actividades de Alimentos de España difunden valores de respeto al entorno, consumo responsable y aprecio por la diversidad alimentaria.

En un contexto en el que la sostenibilidad, la digitalización y la educación alimentaria se han convertido en los grandes ejes del debate global, José Miguel Herrero, director general de Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, representa una de las voces más sólidas y visionarias del sector.

Desde su departamento, impulsa programas que van desde la lucha contra el desperdicio alimentario hasta el fortalecimiento de las denominaciones de origen, pasando por la promoción de la dieta mediterránea, la innovación agroalimentaria y la internacionalización de los productos españoles.

Su mirada combina rigor técnico y sensibilidad cultural: la defensa de una alimentación sostenible, saludable y vinculada al territorio como parte del patrimonio de España. En esta conversación con Excelencias Gourmet, Herrero reflexiona sobre los retos del presente y las oportunidades de futuro de uno de los sectores más estratégicos de nuestra economía y, sobre todo, de nuestra identidad como país.

ESPAÑA ES RECONOCIDA MUNDIALMENTE POR SU GASTRONOMÍA, PERO TAMBIÉN POR SU SISTEMA AGROALIMENTARIO. ¿CUÁL DIRÍA QUE ES HOY LA PRINCIPAL FORTALEZA DEL MODELO ALIMENTARIO ESPAÑOL?

La principal fortaleza del modelo alimentario español es su capacidad para combinar diversidad, calidad y sostenibilidad

en toda la cadena agroalimentaria. España ha logrado consolidar un sistema alimentario integral, competitivo y profundamente arraigado en su territorio, que pone en valor la producción de alimentos saludables y accesibles reconocidos en todo el mundo.

La riqueza de sus regiones productivas, la innovación tecnológica aplicada al campo y la apuesta por la sostenibilidad económica, social y ambiental consolidan a España como una potencia alimentaria global.

¿CÓMO DESCRIBIRÍA EL PAPEL QUE JUEGA EL MINISTERIO EN LA PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE LA MARCA “ALIMENTOS DE ESPAÑA”? ¿QUÉ BALANCE HACE DE LOS RESULTADOS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE PRODUCTORES Y CONSUMIDORES?

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación actúa como motor institucional de la proyección internacional de la marca “Alimentos de España”. A través de la estrategia #AlimentosdeEspaña y convenios como Spain Food Nation, el ministerio impulsa campañas globales de comunicación y promoción, ferias, misiones comerciales y patrocinios de gran visibilidad.

Estas acciones han fortalecido la imagen de España como potencia gastronómica y agroalimentaria, generan nuevas oportunidades de negocio para las empresas y refuerzan la confianza de los consumidores internacionales en la calidad y sostenibilidad de los productos españoles.

¿ES POSIBLE CONJUGAR LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS ALIMENTARIAS CON LA SOSTENIBILIDAD

MEDIOAMBIENTAL Y SOCIAL? ¿QUÉ ACCIONES SE LLEVAN A CABO?

Sí, y España es ejemplo de ello. Las políticas de promoción y los Premios Alimentos de España reconocen precisamente a aquellas empresas que integran la rentabilidad con el respeto ambiental y el compromiso social. Iniciativas como los Soles Sostenibles de la Guía Repsol o los convenios con interprofesionales fomentan prácticas responsables en toda la cadena alimentaria: reducción del desperdicio, eficiencia energética y apoyo al medio rural. Estas acciones demuestran que la sostenibilidad no es un freno a la rentabilidad, sino un factor de competitividad y prestigio internacional.

¿QUÉ PAPEL JUEGAN LAS PEQUEÑAS PRODUCCIONES, LAS COOPERATIVAS Y LA AGRICULTURA FAMILIAR EN ESA VISIÓN DE FUTURO SOSTENIBLE?

Las pequeñas producciones y la agricultura familiar son la base del sistema alimentario español. Representan el vínculo entre la tierra, el territorio y la identidad gastronómica del país. Iniciativas reconocidas por el ministerio, como el colectivo de cocineras y cocineros rurales, reflejan cómo la colaboración entre productores locales y restauradores impulsa la sostenibilidad, preserva el patrimonio gastronómico y genera empleo en zonas despobladas, contribuyendo así a un desarrollo rural inclusivo y sostenible.

LA DIGITALIZACIÓN ESTÁ TRANSFORMANDO LA CADENA AGROALIMENTARIA. ¿DÓNDE ESTÁ HOY ESPAÑA Y QUÉ PAPEL JUEGA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA TRAZABILIDAD, LA CALIDAD O LA SEGURIDAD ALIMENTARIA?

España avanza en la digitalización de todo su sistema agroalimentario mediante el uso de inteligencia artificial, big data y sistemas de trazabilidad. Estas herramientas permiten optimizar los procesos productivos, garantizar la calidad y mejorar la seguridad alimentaria.

USTED HA DEFENDIDO EN NUMEROSAS OCASIONES LA DIETA MEDITERRÁNEA COMO UN PATRIMONIO CULTURAL VIVO. ¿SIGUE SIENDO EL MODELO ALIMENTARIO DEL FUTURO?

Sin duda. La dieta mediterránea es el modelo alimentario más equilibrado, sostenible y saludable.

Es reflejo de un estilo de vida que combina alimentación, sociabilidad, territorio y cultura. Reconocida por la UNESCO en 2010, como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, esta dieta promueve la producción local, la estacionalidad y la sostenibilidad, alineándose plenamente con los objetivos de la Estrategia Nacional de Alimentación y el compromiso de España con la salud y el planeta.

¿QUÉ ESTRATEGIAS ESTÁN EN MARCHA PARA ACERCAR LA EDUCACIÓN ALIMENTARIA A LOS COLEGIOS Y A LAS NUEVAS GENERACIONES?

El ministerio promueve la educación alimentaria desde la infancia mediante campañas que fomentan hábitos saludables y el conocimiento de los productos nacionales.

Programas como El país más rico del mundo o las actividades de Alimentos de España difunden valores de respeto al entorno, consumo responsable y aprecio por la diversidad alimentaria. Además, se impulsan colaboraciones con el Basque Culinary Center para inspirar a jóvenes emprendedores en gastronomía y sostenibilidad.

LA GASTRONOMÍA ES HOY UN MOTOR DE DESARROLLO TURÍSTICO Y RURAL. ¿QUÉ SINERGIAS CREE QUE DEBEN REFORZARSE ENTRE EL SECTOR AGROALIMENTARIO Y EL TURÍSTICO?

La unión entre gastronomía y turismo es una de las mayores fortalezas de España. Eventos como Madrid Fusión, Spain Fusion México o Eat Spain Drink Spain muestran cómo la cocina española se ha convertido en un embajador cultural y económico. Reforzar las sinergias entre productores, chefs, territorios y destinos turísticos es esencial para dinamizar el medio rural, diversificar la oferta y proyectar una imagen de país sostenible, innovador y acogedor.

SI TUVIERA QUE RESUMIR EN UNA FRASE EL RETO MÁS IMPORTANTE QUE TIENE POR DELANTE EL SISTEMA ALIMENTARIO ESPAÑOL, ¿CUÁL SERÍA?

Consolidar un modelo alimentario sostenible, competitivo y global, capaz de equilibrar innovación, rentabilidad y respeto al entorno, para garantizar el bienestar de las personas y el futuro del planeta.



Comer acompañado es volver al origen humano de la alimentación como acto social y emocional. Iniciativas que promueven precisamente eso: convertir la mesa en un espacio de encuentro, diálogo y bienestar.



¿CREE QUE HOY, EN UNA SOCIEDAD HIPERCONECTADA, A VECES SOLITARIA, COMER ACOMPAÑADO VUELVE A SER UN ACTO DE SALUD EMOCIONAL? UN EJEMPLO, ES SU PROYECTO PERSONAL @NUNCACOMASSOLO

Sin duda. Comer acompañado es volver al origen humano de la alimentación como acto social y emocional. Iniciativas que promueven precisamente eso: convertir la mesa en un espacio de encuentro, diálogo y bienestar. En una época de hiperconexión digital y aislamiento cotidiano, compartir la comida se convierte en una forma de cuidar la salud mental y reforzar los lazos comunitarios, en perfecta sintonía con la filosofía de los Alimentos de España, que celebran la unión.

Rafael Ansón:

... “La gastronomía no es solo placer: también es salud, solidaridad y sostenibilidad”...

TEXTO: CRISTINA PÉREZ GARCÍA, COORDINADORA DE REDACCIÓN / FOTOS: CORTESÍA DEL ENTREVISTADO



RAFAEL ANSÓN OLIART
PRESIDENTE DE LA ACADEMIA IBEROAMERICANA DE
GASTRONOMÍA



Todo el mundo empieza a ser consciente de que obviamente a la hora de comer, si se puede, hay que disfrutar, pero, sobre todo, se debe comer para estar bien, tener salud.

Rafael Ansón es una figura esencial de la gastronomía iberoamericana. Reconocido por impulsar numerosos proyectos en favor del rescate de tradiciones gastronómicas españolas y de otras latitudes, haciendo énfasis en la ‘gastronomía de las 4S’ — saludable, solidaria, sostenible y satisfactoria— como su principal legado, ampliando esta visión con la sociabilidad y reivindicando la cocina como un espacio de convivencia, diálogo y cultura en toda Iberoamérica.

EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS, LA GASTRONOMÍA HA PASADO DE SER UN PLACER INDIVIDUAL A CONVERTIRSE EN UN FENÓMENO CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL. ¿CÓMO VALORA USTED ESTA TRANSFORMACIÓN Y EL PAPEL DE LA GASTRONOMÍA EN LA PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE IBEROAMÉRICA?

Efectivamente la gastronomía durante muchos años, con el protagonismo de Francia, era el placer de unos cuantos privilegiados que disfrutaban comiendo.

En la actualidad y gracias al impulso de España y en parte de Iberoamérica, la gastronomía es una actividad fundamental del ser humano que abarca los aspectos saludables, solidario, sostenible y satisfactoria.

Y ese protagonismo de España y de Iberoamérica ha permitido la proyección internacional del espacio gastronómico.

DESDE LA CREACIÓN DE LA ACADEMIA IBEROAMERICANA DE GASTRONOMÍA,

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO SU VISIÓN Y CUÁLES CONSIDERA QUE SON LOS PRINCIPALES LOGROS ALCANZADOS EN LA REVALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO DE LA REGIÓN?

Cuando se creó la Academia Iberoamericana de Gastronomía en Sevilla, en la Maestranza, dije que se trataba de poner de relieve y de dar a conocer que la oferta gastronómica de Iberoamérica en términos de producción y de la industria alimentaria es, sin duda, la mejor del mundo. Y, en todo caso, mejor que la de angloamérica.

A partir de entonces, en estos últimos 15 años, la oferta gastronómica de Iberoamérica ya no es solo producción y transformación, sino que también abarcan los restaurantes. Hace 15 años no había prácticamente ningún Fifty Best Restaurant in the World. En la última edición hay 18 iberoamericanos.

USTED HA PROPUESTO UN NUEVO PARADIGMA BASADO EN LAS 4S: SOSTENIBILIDAD, SALUD, SOLIDARIDAD Y SATISFACCIÓN. ¿CÓMO NACE ESTA FILOSOFÍA Y QUÉ BUSCA TRANSMITIR EN EL CONTEXTO IBEROAMERICANO?

Efectivamente el éxito de la gastronomía y su influencia en todos los sectores de actividad no es solo por el placer, sino que es también salud, solidaridad y sostenibilidad. Y también habría que añadir sociability, es decir, se come en compañía. En la actualidad, prácticamente solo en torno a la mesa se mantiene la conversación, la convivencia, la cordialidad y la amistad. Comer juntos evita la soledad y crea relaciones de amistad.

¿DE QUÉ MANERA LA GASTRONOMÍA PUEDE CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOSTENIBLE, A LA PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES Y A LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD MÁS SOLIDARIA?

Uno de los aspectos de los que más ha trabajado la Academia Iberoamericana es en la Sostenibilidad. Concretamente en Sevilla hace dos años se aprobó el primer Manifiesto Universal de la Gastronomía Sostenible. Manifiesto que llevamos a S.M. el rey Felipe VI y también a Antonio Acosta, presidente del Congreso Europeo y al Secretario General de Iberoamérica.

Como he dicho muchas veces, a la gastronomía no solo le afectan las exigencias generales de la sostenibilidad sino que también es importante tener en cuenta que el agua y la tierra deben de seguir dando alimentos.

Y el mar, por ejemplo, si seguimos tirando plásticos y mercurio puede acabar de dar alimentos.

En lo que se refiere al tema saludable, creo que es lo que más se ha avanzado. Todo el mundo empieza a ser consciente de que obviamente a la hora de comer, si se puede, hay que disfrutar, pero, sobre todo, se debe comer para estar bien, tener una salud razonable, recibir energía, y poder tener ilusión y esperanza.

La parte de solidaridad, debe ser uno de los aspectos más importantes. Es necesario terminar con el hambre en el mundo y, sobre

todo, evitar la malnutrición por defecto o por exceso de los niños.

LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN SON PILARES PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR. ¿QUÉ IMPORTANCIA CONCEDE A LA FORMACIÓN GASTRONÓMICA EN LA CREACIÓN DE UNA NUEVA GENERACIÓN DE PROFESIONALES MÁS CONSCIENTES Y COMPROMETIDOS CON LAS 4S?

En el fondo lo más importante para el ser humano es la educación. También en este mundo de la gastronomía es una exigencia fundamental. Aparte por eso, la Academia Iberoamericana de Gastronomía, está preparando un informe sobre el Nuevo Marco Educativo de la Gastronomía, en contacto con la Asociación Europea Derecho y Gastronomía y con el Bufete Cremades Calvo-Sotelo.

La idea es que el derecho a la alimentación pueda ser un derecho de rango superior, incluso, constitucional.

De ningún escalón del sistema educativo deberían salir los alumnos sin saber comer. Desde la enseñanza infantil hasta los institutos de empresa.

Y lo mismo en las escuelas de hostelería y en los grados de gastronomía.

Todos deben tener en cuenta los cuatro eslabones de la cadena alimentaria. Y es fundamental que los profesionales piensen que no se trata solo de que nos den de comer bien desde el punto de vista placer

sino, también que su actividad tiene que ser saludable, solidaria y sostenible.

Por eso, también la Academia Iberoamericana está preparando un nuevo código deontológico de los profesionales de la restauración y de la gastronomía.

¿QUÉ PAPEL JUEGAN LOS MEDIOS ESPECIALIZADOS —COMO EXCELENCIAS GOURMET— EN LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA GASTRONÓMICA IBEROAMERICANA Y EN LA DIVULGACIÓN DE LOS VALORES DE LAS 4S?

Es evidente, que el mundo ahora mueve la comunicación. Todo cambió cuando apareció la imprenta o más tarde cuando aparecieron las linotipias y los periódicos. Sobre todo, con la radio y luego con la televisión. Ahora con redes sociales.

Obviamente toda la evolución de la gastronomía en los últimos años ha sido posible por la existencia de Internet y redes sociales y también por el apoyo de medios de comunicación. Excelencias Gourmet llega a todos los países de Iberoamérica y que su edición impresa, y de una manera más amplia en la digital, traslada y ha conseguido difundir todo lo referente a la gastronomía.

El Grupo Excelencias ha tenido una influencia decisiva en el conocimiento de lo que abarca la Nueva Gastronomía y, también, lo que es la Cocina de la Libertad, que ha permitido que los chefs sean artistas como cualquier otro y por lo tanto que sus recetas sean innovadoras y creativas.

Hemos pasado de la cocina territorial de nuestras madres, abuelas y bisabuelas, a la cocina del todo, de la innovación.

Cada uno de ellos ha puesto de manifiesto en el proyecto de la Academia Iberoamericana de Gastronomía “Armonía de la Gastronomía con las Bellas Artes”. Están terminados los libros de la Armonía con la Pintura y con el Flamenco. Y está trabajándose los libros sobre la música clásica y el teatro. En su día, abarcará también la moda.



La ‘gastronomía de las 4S’ —saludable, solidaria, sostenible y satisfactoria.



Luis Suárez de Lezo:

... “¿Por qué la gastronomía debe ser una cuestión de Estado?”...

TEXTO: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA / FOTOS: CORTESÍA DEL ENTREVISTADO



LUIS SUÁREZ DE LEZO
PRESIDENTE DE LA REAL ACADEMIA DE GASTRONOMÍA
(RAG)



Enseñar a los niños a comprender el origen de los alimentos, sus temporadas y su relación con el territorio no solo promueve hábitos saludables, sino que ayuda a preservar el patrimonio culinario y a formar consumidores más responsables.

En el número 100 de Excelencias Gourmet, rendimos homenaje a quienes han contribuido a consolidar la gastronomía como un valor cultural y social de España. Entre ellos, destaca la figura de Luis Suárez de Lezo, presidente de la Real Academia de Gastronomía, una institución que lleva más de cinco décadas trabajando por el reconocimiento del patrimonio culinario como parte esencial de nuestra identidad.

Abogado de formación, gastrónomo por convicción y observador lúcido de la evolución del sector, Luis ha sabido proyectar una visión moderna y transversal de la gastronomía, entendida como un puente entre tradición, innovación, salud y sostenibilidad. Bajo su liderazgo, la Real Academia ha fortalecido su papel como interlocutor entre la sociedad civil, las administraciones y el tejido productivo, promoviendo la educación del gusto y la protección del legado culinario español.

En esta conversación exclusiva, repasa los retos del sector, el papel de la gastronomía como motor cultural y económico, y la responsabilidad de seguir construyendo futuro desde el conocimiento, el respeto y la excelencia.

LA REAL ACADEMIA DE GASTRONOMÍA CUMPLE YA MÁS DE CINCUENTA AÑOS DEFENDIENDO LA GASTRONOMÍA COMO PARTE DE LA CULTURA. ¿QUÉ SIGNIFICADO TIENE HOY ESA MISIÓN?

Continuamos con esa misión, que está recogida en nuestros fines fundacionales, pero tiene hoy un enfoque renovado y más

estratégico. La gastronomía es cultura porque es memoria, patrimonio e identidad, pero también es ciencia, educación, salud o economía. Es todo un ecosistema interconectado. Nuestro principal desafío pasa por ponerla en diálogo con políticas públicas, para que ese patrimonio no sea únicamente un recurso identitario, sino también una palanca de desarrollo económico, social y territorial.

EN TU OPINIÓN, ¿EN QUÉ MOMENTO HISTÓRICO SE ENCUENTRA LA GASTRONOMÍA ESPAÑOLA?

Considero que nos encontramos en muy buen momento. Tenemos unos recursos maravillosos, como son dos mares y un océano, huerta, carnes excelentes, grandes tesoros como el AOVE, el cerdo ibérico o los vinos de Jerez. Además, tenemos una industria alimentaria de calidad y mucho talento, con figuras y restaurantes que encabezan importantes rankings internacionales. Para España, la gastronomía supone el 27% del PIB y el 37% del empleo, según el informe ‘Gastronomía española: impacto y tendencias de un ecosistema clave para la economía’ que elaboramos junto a KPMG. Por supuesto, hay retos que encarar, pero los datos hablan por sí solos.

UNA DE LAS LÍNEAS DE TRABAJO MÁS DESTACADAS DE LA RAG ES LA EDUCACIÓN DEL GUSTO EN EDADES TEMPRANAS. ¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE FORMAR A LOS NIÑOS EN CULTURA GASTRONÓMICA?

Formar a los niños en cultura gastronómica es una de nuestras reivindicaciones históricas

y responde a diferentes objetivos: prevención de salud pública, transmisión de patrimonio, sostenibilidad, fortalecimiento del vínculo con el territorio... Estamos seguros de que la educación alimentaria desde edades tempranas ayudaría a consolidar hábitos saludables, a mejorar el conocimiento sobre origen y estacionalidad de los alimentos y a evitar la pérdida de tradiciones. Es una medida de eficacia preventiva, pero de largo plazo. Los niños que entienden la relación entre producción y consumo son futuros consumidores más responsables.

¿CÓMO PUEDE LA GASTRONOMÍA CONTRIBUIR A MEJORAR LOS HÁBITOS DE ALIMENTACIÓN Y LA SALUD PÚBLICA?

Fomentar la cultura gastronómica significa fomentar el espíritu crítico. Cuando comes, compras o vas a un restaurante tomas decisiones que te afectan y afectan a tu entorno, y ser consciente de esa responsabilidad impacta directamente en tu salud. La gastronomía puede ser un potente vehículo de políticas de prevención. En este sentido, me gustaría poner énfasis en que cada vez se cocina menos en casa, y esta tendencia desencadena muchos riesgos, entre ellos, de salud o de sociabilidad.

¿CÓMO PODEMOS REFORZAR EL VÍNCULO ENTRE GASTRONOMÍA Y SOSTENIBILIDAD SIN PERDER AUTENTICIDAD NI EXCELENCIA?

Reforzar ese vínculo exige articular medidas en toda la cadena de valor. Es esencial que las prácticas sostenibles se traduzcan en valor medible para productores y establecimientos, de modo que la apuesta por la sostenibilidad sea realmente competitiva.

DESDE TU EXPERIENCIA, ¿QUÉ REGIONES O PROYECTOS REPRESENTAN HOY MEJOR ESE EQUILIBRIO ENTRE TERRITORIO, INNOVACIÓN Y RESPETO AL PRODUCTO?

Una de las cosas más bonitas que está pasando en nuestra gastronomía es como los productores, cocineros, equipos de sala y sumillería y, hasta la industria, en esa búsqueda de la excelencia han conseguido convertirse en motor económico, social y cultural de todas las zonas de nuestro país. Siempre hemos tenido a Cataluña y País Vasco como referentes, pero creo de verdad, que actualmente el resto de las regiones han crecido muchísimo.

¿CREES QUE LA HOSPITALIDAD, LA SALA Y EL SERVICIO ESTÁN VIVIENDO UNA NUEVA EDAD DE ORO?

Diría que hay una creciente atención hacia la sala profesional y la hospitalidad. Incluso tiene ya sus propios foros, como el caso de Suite, que celebró su segunda edición hace pocas semanas en Bizkaia. En la experiencia gastronómica, el servicio ocupa un lugar central en la percepción de calidad y es algo que no debemos perder de vista. Hay que prestigiar la profesión y poner en valor lo importante que es para la gastronomía. Una buena sala es clave para mejorar la rentabilidad y fidelizar clientes.

EN TU MANDATO, LA REAL ACADEMIA HA IMPULSADO UN DISCURSO MÁS TRANSVERSAL, QUE CONECTA GASTRONOMÍA CON SALUD, TURISMO Y CULTURA. ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA INSTITUCIÓN EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?

Estamos en una etapa de profesionalización y de consolidación de un proyecto que comenzó en 2023 con la renovación de la junta directiva. Efectivamente, la transversalidad es parte de nuestra narrativa y está integrada en nuestros proyectos. Estamos trabajando para aportar liderazgo institucional, con el objetivo de que la gastronomía deje de ser tratada de forma fragmentaria y pase a formar parte de la agenda pública.

SI TUVIERAS QUE ELEGIR UNA COMIDA QUE TE TRANSPORTE A SU INFANCIA, ¿CUÁL SERÍA?

El cocido. Ese momento de compartir con toda la familia tantos productos y tan ricos,

aunque cada uno lo comía de una manera diferente. Pura cultura, legado y tradición.

¿CUÁL ES ESE PLATO QUE NUNCA FALTA EN TU MESA?

Me gustan muchos y depende de la temporada. Mi plato estrella podría ser el marmitako, con un bonito que, en temporada, es mi pescado favorito.

SI PUDIERAS INVITAR A TRES PERSONAS, DE CUALQUIER ÉPOCA, A UNA CENA, ¿A QUIÉNES SENTARÍA EN SU MESA Y POR QUÉ?

Me gustaría invitar a Winston Churchill y beberme una botella de champagne con él, por su cultura y conocimiento. También a Talleyrand, uno de los diplomáticos europeos más influyentes de nuestra historia. Fue el primero en utilizar la gastronomía, y el gran conocimiento que tenía de ella, como herramienta de negociación y forma de conseguir sus objetivos. Siempre con su cocinero, Antoine Carême. Y mi tercera invitación sería para Emilia Pardo Bazán, por su vasto conocimiento gastronómico y por su deslumbrante conversación cultural.

¿Y SI TUVIERAS QUE BRINDAR POR ALGO EN ESTE NÚMERO 100 DE EXCELENCIAS GOURMET, ¿QUÉ BRINDIS HARÍAS POR LA GASTRONOMÍA ESPAÑOLA?

Brindaría porque la gastronomía española se convierta en una Cuestión de Estado y seamos conscientes de la importancia que toda la cadena de valor tiene para la vida de todos los españoles. Y por supuesto por el papel tan importante que tienen los medios de comunicación, empezando por Excelencias Gourmet, para conseguirlo. ¡Por otros 100 números más!



Gustavo Santos:

... “La gastronomía se ha convertido en un eje fundamental para dar a conocer países y culturas.”...

TEXTO: CRISTINA PÉREZ GARCÍA, COORDINADORA DE REDACCIÓN / FOTOS: CORTESÍA DEL ENTREVISTADO



GUSTAVO SANTOS
HA SIDO MINISTRO DE TURISMO DE ARGENTINA Y
DIRECTOR REGIONAL PARA LAS AMÉRICAS DE ONU
TURISMO



La innovación y los avances digitales brindan al sector turístico oportunidades para mejorar la inclusión y el empoderamiento de las comunidades locales.

LA GASTRONOMÍA SE HA CONSOLIDADO COMO UN LENGUAJE UNIVERSAL CAPAZ DE CONTAR LA HISTORIA, LA CULTURA Y LA IDENTIDAD DE LOS PUEBLOS. ¿CÓMO ESTÁN INTEGRANDO LOS PAÍSES DE IBEROAMÉRICA SU PATRIMONIO CULINARIO DENTRO DE LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DE MARCA PAÍS, Y QUÉ EJEMPLOS CONSIDERA MÁS INSPIRADORES EN ESA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD A TRAVÉS DEL SABOR?

Hoy, la gastronomía es para muchos turistas el leitmotiv del viaje, del descubrimiento, y la experiencia culinaria define muchas veces el destino que se elegirá para visitar. Los países de Iberoamérica han integrado su patrimonio culinario al reconocer que la preparación es parte integral de su historia e identidad y se ha convertido en uno de los elementos clave de la imagen de marca. Contribuye a promover y crear la marca de los destinos, aprovechando y poniendo en valor la autenticidad. La revalorización de la gastronomía identitaria es una oportunidad para revitalizar y diversificar la oferta turística y también para potenciar la cadena de valor.

En los tiempos en los que vivimos, la gastronomía se ha convertido en un eje fundamental para dar a conocer países y culturas. La forma propia de comer –y cocinar– en cada rincón del mundo se convierte en la mejor bandera para explicar un país y atraer un turismo de alto valor y sumamente respetuoso con la idiosincrasia local.

En nuestra región, encontramos ejemplos inspiradores, como el de México que ha

logrado que la UNESCO reconozca a su arte culinario como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, lo que lo convierte en un producto turístico único. También vemos la labor de algunos chefs, que han logrado ser reconocidos como Embajadores del Turismo Sostenible de ONU Turismo en materia de Gastronomía como Pilar Rodríguez de Chile, Alejandra Espinoza de Ecuador, Pablo Rivero de Argentina, Saulo Jennings de Brasil, Federico Guardia de Bolivia y los españoles de la talla de Juan Mari y Elena Arzak, Paco Roncero, Ramón Freixa, Pedro Subijana, Martín Berasategui, Iñaki López de Viñaspre y Diego Guerrero que han logrado exponer esta interculturalidad y mezcla única, revelando cada uno la belleza de su país y sus recursos naturales servida en un plato y reflejando la significación de la gastronomía como promotora del desarrollo sostenible y la diversidad de este subsector. Asimismo, hay algunos eventos que demuestran esta apuesta a nivel regional: el Festival Meat & Fire, que invita a los países a asar bajo la bandera de sus peculiaridades en la carne y el fuego atrayendo a toda la cadena de valor de la gastronomía; los Foros Mundiales de Turismo Gastronómico de ONU Turismo en coordinación con el Basque Culinary Center (BCC) que buscan explorar el potencial transformador del turismo gastronómico para convertirse en un motor de diversificación económica, inclusión y fomento de la sostenibilidad y el Latin America's 50 Best Restaurants 2025, que se celebró recientemente en Guatemala, tal como hiciéramos en Argentina durante mi gestión como Ministro, en el que Colombia,

Perú, Argentina y Brasil junto con el anfitrión destacaron por la cantidad de posiciones logradas en el ranking.

EL TURISMO GASTRONÓMICO HA PASADO DE SER UN NICHOS A CONVERTIRSE EN UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TERRITORIAL Y SOSTENIBILIDAD. DESDE SU PERSPECTIVA, ¿CÓMO PUEDE LA GASTRONOMÍA CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LAS COMUNIDADES RURALES Y PRODUCTORAS, A LA ECONOMÍA CIRCULAR Y A LA PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO INMATERIAL?

La gastronomía es hoy un factor de inclusión y desarrollo comunitario. Al estar ligada al turismo rural y comunitario, se percibe como un motor de desarrollo social y económico; genera oportunidades de empleo y arraigo para poblaciones de regiones aisladas y menos favorecidas.

Al rescatar los sabores de los productos locales, la gastronomía también ofrece nuevos usos al sector primario, lo que fortalece directamente a las comunidades productoras. En cuanto a la sostenibilidad y economía circular, se alinea con la agenda de ONU Turismo, promoviendo la reducción de residuos de alimentos y el reciclado. En cuanto al patrimonio inmaterial, la gastronomía es mucho más que cocinar, como ya dije: revela la tradición y la identidad, al dar a probar recetas ancestrales preparadas con técnicas transmitidas de generación en generación.

La gastronomía promueve el turismo rural y comunitario poniendo en valor la diversidad cultural y el patrimonio inmaterial. Pero, además, juega un papel esencial en la promoción del empoderamiento de las mujeres y los jóvenes talentos. Las mujeres, en materia turística y más que nada en el turismo gastronómico, se han convertido en las guardianas de la identidad de sus comunidades. Esto no sólo las coloca en un rol protagónico en el desarrollo de sus comunidades, sino que también garantiza la sostenibilidad por la transmisión generacional que encarnan.

LA INNOVACIÓN TAMBIÉN FORMA PARTE DEL ADN GASTRONÓMICO. EN UN MOMENTO DONDE TRADICIÓN Y CREATIVIDAD SE ENTRELAZAN, ¿EN QUÉ PUNTO ESTÁ LA INNOVACIÓN EN IBEROAMÉRICA Y QUÉ PROYECTOS

O DESTINOS ESTÁN LIDERANDO ESA TRANSFORMACIÓN CON IMPACTO REAL EN EL TERRITORIO?

La innovación es una de las prioridades sobre las que estamos trabajando en la región. Estamos enfocados en crear un ecosistema de innovación y emprendimiento que maximice el potencial del sector en términos de crecimiento económico y desarrollo sostenible.

La innovación y los avances digitales brindan al sector turístico oportunidades para mejorar la inclusión y el empoderamiento de las comunidades locales. Esto se aplica a la digitalización del turismo y a la atracción de inversiones que cruzan todas las prioridades del sector.

En este sentido, la gastronomía juega un rol primordial incluso entre los criterios de elegibilidad de emprendimientos que se presentan en los retos de innovación de ONU Turismo, que hemos hecho en la región de las Américas hasta el momento: Reto de Innovación en Proyectos Verdes, Reto de Turismo Comunitario y Reto de Turismo Indígena.

EL VALOR DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL ES CLAVE PARA CONSOLIDAR UN TURISMO GASTRONÓMICO INCLUSIVO Y COMPETITIVO. ¿QUÉ INICIATIVAS O PROGRAMAS ESTÁ IMPULSANDO ONU TURISMO PARA FOMENTAR EL INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS, LA PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR Y LA CREACIÓN DE REDES ENTRE DESTINOS, COCINEROS Y PRODUCTORES?

ONU Turismo está promoviendo la articulación regional y la idea de trabajar más juntos para potenciar a la región. Esto se basa en una agenda que prioriza la conectividad, la sostenibilidad, el desarrollo de productos como la gastronomía y el enoturismo, y la educación.

Específicamente para la gastronomía, celebramos anualmente el Foro Mundial de Turismo Gastronómico, en colaboración con el Basque Culinary Center (BCC). Además, hemos desarrollado la Guía para el Desarrollo del Turismo Gastronómico con el BCC, una herramienta práctica para apoyar a los destinos.

Comenzamos a impulsar versiones regionales de este Foro, lo cual es un mecanismo directo para el intercambio de buenas prácticas y la creación de redes.

La gastronomía es hoy un factor de inclusión y desarrollo comunitario.



En el 2026, se estará desarrollando el primer evento regional sobre Turismo Gastronómico en Brasil que esperamos pronto confirmar la fecha, pero Chile ya realizó un encuentro con la participación de representantes de la región, en el mes de noviembre pasado.

MIRANDO AL FUTURO, EL TURISMO GASTRONÓMICO ENFRENTA NUEVOS DESAFÍOS GLOBALES. ¿CUÁLES SON, A SU JUICIO, LAS GRANDES TENDENCIAS QUE DEFINIRÁN EL RUMBO DEL TURISMO GASTRONÓMICO IBEROAMERICANO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS, Y CÓMO PUEDE LA REGIÓN APROVECHAR SU DIVERSIDAD CULTURAL Y NATURAL PARA SEGUIR MARCANDO DIFERENCIA EN EL MUNDO?

Las claves del turismo que se viene tienen que ver con la sostenibilidad y los servicios. El turista internacional busca experiencias nuevas y únicas, y nuestra región tiene una potencialidad enorme para ofrecerlas, ya que somos privilegiados por la naturaleza y la calidez de nuestra gente. En el turismo del futuro, lo auténtico, lo identitario será el nuevo lujo y la gastronomía, como casi ningún otro subsector, revela lo más auténtico de una cultura, las raíces, la identidad de una comunidad.

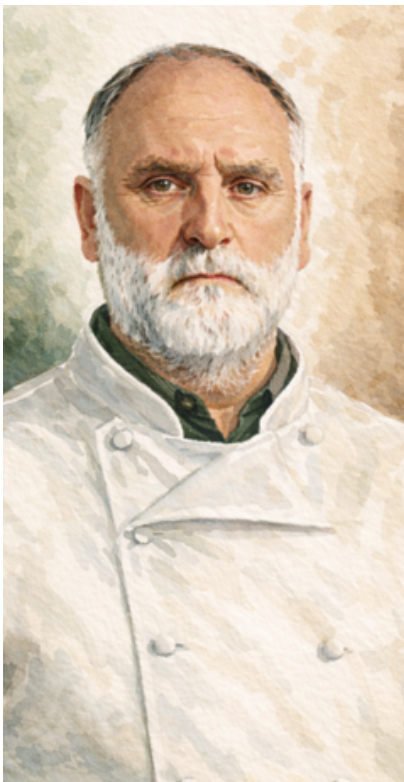
La tendencia dominante será la consolidación del turismo rural y comunitario, donde la gastronomía identitaria rescata los sabores de nuestros productos de la tierra, ríos y mares. Aprovecharemos nuestra riqueza y diversidad geográfica —desde las playas infinitas, montañas y sierras, hasta las ruinas ancestrales y los secretos de la selva— para mostrar al mundo que somos uno de los pulmones del planeta, con una cultura viva y auténtica, que se manifiesta en cada receta, en cada plato.

Para marcar la diferencia, debemos seguir trabajando de forma cooperativa y presentarnos al mundo como región, con la gastronomía como hilo conductor de este vasto abanico de experiencias que ofrece la América profunda.

José Andrés:

... *“Cocinar es cuidar del mundo. La gastronomía como acción, dignidad y futuro compartido.”...*

TEXTO: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA



JOSÉ ANDRÉS
COCINERO Y FUNDADOR DE LA ONG WORLD CENTRAL
KITCHEN



Brindaría porque entendamos de una vez que la gastronomía es una cuestión de Estado.

Hablar de José Andrés es hablar de una cocina que ha trascendido el plato para convertirse en acción, compromiso y refugio. Chef visionario, comunicador incansable y referente moral de la gastronomía contemporánea, su trayectoria demuestra que cocinar también puede ser un acto político, social y profundamente humano.

Desde la alta cocina hasta las cocinas de emergencia, desde la creatividad desbordante hasta la logística más compleja, José Andrés ha redefinido el papel del cocinero en el siglo XXI.

En un mundo marcado por la incertidumbre, las crisis humanitarias y los desafíos climáticos, su voz ha sabido situar la alimentación en el centro del debate: como derecho, como cultura y como herramienta de dignidad.

Con motivo de la edición 100 de Excelencias Gourmet, conversamos con él sobre el poder transformador de la gastronomía, la responsabilidad de quienes cocinan para otros, la memoria del producto iberoamericano y la necesidad de una cocina que no solo aspire a emocionar, sino también a cuidar, proteger y construir futuro.

“Alimentar es el primer acto de amor que recibimos en la vida”

A MENUDO HABLAMOS DE GASTRONOMÍA COMO CULTURA O PLACER, PERO TÚ HAS TRABAJADO EN CONTEXTOS DONDE COMER ES, LITERALMENTE, SOBREVIVIR. ¿EN QUÉ MOMENTO ENTENDISTE QUE

ALIMENTAR ES UNO DE LOS ACTOS MÁS PODEROSOS QUE EXISTEN?

Hay muchos momentos, pero hay uno muy claro para mí. Y tiene que ver con la maternidad. Con ese instante en el que una madre alimenta a su hijo por primera vez.

Ese momento se te queda grabado para siempre, incluso aunque no lo vivas directamente. Es la primera forma de cariño real que recibimos en la vida. La leche materna. Ahí entendí que alimentar es proteger, es cuidar, es amar.

Y eso se proyecta después a todo lo demás. En una emergencia ocurre algo parecido: aparece ese instinto maternal colectivo. Da igual si eres hombre o mujer. Hay personas que, ante el sufrimiento ajeno, sienten la necesidad de proteger, de alimentar, de estar ahí.

La comida y el agua son, muchas veces, las carencias más urgentes de comunidades enteras. Y cuando la gente se une para resolver eso, ocurren cosas extraordinarias.

Yo lo he visto con mis propios ojos. Y por eso creo firmemente en aquello de “somos lo que comemos”. Brillat-Savarin fue un visionario. Dime lo que comes y te diré quién eres.

Y también dijo algo aún más importante: que el futuro de las naciones dependerá de cómo se alimenten. Eso lo incluye todo.

LA COMIDA COMO PILAR ECONÓMICO, CULTURAL Y DE SEGURIDAD. ¿A QUÉ TE REFIERES CUANDO DICES QUE LA ALIMENTACIÓN LO INCLUYE TODO?

Lo incluye todo de verdad. Tener una buena gastronomía atrae turismo, genera

riqueza, crea empleo. Por eso es tan importante que un país tenga grandes restaurantes, tanto de alta cocina como tradicionales.

Pero también es clave que una sociedad sea capaz de producir buena parte de los alimentos que consume. Eso no es solo economía, es seguridad nacional.

Una población bien alimentada es una población más sana. Y eso significa menos gasto médico y más inversión en prevención. La alimentación debería ser una política de Estado.

Los cocineros, de una forma u otra, somos los “probadores” de esa importancia. Somos quienes traducimos el producto, la cultura y la identidad en algo tangible.

La comida siempre está en el centro de todo, aunque a veces no lo veamos.

“Un plato caliente es un mensaje: aquí estamos”

EN SITUACIONES DE CRISIS, INSISTES EN SERVIR COMIDA CALIENTE Y BIEN PENSADA. ¿POR QUÉ CREES QUE LA DIGNIDAD EMPIEZA TAMBIÉN POR CÓMO Y QUÉ COMEMOS, INCLUSO EN LA EMERGENCIA?

Todos podemos sobrevivir unos días con un bocadillo. Lo hemos hecho. Pero en una emergencia real, donde todo está destruido y la gente no ve futuro, la comida caliente significa mucho más.

Primero, porque te obliga a volver cada día. Y eso es clave. No puedes dejar comida y desaparecer. La comunidad va cambiando, sus necesidades evolucionan, y tú tienes que estar ahí acompañando ese proceso.

El plato caliente es un compromiso. Es decirle a la gente: no estáis solos. Hay personas que se preocupan por vosotros, aunque no las veáis.

Y además envía otro mensaje muy poderoso: que el sistema empieza a funcionar de nuevo. Que hay restaurantes, cocinas y personas activándose. Que la recuperación ya ha empezado.

Para nosotros no es una opción. Es la única manera que sabemos hacer las cosas. Y hemos demostrado que se puede.

¿CÓMO SE ADAPTA LA COCINA A LO LARGO DE UNA EMERGENCIA PROLONGADA?

Todo cambia. El primer día quizá haces bocadillos, empanadas, arepas... depende del país.

Después pasas a platos calientes, a recetas locales, a trabajar con los ingredientes disponibles. Más adelante incorporas frutas, verduras, carnes, pescados, arroz, lentejas... según la comunidad va recuperando cierta autonomía.

No es lo mismo el día uno que el mes tres. Hay que adaptarse constantemente.

Pero siempre con una idea clara: que la comida no solo alimente el cuerpo, sino también el ánimo.

NOS HEMOS ALEJADO DE LA COCINA COMO BASE DE LA VIDA. ¿CREES QUE NOS HEMOS ALEJADO DEL SENTIDO ORIGINAL DE LA COCINA COMO BASE DE LA VIDA DIARIA, Y NO SOLO COMO ESPECTÁCULO O EXPERIENCIA?

Sí y no. En mi casa se cocina mucho. Pero cocinar requiere tiempo.

Antes se cocinaba por necesidad. Se iba al mercado, se compraba lo justo. Las neveras no estaban llenas. Había un ritmo.

Hoy hay muchas más opciones de ocio, de trabajo y de consumo. Más mujeres trabajan —y eso es positivo—, pero también implica una reorganización de los cuidados.

Los cocineros, de una forma u otra, somos los “probadores de esa importancia. Somos quienes traducimos el producto, la cultura y la identidad de algo tangible.



Y ha habido una ruptura en la transmisión del conocimiento culinario. Mucha gente no ha aprendido a cocinar de sus padres o abuelos.

Por eso es tan importante la transmisión cultural. Haberlo visto. Haberlo vivido. Eso se queda en el ADN.

¿PUEDE LA TECNOLOGÍA AYUDARNOS A RECUPERAR ESE EQUILIBRIO?

La tecnología en la cocina siempre ha existido. Desde el fuego hasta la salazón, las conservas o la refrigeración. Todo ha sido innovación.

Hoy la quinta gama, bien hecha, puede ser una gran aliada. Cuando juntas la capacidad industrial con el conocimiento del cocinero, pasan cosas buenas.

Pero no debemos perder los mercados, las tiendas pequeñas, las panaderías de barrio. Hay que adaptarlas a los nuevos tiempos, sí. Pero sin perder lo que somos.

La cocina debe seguir siendo un lugar para encontrarse, para cuidar a la familia, para disfrutar. Porque al final, cocinar no es solo alimentar, es construir comunidad.

PARA CERRAR, SI TUVIERAS QUE BRINDAR EN ESTE NÚMERO 100 DE EXCELENCIAS GOURMET, ¿POR QUÉ BRINDARÍAS?

Brindaría porque entendamos de una vez que la gastronomía es una cuestión de Estado. Porque sepamos que alimentar bien a una sociedad es cuidar su presente y proteger su futuro.

Y brindaría también por los medios que ayudan a contarlo. Porque sin relato, sin conciencia, sin educación, no hay transformación posible.

Y por una cocina que siga siendo humana.



Susi Díaz:

... “Cien números, mil sabores que cruzan océanos”...

TEXTO: VERÓNICA DE SANTIAGO, DIRECTORA GRUPO EXCELENCIAS / FOTOS: CORTESÍA DE LA ENTREVISTADA



SUSI DÍAZ
PRESIDENTA DE SABOREA ESPAÑA, PROPIETARIA Y CHEF
DEL RESTAURANTE LA FINCA



Si no compartimos lo que sabemos, la gastronomía no avanza. Y enseñar también te obliga a ser mejor.

Cocinera, presidenta de Saborea España, empresaria y una de las voces más respetadas de la alta cocina española. Susi Díaz ha acompañado a Excelencias Gourmet desde sus primeros seminarios en Iberoamérica. Su mirada combina el amor por el Mediterráneo, la defensa del producto local y la convicción de que la gastronomía es, ante todo, cultura compartida. En esta edición especial, reflexiona sobre el papel de España, la fuerza de Alicante como territorio gastronómico y la importancia de seguir aprendiendo y transmitir el conocimiento a las nuevas generaciones.

SUSI, EN CIEN NÚMEROS DE EXCELENCIAS GOURMET HEMOS HABLADO DE SABORES, VIAJES Y EMOCIONES. SI TUVIERAS QUE DEFINIR EN UNA PALABRA EL VALOR DE LA GASTRONOMÍA ESPAÑOLA PARA EL MUNDO, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

Generosidad.

Porque la gastronomía española se basa en compartir: el producto, la técnica, la memoria familiar, el viaje, la conversación... Somos un país donde la mesa une y acoge. Y eso, cuando lo llevas fuera, emociona.

TU COCINA SIEMPRE HA SIDO UNA ODA A LA TIERRA MEDITERRÁNEA. ¿QUÉ PRODUCTO ESPAÑOL CONSIDERAS QUE MEJOR REPRESENTA EL ALMA DE NUESTRA GASTRONOMÍA Y NUNCA DEBERÍA FALTAR EN UNA DESPENSA CON “SELLO ESPAÑA”?

Me quedo con el Aceite de Oliva Virgen Extra.

Es la raíz de nuestra cocina. Es salud, cultura, paisaje, tradición y modernidad al mismo tiempo. Es el ingrediente que te habla de quiénes somos y que nunca puede faltar en una despensa con “sello España”.

ALICANTE SE HA CONSOLIDADO COMO UN TERRITORIO GASTRONÓMICO DE REFERENCIA, CON UNA DESPENSA ÚNICA Y UN TALENTO QUE INSPIRA. ¿QUÉ CREEES QUE APORTA TU TIERRA A LA COCINA ESPAÑOLA Y POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE QUE EL MUNDO LA CONOZCA?

Alicante es una tierra luminosa, con una despensa extraordinaria: mar, huerta, montaña, cítricos, salazones, arroces...

Aporta una cocina que respira Mediterráneo, con sabor y con verdad.

Y también aporta talento, una generación de cocineros y cocineras que está haciendo un trabajo precioso. Que el mundo lo conozca es importante porque es una manera de entender la cocina desde la cercanía y el respeto al producto.

HAS ACOMPAÑADO A EXCELENCIAS GOURMET EN NUMEROSOS SEMINARIOS EN IBEROAMÉRICA. ¿QUÉ TE HA APORTADO ESE INTERCAMBIO ENTRE COCINAS DE AMBAS ORILLAS SOBRE LA MANERA DE ENTENDER LA COCINA Y EL VALOR DE LOS PRODUCTOS DE IDA Y VUELTA?

Viajar a Iberoamérica con Excelencias Gourmet me ha dado muchísimo. Descubres ingredientes, técnicas y miradas que te recuerdan que la cocina es un idioma común.



La nueva generación viene con una energía maravillosa. Son todos valientes, creativos, muy conscientes del entorno y con ganas de hacer las cosas bien.



Hay un respeto profundo por el producto, igual que aquí, y un sentido de identidad muy fuerte. Ese intercambio te abre la mente y te enseña que, aunque estemos en orillas distintas, compartimos una emoción muy parecida.

LA GASTRONOMÍA EVOLUCIONA CADA DÍA, Y LA FORMACIÓN ES CLAVE. ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE PARA TI SEGUIR APRENDIENDO, ENSEÑAR Y MANTENER VIVA LA CURIOSIDAD EN UN OFICIO QUE NUNCA DEJA DE REINVENTARSE?

Para mí la curiosidad es el motor de este oficio.

Llevo más de 40 años cocinando y sigo aprendiendo cada día. La cocina evoluciona, la ciencia evoluciona, el producto evoluciona...

Transmitir ese conocimiento es una responsabilidad. Si no compartimos lo que sabemos, la gastronomía no avanza. Y enseñar también te obliga a ser mejor.

LA COCINA ESPAÑOLA VIVE UN MOMENTO DE CAMBIO, CON UNA NUEVA GENERACIÓN QUE VIENE CON FUERZA. ¿CÓMO VES EL RELEVO GENERACIONAL Y QUÉ MENSAJE TRANSMITIRÍAS A QUIENES HOY EMPIEZAN ESTE CAMINO?

La nueva generación viene con una energía maravillosa: son valientes, creativos, muy conscientes del entorno y con ganas de hacer las cosas bien.

A quienes empiezan les diría que se mantengan fieles a su identidad, que respeten el producto y que cuiden a las personas. Este oficio es duro, pero también es muy hermoso si se vive con pasión y coherencia.



Viajar a Iberoamérica con Excelencias Gourmet me ha dado muchísimo. Descubres ingredientes, técnicas y miradas que te recuerdan que la cocina es un idioma común.

María Jiménez:

... “La voz que impulsa una gastronomía más justa, plural y con nombre de mujer”...

TEXTO: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA / FOTOS: CORTESÍA DEL FOTÓGRAFO GARY MANRIQUE



MARÍA JIMÉNEZ
VICEPRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN MUJERES EN
GASTRONOMÍA (MEG)



Defendiendo una gastronomía ligada al paisaje y a la identidad. “España no tiene una sola gastronomía, sino muchas”.

Si en los últimos años la gastronomía española ha avanzado hacia un modelo más diverso, representativo y consciente, es en gran parte gracias a voces como la de María Jiménez, impulsora incansable de Mujeres en la Gastronomía (MEG). Su labor ha sido clave para visibilizar a cocineras, productoras, investigadoras, sumilleres, camareras, panaderas y profesionales que durante décadas sostuvieron el sector desde un discreto segundo plano.

En un momento en el que el talento femenino lidera proyectos, marca tendencias y redefine narrativas gastronómicas, Jiménez se ha convertido en altavoz, puente y motor de cambio. Con motivo del número 100 de Excelencias Gourmet, conversamos con ella sobre la evolución de MEG, los retos que aún persisten y ese futuro en el que la igualdad no sea un objetivo, sino el punto de partida.

MEG NACIÓ CON LA IDEA DE DAR VISIBILIDAD AL TALENTO FEMENINO EN LA GASTRONOMÍA. ¿CUÁL DIRÍAS QUE HA SIDO EL MAYOR AVANCE LOGRADO EN ESTOS AÑOS?

Sin duda, el Congreso de Mujeres en Gastronomía. Fue el primer congreso que organizamos y lo celebramos el año pasado, en mayo, en Alicante. Para mí supuso un antes y un después, porque demostró algo fundamental: que el talento no tiene género.

Fue un congreso donde estuvimos presentes mujeres y hombres, donde se habló de gastronomía, de profesión, de problemas reales del sector que nos afectan a todos por

igual. Que además haya sido reconocido por la ciudad de Alicante —nos entregan un premio precisamente por la organización— confirma que se hizo bien y que era necesario.

¿HAY UNA HISTORIA O UNA MUJER DEL SECTOR QUE HAYA MARCADO TU COMPROMISO PERSONAL CON ESTA CAUSA?

María José Sanz Román. Ella siempre dice que la mujer es como una planta preciosa a la que hay que regar: en cuanto lo haces, florece de forma impresionante. Yo nunca me había planteado si la mujer tenía o no luz propia hasta que hablé con ella.

Recuerdo una conversación muy inspiradora en la que me dijo algo que no olvidaré: que una cosa es el ego y otra el mérito, y que no hay que restarse valor. Ella me ayudó a colocarme en mi sitio y a entender que también nosotras tenemos que creernos lo que somos y lo que aportamos.

LA PRESENCIA FEMENINA EN ESCUELAS DE HOSTELERÍA ES ALTA, PERO NO SIEMPRE SE REFLEJA EN PUESTOS DIRECTIVOS. ¿QUÉ OCURRE EN ESE TRÁNSITO ENTRE FORMACIÓN Y LIDERAZGO?

Hay un componente educacional muy fuerte. Y también una realidad incómoda: a los hombres se les sigue dando más visibilidad que a las mujeres. No sabría explicarte exactamente por qué, pero ocurre.

MEG nació precisamente para visibilizar, unir y fortalecer el talento femenino en toda la cadena de valor gastronómica. Durante años las mujeres estaban en el trabajo diario, pero eran invisibles en los espacios de decisión,

en los reconocimientos y en el relato del sector. Hemos avanzado, sí, pero las barreras siguen ahí.

UNA DE LAS GRANDES FORTALEZAS DE MEG ES LA CREACIÓN DE COMUNIDAD. ¿QUÉ APORTA EL APOYO ENTRE MUJERES EN UN SECTOR TAN EXIGENTE?

Aporta muchísimo. A veces una simple palmadita en la espalda puede marcar la diferencia. MEG no es solo un congreso anual o reuniones puntuales: es una red real de apoyo y de proximidad.

Somos Mujeres en Gastronomía Nacional, pero ya hemos abierto Mujeres en Gastronomía Turquía y Mujeres en Gastronomía República Dominicana. Además, las delegaciones nos permiten trabajar desde lo cercano, crear encuentros más íntimos y reforzar el sentimiento de pertenencia.

EN COMUNICACIÓN GASTRONÓMICA, ¿SIENTES QUE TODAVÍA SE NARRA EL TALENTO CON UN SESGO DE GÉNERO?

Totalmente. Y además los grandes espacios de poder siguen estando dominados por hombres. Es una realidad que no podemos ignorar.

LA GASTRONOMÍA ES CULTURA, TERRITORIO Y MEMORIA. ¿CÓMO TRABAJA MEG PARA PRESERVAR EL LEGADO DE MUJERES PRODUCTORAS Y ARTESANAS?

Eso es precisamente lo que hacemos. Tenemos ganaderas, queseras, productoras que están regresando al campo con proyectos sostenibles, auténticos, profundamente ligados al territorio.

El año pasado premiamos a una ganadera asturiana maravillosa, una guerrera total, de las pocas que quedan. Para ella el reconocimiento fue un impulso enorme para seguir. La memoria gastronómica es fundamental, porque España no tiene una única gastronomía: tiene una gastronomía territorial.

Mi padre, gran gourmet y cofundador de la Cofradía de la Buena Mesa, decía que España se divide en tres: en el norte se guisa, en el centro se asa y en el sur se fríe. Es una simplificación, claro, pero refleja muy bien nuestra diversidad culinaria.

¿QUÉ LE DIRÍAS A UNA JOVEN COCINERA O SUMILLER QUE EMPIEZA Y SIENTE QUE EL SECTOR ES DURO O DESIGUAL?

Que, si realmente lo quiere, lo conseguirá. No hay otra.

SI MIRAS DIEZ AÑOS HACIA ADELANTE, ¿CÓMO IMAGINAS LA GASTRONOMÍA ESPAÑOLA EN TÉRMINOS DE IGUALDAD?

Ojalá cambie mucho. Pero hay que trabajar muchísimo. Me preocupan algunos datos recientes que indican un repunte de actitudes machistas entre jóvenes. Pensaba que eso estaba superado y no es así. La educación sigue siendo clave. Si no trabajamos desde ahí, podemos incluso dar pasos atrás.

ESTE ES EL NÚMERO 100 DE EXCELENCIAS GOURMET. ¿QUÉ MENSAJE TE GUSTARÍA DEJAR A LAS MUJERES QUE CONSTRUIRÁN LA GASTRONOMÍA DEL FUTURO?

Que cocinen desde el corazón, porque es la única forma de cocinar de verdad. Que adoren el producto español, porque tenemos un país para comérselo entero. La materia prima que tenemos es extraordinaria y hay mujeres con un potencial brutal para sacarle todo el partido.



Alejandra Rivas:

... “Rocambolesc siempre será mi primer amor”...

TEXTO: CONSUELO ELIPE, GRUPO EXCELENCIAS MÉXICO / FOTOS: CORTESÍA DE LA ENTREVISTADA



ALEJANDRA RIVAS
DIRECTORA EN ROCAMBOLESC Y CASA CACAO



Alejandra Rivas, nos abre las puertas de su mundo dulce y apasionante, y nos cuenta cómo combina creatividad, innovación y gestión para hacer realidad momentos de felicidad a sus clientes.

NOS GUSTARÍA CONOCER CÓMO TE DEFINES, TE GUSTA MÁS QUE TE CONSIDEREN CHEF, REPOSTERA...

La realidad es que mi papel dentro del negocio ha cambiado por completo, antes sí que me definiría como pastelera/heladera, y que siempre será una parte de mí y mi gran pasión, ahora lo que toma el 90% de mi tiempo es la

gestión, operación y dirección de nuestros dos grandes proyectos Rocambolesc y Casa Cacao.

¿CÓMO LLEVÁIS A CABO LA ORGANIZACIÓN DE LOS PROYECTOS ¿ES FÁCIL PONEROS DE ACUERDO?

Es fácil ponernos de acuerdo, ya que Jordi, confía en mí para dirigirlos según mi criterio, siempre ponemos cosas en común, y más cuando amas lo que haces es difícil separar lo laboral de lo personal, así que en casa tenemos muchas conversaciones sobre ello. Además, hacemos un gran equipo, Jordi es creatividad, innovación, en estado puro, pero hay que aterrizar, viabilizar y hacer posibles en tiendas tangibles todas esas cosas, y ese es mi papel.

¿QUÉ PARTE DE ESTOS PROYECTOS ES TU FAVORITA Y CUÁL LA QUE MENOS TE GUSTA HACER?

Rocambolesc siempre será mi primer amor, ha sido mi bebe, ya que estuve en su gestación desde el inicio, justo cuando yo llegué a España, por lo que, además a nivel emocional, hay un vínculo muy fuerte, ha sido el primer proyecto fuera de Celler, por lo que ha tenido un peso y responsabilidad muy grande. Incluso nació desde la inocencia, ya que no teníamos experiencia en nada, ha sido ilusión pura.

En cambio, Casa Cacao, nace con otras bases, es un proyecto más adulto, con experiencia previa, una maravilla dentro del mundo del chocolate.

No podría decir que hay algo que no me gusta, sino que representa un mayor reto, y sería el tema del personal, estamos pasando por un cambio de paradigmas laborales muy importante. Y mi parte favorita, ver disfrutar a

nuestros clientes, es en donde cobra sentido todo, es regalar un momento de felicidad.

¿CÓMO VES MIRANDO EN RETROSPECTIVA TU EVOLUCIÓN, SOÑABAS CON LAS COSAS QUE HAS CONSEGUIDO?

Me encanta mirar atrás y ver lo que hemos creado, en especial en el obrador, hemos cambiado 3 veces de espacios y ver su evolución es un antes y un después. Como nos profesionalizamos cada vez, sin perder el alma de lo que nacimos siendo y lo que somos.

De estudiante me imaginaba teniendo un catering o una pastelería, que era lo que más me gustaba, y en Rocambolesc tenemos eventos y hacemos postres helados, por lo que tengo la suerte (que la suerte para mí es constancia, perseverancia, disciplina) de que se ha cumplido.

EN TU CREATIVIDAD Y TU FORMA DE ENTENDER LA REPOSTERÍA, LA COCINA... ¿CUÁNTO HAY DE MÉXICO Y CUÁNTO DE ESPAÑA, QUE ES LO MÁS BONITO DE CADA CULTURA PARA TI?

Creo que lo más bonito es compartir, en casa es una mezcla siempre de Jordi y de mí, por lo que en nuestro trabajo creo que eso se nota, el intercambio cultural, es algo que me apasiona, aprender de otras culturas, maneras de hacer, ingredientes, etc es de lo que más disfruto.

¿QUÉ VIENE PARA ESTE PRÓXIMO AÑO, QUE TE HACE MÁS ILUSIÓN?

Tenemos un cambio muy importante en Rocambolesc, que me tiene súper ilusionada, y esto se verá reflejado el año que viene, así que con mucha ilusión de comenzar el próximo año.

EXCELENCIAS *Gourmet*

La Gastronomía
no solo se come
SE LEE

WWW.EXCELENCIASGOURMET.COM

Un periódico digital de gastronomía que informa con rigor y calidad sobre España y Latinoamérica. Noticias, vinos, chefs, recetas y tendencias para profesionales y amantes del buen comer en Iberoamérica.



Custodio López Zamarra:

*Encarna la imagen del sumiller en España
... “La elegancia de la sala, la memoria
del vino.”...*

TEXTO: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA / FOTOS: CORTESÍA DEL ENTREVISTADO



CUSTODIO LÓPEZ ZAMARRA
SUMILLER HISTÓRICO Y FIGURA ESENCIAL DEL SERVICIO DE
SALA EN ESPAÑA



Custodio recuerda una frase que resume esa filosofía: una clienta le dijo una vez *“he entrado como princesa y salgo como reina”*. Para él, ese es el mayor éxito posible en sala.

Hay profesionales que no solo han vivido la historia de la gastronomía española, sino que la han escrito copa a copa, servicio a servicio. Custodio Zamarra es uno de ellos. Referente absoluto de la sumillería, maestro de generaciones y custodio —nunca mejor dicho— de una manera de entender la sala como un espacio de conocimiento, respeto y emoción, su nombre está ligado de forma inseparable a Zalacaín y a la edad de oro de la alta restauración en España.

En el número 100 de Excelencias Gourmet, queríamos detenernos, mirar atrás y escuchar a quien ha visto evolucionar el vino, la sala y al comensal sin perder nunca la esencia del oficio. Porque hablar con Custodio Zamarra es hablar de memoria, de sensibilidad, de elegancia y de un legado que sigue marcando el camino.

CUSTODIO, CUANDO MIRAS ATRÁS, ¿EN QUÉ MOMENTO SIENTES QUE LA SUMILLERÍA DEJÓ DE SER UN TRABAJO PARA CONVERTIRSE EN UNA FORMA DE VIDA?

Pues yo lo situaría en 1973, con mi llegada a Zalacaín, donde empiezo a forjarme un objetivo vital ligado al vino y al servicio. Pero señala un momento clave posterior: la creación, hace unos 30 años, del curso de sumillería de la Cámara de Comercio de Madrid, donde participé, y sigue participando, activamente en la formación de jóvenes profesionales de toda España. Para él, ahí nace realmente la sumillería moderna, entendida como un

oficio especializado, pero siempre ligado a la sala y al servicio.

HAS DEFENDIDO SIEMPRE LA SALA COMO UN ESPACIO DE CULTURA. ¿Crees que hoy se valora como merece?

Pues yo creo que sí. La sala es el lugar donde el vino se convierte en vehículo de cultura, placer y amistad. Cuando el cliente se siente como en casa y sale feliz del restaurante, el trabajo está hecho.

La sala, insiste, contribuye a algo profundamente hermoso: hacer felices a los demás.

¿QUÉ TE ENSEÑÓ ZALACAÍN QUE NO SE APRENDE EN NINGUNA ESCUELA?

Los valores que nos enseñó la familia Oyarbide cuando entramos en Zalacaín. Respeto absoluto al cliente, trato impecable, educación, discreción y la convicción de que todas las personas que cruzan la puerta son iguales.

Custodio recuerda una frase que resume esa filosofía: una clienta le dijo una vez *“he entrado como princesa y salgo como reina”*. Para él, ese es el mayor éxito posible en sala.

Hemos contribuido de alguna forma, a una labor hermosa y maravillosa.

¿CÓMO HA CAMBIADO EL VINO ESPAÑOL DESDE SUS PRIMEROS AÑOS EN SALA HASTA HOY?

El gran cambio llega en los últimos 30 o 35 años. De un panorama dominado casi exclusivamente por Rioja, con algunas excepciones puntuales (Ribera del Duero,

Jerez, Galicia y Cataluña), España ha pasado a ofrecer una diversidad extraordinaria de vinos de calidad en todas las zonas.

Esta revolución se debe a la formación de nuevas generaciones de enólogos, capaces de extraer lo mejor del viñedo con conocimiento, respeto y técnica.

“Yo creo que en los últimos 30 años ha sido el gran cambio y la gran revolución del vino en nuestro país”.

HAS CATADO MILES DE VINOS, PERO ¿QUÉ HACE QUE UNO SE QUEDE EN LA MEMORIA?

No es solo el vino en sí, sino las sensaciones y el contexto. Yo guardo en la memoria vinos excepcionales, muchos de ellos inaccesibles para la mayoría, ligados a momentos únicos e irrepetibles.

HAS SIDO MAESTRO DE MUCHOS PROFESIONALES. ¿QUÉ CUALIDAD BUSCA EN UN JOVEN SUMILLER?

Amabilidad, humildad, discreción, psicología y pasión. Hay dos herramientas fundamentales: la sonrisa y el silencio. La sonrisa soluciona problemas; el silencio los evita. Saber escuchar al cliente, hablar solo cuando se debe y entender, en segundos, qué tipo de vino está buscando, es clave para no fallar.

Custodio insiste en un punto esencial: cuidar la cartera del cliente. La psicología

permite entender si se busca un vino sencillo o uno para una gran celebración. El sumiller debe interpretar, no imponer, y jamás dar una lección no solicitada.

¿QUÉ ERRORES VES REPETIRSE CON MÁS FRECUENCIA EN LAS NUEVAS GENERACIONES?

La prepotencia y la falta de humildad. Custodio critica la tendencia a “abrumar” al cliente con discursos técnicos innecesarios. Recuerda que el cliente no tiene por qué saber, y que el conocimiento debe ponerse al servicio del disfrute, no del ego.

SI TUVIERAS QUE DEJAR UN SOLO CONSEJO A QUIEN EMPIEZA HOY EN SALA, ¿CUÁL SERÍA?

La cocina son sensaciones, la sala son emociones y la bodega son historias. El objetivo final es hacer feliz al cliente. El mayor premio no son los galardones, sino ver al cliente salir por la puerta satisfecho y agradecido.

EXCELENCIAS GOURMET CUMPLE 100 EDICIONES. ¿QUÉ PAPEL CREES QUE HAN TENIDO LOS MEDIOS ESPECIALIZADOS EN LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR?

Han sido fundamentales. Han formado al consumidor, han elevado el nivel de exigencia y han obligado a los profesionales a formarse más y mejor. Sin los medios, el

salto cultural del vino y la gastronomía no habría sido posible.

SI ESTA ENTREVISTA TERMINARA CON UNA COPA EN LA MANO, ¿QUÉ VINO ELEGIRÍAS Y POR QUÉ?

Elegiría un vino que me hiciera feliz y que tuviera una historia para compartir con la persona que me acompañe. Rioja ocupa un lugar especial en mi corazón, por su equilibrio y elegancia, pero también Ribera del Duero, Mencía, Jerez o Montilla-Moriles. Cualquier vino hecho con pasión, capaz de contar una historia, es válido si se comparte desde la emoción.

“Por eso digo que, dentro de una botella de vino, hay una historia, hay una narración”.



Yo creo que en los últimos 30 años ha sido el gran cambio y la gran revolución del vino en nuestro país.



Willy Pérez:

... “Recuperamos la memoria líquida de Jerez”...

TEXTO: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA / FOTOS: CORTESÍA DEL ENTREVISTADO



LUIS GUILLERMO PÉREZ VEGA (WILLY PÉREZ)
ENÓLOGO



La vuelta al viñedo — dice — coincide con una etapa en la que dejamos atrás la posmodernidad y recuperamos la valoración del origen, la artesanía y la identidad.

Hablar de Willy Pérez es hablar de una nueva manera de entender Jerez. Enólogo, investigador incansable y uno de los grandes referentes de la revolución del Marco, Pérez ha logrado algo que parecía imposible: reconciliar tradición y vanguardia sin renunciar a la esencia del terruño. Sus vinos —profundos, precisos y narrativos— no solo han seducido a críticos y coleccionistas de todo el mundo, sino que han devuelto al viñedo jerezano su papel protagonista.

Con motivo del número 100 de Excelencias Gourmet, conversamos con una de las voces más influyentes del vino español actual. Hablamos de suelo, de historia, de futuro y de esa manera tan suya de rescatar la memoria líquida de un territorio que todavía tiene mucho que decir.

JEREZ ESTÁ VIVIENDO UNA NUEVA EDAD DORADA. ¿QUÉ PARTE DE ESTE RENACIMIENTO CREES QUE SE LE DEBE AL VIÑEDO Y QUÉ PARTE AL CAMBIO CULTURAL ALREDEDOR DEL VINO?

Para que una idea cale en la sociedad, quienes la reciben tienen que estar preparados para escucharla. La propuesta de volver a la viña en Jerez llega justo en el momento en que por fin dejábamos atrás la posmodernidad. Eso abrió una etapa nueva de valoración de la historia y de las tradiciones, y de apartar un poco la deconstrucción y la intervención humana en el arte. En la cocina, algunos lo han interpretado como una vuelta al producto y a la artesanía, y en el mundo del vino, como apéndice espiritual de la gastronomía, hemos decidido regresar

a la tierra como nuevo tótem. Esto ocurre en muchos ámbitos del arte, aunque no en todos los grupos sociales. Es una interacción compleja, pero ha permitido abrir una puerta a la idea de que Jerez se hace en la viña. Había gente preparada para entenderlo.

TÚ HAS REIVINDICADO EL SUELO COMO GRAN PROTAGONISTA. ¿QUÉ DESCUBRE UNO CUANDO ENTIENDE DE VERDAD LO QUE SIGNIFICA UN “PAGO” EN JEREZ?

Cuando entiendes de verdad lo que significa un pago en Jerez, descubres que no estás hablando de una parcela cualquiera, sino de una unidad histórica donde suelo, clima y forma de trabajar han generado un estilo propio durante siglos. Un pago no es una etiqueta romántica. Es una estructura geológica y cultural que determina cómo nace un vino, cómo envejece, qué tensiones tiene, qué tipo de crianza admite y hasta dónde puede llegar en un futuro.

EN TUS INVESTIGACIONES HAS REVISADO ARCHIVOS HISTÓRICOS Y PRÁCTICAS DEL SIGLO XVIII Y XIX. ¿QUÉ TE SORPRENDE MÁS DEL JEREZ ANTIGUO Y QUÉ HEMOS OLVIDADO POR EL CAMINO?

Cada generación ha tenido su propia forma de entender el mundo, su cosmovisión. Y la manera de beber vino, y por tanto de elaborarlo, cambia con esa mirada. En la Ilustración, el poder de la razón generó un sinfín de clasificaciones que pretendían ordenar la realidad. En el Romanticismo, esa confianza en la razón se desdibujó y dio paso a una abstracción distinta, como la de Pedro Domecq, que rechazaba quedar encerrado

en una clasificación. Para mí, lo sorprendente no es redescubrir el asoleo, las variedades antiguas o las vendimias por pases, sino entender por qué iban alternándose para responder a la ética de cada época.

SI TUVIERAS QUE RESUMIR LA PERSONALIDAD DE LA PALOMINO FINO CON UNA FRASE, ¿CUÁL SERÍA? ¿ES UNA VARIEDAD INCOMPRENDIDA?

La Palomino hay que entenderla en su contexto. Antes de la filoxera se plantaba en pie franco y ahí muestra algo decisivo: una resistencia altísima al calcáreo, uno de los mayores estresantes para la vid. Por eso es importante preguntarse si su fama de variedad anodina nace antes o después de los portainjertos, y si no tiene más que ver con haber plantado Palomino donde no debía o manejarla como no se debe. Lo que realmente la hace grande es su capacidad para expresar el suelo, la sapidez y esa elegancia que le permite envejecer de una forma casi única. Es ahí donde se entiende de verdad quién es.

EN UN MERCADO DOMINADO POR EL IMPACTO INMEDIATO, TÚ APOSTASTE POR VINOS QUE EXIGEN TIEMPO Y ATENCIÓN. ¿HA CAMBIADO LA MANERA EN LA QUE EL CONSUMIDOR SE APROXIMA HOY A ESTOS VINOS?

A mí el trabajo de sumiller siempre me ha parecido de los más complicados que hay. Tienen que condensar en medio minuto lo que a nosotros nos lleva años entender en la viña. Y encima viven presos de un ritmo que no tiene nada que ver con el nuestro. El scroll, la necesidad de publicar un vino distinto cada día, esa velocidad permanente que parece que si no empujas desapareces.

La viña va justo en la dirección contraria. Allí nada ocurre en treinta segundos. Todo requiere tiempo, observación, paciencia. Las cosas buenas de verdad necesitan atención. No todo el mundo tiene esa sensibilidad, es lógico. Pero hay gente que sí, y mucha. Ese grupo es el que hace posible que existan vinos que piden calma.

¿QUÉ VINO TUYO SIENTES QUE HA MARCADO UN ANTES Y UN DESPUÉS EN TU CARRERA Y POR QUÉ?

Si tengo que señalar un antes y un después, diría que hay dos líneas muy claras. Villamarta marca un punto de inflexión. Fue el vino con el que defendí que no hacía

falta fortificar para hacer Jerez. Doce años después, la ley cambió. Ese recorrido lo ha convertido casi en un manifiesto más que en un vino.

Y luego están San Cayetano y Notario, que para mí representan el próximo Jerez entendido como gran vino blanco. No solo por el origen, sino por la manera de trabajar la viña y por cómo expresan el suelo sin necesidad de apoyarse en nada más.

MUCHOS TE CONSIDERAN UN “ARQUEÓLOGO DEL VINO”. ¿QUÉ HALLAZGO HISTÓRICO HA CAMBIADO TU FORMA DE ELABORAR?

Más que un hallazgo concreto, lo que me ha cambiado la forma de elaborar es entender que somos un eslabón más dentro de una cadena larguísima, donde cada generación ha intentado definir qué significa Jerez. El territorio ha ido pasando de lo dulce a lo oxidativo, después a lo biológico y ahora vuelve a aparecer la idea del gran vino blanco. En cada giro hubo rechazo, y con el tiempo, aceptación. Lo que realmente he aprendido es que Jerez no es un vino. Es un concepto cultural que te obliga a elaborar con humildad y con perspectiva histórica.

TUS VINOS HABLAN MUCHO DE IDENTIDAD, PERO TAMBIÉN DE EMOCIÓN. ¿QUÉ PAPEL JUEGA LA INTUICIÓN EN TU PROCESO CREATIVO?

El arte ha estado siempre en mi vida, igual que la ciencia, y mi trabajo consiste en intentar reconciliarlos cada día. La música me marcó mucho y, como cuando componía, las noches son un momento clave para mí. Esa vigilia en la que el cerebro empieza a soltarse, cuando la razón baja un poco la guardia y deja que ideas que no encajan del todo encuentren una forma de armonía. Ahí aparece la intuición. No sustituye al conocimiento ni a la técnica, pero es lo que permite que todo eso respire y se coloque. En mi manera de crear, ese espacio entre la lógica y el desorden es donde muchas veces nacen los vinos.

SI TUVIERAS QUE ELEGIR UN MARIDAJE QUE REPRESENTA AL 100% EL ALMA DE JEREZ, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

Manzanilla y langostinos en costa. Oloroso y carrillada en interior. No puedo explicar mucho. ¡Simplemente me vuelven loco!



La recuperación de la memoria líquida de Jerez a través del pago, el suelo y el tiempo.



ESTE ES EL NÚMERO 100 DE EXCELENCIAS GOURMET. ¿QUÉ DESEO TE GUSTARÍA BRINDAR PARA EL FUTURO DEL VINO ESPAÑOL?

Que el vino español deje de mirarse en espejos ajenos y encuentre de una vez su propio camino. Que volvamos a confiar en nuestros territorios, en nuestras variedades y en nuestra historia sin necesidad de traducirlos a un lenguaje que no es el nuestro. Y que las próximas generaciones puedan elaborar con libertad, sin complejos y con ambición cultural, sabiendo que el futuro no está en copiar, sino en descubrir qué puede aportar cada lugar cuando se le escucha de verdad.

Verónica Zumalacárregui:

... “La periodista que convirtió la mesa en un mapa del mundo”...

TEXTO: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA / FOTOS: CORTESÍA DE LA ENTREVISTADA



VERÓNICA ZUMALACÁRREGUI
PRESENTADORA DE TV Y PERIODISTA GASTRONÓMICA



Las historias más sabrosas no se cuentan desde un plató, sino desde la calle.

En una era donde las redes sociales dictan tendencias, titulares y deseos, Verónica Zumalacárregui ha sabido mantener la esencia del periodismo clásico dentro de los nuevos formatos digitales. Su mirada curiosa y cercana ha llevado la gastronomía a millones de pantallas en todo el mundo, demostrando que las historias más poderosas no siempre se cuentan desde un estudio, sino desde una cocina, una calle o una mesa compartida.

Con programas como Me voy a comer el mundo y sus proyectos digitales en YouTube e Instagram, ha conseguido algo extraordinario: que el periodismo gastronómico vuelva a emocionar y educar, acercando culturas a través de la comida. Verónica representa a una nueva generación de comunicadores que entienden la gastronomía no solo como placer, sino como relato humano, identidad y encuentro.

En esta entrevista especial para el número 100 de Excelencias Gourmet, reflexiona sobre el poder de las redes, el papel de la mujer en la comunicación gastronómica y cómo seguir contando historias con alma en un mundo que cada día se mueve más rápido.

HAS LOGRADO QUE MILLONES DE PERSONAS VIAJEN Y COMAN CONTIGO SIN SALIR DE CASA. ¿CÓMO CREES QUE LAS REDES HAN CAMBIADO LA FORMA DE HACER PERIODISMO GASTRONÓMICO?

En mi caso, aparte de hacer periodismo gastronómico en España, lo hago mucho en el extranjero. Y en este sentido, creo que las redes han democratizado el acceso a esta información culinaria del mundo.

Yo a través de mis redes sociales enseño cómo se cocina y cómo se come en las casas locales de los cinco continentes. Yo tengo acceso a cocinar con personas locales que me invitan a sus hogares y esto yo lo transmito y lo enseño a través de las redes sociales. Y esto permite que mucha gente desde sus casas, sin moverse del sofá, pueda conocer cómo cocina una familia vietnamita en Hanoi, cómo viven los rastafaris en la jungla y cómo se alimentan y cómo es una boda hindú-vegetariana en India, por ejemplo.

EN UN ENTORNO DONDE TODOS OPINAN SOBRE COMIDA, ¿CÓMO SE MANTIENE LA CREDIBILIDAD?

Yo creo que en las redes sociales hay espacio para todo tipo de influencers, prescriptores, creadores de contenido, porque así lo demandan los diferentes tipos de seguidores. Yo no creo que mi contenido sea mejor que el de alguien que saca vídeos de comida rápida, porque ellos tienen su público y hay gente a la que no le interesa saber que un plato lleva una demi-glace, porque ni siquiera sabe lo que es.

Yo soy muy fiel a mis ideas, soy muy natural, muy transparente y creo que eso puede funcionar cuando hablas de alta cocina y también cuando hablas de comida rápida.

¿QUÉ RESPONSABILIDAD TIENE QUIEN COMUNICA GASTRONOMÍA EN REDES, SABIENDO QUE PUEDE INFLUIR EN LO QUE COMEMOS Y CÓMO VIAJAMOS?

Creo que los prescriptores y creadores de contenido que hablamos de gastronomía tenemos mucha responsabilidad, sobre todo de cara a la hostelería, porque en un vídeo,

que hablas sobre un restaurante y que de repente se hace viral, puede afectar muy bien o muy mal a ese comercio. Entonces, como periodista gastronómica muy ligada al mundo de la hostelería y que conoce muy bien las entrañas de los restaurantes, a mí me gusta ser muy delicada cuando tengo una crítica negativa hacia un restaurante. Y aunque soy muy transparente y siempre digo la verdad, creo que hay formas y formas de decirlo para que no sea destructivo.

EN TUS VIAJES, ¿QUÉ HAS APRENDIDO SOBRE LAS PERSONAS A TRAVÉS DE SU MANERA DE COMER?

Algo que siempre hago en Me voy a comer el mundo, el programa que he grabado para Canal Cocina es abrir las neveras de las casas locales donde me invitan a comer y ese acto es como hacer una radiografía culinaria cultural de ese territorio. Por ejemplo, cuando tú abres una nevera en India, el 80% de lo que

encontrarás serán verduras, porque es un país en su mayoría vegetariano. También recuerdo cuando estuve grabando en Estocolmo hace unos ocho años ya, que me sorprendió la cantidad de nata, de mantequilla que había y ellos me hablaban ya entonces de la dieta keto, que años después, se puso de moda y que favorece el consumo de las grasas y disminuye el de los hidratos. Entonces ya vas viendo un poco los movimientos mundiales que hay.

¿CUÁL HAS SIDO LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA QUE MÁS TE HA MARCADO?

Fue la que compartí con unos rastafaris en Jamaica, en la selva jamaicana. Me llevaron a su casa, que en realidad era un chamizo hecho con palos de madera en medio de la jungla, y me llevaron a lo que ellos llamaban el “supermercado” (la jungla), y fuimos recogiendo raíz de jengibre, coco, hierbas (desconocidas para mí) y con eso hicieron un plato de lo que ellos llaman comida del alma,

Las redes han democratizado el acceso a la cocina del mundo: hoy cualquiera puede entrar en una casa de Hanoi o en una boda vegetariana en India sin moverse del sofá.



soul food: un plato vegetariano. Se puso a llover y se pusieron a cantar Bob Marley bajo la lluvia, fue épico.

EN TUS VÍDEOS, HAY EMOCIÓN, EMPATÍA Y NATURALIDAD. ¿CREES QUE LA AUTENTICIDAD ES EL NUEVO LUJO EN LA COMUNICACIÓN GASTRONÓMICA?

Yo no sé si es el nuevo lujo lo que sé es que es mi forma de hacer las cosas y yo soy muy natural, para bien y para mal. Yo creo que caben todos los formatos tanto las redes como la televisión y que hay gente que cuida mucho más que yo la imagen, la estética de los platos cuando los graba, pero es que, a mí, no sé si por falta de detalle o por naturalidad, prefiero ser más fiel a lo que pasa de verdad. Evidentemente, intento grabar un plato antes de empezar a comerlo porque así pueden verlo tal cual es, pero me gusta ser fiel a la realidad. Creo que, a la gente, le gusta ver lo que es real en un mundo de redes en el que todo es absoluta perfección y muchas veces, no es real porque hay muchos filtros, está muy sesgado y elegido. Creo que mola ponerle un punto de realidad a toda esta esfera de estímulos y de imagen.

¿QUÉ PAPEL JUEGA LA EMOCIÓN EN TU MANERA DE CONTAR LAS HISTORIAS?

Pues toda porque algo que no me motiva, que no me emociona, que no me gusta, yo no lo cuento bien. De hecho, algunas veces que me han invitado a algún restaurante, he preferido no publicar nada porque no quiero publicar algo dañino para el restaurante, pero tampoco quiero publicar algo falso y algo que no me entusiasma de verdad. Creo que, al final, esa emoción, llega al seguidor, al espectador o al lector y cuanto más real sea esa emoción, más calará en él y más ganas



tendrá de ir a ese país, comer ese plato o visitar ese restaurante.

DESPUÉS DE RECORRER TANTOS PAÍSES, ¿QUÉ TIENEN EN COMÚN TODAS LAS MESAS DEL MUNDO?

Pues que son el punto de reunión, son una manera de reunir a la gente querida. Si te fijas ¿en qué contexto se presenta una pareja a los padres?, en una mesa; ¿en qué situación se anuncia un ascenso laboral?, en una mesa; ¿en qué contexto se celebra un enlace matrimonial?, en una mesa, ... Lo que nos une aquí y allí, es la comida, la gastronomía y la mesa ya que son el lugar que elegimos para reunirnos, para celebrar y para demostrarnos amor ya que, siempre que cocinamos, lo hacemos por amor a otros o para deleitar a otros, para homenajearles. También, cuando vamos a un restaurante, es para darnos un homenaje nosotros mismos por lo que siempre es un lugar de reunión y de amor.

¿QUÉ PAPEL CREES QUE PUEDE JUGAR LA GASTRONOMÍA EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN DIÁLOGO ENTRE CULTURAS?

Creo que es más fácil entenderse entre culturas distintas cuando se está sentado en una mesa y en torno a buena comida. La comida es el primer punto en el que podemos

transgredir un poco nuestras propias barreras culturales y nuestros prejuicios. Tu cuando estás en otro país, igual te atreves a probar un saltamontes, por ejemplo, que si alguien te lo ofrece en tu país. Abrimos más nuestra mente en torno a la mesa y es más fácil conectar con el otro.

SI TUVIERAS QUE DEFINIR ESPAÑA GASTRONÓMICAMENTE ANTE EL MUNDO, ¿CUÁL SERÍA SU MAYOR VIRTUD?

La gastronomía española es super sabrosa y equilibrada y creo que ya estamos por encima de muchos países como Francia.

¿CREES QUE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL TRANSFORMARÁ LA MANERA DE CONTAR Y CONSUMIR GASTRONOMÍA?

La inteligencia artificial, es algo que me da mucho miedo porque puede generar mucha soledad. Creo que puede ser muy potente a nivel financiero y de gestión en los restaurantes porque puede ayudar a hacer más eficientes los sistemas, a que el escandallo sea mejor, a comprar de forma más acertada, pero creo que, a nivel humano, también puede tener una cara b. Creo que, aunque suene muy descabellado, sería posible que en el metaverso se generen restaurantes ficticios o la réplica de restaurantes que ya existen en el mundo real para que, todos

aquellos que no pueden costeárselos, puedan acudir a ese restaurante solamente a través del metaverso de forma que, la experiencia real, solamente quede reservada para aquellos que puedan permitirse pagarla.

¿QUÉ PLATO TE CONECTA CON TU INFANCIA?

Mas que un plato, es una especie de merienda que me hacía mi abuela cuando era muy pequeña y eran trocitos de pan, embadurnados en mantequilla y culminados con azúcar que me lo daba a escondidas de mis padres.

¿TIENES ALGUNA “COMIDA REFUGIO” CUANDO VUELVES A CASA DESPUÉS DE UN VIAJE LARGO?

Lentejas, que siempre me dejo congeladas, para cuando vuelvo de un viaje. Para mí, es sabor a hogar.

¿QUÉ NO FALTA NUNCA EN TU MALETA?

Mis infusiones, un poco raras, como el boldo; mi esterilla plegable de yoga y la ropa de deporte.

SI PUDIERAS COMPARTIR UNA COMIDA CON TRES PERSONAS, DE CUALQUIER ÉPOCA O PAÍS, ¿A QUIÉNES ELEGIRÍAS?

Con Julio César, Virginia Woolf y Barack Obama.



Gemma Añino:

... “Madrid se saborea mejor cuando conoces sus rincones con historia y alma”...

TEXTO: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA / FOTOS: CORTESÍA DE LA ENTREVISTADA



GEMMA AÑINO CORRAL
PERIODISTA DE TELEVISIÓN, ESPECIALIZADA EN
GASTRONOMÍA, Y PRESENTADORA DE EVENTOS



Lo que más valora sigue siendo el trato: “No soporto que te tiren los platos. Un camarero no es el último eslabón, es parte esencial de la experiencia”.

Reportera incansable, curiosa por naturaleza y con un olfato único para descubrir dónde se esconde el próximo plato viral, Gema Añino se ha convertido en una de las voces más reconocidas de la gastronomía madrileña. Desde las cámaras y las calles de Madrid Directo (Telemadrid), lleva años recorriendo tabernas, restaurantes y barras para contar las historias que laten detrás de los fogones. Con motivo del número 100 de Excelencias Gourmet, conversamos con ella sobre su pasión por la comunicación gastronómica, su visión de la restauración actual y los sabores que mejor definen a la capital.

EN TU SECCIÓN DE MADRID DIRECTO LOGRAS QUE EL PÚBLICO SE SIENTA PARTE DE LA EXPERIENCIA. ¿CUÁL ES LA CLAVE PARA CONTAR GASTRONOMÍA EN TELEVISIÓN?

Intentar hacerlo de una forma sencilla, sin tecnicismos. El público no es especializado, así que hay que transmitir que cualquiera puede cocinar esa receta en casa. A veces evitamos elaboraciones largas o técnicas complejas porque lo importante es que el espectador sienta: “yo también puedo hacerlo”. Esa sensación de cercanía es esencial.

¿QUÉ TE INSPIRA AL ELEGIR LOS LUGARES QUE APARECEN EN TUS REPORTAJES?

Me atraen los sitios donde se come como en casa. Platos de verdad, reconocibles, de esos que te reconfortan. No me gustan los restaurantes donde tienes que descifrar el plato. Prefiero la cocina honesta, la de siempre, aunque tenga su toque personal. Esa autenticidad engancha.

¿CÓMO VES EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN GASTRONÓMICA?

Va a seguir siendo esencial porque el interés por la gastronomía es real, pero está cambiando. Hoy cualquiera puede ser prescriptor: periodistas, chefs o influencers. Las formas y los canales evolucionan, y eso nos obliga a quienes trabajamos en medios tradicionales a hacerlo cada vez mejor, a ser rigurosos y creativos.

DESPUÉS DE TANTOS AÑOS RECORRIENDO RESTAURANTES, ¿QUÉ TE SIGUE SORPRENDIENDO DE LA GASTRONOMÍA MADRILEÑA?

La cantidad de restaurantes nuevos que abren constantemente... y lo parecidos que son muchos de ellos. Falta más imaginación. Se repiten platos, conceptos y cartas. Afortunadamente, todavía hay lugares genuinos que marcan la diferencia.

SI TUVIERAS QUE DEFINIR LA GASTRONOMÍA MADRILEÑA EN TRES PALABRAS...

Efervescencia, multiculturalidad y fusión. Madrid está viviendo una auténtica burbuja gastronómica.

¿DÓNDE ESTÁ HOY LA ESENCIA DE SU COCINA?

En ambos extremos: en las tabernas tradicionales y en los restaurantes con estrella Michelin. Lo importante es que detrás haya una “cocina de verdad”. Por suerte, estamos recuperando las recetas clásicas y los sabores madrileños de siempre, pero con un toque actual.

¿EL MEJOR COCIDO DE MADRID?

La Bola.



¿Y LOS MEJORES CALLOS?

Los de mi madre, sin duda, con garbanzos a la gallega.

¿CUÁL ES EL SECRETO DE LOS RESTAURANTES QUE CONSIGUEN MANTENERSE EN EL TIEMPO?

La voluntad de hacerlo bien. Parece una obviedad, pero muchos no lo hacen. Hay que estar encima del negocio, tener un plan y cuidar a la gente. La restauración es durísima: requiere horas, atención y constancia.

¿QUÉ BARRIOS SE ESTÁN CONVIRTIENDO EN NUEVOS POLOS GASTRONÓMICOS?

Carabanchel, sin duda, y también la zona de Puerta del Ángel. Los precios más bajos atraen a gente joven y eso genera

nuevas propuestas. Cuando empiezan a abrir cafeterías de especialidad, sabes que el barrio está cambiando.

SI TUVIERAS QUE RECOMENDAR UN RESTAURANTE PARA DISFRUTAR EN PAREJA, OTRO PARA IR CON AMIGAS Y OTRO PARA UNA COMIDA DE TRABAJO, ¿CUÁLES ELEGIRÍAS?

En pareja recomiendo Sen Omasake; con amigas, Aurora por su ambiente divertido; y para una comida de trabajo, La Máquina o El Barril, que nunca fallan.

¿HAY ALGUNA TERRAZA QUE TE HAYA CONQUISTADO?

La del Club Financiero. Es espectacular, se come bien y las vistas son inmejorables.

¿QUÉ RESTAURANTES HAN LOGRADO SORPRENDERTE ÚLTIMAMENTE POR SU CARTA DE VINOS O POR LA FORMA EN LA QUE TRATAN EL MARIDAJE?

He vivido grandes experiencias con maridajes bien pensados. El mejor, sin duda, cuando Santi Carrillo dirigía el Corral de la Morería, era una lección en cada copa.

¿CÓMO INFLUYE LA TELEVISIÓN EN EL ÉXITO DE UN RESTAURANTE?

Antes era determinante, hoy las audiencias están más repartidas, pero sigue teniendo impacto. Hacemos un reportaje y, al terminar el directo, ya están llamando al restaurante. La repercusión es inmediata.

MÁS ALLÁ DE LA COMIDA, ¿QUÉ HACE QUE QUIERAS VOLVER A UN RESTAURANTE?

El trato. Que te sientas bien atendido. No soporto que te tiren los platos o que falte profesionalidad. Un camarero no es el último eslabón, es parte esencial de la experiencia.

¿HAY ALGUNA EXPERIENCIA RECIENTE QUE TE HAYA EMOCIONADO?

Una cecina espectacular de un ahumadero en Bustarviejo. Es un matrimonio que empezó durante la pandemia y ya producen una tonelada de beicon ahumado a la semana. Brutal.

¿QUÉ CONSEJO LE DARÍAS A QUIEN QUIERE DESCUBRIR EL MADRID GASTRONÓMICO AUTÉNTICO?

Que huya de los restaurantes con DJ. Donde hay DJ, normalmente no se come bien. Que busque lo sencillo, lo de siempre, lo que se cocina con alma.

SI EL DÍA DE MAÑANA GRABARAS TU ÚLTIMO REPORTAJE EN MADRID DIRECTO, ¿QUÉ RESTAURANTE O RINCÓN ELEGIRÍAS PARA DESPIDIRTTE DE LA CÁMARA?

En cualquier sitio rodeada de buena gente. Tomando una oreja en Tino, una centolla en Fide o un bocata de jamón en Joselito. Lo importante es la compañía y la historia que hay detrás.



**Madrid es efervescente,
multicultural y con
mucho fusión.**

“No se puede freír un huevo SIN ROMPER LA CÁSCARA”

Cien números después, el aprendizaje pesa más que la cifra. No porque hayamos llegado a la meta, sino porque el trayecto recorrido nos ha permitido entender algo esencial: la gastronomía no se sostiene sola y tampoco se aprende desde una única disciplina. Se aprende cocinando, sirviendo, viajando, leyendo, escuchando y recordando. Se aprende con las manos y con la memoria.

Con el tiempo entendimos que hay recetas que no buscan sorprender, sino permanecer. Tradiciones que han pasado de generación en generación sin necesidad de ser explicadas. Productos que hablan de un territorio mejor que cualquier discurso. Y una cocina entendida como patrimonio vivo, ese que no se conserva en vitrinas, sino en casas, mercados, salas y mesas compartidas. La gastronomía es cultura porque se practica cada día.

Este camino también nos enseñó que hablar de gastronomía es hablar de hostelería, de alimentación y de nutrición, pero igualmente de turismo y de identidad. De cómo un plato puede contar la historia de un lugar. De cómo un viaje se recuerda por lo que se comió y con quién se compartió. De cómo los territorios se sostienen cuando su cocina se entiende, se cuida y se valora más allá de la postal. La sostenibilidad, en su sentido más profundo, es sostener todo eso a la vez: personas, oficios, saberes y comunidades.

Este número 100 reúne miradas que han ampliado esa comprensión. Instituciones que

piensan la gastronomía como estructura y futuro. Profesionales que hablan desde el oficio, el equipo y la experiencia acumulada. Voces que defienden la sala, el vino, el producto, la receta bien hecha, la transmisión del conocimiento y la palabra contada con rigor. Entrevistas y rúbricas que no pretenden cerrar debates, sino abrirlos, porque aprender también implica cuestionar.

En ese diálogo constante hemos reafirmado una convicción que nos acompaña desde el inicio: no hay gastronomía posible sin personas bien sostenidas. No hay hostelería sin equipos cuidados. No hay alimentación responsable sin educación ni nutrición consciente. Y no hay patrimonio cultural sin continuidad. La gastronomía, cuando es cultura, también es responsabilidad social, económica y humana.

Estas líneas son, sobre todo, un ejercicio de gratitud. A quienes han formado parte de estas cien ediciones impresas y a quienes nos acompañan a diario en nuestro periódico digital, leyendo, compartiendo y dando sentido a una manera de contar que cree en el tiempo y en el contexto. A quienes se sientan con la revista en papel y leen sin prisa, y a quienes nos siguen cada día desde la actualidad online, sosteniendo con su fidelidad este proyecto. A las firmas que han aportado pensamiento, criterio y sensibilidad, y al equipo que trabaja lejos del foco para que cada número exista. A los compañeros de camino que han creído en una forma de hacer pausada, rigurosa y

honesta, y que hoy comparten con nosotros la alegría serena de haber llegado hasta aquí.

Quizá por eso, a lo largo de estos años, hemos entendido la gastronomía como una forma de familia. Un espacio donde nadie avanza solo, donde el conocimiento se comparte y el oficio se transmite. Como recuerda aquella canción, *you will never walk alone*, porque en la gastronomía —cuando se vive de verdad— siempre hay alguien al lado.

Mirar hacia lo que viene no implica prometer grandes gestos, sino mantener la coherencia. Seguir aprendiendo de las recetas y de los viajes, del territorio y de las personas, del pasado y del presente. Seguir contando la gastronomía como lo que es: una forma de cuidar, de transmitir y de vivir.

Publicamos esta edición con gratitud y con la misma disposición con la que empezamos: aprender, compartir y seguir haciéndolo juntos.



VERÓNICA DE SANTIAGO GÓMEZ
Directora Grupo Excelencias

Diez sabores que guardan secretos: Tesoros gastronómicos *de Iberoamérica*

LA GASTRONOMÍA IBEROAMERICANA ES UN RELATO VIVO HECHO DE TIERRA, CLIMA Y MEMORIA. A TRAVÉS DE DIEZ PRODUCTOS EMBLEMÁTICOS —DEL CACAO ECUATORIANO AL JAMÓN IBÉRICO, DEL CEVICHE PERUANO AL TEQUILA MEXICANO

TEXTO: GABRIELA SÁNCHEZ, REDACCIÓN EXCELENCIAS GOURMET
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

La gastronomía en Iberoamérica parece tener vida propia. Delante de la mesa, muchos platos no se saborean, sino que hablan directamente al alma. Y es que la esencia de esta región tan plural e impredecible ha

sido construida o, mejor, alimentada, con los descubrimientos que la tierra y la geografía regaló a su cocina.

Los ingredientes de su cultura culinaria hablan de paisajes, climas y manos campesinas. Desde la selva amazónica hasta los Andes,

pasando por las dehesas ibéricas y los litorales caribeños, cada producto tiene su propio relato, impregnado de leyendas y secretos. Así, hoy se presentan como algunos de los mejores embajadores de cada nación, trascendiendo fronteras y generaciones.



DIEZ PRODUCTOS PARA CONTAR LA HISTORIA DE IBEROAMÉRICA

El **CACAO** es una maravilla, pero el fino de aroma de Ecuador, es simplemente inigualable. Esta semilla clásica de la alta chocolatería, encontró en la mitad del mundo el entorno ideal para crecer en su forma más elegante. Con más del 60 % de la producción mundial, el cacao de acento ecuatoriano conquista gracias a sus notas florales y frutales. Su historia se remonta a las culturas precolombinas de la Amazonía, donde fue moneda de intercambio. Hoy se cultiva en regiones como la cuenca del río Guayas, Manabí y Esmeraldas.

El **CASABE**, o pan sin pan, es una joya del Caribe. No en vano fue reconocida recientemente Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. La receta es un milagro de la conservación. Elaborado a partir de yuca amarga, fue el alimento de taínos, arahuacos y caribes, y sin proponérselo, el punto de partida de la gastronomía caribeña. Pero es valioso no solo por su sabor sino por el ritual que implica: raspar y rallar la yuca hasta extraer

su jugo y convertirla en una torta nutritiva que habla también de resistencia cultural.

Sin ser originario de América, el **CAFÉ** ya no puede existir sin el apellido de “colombiano” como indicación de calidad y prestigio. El café colombiano carga consigo el sabor de las laderas andinas, entre 1.200 y 1.800 metros sobre el nivel del mar. El resultado es un grano heredero de suelos volcánicos ricos en nutrientes, clima templado y lluvias regulares que da lugar a un café de acidez equilibrada, aroma limpio y suave.

De España, sobran las recetas e ingredientes que merecen todo el respeto y el cariño del mundo, pero hay uno en particular que casi se puede colocar en el escudo. Hablamos del **JAMÓN IBÉRICO**, este embutido curado derivado del cerdo ibérico, una raza autóctona de la península. Lo más típico de ellos es su crianza, a base de bellotas y frutos del bosque. Tales condiciones le confieren un aroma y textura excepcionales. Sin embargo, el ingrediente clave de este producto es la paciencia, pues precisa de hasta 48 meses bajo estrictas condiciones para su curación.

La **QUINOA**, madre de todos los granos, fue sagrada antes de volverse moderna. Este grano originario de la cultura inca nació bajo el nombre de “chisaya mama” un regalo divino, imprescindible en ceremonias religiosas y agrícolas. Hoy, este pseudocereal andino se ha vuelto la estrella de dietas saludables por su alto contenido proteico y facilidad de digestión.

Llega el momento de alzar la copa con un invitado especial: el **TEQUILA**. Y es que no hay producto mexicano tan exclusivo como un club secreto que este. Solo puede elaborarse con agave azul, principalmente de Jalisco. Como buen icono gastronómico de las antiguas culturas tampoco prescinde de su propia leyenda, la cual atribuye su origen a un rayo que cayó sobre los agaves y dio origen al pulque base del tequila. Ojo: para beberlo como un auténtico mexicano nada de limón ni sal.

No hay mejor carta de presentación en Perú que un plato de **CEVICHE**, la receta marinera descubierta por los pescadores. Cuando se dieron cuenta que el jugo de cítricos “cocinaba” el pescado, poco

*Sabores que cuentan historias:
Diez productos icónicos revelan
cómo la tierra y la tradición dieron
forma a la identidad gastronómica
de Iberoamérica*





un alimento para acompañar pescado en la dieta local. De hecho, su poder antioxidante, rico en polifenoles y vitaminas, lo hizo desde entonces un favorito para dar vitalidad y energía.

Los **HABANOS** cubanos son el epítome de la tradición. No hay tabaco en el mundo que pueda igualarse. Por eso lleva implícito el nombre de Cuba. Su secreto está en la elaboración, hecha a partir de 6 tipos distintos de hojas y más de 500 procesos artesanales. Desde la siembra hasta el torcido final, los puros devienen un verdadero arte torcedor que mantiene vivo un legado cultural, que trasciende de la hoja a un ritual de humo y aroma.

MÁS QUE COMIDA: UN VIAJE POR RITUALES, LEYENDAS Y SABERES QUE HACEN DE LA GASTRONOMÍA IBEROAMERICANA UN PATRIMONIO VIVO

imaginarían que tendrían delante de sí un patrimonio culinario y una bandera sobre el plato. Da igual si lo llamas ceviche, cebiche, seviche o ceviche, conquista por su frescura y acidez. Eso sí, sus variantes son infinitas, tanto al escribir como en la reinterpretación de otras naciones.

El punto dulce de esta selección es la **PANELA**, que no es un azúcar cualquiera. Su jugo de caña concentrado se transforma en bloques compactos que conservan minerales

y melaza, que deviene un producto sin refinar, capaz de aportar energía. La panela narra siglos de tradición artesanal y de un vínculo muy fuerte entre hombre y tierra que ha acompañado generaciones en desayunos, postres y bebidas.

Si de frutas se trata, el **AÇAÍ** es la joya morada del Amazonas. Hoy, cuando se ha convertido en uno de los superalimentos de moda en smoothies y helados, parecería descabellado creer que fue en sus orígenes





EXCELENCIAS

Turísticas del Caribe & Las Américas

WWW.REVISTAEXCELENCIAS.COM

EXCELENCIAS

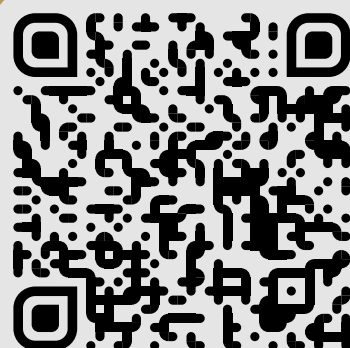
Turísticas del Caribe & Las Américas

WWW.REVISTAEXCELENCIAS.COM

NUEVA EDICIÓN

WWW.REVISTAEXCELENCIAS.COM

ESCANEA



CUANDO LA GASTRONOMÍA IBEROAMERICANA *se convierte en un* LENGUAJE COMÚN

LA GASTRONOMÍA IBEROAMERICANA ES MUCHO MÁS QUE COCINA:
ES MEMORIA, ENCUENTRO E IDENTIDAD COMPARTIDA

TEXTO: VERÓNICA DE SANTIAGO, DIRECTORA DE GRUPO EXCELENCIAS
FOTOS: PEXELS Y PIXABAY

Hay viajes que comienzan mucho antes de llegar a destino. Empiezan con un recuerdo, con un aroma que se cuele sin avisar, con un sabor que permanece en la memoria más tiempo del que uno espera. En Iberoamérica, la gastronomía suele ser ese primer punto de partida. Antes que la geografía, antes que los nombres de las ciudades, aparece la mesa. Y alrededor de ella, casi siempre, ocurre algo esencial.

La gastronomía iberoamericana no necesita grandes explicaciones. Se entiende desde el gesto. Desde la forma en que se sirve un plato al centro de la mesa, la manera en que alguien insiste en que repitas o el tiempo que se le concede a la conversación. Es un

idioma compartido que no se aprende, se vive. Un idioma en el que cambian los acentos, los productos y los paisajes, pero no el mensaje: aquí se cocina para encontrarse.

En cada cocina iberoamericana hay una historia de mezcla. De encuentros forzados y voluntarios, de culturas que se cruzaron, de tradiciones que se adaptaron para sobrevivir. Ingredientes que viajaron, técnicas que se transformaron, recetas que nunca quedaron fijadas del todo porque cada generación añadió algo propio. Lejos de diluir la identidad, esa mezcla la ha fortalecido. La ha hecho flexible, viva, capaz de dialogar sin perder raíz.

La gastronomía ha sido, durante siglos, una forma de resistencia silenciosa. En

muchas comunidades, cocinar lo propio fue una manera de preservar la memoria cuando otras expresiones se veían amenazadas. Un plato transmitido de boca en boca, de mano en mano, se convirtió en archivo, en legado, en identidad compartida. Por eso hoy, cuando se habla de cocina iberoamericana, no se habla solo de sabores, sino de pertenencia.

“En Iberoamérica, la gastronomía no se explica: se comparte. Y en ese gesto se construye identidad”

Hay algo profundamente comunitario en nuestra manera de cocinar y de comer. La mesa no es un espacio individual, es un lugar de encuentro. Se comparte el pan, el guiso,



la conversación. Se celebra lo cotidiano y también lo extraordinario. Comer juntos no es una formalidad: es una forma de reconocerse en el otro. Y quizá por eso la gastronomía ha terminado siendo uno de los lenguajes más potentes de comunicación entre los pueblos iberoamericanos.

Viajar a través de la gastronomía es descubrir que, más allá de las diferencias, existe una sensibilidad común. Un respeto casi instintivo por el producto, por el origen, por quien lo trabaja. Un entendimiento tácito de que la cocina empieza mucho antes del fogón y termina mucho después del último bocado. En un mercado, en un campo, en un puerto, se construye gran parte de lo que luego llega al plato.

Hoy, la gastronomía iberoamericana ocupa un lugar central en la conversación global. Se reconoce su diversidad, su creatividad, su capacidad de emocionar. Pero su verdadera fuerza no está solo en la proyección internacional, sino en su coherencia interna. En seguir siendo fiel a una manera de hacer que pone a las personas en el centro. Que entiende la cocina como un acto cultural antes que como un espectáculo.

La mesa sigue siendo uno de los pocos espacios donde el tiempo se desacelera. Donde se escucha con atención, donde se comparte sin prisas, donde se construye comunidad casi sin darse cuenta. En un mundo cada vez más fragmentado, la gastronomía ofrece un refugio sencillo y poderoso: sentarse juntos, comer juntos, reconocerse.

Hablar de gastronomía iberoamericana es hablar también de futuro. De sostenibilidad entendida no como tendencia, sino como continuidad. De respeto al territorio, al producto y a quienes lo hacen posible. Cada decisión en la cocina es una forma de diálogo con el entorno y con las generaciones que vendrán. Cocinar hoy es, en muchos sentidos, un acto de responsabilidad.

La diversidad que define a Iberoamérica no separa; al contrario, es lo que hace posible el encuentro. Cada cocina aporta su voz a un relato común que no busca uniformidad, sino entendimiento. Un relato que se construye plato a plato, mesa a mesa, celebración tras celebración.

Quizá por eso, cuando uno se sienta a una mesa iberoamericana —esté en el lugar que esté—, aparece una sensación familiar. La certeza de que, aunque todo sea distinto, algo es compartido. Una forma de entender la vida donde la comida es excusa y el encuentro es lo esencial. Donde la identidad no se impone, se comparte. Donde la celebración no necesita grandes motivos.

Porque mientras alguien cocine pensando en otros, la gastronomía seguirá siendo comunidad.

Mientras una mesa reúna voces distintas alrededor de un mismo plato, seguirá siendo diálogo.

Y mientras un sabor nos recuerde que pertenecemos a algo más amplio que nosotros mismos, la gastronomía iberoamericana seguirá siendo uno de nuestros lenguajes más honestos y poderosos.

COCINAR Y COMER JUNTOS SIGUE SIENDO UNO DE LOS ACTOS CULTURALES MÁS PROFUNDOS QUE COMPARTIMOS



LA DIETA MEDITERRÁNEA

en el SIGLO XXI: *ciencia, cultura y turismo saludable*

LA PALABRA "DIETA" PROVIENE DEL GRIEGO *δίαιτα* (DIAITA), QUE SIGNIFICA "MODO DE VIDA" O "RÉGIMEN DE VIDA"



TEXTOS: DR. ALEJANDRO BONETTI MUNNIGH,
DIRECTOR DEL AULA DIETA MEDITERRÁNEA Y
VIDA SALUDABLE (RAMAD)
FOTOS: PIXABAY Y PEXELS



La Dieta Mediterránea no es una moda ni un recuerdo nostálgico: es un modelo de vida que ha resistido la prueba del tiempo, la evidencia científica y la globalización alimentaria. En pleno 2026, cuando España se presenta ante el mundo en una nueva edición de Fitur, este patrón dietético sigue siendo nuestro mejor embajador: una salud, paisaje, producto, hospitalidad y cultura.

La palabra "dieta" proviene del griego *δίαιτα* (diaita), que significa "modo de vida" o "régimen de vida". Su significado original en la Antigua Grecia era más amplio que el concepto actual de restricción alimentaria, refiriéndose a un estilo de vida saludable e integral que abarcaba la salud física y mental, incluyendo la alimentación, el ejercicio y el descanso.

La Dieta Mediterránea es una filosofía de vida basada en una forma de alimentarnos, de cocinar los alimentos, de compartirlos, de disfrutar de nuestro entorno y nuestro paisaje, de vivir y de relacionarnos con el medio, de generar arte y cultura, historia y tradiciones vinculados a nuestros alimentos emblemáticos y su origen. una forma de entender la vida: comer juntos, respetar la temporalidad, valorar el producto local y disfrutar de la mesa como espacio de encuentro.

Desde que Ancel Keys describiera a mediados del siglo XX los beneficios de la alimentación mediterránea en el trabajo pionero de los 7 países¹, la ciencia no ha dejado de confirmar su poder preventivo y terapéutico. Pero más allá de los laboratorios, la Dieta Mediterránea, ha logrado avanzar a la par que la ciencia.

A continuación, se resumen diez grandes logros o bondades de la Dieta Mediterránea, descubiertos y confirmados a lo largo de las décadas.

PRIMERA GRAN EVIDENCIA CONTRA LA ENFERMEDAD CARDIOVASCULAR (PREVENCIÓN PRIMARIA)

El estudio PREDIMED² realizado en España, demostró que una dieta rica en Aceite de Oliva Virgen Extra, frutos secos, legumbres, verduras y pescado azul reduce de manera significativa los infartos y los accidentes cerebrovasculares. Fue la primera vez que una dieta mostró poder preventivo tan contundente sobre la salud del corazón.

PREVENCIÓN DEL SOBREPESO Y LA DIABETES (PREVENCIÓN PRIMARIA)

La versión más reciente, PREDIMED-Plus³, comprobó que al combinar el patrón mediterráneo con control calórico y actividad física, se reduce notablemente la aparición de Diabetes tipo II en más de un 30% mejorando la composición corporal. La Dieta Mediterránea se consolida, así como un modelo clínico en la prevención de dos afecciones metabólicas, de gran repercusión en la salud pública, tal como la Obesidad y la Diabetes Mellitus tipo II.



**RECONOCIDA POR
LA UNESCO EN
2010 LA DIETA
MEDITERRÁNEA
COMO PATRIMONIO
CULTURAL
INMATERIAL DE LA
HUMANIDAD**

MEJORA EN PACIENTES CON CARDIOPATÍA. (PREVENCIÓN SECUNDARIA)

El estudio CORDIOPREV⁴ desarrollado en Córdoba, demostró que incluso en pacientes que ya han sufrido un infarto, seguir la Dieta Mediterránea con especial énfasis en el Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE) evita nuevos episodios cardiovasculares en un 30% y mejora los marcadores de riesgo, la función renal y la evolución cardiovascular a largo plazo.

EFFECTOS SOBRE LA MICROBIOTA INTESTINAL

Los últimos hallazgos científicos confirman que el patrón mediterráneo aumenta la diversidad de bacterias intestinales beneficiosas, reduce la inflamación y mejora la comunicación entre intestino y cerebro. Esto se traduce en mayor bienestar digestivo y mejor estado emocional.

Los alimentos que conforman la Dieta Mediterránea enriquecen la Microbiota Intestinal de manera significativa.

ENVEJECIMIENTO SALUDABLE

Diversos estudios de cohorte demuestran que las personas que siguen fielmente la Dieta Mediterránea viven más años y con mejor calidad de vida. Menor deterioro cognitivo, menor riesgo de Alzheimer y más vitalidad en la vejez son algunos de sus logros más consistentes. Como ejemplo valga que el padre de la Dieta Mediterránea Moderna vivió más de 101 años y seis semanas antes, estuvo dictando conferencias a nivel universitario, con plena lucidez.

SABOR Y ADHERENCIA: LA SALUD QUE APETECE

A diferencia de otras dietas restrictivas, la Dieta Mediterránea se basa en el placer de comer bien: guisos tradicionales, aceite de oliva, frutas, verduras, pan artesano, frutos secos, pescado y un moderado consumo de vino. Su sabor es la clave de su éxito y de su permanencia.

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

Reconocida por la UNESCO en 2010⁵ la Dieta Mediterránea es mucho más que una pauta nutricional. Representa una cultura del alimento: la cosecha, la cocina, la mesa



compartida y la transmisión intergeneracional de conocimientos y valores.

MODELO SOSTENIBLE Y DE CERCANÍA

Basada en productos vegetales, de temporada y de proximidad, esta dieta es un ejemplo de sostenibilidad ambiental. Fomenta el respeto por el entorno, el uso responsable de los recursos y la reducción del desperdicio alimentario.

La Dieta Mediterránea (DM) es la más sostenible, menos contaminante y menor emisión de huella de carbono. Su objetivo es prevenir y tratar enfermedades a través de la alimentación y el fomento de estilos de vida sanos.

MEDICINA CULINARIA. PUENTE ENTRE CIENCIA Y GASTRONOMÍA

La Dieta Mediterránea une la investigación biomédica con la alta cocina. Los chefs contemporáneos reinterpretan sus recetas con técnicas modernas, sin perder el fundamento nutricional que las hace únicas. Ciencia y sabor dialogan en cada plato.

Es aquí donde juega un papel trascendental la Medicina Culinaria^{6,7} que une las evidencias científicas que avalan la Dieta Mediterránea con la gastronomía y nutrición dando con siendo su prevenir y tratar enfermedades a través de la alimentación y el fomento de estilos de vida sanos.

MARCA ESPAÑA Y PROYECCIÓN INTERNACIONAL

La Dieta Mediterránea es, junto al turismo y la hospitalidad, una de las grandes señas de identidad de España. Su prestigio científico, su atractivo gastronómico y su coherencia con los objetivos de salud y sostenibilidad la convierten en una herramienta estratégica de promoción en Fitur y en el mundo.

A las puertas de 2026, la Dieta Mediterránea se mantiene como un modelo de equilibrio entre tradición y vanguardia, placer y salud, ciencia y cultura. Representa una herencia común que debemos cuidar, actualizar y transmitir. Es, en definitiva, nuestro patrimonio vivo.

BIBLIOGRAFÍA

1- LOS 7 PAÍSES, *The Seven Countries Study. A scientific adventure in cardiovascular epidemiology.* Editores: Daan Kromhout, Alessandro Menotti y Henry Blackburn.

2- PREDIMED. Estruch, R.; Salas-Salvadó, J.; Covas, M. I.; Corella, D.; Arós, F.; Gómez-Gracia, E.; Ruiz-Canela, M.; Estela, A. P.; Fiol, M.; Lapetra, J.; Sáez, G.; Estruch, F. "Prevention of Cardiovascular Disease with a Mediterranean Diet" (2013). *NEJM*, 368(14), 1279-1290.

3- Ruiz Canela. PREDIMED-PLUS, se encuentra publicada en la revista *Annals of Internal Medicine*. El estudio PREDIMED-PLUS es un ensayo clínico que investiga los efectos de la combinación de una dieta mediterránea y ejercicio físico en la pérdida de peso, la mejora metabólica y la salud cardiovascular de personas con sobrepeso u obesidad y el síndrome metabólico.

4- CORDIOPREV. J Delgado Lista. Long-term secondary prevention of cardiovascular disease *The Lancet*. <https://www.thelancet.com> > article

5- UNESCO. UNESCO Intangible Cultural Heritage. <https://ich.unesco.org> > la-dieta-mediterranea-00884. 2011.

6- MEDICINA CULINARIA,. Bonetti A, Cocinar para sanar,. *La revolución silenciosa. Excelencias Gourmet. Salud. Medicina Culinaria.*

7- MEDICINA CULINARIA. Bonetti A, *El papel de España en la Medicina Culinaria. Excelencias Gourmet. Salud, Medicina Culinaria.*

*Dr. Alejandro Bonetti Munnigh

Director del Aula Dieta Mediterránea y Vida Saludable (RAMAO).

Director Adjunto del Seminario Permanente de la Dieta Mediterránea – Universidad de Almería. Académico Numerario de la Real Academia de Medicina y Cirugía de Andalucía Oriental, Ceuta y Melilla. (RAMAO).

Académico de las Academias de Gastronomía (ADG) Medicina y Ciencias de la Republica Dominicana.

PRÓXIMAMENTE

COMING SOON

TETÉ

By Chef Carlos Gaytán



PRINCESS
MUNDO IMPERIAL

La Tapa y el Pintxo

EL FENÓMENO GASTRONÓMICO DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

LA TAPA SE ORIGINÓ Y RESIDE EN EL BAR



TEXTO: LUIS CEPEDA, GASTRÓNOMO Y
COMUNICADOR
FOTOS: CORTESÍA DEL AUTOR



FOTO: ¿QUÉ PERCIBES? DE IÑAKI RODRIGO

La tapa es el formato culinario más popular y extendido de la gastronomía española. Nació sin palabras, como los mejores chistes gráficos. Y sin más explicación que su evidencia, impuesta y generalizada de pronto en los años 30 del pasado siglo.

Fue la maña del tabernero para lograr que el cliente pidiera otra bebida –que es con lo que más se gana en el oficio–, reconfortado con el bocado breve y gratuito que le llegaba en cuanto pedía una consumición. También un generoso paliativo alimenticio ante la caña, el vino o el vermú de aperitivo. Nos enseñó que si comes algo mientras bebes, el alcohol te respeta.

Lo de menos es rebuscar causas, generalmente apócrifas y delirantes, para justificar porqué se llaman tapas. Lo importante es su función, naturalidad y permanencia. Más allá de su nombre, los turistas se quedan atónitos porque es el único país donde te regalan algo de comer con la bebida que pides: una rodaja de embutido, aceitunas aliñadas, un mejillón, almendras, la cucharada de un guiso o paella.

Las tapas fueron gratis en las tabernas populares con sus opciones cantadas en voz alta. Cuanto más saladas, ácidas o picantes, mejor; daban más sed y animaban a pedir otra ronda. Como tapas llegaron al diccionario de la RAE en 1939. Luego, la imaginación de los hosteleros y el progreso social del aperitivo ante la barra, las convirtió en un repertorio de cocina breve, a su debido precio. Se anticiparon al gusto de comer de manera variada y fragmentada

LOS TURISTAS SE QUEDAN ATÓNITOS PORQUE ES EL ÚNICO PAÍS DONDE TE REGALAN ALGO DE COMER CON LA BEBIDA QUE PIDES



FOTO: GILDA DONOSTIARRA

LAS TAPAS FUERON GRATIS EN LAS TABERNAS POPULARES CON SUS OPCIONES CANTADAS EN VOZ ALTA

que luego nos trajo el sushi o el dim-sum. Y participan desde elBulli, como formato de cocina estrecha, en los largos menús vanguardistas.

Pero la tapa se originó y reside en el bar. Pertenece a su espontaneidad, se saborea de pie y no exige cubiertos. Se atrapa con los dedos y se saborea en un par de bocados y rara vez en solitario, pues la familia o la cuadrilla es parte de su inercia y fascinación. Manolo Vázquez Montalbán lo resumió diciendo que “las tapas son la expresión de un estilo de vida en que se prueba de todo, se conversa mucho, se bebe inteligentemente y se llega a la no fácil conclusión de que el mundo, en pequeñas porciones, este mejor hecho”.

Su modalidad la comparten los Pintxos de la España cantábrica y su referencia

principal es San Sebastián. Las barras de Gros o la Parte Vieja donostiarra son un escaparate colosal del lenguaje no verbal del pintxo. Su nombre nació en 1947 con la Gilda. Ese icono fundamental lo creó un cliente ensartando en un palillo los tres aperitivos (aceitunas, piparras y anchoa) que le habían servido para acompañar las bebidas que consumió un día en el bar Vallés de Donostia.

En Madrid, Sacha Hormaechea, el penúltimo chef más enterado de lo de antes, lo de ahora y lo de luego, te trae de la cocina un dado de atún envuelto en una loncha de pez limón que acaba de preparar. Es el primer plato del menú que no sirve y te dice mientras lo pincha con un palillo: “Todo plato puede convertirse en una tapa si lo pones un palillo”.

SORPRÉNDETE con COAHUILA!



LA GRAN CABALGATA *de Sabinas*

La Gran Cabalgata de Sabinas es considerada la más grande de México y del mundo. Con treinta y seis años de tradición ininterrumpida, es conocida como “La Madre de todas las Cabalgatas”, no solo por los numerosos contingentes, sino por la enorme cantidad de jinetes y familias que participan, creando un ambiente festivo, auténtico y profundamente arraigado en la identidad regional de Coahuila.

Su impacto cultural y social ha sido tan significativo que ha inspirado a otros municipios a organizar sus propias cabalgatas a lo largo del año, integrándolas a sus festividades locales y fortaleciendo el sentido de pertenencia comunitaria. De esta manera, Sabinas se ha convertido en un referente nacional para quienes buscan preservar y promover las tradiciones ecuestres y la convivencia familiar.

Con el paso del tiempo, la Cabalgata se ha consolidado como un producto turístico de alto valor para la región carbonífera. Su crecimiento constante ha generado una importante derrama económica que beneficia directamente a hoteles, restaurantes,

comercios, ranchos y diversos prestadores de servicios, permitiendo que esta celebración se mantenga vigente y fortalezca de manera sostenida la economía regional.

Uno de los aspectos más singulares de la Gran Cabalgata de Sabinas se vive a lo largo de sus siete kilómetros de recorrido. Durante el paso de los jinetes, las calles se transforman en un escenario gastronómico único en el mundo. Las familias instalan toldos, mesas y asadores en banquetas y patios, cocinando al momento y compartiendo alimentos con visitantes y participantes.

La carne asada es la gran protagonista de esta experiencia culinaria. Preparada a las brasas con cortes tradicionales del norte, se acompaña de cabrito, cocinado lentamente y considerado uno de los platillos más representativos de la región. El pan de maíz, dorado y aromático, completa la mesa como símbolo de la cocina que define a Coahuila.

A esta experiencia se suman incluso los vinos de Coahuila, estas etiquetas locales, reconocidas a nivel internacional, armonizan con las carnes y elevan la celebración, demostrando que la tradición gastronómica y la calidad vitivinícola caminan juntas.

Un elemento fundamental de esta tradición es el Rancho San José, espacio que desde la primera edición ha sido el encargado de recibir a los jinetes que integran la Cabalgata. Hasta la fecha, este emblemático rancho continúa siendo el punto de encuentro de participantes de distintos municipios del estado, simbolizando hospitalidad, arraigo y compromiso con la historia de esta magna celebración.

Cabe destacar que este evento inició en 1990 con únicamente 268 jinetes. Actualmente, con el respaldo del Gobierno del Estado y de la comunidad, se ha registrado la participación de más de 12,000 jinetes y una asistencia aproximada de 60,000 espectadores. Estas cifras confirman su posición como la cabalgata más grande de México y una de las más representativas del mundo, reafirmando el compromiso de seguir preservando esta tradición que une generaciones, celebra la historia y proyecta la grandeza del norte de Coahuila hacia el futuro, porque en ¡Coahuila Hay Plan! y seguimos avanzando ¡a Pasos de Gigante!.



TESTIMONIOS

RAFAEL ANSÓN – ACADEMIA IBEROAMERICANA DE GASTRONOMÍA



La evolución internacional de la gastronomía, especialmente en Iberoamérica, ha contado con el apoyo decisivo de los medios de comunicación y, de manera muy especial, de Excelencias Gourmet. Desde sus inicios, ha colaborado con la Academia Iberoamericana de Gastronomía para posicionar a la región como líder mundial gastronómico y turístico.

CARLOS FONTÃO – ACADEMIA PORTUGUESA DE GASTRONOMÍA



La revista Excelencias Gourmet es una verdadera celebración de la gastronomía iberoamericana. Cada edición inspira con artículos apasionantes y fotografías que despiertan los sentidos. El cuidado editorial, la sensibilidad estética y el amor por la cocina convierten su lectura en un placer cultural. Felicitaciones por transformar la comida en arte impreso.

LUIS SUÁREZ DE LEZO – REAL ACADEMIA DE GASTRONOMÍA



En nombre de la Real Academia de Gastronomía trasladamos nuestra más sincera enhorabuena a Excelencias Gourmet por alcanzar su edición número cien. Un hito relevante en la historia de una publicación que desarrolla una valiosa labor como puente de unión entre Iberoamérica y España desde la gastronomía.

HIRKA ROCA REY – ACADEMIA PERUANA DE GASTRONOMÍA



Felicitamos a Excelencias Gourmet por sus cien ediciones, logro que refleja pasión, dedicación y amor por la gastronomía. Su contenido cuidado, entrevistas, enfoque en coctelería y vino, y cobertura informativa inspiran a toda Iberoamérica. Que continúen compartiendo sabores, historias y experiencias exitosas en cada publicación futura.

LUIS ROS – ACADEMIA DOMINICANA DE GASTRONOMÍA



Excelencias Gourmet ha sido una voz esencial en la construcción del relato gastronómico iberoamericano. Su labor ha dado visibilidad a chefs, productos y culturas culinarias, fortaleciendo lazos entre naciones que comparten la pasión por el buen gusto y el compromiso permanente con la excelencia gastronómica. Celebramos sus primeras cien ediciones.

CÉSAR CORDERO-KRÜGER – ACADEMIA PUERTORRIQUEÑA DE GASTRONOMÍA



Excelencias Gourmet ha sido un faro editorial que elevó la gastronomía iberoamericana de patrimonio regional a activo cultural global. Su compromiso con la difusión de tradiciones culinarias ha creado puentes de entendimiento entre pueblos, demostrando que la cocina es una forma auténtica y poderosa de diplomacia cultural.

CONSEJO DIRECTIVO – ACADEMIA COLOMBIANA DE GASTRONOMÍA



Excelencias Gourmet ha sido clave en la difusión y proyección de la gastronomía iberoamericana. Su labor rigurosa y comprometida ha fortalecido el diálogo entre chefs, academia, productores y empresarios, preservando la identidad culinaria de nuestros pueblos y posicionándola internacionalmente. Felicitaciones por cien ediciones y al equipo que las hace posibles.

MARILYN COCHAMANIDIS – ACADEMIA BOLIVIANA DE GASTRONOMÍA



Excelencias Gourmet ha contribuido de manera invaluable a visibilizar el talento, la identidad y la riqueza gastronómica de nuestra región. Celebramos su edición número cien y agradecemos su labor constante y sostenida en favor de la difusión, valoración y fortalecimiento de la cultura culinaria iberoamericana en el ámbito internacional.



IVANOVA DECÁN – ACADEMIA VENEZOLANA DE GASTRONOMÍA

Excelencias Gourmet nació como medio profesional y evolucionó hasta convertirse en referencia informativa para toda Iberoamérica. Ha sido vitrina de la diversidad gastronómica latinoamericana y aliado estratégico de las academias. Desde Venezuela celebramos sus cien ediciones y felicitamos a su equipo por una trayectoria ejemplar en comunicación gastronómica.



MARÍA PODESTÁ – ACADEMIA ARGENTINA DE GASTRONOMÍA

Es un honor saludar la edición número cien de Excelencias Gourmet, publicación que ha contribuido con dedicación a difundir la riqueza gastronómica iberoamericana. Su compromiso con la excelencia editorial y la promoción de la cultura del buen comer la consolidan como un referente imprescindible para el sector gastronómico regional.



IVÁN LÓPEZ VILLALBA ECUADOR – ACADEMIA DE GASTRONOMÍA DE ECUADOR

Desde la Mitad del Mundo, Ecuador celebra su diversidad: pisos climáticos, cercanía territorial, 13 nacionalidades y mestizaje que originan una gastronomía única. Gracias al apoyo profesional de Excelencias Gourmet, nuestra cocina se proyecta al mundo. Felicitaciones por su edición número cien, con identidad, tradición, sabor, orgullo, cultura, historia, talento, innovación.



JULIO VALLES ROJO – PRESIDENTE DE LA ACADEMIA CASTELLANA – LEONESA

Cuando una revista llega a los cien números es indudablemente una extraordinaria publicación. Excelencias Gourmet ha llegado a la centena con una difusión notable por su singular contenido centrado en actualidad gastronómica y en la excepcional elección de contenidos elaborados por expertos colaboradores. Enhorabuena a los editores por magnífico trabajo.



ANTONELLA RUGGIERO – PERIODISTA

Que una revista alcance 100 ediciones ya es motivo de celebración. Excelencias Gourmet lo es aún más porque ha sabido entender al sector y a los lectores, mantener su espíritu reposado en papel y ampliarlo con una plataforma multimedia, creando una comunidad sólida y una red internacional honesta y comprometida.



ODALIS HERNÁNDEZ VEGA – CÁTEDRA CUBANA DE GASTRONOMÍA Y TURISMO

La Cátedra Cubana de Gastronomía y Turismo reconoce y admira la labor de la Revista Excelencias Gourmet y su equipo, por informar con rigor y pasión la gastronomía iberoamericana. Sus ediciones han promovido restaurantes y bares cubanos y difundido internacionalmente la cocina y coctelería de la isla, contando con el apoyo continuo del gremio gastronómico cubano.



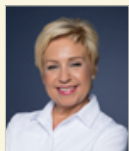
GABRIEL CÁRDENAS – ACADEMIA MEXICANA DE GASTRONOMÍA

Celebrar la edición cien de Excelencias Gourmet representa un hito para la comunicación gastronómica iberoamericana. La revista ha sido puente entre culturas, difundiendo chefs, productos y tendencias con calidad editorial. Este logro simboliza continuidad, excelencia y compromiso con la diversidad culinaria. Nuestra enhorabuena a todo el equipo responsable.



SEVI AVIGDOR – ACADEMIA DE GASTRONOMÍA DE ESTADOS UNIDOS

Excelencias Gourmet es una publicación que une todos los aspectos de la gastronomía entre numerosos países que comparten idioma y cultura. La integración coherente de estos elementos diferencia a la revista, consolidándola como un espacio común de diálogo, identidad y proyección gastronómica dentro del ámbito iberoamericano.



SUSI DÍAZ – SABOREA ESPAÑA

Cien números son la prueba de que la cocina no solo alimenta, sino que también une, inspira y nos hace mejores como sociedad. Celebramos una trayectoria llena de sabor, cultura y emoción, deseando que lleguen muchos más encuentros gastronómicos capaces de emocionar, enseñar y conectar a través de la mesa.



ALFONSO MARÍN – ACADÉMICO DE LA AIBG

Durante estos años, Excelencias Gourmet ha sido motor de la cultura gastronómica iberoamericana. En el número 100 destaco al publisher, alma del medio: José Carlos de Santiago, periodista incansable. Viajero sin límites, convierte encuentros inesperados, como el vivido con Francis Mallmann, en joyas del periodismo gastronómico. Felicidades al Grupo Excelencias.



16-18.02.2026 | IFEMA MADRID

NEXT LEVEL UNLOCKED



+60.000

EMPRESARIOS Y DIRECTIVOS



+750

SPEAKERS



+900

FIRMAS
EXPOSITORAS



10

AUDITORIOS



DANI GARCÍA
Chef y empresario
Grupo Dani García



FERRAN ADRIÀ
Presidente
ElBullifoundation



ROBERTO BRISCIANI
CEO
Thinkingfoods Inc



Javier Águila
Presidente
Inclusive Collection at
Hyatt Hotels Corporation



IGNACIO BLANCO
CEO
Larrumba



HUGO MUÑOZ
Chef y empresarios
Ugo Chan 1* Michelin



BRUNO GONZÁLEZ
CEO
Grosso Napoletano



SYLVIA QUINTERO
Senior Procurement
Manager
Marriot



ALEJANDRO HERMO
CEO
Goiko



EMILIO DURÓ
Socio fundador
ITER Consultores



INÉS DE MARICHALAR
Director General
Bernabéu Market



ALFONSO DEL POYO
VP España y Latam
Meliá Hotels International

GLOBAL MAIN PARTNERS



PROVEEDOR OFICIAL



BANCO OFICIAL



ASEGURADORA OFICIAL



50% DE DESCUENTO EN TU
PASE A HIP 2026
www.expohip.com

ORGANIZADO POR:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS

El alma picante *de México*

EL CHILE NO SOLO PICA: HABLA DE IDENTIDAD, DE TERRITORIO
Y DE UNA FORMA DE VIVIR LA COCINA

TEXTO: VERÓNICA DE SANTIAGO, DIRECTORA GRUPO EXCELENCIAS
FOTOS: PIXABAY Y PEXELS



En México, el chile no se añade: se entiende. Está en la mesa mucho antes de que el plato llegue al centro, en la salsa que se prueba con la yema del dedo, en el respeto con el que se pregunta si pica. El chile no es un exceso ni una provocación, es una forma de equilibrio. Acompaña, despierta y, sobre todo, conecta a quienes se sientan a comer con una historia que se transmite sin recetas escritas, de generación en generación.

Hablar de gastronomía mexicana es, inevitablemente, hablar de chile. No como un simple ingrediente, sino como un elemento estructural de su cocina, de su identidad cultural y de su manera de entender el sabor. El chile está presente en el día a día, en las celebraciones, en los rituales familiares y en la memoria colectiva del país. Es historia viva que se cocina.

La palabra chile procede del náhuatl chilli y se utiliza para designar las numerosas variedades y formas de esta planta herbácea —en algunos casos subarborescente— que se cultiva de manera anual. Bajo ese nombre conviven sabores, intensidades, colores

y usos que reflejan la enorme diversidad agrícola y cultural de México, centro de origen y domesticación del chile.

Antes de la llegada de los españoles, el chile ya era un pilar de la alimentación mesoamericana junto al maíz y el frijol. No solo aportaba sabor, sino también valor nutricional, capacidad de conservación y sentido de pertenencia. Comer chile era una forma de estar en el mundo. Y lo sigue siendo.

Los datos lo confirman. En la actualidad, más del 90 % de los hogares mexicanos consume chile de forma habitual, y el consumo per cápita anual supera los 7 kilos por persona, sumando chiles frescos y secos. No es una moda ni una tendencia pasajera: es una costumbre profundamente arraigada que atraviesa generaciones, regiones y clases sociales.

En la cocina mexicana, el chile no se mide únicamente por su picor. Se valora su aroma, su textura, su capacidad para equilibrar un plato o para darle profundidad. Hay chiles que despiertan y otros que envuelven, chiles que aportan color, chiles que suman dulzor, ahumado o recuerdos

terrosos. Cada uno tiene un momento y un sentido. Ningún uso es casual.

México cuenta con más de 100 variedades de chile, entre especies silvestres y cultivadas. A continuación, se recogen solo algunas de las más representativas, fundamentales para entender tanto la cocina cotidiana como las preparaciones de fondo que definen la gastronomía mexicana. La diversidad completa se despliega visualmente en la infografía que acompaña este reportaje.

“El chile no solo pica: habla de identidad, de territorio y de una forma de vivir la cocina”

Más allá del fogón, el chile es lenguaje. Está en los dichos populares, en el humor, en la forma de medir el carácter y hasta en la manera de sentarse a la mesa. Aprender a comer chile es aprender a escuchar el cuerpo, a respetar el ritmo y a entender que el sabor también educa.

Hoy, tanto en la cocina doméstica como en la alta gastronomía, el chile sigue siendo un hilo conductor. Se reinventa, se estudia, se protege y se celebra, pero nunca se abandona. Porque en México, el chile no es un exceso: es equilibrio, memoria y emoción.

CHILES FRESCOS: VERDES, VIVOS Y COTIDIANOS

Los chiles frescos son los más presentes en la cocina diaria. Aportan brillo, textura y un picor directo que define salsas, guisos y antojitos.

❶ **JALAPEÑO** (o cuaresmeño), carnoso, equilibrado y reconocible, es el chile de las salsas verdes, los chiles rellenos ligeros y los escabeches. Su versatilidad lo ha convertido en embajador global.

❷ **SERRANO**, más pequeño y punzante, es el favorito para salsas crudas. Su picor es más lineal y persistente, ideal para quien busca intensidad sin artificios.

❸ **POBLANO GRANDE**, de piel oscura y sabor suave. Es el alma de los chiles en nogada y de los rajas con crema. Más aroma que picor, más fondo que golpe.

❹ **HABANERO**, explosivo y fragante, con notas frutales inconfundibles. Originario del sureste, especialmente Yucatán, es un chile que se usa con respeto y precisión.

❺ **CHILACA**, alargado y de sabor profundo cuando está fresco. Es el punto de partida de uno de los chiles secos más importantes: la pasilla.





CHILES SECOS: TIEMPO, FUEGO Y PROFUNDIDAD

Cuando el chile se seca, cambia su carácter. El picante se redondea, aparecen notas dulces, ahumadas o terrosas, y la cocina gana complejidad.

6 ANCHO, es el poblano seco. Dulce, con recuerdos a ciruela y chocolate. Imprescindible en moles y adobos.

7 GUAJILLO, rojo brillante, ligeramente ácido y muy aromático. Aporta color y equilibrio sin dominar el plato.

8 PASILLA, elegante y profundo, con notas a cacao y café. Perfecto para salsas oscuras y guisos largos.

9 CHIPOTLE JALAPEÑO, seco y ahumado. Potente, persistente y reconocible. Un chile que transforma cualquier receta.

10 MULATO, pariente del ancho, pero más oscuro y complejo. Fundamental en moles tradicionales.

11 CASCABEL REDONDO, pequeño y sonoro. Picante medio y sabor seco, ideal para salsas con carácter.



100 personajes Excelencias Gourmet

ESTA EDICIÓN BUSCA RECONOCER TRAYECTORIAS, IDEAS Y PROYECTOS QUE DESTACAN POR SU EXCELENCIA, INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD, IDENTIDAD CULTURAL Y APORTACIÓN AL DESARROLLO DE LA GASTRONOMÍA CONTEMPORÁNEA. 100 PERSONAJES QUE INFLUYEN, INSPIRAN Y NOS HAN ACOMPAÑADO



1. ABEL VALVERDE

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2016)

Jefe de sala que ha contribuido decisivamente a dignificar el servicio como parte esencial de la experiencia gastronómica. Su trabajo pone en valor la hospitalidad, el ritmo y el liderazgo silencioso, entendiendo la sala como espacio de cultura, precisión y memoria.

2. ALBERT ADRIÀ

(ESPAÑA · EG 47 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2016)

Cocinero y repostero del restaurante Enigma que ha redefinido el lenguaje dulce contemporáneo. Su trabajo combina técnica, creatividad y ruptura conceptual, trasladando a la pastelería una mirada libre que dialoga con la vanguardia gastronómica internacional.

3. ALEJANDRA RIVAS

(MÉXICO · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2019)

Repostera con una propuesta técnica y sensible. Su trabajo se apoya en el producto, la precisión y una interpretación contemporánea del dulce, donde equilibrio, sabor y textura conviven con naturalidad.

4. ALMUDENA ALBERCA

(ESPAÑA · EG 69 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2018)

Sumiller con una trayectoria marcada por el rigor y la divulgación. Su trabajo ha contribuido a visibilizar el papel del vino desde una mirada técnica y pedagógica.

5. AMALIA MORENO DAMGAARD

(DINAMARCA · EG 62)

Cocinera comprometida con la sostenibilidad y la cocina consciente. Su trabajo une técnica y ética, reflexionando sobre el impacto ambiental, el producto y la responsabilidad social de la gastronomía contemporánea.

6. ANA LEBRÓN

(REPÚBLICA DOMINICANA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2020)

Cocinera con una propuesta centrada en el producto y la temporalidad. Su trabajo recupera el recetario desde una sensibilidad contemporánea, poniendo en valor la cercanía, la memoria y la cocina honesta.

7. ANDONI LUIS ADURIZ

(ESPAÑA · EG 48/88)

Al frente de Mugaritz, desarrolla una cocina situada entre la creación culinaria y el pensamiento contemporáneo. Su trabajo investiga los límites del acto de comer, integrando reflexión cultural, ciencia y emoción.

8. ÁNGEL LEÓN

(ESPAÑA · EG 42/47 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2017)

Cocinero del reconocido restaurante Aponiente, cuya investigación culinaria se centra en el mar como una vasta despensa gastronómica. Su trabajo ha abierto nuevas vías para la sostenibilidad marina, explorando ingredientes inéditos y repensando la relación entre cocina y océano.

9. BEATRIZ ECHEVERRÍA

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2017)

Panadera y propietaria del Horno de Babette que ha reivindicado el pan como alimento cultural y vivo. Su trabajo se centra en fermentaciones, cereal y tiempo, defendiendo el oficio artesano desde el conocimiento y la coherencia.

10. BEGOÑA RODRIGO

(ESPAÑA · EG 93 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2014)

Cocinera del restaurante La Salita de fuerte personalidad creativa. Su trabajo combina técnica, intuición y emoción, construyendo una cocina expresiva que dialoga con el producto y el comensal desde una mirada libre.

11. BETTY VÁZQUEZ

(MÉXICO · EG 65)

Cocinera del restaurante El Delfín y referente de la cocina nayarita, defensora del producto local, las recetas tradicionales y el sabor auténtico del Pacífico mexicano.

12. BORJA INSA

(ESPAÑA · EG 99)

Coctelero de referencia en Zaragoza. Su trabajo entiende el bar como espacio creativo, donde técnica, producto y narrativa se unen para ofrecer una coctelería contemporánea con identidad propia.

13. CHARLES COLLINS

(PANAMÁ · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2016)

Cocinero en el prestigioso Hotel Panamonte, es ampliamente considerado un estandarte de la "Nueva Cocina Panameña", un movimiento culinario que busca rescatar y reinterpretar las tradiciones gastronómicas de Panamá mediante productos locales y técnicas contemporáneas.

14. CHRISTIAN ESCRIBÁ

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2018)

Repostero referente indiscutible de la pastelería artística y emocional. Su obra transforma el universo del dulce en espectáculo, ilusión y narrativa sensorial, combinando técnica clásica con una imaginación desbordante.

15. COCO MONTES

(ESPAÑA · EG 98 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2024)

Cocinero del restaurante Pabú con una propuesta joven y urbana. Su trabajo conecta gastronomía y cultura actual, interpretando el producto desde una mirada generacional y contemporánea.

16. CRUZ MIGUEL ORTIZ

(PUERTO RICO · EG 69)

Profesional vinculado a la gestión y promoción gastronómica. Su trabajo impulsa la conexión entre cocina, territorio y desarrollo cultural, aportando visión estratégica al sector.

17. CUSTODIO LÓPEZ ZAMARRA

(ESPAÑA · EG 18 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2013)

Sumiller histórico y figura esencial del servicio de sala en España. Su trayectoria ha marcado generaciones de profesionales, defendiendo el vino y el oficio desde el conocimiento y la excelencia.

18. DABIZ MUÑOZ

(ESPAÑA · EG 37 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2013)

Cocinero del restaurante DiverXo de lenguaje radical y personal. Su trabajo rompe códigos establecidos, planteando la gastronomía como un acto creativo extremo donde técnica y emoción conviven sin concesiones.

19. DANI GARCÍA

(ESPAÑA · EG 41)

Cocinero y propietario del Grupo Dani García con una trayectoria que transita entre la alta cocina y la empresa gastronómica. Su trabajo conecta tradición andaluza, creatividad y visión de negocio en distintos formatos contemporáneos.

20. DIEGO CABRERA

(ARGENTINA · EG 91 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2022)

Coctelero que ha elevado el bar a espacio cultural. Su trabajo combina técnica, hospitalidad y pensamiento líquido, defendiendo la coctelería como parte activa del discurso gastronómico.

21. DIEGO GALLEGOS

(ESPAÑA · EG 65/86 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2016)

Cocinero del restaurante Sollo conocido por su trabajo con el esturión y el caviar. Su propuesta gira en torno al agua dulce, desarrollando una cocina singular basada en investigación y sostenibilidad.

22. DIMITRIS KATRIVESIS

(GRECIA · EG 59)

Cocinero del restaurante La Pantera Negra reconocido por una cocina creativa que fusiona raíces helenas con influencias

internacionales y técnicas modernas. Su trabajo destaca por la búsqueda constante de identidad, equilibrio y emoción, situando el sabor en el centro del discurso culinario.

23. EDUARD XATRUCH, MATEU CASAÑAS Y ORIOL CASTRO

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2023)

Cocineros al frente del restaurante Disfrutar, donde desarrollan un proyecto creativo basado en la técnica, el juego y la emoción, con un lenguaje propio conectado a la vanguardia internacional.

24. EMILIO JOSÉ MARTÍN MAQUEDANO

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2021)

Cocinero en el restaurante Suite 22 con una cocina honesta y profundamente ligada al territorio. Su trabajo se apoya en el producto, la temporalidad y una lectura contemporánea del recetario tradicional.

25. ENEKO ATXA

(ESPAÑA · EG 68 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2018)

Cocinero de Azurmendi, desarrolla una cocina profundamente ligada al entorno natural y a la sostenibilidad. Su trabajo integra gastronomía, arquitectura y medioambiente en un modelo culinario responsable.

26. ENOCH TAMAYO

(CUBA · COCINERO)

Cocinero cubano del restaurante Castropol, con trayectoria internacional como asesor gastronómico en Angola y representante de Cuba en competiciones culinarias internacionales.

27. ERIC BASSET

(ESPAÑA · EG 98)

Coctelero con un espacio de autor en Barcelona. Su trabajo combina técnica, producto y relato, situando la coctelería en un plano cultural propio.

28. ESTANIS CARENZO

(ARGENTINA EG · 44/47 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2014)

Cocinero que ha sabido trasladar la parrilla argentina a un lenguaje contemporáneo. Su trabajo combina producto, técnica y memoria desde una mirada urbana.

29. ESTELA GUTIÉRREZ

(ESPAÑA · EG 98)

Pastelera especializada en hojaldre, eje central de su discurso creativo. Su trabajo reivindica el oficio, el tiempo y la precisión técnica como valores esenciales.

30. EVA ARGUIÑANO

(ESPAÑA · EG 40)

Cocinera y divulgadora que ha acercado la cocina cotidiana al gran público. Su trabajo destaca por la pedagogía y la defensa del recetario doméstico como patrimonio cultural.

31. FERNANDA FUENTE Y ANDREA BERNARDI

(ARGENTINA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2017)

Cocineros-reposteros que trabajan el dulce desde la técnica y la emoción. Su propuesta combina creatividad, producto y una visión contemporánea con identidad propia.

32. FLORENCIO SANCHIDRIÁN

(ESPAÑA · EG 47)

Maestro cortador de jamón y divulgador del producto ibérico. Su trabajo ha dignificado el corte como disciplina y relato cultural. Embajador mundial del jamón ibérico.

33. FRANCIS MALLMANN

(ARGENTINA · EG 53/67)

Cocinero con una identidad culinaria ligada al fuego y al paisaje. Su trabajo conecta territorio, naturaleza y emoción en una narrativa personal reconocida internacionalmente.

34. GUILLERMO CRUZ

(ESPAÑA · EG 49/80 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2015)

Sumiller con una mirada técnica y sensible sobre el vino. Su trabajo pone en valor la armonía y el servicio como parte esencial de la experiencia gastronómica.

35. HERMANOS RIVERA RÍO

(MÉXICO · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2023)

Cocineros al frente del restaurante Kholi, donde desarrollan una propuesta profundamente ligada a la identidad mexicana, reinterpretando el recetario tradicional desde producto, técnica y memoria.

36. HERMANOS SANDOVAL

(ESPAÑA · EG38 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2016)

Su proyecto familiar es ejemplo de evolución, investigación y excelencia, donde sala, bodega y cocina dialogan al más alto nivel. Propietarios de los restaurantes Coque y Coquette.

37. HIROYUKI TERADA

(JAPÓN · EG 47)

Cocinero especializado en sushi, con una mirada contemporánea sobre la tradición japonesa. Su trabajo combina rigor técnico y divulgación internacional.

38. HONORATO ESPINAR

(ESPAÑA · CHEF CORPORATIVO DE IBEROSTAR PARA EL MUNDO)

Se caracteriza por una cocina que combina la tradición con toques modernos, destacando por su humildad y disciplina técnica. Su trabajo se centra en el "trabajo bien hecho" y en la integración de sabores tradicionales con técnicas modernas, habiendo participado en eventos internacionales de gastronomía.

39. HUGO MUÑOZ

(ESPAÑA · EG 94)

Cocinero del restaurante Ugo Chan con una propuesta japo-madrileña. Su trabajo dialoga entre técnica japonesa y producto cercano, construyendo una cocina urbana y reconocible.

40. INÉS PÁEZ

(REPÚBLICA DOMINICANA · EG 65/70/96 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2019)

Cocinera del restaurante Aguají que ha situado la cocina dominicana en un nuevo plano de visibilidad. Su trabajo rescata el recetario tradicional desde la identidad cultural y hace foco en los productores locales.

41. IRVIN CANO Y VÍCTOR FARFÁN

(MÉXICO · EG 90)

Cocineros comprometidos con el producto local, la técnica contemporánea y la identidad culinaria del territorio. Su trabajo destaca por una cocina honesta y creativa, donde tradición y modernidad dialogan con sensibilidad y propósito.

42. ISRAEL RAMÍREZ

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2023)

Sumiller con una trayectoria centrada en el conocimiento, la divulgación y el servicio. Su trabajo pone en valor el vino como un elemento cultural esencial, reforzando la sala como espacio narrativo donde técnica, emoción y experiencia dialogan con total naturalidad.

43. JAVIER CABALLERO

(ESPAÑA · EG 97)

Coctelero de referencia, reconocido por su dominio técnico, precisión y una mirada contemporánea de la mixología clásica. Su trabajo destaca por la elegancia en la ejecución y el equilibrio de sabores.

44. JAVI SANZ Y JUAN SAHUQUILLO

(ESPAÑA · EG 80)

Cocineros del restaurante Cañitas Maite con una propuesta contemporánea basada en el producto y la precisión técnica. Su trabajo destaca por la coherencia creativa, la investigación constante y una cocina sólida que evoluciona sin perder identidad.

45. JAVIER DE LAS MUELAS

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2013)

Cocelero pionero en la cultura del cóctel contemporáneo en España. Su trabajo ha convertido la coctelería en un espacio de sofisticación, hospitalidad y relato, integrando el bar dentro del discurso gastronómico global.

46. JAVIER GILA

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2012)

Sumiller con una sólida trayectoria en sala, donde el rigor técnico convive con una atención cercana al comensal. Su trabajo defiende el servicio como herramienta clave para comprender y disfrutar el vino.

47. JAVIER MEDVEDOVSKY

(ARGENTINA · EG 87)

Empresario gastronómico con una visión integral de la restauración. Su trabajo conecta cocina, concepto y gestión, entendiendo la gastronomía como un proyecto cultural sostenible y con identidad propia.

48. JAVIER OLLEROS

(ESPAÑA · EG 63)

Cocinero de Culler de Pau, con una cocina profundamente vinculada al paisaje gallego. Su trabajo se apoya en el producto local, la emoción y una interpretación contemporánea del territorio y sus ciclos naturales.

49. JESÚS ESCALERA

(ESPAÑA · EG 69)

Pastelero que explora nuevos lenguajes en la repostería contemporánea. Su trabajo combina técnica, creatividad y una mirada actual que amplía los límites del universo dulce desde la precisión.

50. JESÚS SÁNCHEZ

(ESPAÑA · EG 82/90)

Cocinero del Cenador de Amós, con una cocina que interpreta la tradición cántabra desde la precisión técnica. Su trabajo se apoya en la memoria, el producto y el respeto al origen como valores esenciales.

51. JORDI CRUZ

(ESPAÑA · EG 45/47 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2019)

Cocinero del restaurante Abac que equilibra alta cocina y comunicación. Su trabajo técnico convive con una gran capacidad divulgativa, acercando la gastronomía contemporánea a públicos amplios sin renunciar a la exigencia.

52. JORDI ESTEVE

(ESPAÑA · EG 97)

Cocinero del restaurante Nectari y divulgador comprometido con una gastronomía inclusiva. Su trabajo utiliza la cocina como

herramienta social, desarrollando proyectos vinculados al autismo y a una visión más humana del sector.

53. JORDI GUILLEM

(ESPAÑA · EG 70)

Cocinero del restaurante El Vendrell con una propuesta marcada por la sensibilidad y el equilibrio. Su trabajo busca coherencia entre técnica, producto y emoción, construyendo una cocina honesta y reflexiva.

54. JORGE DÁVILA

(ESPAÑA · EG 68 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2018)

Jefe de sala reconocido por su enfoque en la excelencia del servicio y la experiencia del comensal como parte integral de la alta cocina.

55. JORGE CABALLERO

(ESPAÑA · EG 97)

Profesional estrechamente vinculado a la gestión y promoción gastronómica. Su trabajo conecta cocina, territorio y desarrollo cultural, aportando visión estratégica y capacidad de articulación dentro del sector.

56. JORGE OROZCO

(MÉXICO · EG 95 PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2016, 2019 Y 2023)

Cocinero centrado en investigar la cocina prehispánica mexicana. Su trabajo recupera ingredientes, técnicas y saberes ancestrales, reinterpretándolos desde una mirada identitaria y contemporánea.

57. JUAN RUIZ HENESTROSA

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2016)

Es uno de los sumilleres y jefes de sala más reconocidos de España, galardonado con varios premios internacionales por su labor en sala y en la difusión de los vinos del Marco de Jerez.

58. KARLOS ARGUIÑANO

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2021)

Cocinero y comunicador que ha marcado a varias generaciones. Su trabajo ha logrado acercar la cocina al gran público, defendiendo con convicción el recetario cotidiano, el humor y el valor cultural de cocinar en casa.

59. KETTY FRESNEDA

(CUBA · EG 70)

Cocina tradicional reinterpretada, defensora del producto local y raíces culinarias de la isla. Su labor combina memoria, técnica y sensibilidad, aportando una mirada actual a la identidad gastronómica cubana.

60. KIKO MOYA

(ESPAÑA · EG 65)

Cocinero de L'Escaleta, con una cocina que dialoga entre memoria y modernidad. Su trabajo recupera el recetario alicantino desde el territorio, la técnica y una mirada contemporánea.

61. KISKO GARCÍA

(ESPAÑA · EG 46/65)

Cocinero andaluz del restaurante Choco con una propuesta refinada y personal. Su trabajo se apoya en el producto y una reinterpretación contemporánea de la tradición culinaria desde el respeto y la precisión.

62. LUIS CEPEDA

(ESPAÑA · GASTRÓNOMO Y COMUNICADOR)

Destacado periodista, escritor y cronista gastronómico español con más de dos décadas de trayectoria en el sector. Además de su labor periodística es autor de varios libros gastronómicos y participa activamente en eventos de referencia.

63. LUIS MIGUEL POLO Y ROBERTO JIMÉNEZ

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2022)

Jefes de sala con una sólida trayectoria en alta restauración, reconocidos por su excelencia en el servicio y el liderazgo de equipos. Destacan por su visión contemporánea de la sala.

64. MANUELA ROMERALO

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2014)

Sumiller de referencia en la alta gastronomía española, reconocida por su rigor técnico, sensibilidad en sala y una mirada pedagógica del vino. Su trayectoria combina excelencia, divulgación y elegancia.

65. MARCIO SILVA

(BRASIL · EG 72/73/96 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2024)

Coctelero de proyección internacional y uno de los más destacados del mundo. Su trabajo eleva la coctelería a una expresión de alta técnica, creatividad y discurso propio.

66. MARÍA JOSÉ HUERTAS

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2019)

Sumiller de referencia en España, destaca por su profundo conocimiento del vino y su impecable labor en sala. Reconocida por su trabajo en defensa del vino español y su capacidad para transmitirlo.

67. MARÍA JOSÉ SAN ROMÁN

(ESPAÑA · EG 67)

Destacada cocinera española en el restaurante Monastrell, reconocida por su enfoque en productos locales como el arroz, el azafrán y el aceite de oliva virgen extra. Presidenta y fundadora de

la asociación Mujeres en Gastronomía, desde donde trabaja para dar visibilidad al talento femenino en todas las áreas del sector.

68. MARÍA MARTE

(REPÚBLICA DOMINICANA · EG 70 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2015)

Cocinera y dirige sus restaurantes Cayena e Hibiscus cuya trayectoria simboliza superación y excelencia. Su trabajo ha contribuido a posicionar la gastronomía caribeña en el panorama internacional desde la técnica y la identidad.

69. MARTÍN BERASATEGUI

(ESPAÑA · EG 71/85)

Cocinero en su propio restaurante en Lasarte con una de las trayectorias más influyentes de la gastronomía española. Su legado se basa en la excelencia, la formación de equipos y la transmisión constante de conocimiento.

70. MAURICIO ÁLVAREZ

(MÉXICO · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2016)

Tiene una visión que integra la innovación y la responsabilidad social, impulsando proyectos que buscan abrir espacios para dietas especiales, opciones saludables y una relación más consciente entre la cocina y las audiencias.

71. MIGUEL SIERRA

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2014)

Repostero con una propuesta técnica y precisa. Su trabajo se centra en el equilibrio entre sabor, textura y estética, desarrollando una pastelería contemporánea de alto nivel.

72. MITSU HARU TSUMURA

(PERÚ · EG 65)

Cocinero del restaurante Maido, actualmente el mejor restaurante del mundo en la lista The World's 50 Best Restaurants 2025. Es referente de la gastronomía latinoamericana, creador de una cocina nikkei que fusiona con maestría la tradición japonesa y el producto peruano.

73. MONTSE ESTRUCH

(ESPAÑA · EG 54)

Cocinera del restaurante El Cingle pionera de la cocina creativa catalana. Su trabajo destacó por una sensibilidad artística adelantada a su tiempo y una libertad creativa poco común en su generación.

74. NACHO MANZANO

(ESPAÑA · EG 70)

Cocinero de Casa Marcial, con una cocina profundamente ligada al paisaje asturiano. Su trabajo combina memoria, emoción y una interpretación contemporánea del territorio.

75. NINON FAUVARQUE

(FRANCIA · EG 63)

Cocinera de sensibilidad marcada y cocina precisa. Su labor nace del detalle, el producto y una relación íntima con el comensal.

76. OSCAR VELASCO

(ESPAÑA · EG 49 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2015)

Cocinero del restaurante VelascoAbellà con una cocina elegante y técnica. Su trabajo se apoya en el producto, el equilibrio y una lectura contemporánea de la alta cocina clásica.

77. OWEN DUARTE

(PERÚ · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2024)

Jefe de sala destaca por su dominio del servicio, la hospitalidad y la gestión de equipos en restauración. Una figura clave en la experiencia del comensal, donde el detalle y el ritmo marcan la diferencia.

78. PACO MÉNDEZ

(MÉXICO · EG 65)

Cocinero del restaurante Come reconocido por su capacidad para reinterpretar la cocina mexicana desde una mirada contemporánea y de alta precisión técnica. Su trayectoria une raíces, creatividad y vanguardia.

79. PACO RONCERO

(ESPAÑA · EG 36/44/47)

Cocinero del restaurante Paco Roncero vinculado a la innovación culinaria. Su labor explora nuevas técnicas y formatos dentro de la cocina contemporánea, manteniendo una visión abierta y experimental.

80. PACO TORREBLANCA

(ESPAÑA · EG 44/47 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2015)

Considerado maestro de la pastelería moderna en España y referente mundial, su influencia ha marcado la pastelería moderna. Su labor une técnica, precisión y una profunda vocación formativa y divulgadora. Dirige la International School of Pastry Arts.

81. PAULA BABIANO

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2022)

Pastelera de referencia y dueña de las pastelerías Balbisiana. Su estilo combina técnica contemporánea, investigación histórica y sensibilidad estética, aportando identidad propia al cierre de la experiencia culinaria.

82. PEDRO MONGE

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2017)

Jefe de sala que entiende el servicio como parte esencial de la experiencia gastronómica. Su trabajo destaca por la hospitalidad, el conocimiento y la atención al detalle.

83. PEPA MUÑOZ

(ESPAÑA · EG 89 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2022)

Cocinera del restaurante El Qüenco de Pepa comprometida con el producto, la sostenibilidad y el entorno. Su trabajo pone en valor la cocina de temporada y la relación directa con productores locales.

84. PEPE SOLLA

(ESPAÑA · EG 55)

Cocinero gallego del restaurante Casa Solla con una cocina comprometida con el entorno. Su trabajo se apoya en el mar, la tierra y una lectura responsable del territorio.

85. PÍA SALAZAR

(ECUADOR · EG 91 · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2023)

Repostera especializada en cacao y chocolate. Su trabajo investiga el origen, la identidad y el valor cultural del cacao latinoamericano desde una mirada contemporánea.

86. QUIQUE DACOSTA

(ESPAÑA · EG 43)

Cocinero del restaurante Quique Dacosta cuya propuesta convierte la gastronomía en lenguaje artístico. Su trabajo se apoya en el Mediterráneo como paisaje creativo y conceptual.

87. RAFAEL ANSÓN

(ESPAÑA · COLABORADOR HABITUAL DE EG · PREMIO DESARROLLO GASTRONOMÍA MUNDIAL 2010)

Figura clave de la comunicación y diplomacia gastronómica iberoamericana. Presidente de la AIBG, impulsa una gastronomía saludable, solidaria, sostenible y satisfactoria, unida al turismo como industria de la felicidad.

88. RAFAEL BÉRGAMO

(VENEZUELA · EG 99)

Cocinero del restaurante Kuoco con una técnica moderna y equilibrada. Su trabajo se centra en el producto, la técnica y la experiencia gastronómica como conjunto.

89. RAMÓN DIOS

(ESPAÑA · EG 39)

Profesional ligado a la divulgación gastronómica. Su labor ha contribuido a poner en valor la gastronomía como hecho cultural y social.

90. ROBERTO RUIZ

(MÉXICO · EG 56)

Cocinero del restaurante Barracuda que ha impulsado la proyección internacional de la cocina mexicana. Su trabajo respeta el recetario tradicional desde una ejecución contemporánea.

91. RODRIGO LACALLE

(ESPAÑA · EG 66)

Cocinero del restaurante el Invernadero vegetal por excelencia, con una cocina centrada en el producto de la tierra. Su trabajo investiga sostenibilidad, producto y nuevas formas de cocinar.

92. SANTI CARRILLO

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2024)

Sumiller, referente en vinos generosos y, en especial, en los vinos de Jerez, destaca por su labor de divulgación, cata y defensa de este patrimonio enológico español.

93. SANTI SANTAMARIA

(ESPAÑA · EG 19)

Figura clave de la cocina española contemporánea. Su pensamiento defendió el producto, el territorio y la ética culinaria como pilares esenciales.

94. SEBASTIAN HAMILTON-MUDGE

(INGLATERRA · EG 56)

Coctelero reconocido por su creatividad técnica y su enfoque experimental en la mixología contemporánea. Combina precisión, narrativa y puesta en escena, ampliando los límites del cóctel clásico.

95. SILVIA GARCÍA

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2022)

Sumiller comprometida con la divulgación del vino. Su trabajo une técnica, pedagogía y sensibilidad, acercando el mundo del vino a nuevos públicos.

96. SUSANA PALAZUELOS

(MÉXICO · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2017)

Cocinera mexicana especializada en el recetario tradicional. Su trabajo rescata técnicas, ingredientes y saberes populares desde una mirada respetuosa y contemporánea. Creadora del Turismo de Romance y escritora de libros de cocina con premios internacionales.

97. SUSI DÍAZ

(ESPAÑA · EG 70/89)

Susi Díaz es una de las cocineras más influyentes de la gastronomía española, reconocida por su labor al frente del restaurante La Finca en Elche con una cocina sensible y personal. Su trabajo se apoya en el producto, la emoción y una elegancia serena. Preside Saborea España.

98. VÍCTOR MARTÍN

(ESPAÑA · EG 59)

Cocinero del restaurante Trigo reconocido por una cocina de producto, estacional y con profundo respeto por las tradiciones culinarias castellanas.

99. XAVIER ALBA

(ESPAÑA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2019)

Jefe de sala con amplia experiencia en servicio de alto nivel. Su labor pone en valor la hospitalidad, el detalle y la experiencia del comensal.

100. YAMIR PELEGRINO

(CUBA · PREMIO EXCELENCIAS GOURMET 2017)

Habano sumiller especializado en la cultura del tabaco premium cubano. Su trabajo se centra en la divulgación, el maridaje y la puesta en valor del habano como patrimonio cultural.



LA GASTRONOMÍA IBEROAMERICANA *como fusión de culturas*

ENCUENTRO DE COCINA Y COSTUMBRES ENTRE DOS
CONTINENTES. LA COCINA DE IDA Y VUELTA



TEXTO: JULIO VALLES ROJO,
PRESIDENTE DE LA ACADEMIA CASTELLANA-LEONESA
FOTOS: PEXELS



Sin duda una de las grandes revoluciones en el mundo de la gastronomía se produce después del descubrimiento de América propiciada primero por los españoles y más tarde por toda Europa y, singularmente también por Portugal en su zona de influencia en Brasil.

Los europeos al llegar a los nuevos territorios se encuentran con una enorme variedad de productos comestibles que no conocen y que necesariamente deben incorporar a su dieta para su mantenimiento. Por otra parte, poco a poco van llevando a América productos europeos para tratar de conseguir su aclimatación a unas tierras y climas que no en todos los

casos propiciaban su adaptación. Al mismo tiempo trasladan hacia Europa aquellos productos que les parecen van a ser mejor aceptados por las costumbres culinarias del viejo continente. Todo esto no está exento de enormes dificultades para la adaptación, tanto en uno como en otro lado del océano.

Las resistencias fueron muy fuertes ante la novedad. Los productos americanos que se incorporaron a la alimentación europea no cambiaron los sistemas alimentarios, sino que buscaron sus propios espacios dentro de ellos, bien por asociación a productos similares existentes, como sucedió con el pavo, que rápidamente encontró aceptación por tratarse de un ave, la carne más apreciada en la época,

o como el maíz, un cereal que ocupó un lugar entre los cereales, pero subordinado al trigo, o como el pimiento, que encontró un sitio entre las verduras y ocupó un lugar destacado como condimento, el pimentón, alternativa y complemento de las preciadas especias orientales; o bien abriéndose un hueco propio, como sucedió con el chocolate, que triunfó como bebida de prestigio.

En las Antillas, primeras islas que conocen los españoles, uno de los cultivos principales era la yuca, proveniente de Sudamérica, a la que los nativos denominaban kasabi y en la zona de su cultivo original mandioca en lengua portuguesa. Con ella se elaboraba un tipo de

pan al que los españoles llamaban casabe y al que tienen que adaptarse en un principio pues pasarán aun muchos años para que el trigo se implante en América.

Este producto, la yuca Kasabi o casabe fue uno de los más extendidos entre los españoles que lo llevaban en sus barcos de regreso a la península y que se también se popularizó en los actuales Puerto Rico y República Dominicana. Al tiempo en Cuba se empleaba cocida y aderezada con otros productos, y algo más tarde frita, y qu en este momento tiene una especie de renacimiento en sudamerica y singularmente en Cuba.

Sin duda, el pan es el alimento más universal, apreciado por ricos y pobres, presente en todas las culturas, complemento en las comidas y elaborado con multitud de ingredientes y propiciado, sin duda, por una de las primeras transformaciones más beneficiosas como fue la de la molienda de los cereales que permitieron los primeros panes en forma de gachas añadiendo líquidos (Puls romanos) y posteriormente con la combinación del calor, los panes cocidos, muy tempranamente en Egipto y en América, donde en todas las casas se disponía de un metate para moler el maíz y un comal para cocer las tortitas, labor siempre destinada a las mujeres como por cierto sucedía en todas las culturas del mundo

Es evidente que un contacto tan profundo de los españoles con las costumbres americanas, su establecimiento en Indias y la vida de los descendientes criollos, han posibilitado la aparición de una gastronomía iberoamericana, con caracteres de la zona, pero altamente influenciada por la cocina española, sobre todo por la más antigua, por la primera que llevaron los descubridores y luego los colonizadores de aquellas tierras, en especial durante los siglos XVI, XVII y XVIII, influenciada en el caso español por su herencia árabe.

Algunos de los platos españoles no se han conservado tal y como eran en origen ya que han sido mixtificados por ingredientes genuinos de América, pero sus nombres siguen estando en los menús de muchos restaurantes de Iberoamérica como la herencia de una contribución a su cocina muy grande y dilatada en el tiempo; ejemplos como talbinas, melcochas, alfajores, alcorza, albóndigas, manjar

blanco, almojábanas, huevos mejidos, alfeñique, almíbar y arrope ratifican la enorme presencia que tuvo la cocina española en América en los primeros momentos, aportando muchos de sus platos más celebrados y muchos de ellos de procedencia árabe.

Como ejemplo el origen de los cocidos en España viene de un plato árabe llamado olla morisca del siglo XIV consistente en un guiso de garbanzos, hiervas diversas y cordero, del que derivan todos los cocidos españoles y entre ellos la famosa olla podrida, plato español del Siglo de Oro que se transformó en América en sancocho, loco, feijoada (en Brasil), ajiaco, puchero criollo y otras diversas ollas, con el denominador común de ser comidas contundentes, cocinadas a fuego lento con diversas carnes, hortalizas y la frecuente incorporación de maíz y aguacate.

Los productos que viajaron desde América se fueron aclimatando con lentitud, y su incorporación a la dieta de los españoles e italianos, que fueron los primeros en adoptar los comestibles ultramarinos, fue dificultosa, más aún lo fue para el resto de Europa donde productos como el chocolate tardaron más de dos siglos y tres en el caso de la patata, sin olvidar que el tomate en Francia y Centroeuropa tardó aún más.

Esta tardanza pudo ser debida, en unos casos a que los productos llegaban sin una información precisa de su uso, y en otros porque no se les consideraba comestibles sino ornamentales y, en algún caso, comida sólo de animales; el pavo, el pimiento y las batatas o camotes fueron sin duda los que más tempranamente se adaptaron y fueron consumidos habitualmente en España, así como la salsa de tomate y los frijoles en Italia.

En cuanto a los dulces, a su llegada a América los españoles no encontraron muchos que se pudieran comparar con la gran variedad que había en la península ibérica como consecuencia de los muchos siglos de dominación romana y árabe, dos culturas con una gran riqueza en dulcería, pero si conocieron un atole dulce con miel de maguey y diversas bebidas de maíz y cacao endulzadas con miel de varios tipos de abeja y del néctar del agave, y otro dulce elaborado con semillas tostadas de amaranto molidas y mezcladas con miel. Al igual que en muchas partes de España, la moderna dulcería en Iberoamérica proviene de los conventos femeninos.

En definitiva, el intercambio de productos ha dado lugar a lo que podíamos llamar “La Cocina de Ida y Vuelta” tal como se ha destacado repetidamente en los últimos Simposios de Excelencias en La Habana.



Regiones icónicas de VINOS EN IBEROAMÉRICA



TEXTO: SANTI CARILLO,
JEFE DE SUMILLERES DEL GRUPO ROOSTIO
FOTOS: PEXELS

Hablar de regiones icónicas del vino es hablar de identidad. De lugares que han trascendido sus fronteras para convertirse en símbolos culturales, económicos y emocionales. En este recorrido, el término icónico no se limita a la fama o al reconocimiento internacional, sino a aquello que ha logrado representar, de forma casi arquetípica, la viticultura de un país o de una región concreta.

Bajo esta mirada, Iberoamérica se revela como un territorio inmenso, diverso y profundamente conectado por la historia, la lengua y la cultura del vino. Desde la península Ibérica hasta el extremo sur del continente americano, el viñedo ha acompañado procesos de colonización, comercio, religión, identidad y modernidad. Este artículo propone un viaje panorámico por esas regiones que, por tradición, singularidad o proyección, se han convertido en referentes del vino iberoamericano.

ESPAÑA: EL VIÑEDO COMO PATRIMONIO VIVO

Comenzamos nuestro viaje iberoamericano por el país con más extensión de tierra dedicada a la viña: España. A zonas, tradicionalmente conocidas en el ámbito internacional, como La Rioja, Jerez o Penedés, se le están uniendo otras zonas vinícolas que están despertando y produciendo vinos de nivel mundial. Ese despertar se ha visto producido por la búsqueda de climas influenciados por la altitud y condiciones refrescantes de corrientes marinas, aprendizaje de nuevas tecnologías y el estudio de las uvas de clima caluroso como la Garnacha (la más plantada), Cariñena, Tempranillo, Verdejo...que pueden producir vinos deliciosos.

En el noroeste, influenciado por el clima atlántico (frío y húmedo) encontramos blancos fragantes (Rías Baixas) de variedad Albariño. Hoy ha cogido mucha fama los de Valdeorras, con variedad Godello. En cuanto a los tintos, especiados y jugosos, significa la Mencía del Bierzo.

Nos adentramos hacia la meseta ibérica y nos topamos con el río Duero, donde encontramos vinos blancos y tintos de los más afamados y extraordinarios. Así señalaremos zonas como Rueda (blancos) y Ribera del Duero o Toro (tintos).

Si viajamos al sur, llegamos hasta Andalucía. Allí encontraremos dos zonas que elaboran vinos únicos en el

mundo, con crianzas biológicas y oxidativas que se pierden en el tiempo: Jerez (Cádiz) y Montilla Moriles (Córdoba). Sobre todo, la primera, no sólo es reconocida a nivel mundial, sino que da nombre a un estilo de vino que intentan reproducir en otras zonas del mundo.

Nos desplazamos al nordeste de España para encontrar la más afamada de las zonas vinícolas del país: Rioja, donde la Tempranillo, Garnacha tinta y Viura establecen su reino de taifas. En este nordeste que recorreremos, virando hacia el mediterráneo, encontraremos Cataluña. Donde probablemente haya mayor número de vinos de calidad por metro cuadrado. Afamados sus prioratos tintos, blancos y espumosos del Penedés.

PORTUGAL: RESISTENCIA AL UNIFORME GLOBAL

Antes de viajar hacia continente americano, pasaremos por nuestro vecino ibérico: Portugal. Bajo mi punto de vista, uno de los países más autóctonos y fascinantes del panorama internacional. Esto está basado en una salvaguarda de sus castas autóctonas y antiguas (alguna proveniente de España), convirtiéndose en una

DESDE LA PENÍNSULA IBÉRICA HASTA EL EXTREMO SUR DEL CONTINENTE AMERICANO, EL VIÑEDO HA ACOMPAÑADO PROCESOS DE COLONIZACIÓN, COMERCIO, RELIGIÓN, IDENTIDAD Y MODERNIDAD





que nos habla de una fecha en torno a 1520, cuando Hernán Cortés decretó que todos los agricultores plantasen diez vides al año por cada esclavo indio que tuviesen en su finca. La otra es más religiosa: Con los primeros misioneros, del S.XVI que difundieron el cristianismo, llegaron con la cepa vinífera, y la creencia tradicional es que elaboraban su propio vino para celebrar la Eucaristía. En la actualidad, la calidad en México está muy relacionada con la altitud. Las zonas de mayor potencial incluyen el Valle Parras, Querétaro y los viñedos de Zacatecas, a dos mil metros de altitud. Dado su clima casi tropical, incluso a estas altitudes, los vinos tintos son demasiado dulzones y vinos espumosos sin garra. Con este panorama, la gran mayoría de hectáreas dedicadas al viñedo son para producir uvas de mesa, pasas y, en especial, brandy.

CHILE: EQUILIBRIO NATURAL Y PRECISIÓN

Seguimos nuestro viaje hacia el sur y comenzaremos por el primer productor de

UN VIAJE POR LAS REGIONES DONDE EL VINO DEJÓ DE SER BEBIDA PARA CONVERTIRSE EN IDENTIDAD

verdadera mina, y a su negativa a ajustarse a las normas internacionales modernas (conservando estilos únicos).

Encontramos zonas afamadas a nivel mundial, por estilo y calidad de vino, como son Oporto y Madeira. Vinos encabezados que surgen por la necesidad de exportación de los comerciantes, principalmente ingleses.

En cuanto a vinos tranquilos o de mesa, influenciados por el Atlántico (sobre todo sus regiones costeras) podemos encontrar de norte a sur, una amalgama de zonas vinícolas con vinos de máxima calidad.

Así, comenzamos con el Vinho Verde del Miño, fresco, seco y fragante. Seguimos en el norte con los tintos de los meandros del Douro. Esa prolongación portuguesa de la ribera del Duero, que mantiene un estilo propio con tintos succulentos y elegantes. Desplazándonos hacia el sur, llegamos a Bairrada y Dao (blancos y tintos magníficos),

Cerca de Lisboa, la capital, nos encontramos con Colares (Tintos de larguísima vida), Carcavelos (fortificados) y Setúbal (impresionantes moscateles dulces). En cuanto al sureste, están empezando a surgir vinos de calidad en zonas del Alentejo. Si bien, no son tan reconocidas como las zonas anteriormente citadas.

MÉXICO: LA RAÍZ HISTÓRICA DEL VINO AMERICANO

Bajo mi punto de vista, y como en tantas situaciones en la vida, para entender la viticultura en Sudamérica, tendremos que ir a la Historia. Para ello comenzaremos comentando un maravilloso país como es México. Si bien, en la actualidad y bajo los parámetros de calidad en el vino, no es una potencia. Su industria vinícola es la más antigua del Nuevo Mundo. Existen dos teorías que explican este fenómeno naciente: una





Sudamérica: Chile. Tenemos constancia que su industria vinícola de calidad comienza en el S.XIX. El viñedo se concentra en una franja de unos mil cuatrocientos kilómetros de norte a sur que nunca están a más de cien kilómetros de la costa o de los Andes. Está línea de viñedo se ve beneficiada por la corriente fría de Humboldt y del descenso nocturno de aire frío de los Andes. La variación de temperaturas diurnas y nocturnas en Chile es inusualmente acusada, y sin duda constituye un factor que interviene en la nitidez y calidad de sus vinos. De forma generalizada podríamos citar dos zonas principales y sus subregiones: una sería la Aconcagua con el citado valle Aconcagua (cálido) y el Valle de Casablanca (frío). Otra región vinícola sería el Valle Central, donde encontramos regiones conocidas como valle de Maipo, valle de Rapel, valle de Curicó y valle de Maule. No habría que olvidarse de viñedos al norte del país como son Atacama y Coquimbo, cuyos principales productos son las uvas de mesa y el pisco. Ni tampoco a la Región del Sur, con sus valles Itata y Bio Bio.

ARGENTINA: AMPLITUD Y CONTRASTE

Dejamos Chile para continuar nuestro viaje por el continente iberoamericano, no sin antes nombrar las variedades vinícolas principales del país andino: Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Carmenere y Merlot. Nos adentramos hacia el este y llegamos a Argentina.

País del que siempre se dice que tiene un inmenso potencial pero que, hoy en día, parece seguir dormido. Un dato significativo es que sólo en la región de Mendoza, posiblemente la zona más conocida e importante de producción de vino de calidad, haya más de mil doscientas bodegas. Argentina es un país inmenso con un potencial extraordinario.

Una fecha que apunta el inicio de la plantación de viñedo para elaborar vino fue el año mil quinientos cincuenta y siete. Año en el que los conquistadores españoles plantaron, primeramente, Criolla (uva rosa utilizada para elaborar enormes cantidades de vino blanco, oscuro y oxidado, de consumo local principalmente). La Malbec (origen francés) y la Bonarda son las principales uvas tintas junto a la

Syrah, Sangiovese o Barbera (ambas de origen italiano). En cuanto a las variedades blancas, la Torrontés, la Palomino, la Semillon, Chenin Blanc, Ugni Blanc y Chardonnay son las más plantadas en la actualidad.

Tal y como refleja el título del artículo, nos centraremos en las regiones y obviaremos, para otro artículo, los estilos de vinos. Entrando en este extenso país, podremos citar como principales zonas vinícolas: Mendoza, Salta, Tucumán, Catamarca. La Rioja, San Juan, La Pampa y Río Negro. Mendoza es la región vinícola más importante de Argentina y produce casi el noventa por ciento de vino de calidad para exportar. Dentro de Mendoza podemos encontrar dos subregiones: Zona Alta del Río Mendoza y Valle de Uco. Otra región que, en las últimas décadas, ha cogido peso es Salta. Zona en la que se elaboran, probablemente, los mejores blancos de Argentina, suaves y aromáticos, producidos con Torrontés.

EL RESTO DEL MAPA IBEROAMERICANO

No sería justo dejar pasar por alto y, al menos, nombrar otros países con producción vinícola en Sudamérica como son Brasil (con las onduladas colinas de Río Grande do Sul, corazón vinícola), Uruguay (desarrolla su industria vinícola a finales del S.XIX con la llegada de colonos vascos y, actualmente siendo el cuarto productor de vino de Sudamérica, siendo la región de La Rivera el lugar más apropiado para la progresión de la vinífera), Perú (se cultiva principalmente para la elaboración de Pisco, en el Valle de Ica. Encontramos viñedos desde Pativilca hasta Tacna), Paraguay, Ecuador, Bolivia (donde en la región de Tarija, situada al sur, se elabora el Singani, más bajo en alcohol, pero de sabor más fuerte que el Pisco) y Colombia.

Esta revisión de las regiones icónicas del vino en Iberoamérica no pretende cerrar un mapa, sino abrirlo. Invitar al lector a profundizar, a cuestionar y a seguir explorando un territorio donde el vino es memoria, cultura y futuro.

A fin de cuentas, lo más importante es que la alimentación de nuestros niños, niñas y jóvenes se convierta en una responsabilidad de país, independientemente de quien gobierne.

TRADICIÓN, TERRITORIO Y RESISTENCIA AL UNIFORME GLOBAL: ASÍ SE CONSTRUYEN LAS REGIONES ICÓNICAS DEL VINO



EVENTOS

MERCHANDISING

COMUNICACIÓN



Thai: la cocina de los *cinco sabores*

EN TAILANDIA, LA CALLE ES MUCHO MÁS QUE UN ESPACIO DE TRÁNSITO: ES EL ESCENARIO DONDE SE COCINA, SE CONVIVE Y SE PRESERVA LA AUTÉNTICA ESENCIA CULINARIA DEL PAÍS

TEXTO: MARIA CARRASCO LLORIA, REDACCIÓN EXCELENCIAS GOURMET
FOTOS: PEXELS



Cuando Tailandia cocina, el mundo entero se detiene. Sus aromas —picantes, cítricos, dulces y profundamente herbales— conquistan incluso antes del primer bocado. Para algunos, la comida tailandesa es un tesoro exótico; para otros, una compañía diaria que no deja de sorprender.

La cocina thai rompe normas y expectativas: combina ingredientes humildes con técnicas milenarias, y juega con cinco sabores esenciales que conviven en perfecto equilibrio —dulce, salado, amargo, ácido y picante—. Así construye una gastronomía vibrante, reconocible y siempre distinta.

Su identidad se enriquece, además, con influencias de Indonesia, Malasia o India, aunque Tailandia imprime un sello propio, más aromático, más colorido y, en ocasiones, más delicado.

EL ARROZ, ALMA DE UN PAÍS

Hablar de Tailandia sin mencionar el arroz es prácticamente imposible. No es solo un alimento fundamental, sino un símbolo cultural y espiritual profundamente arraigado. Para los tailandeses, todo arroz cultivado en su territorio es “madre”, una planta sagrada que la naturaleza crea para sostener la vida humana. De hecho, el país se sitúa entre los mayores productores y consumidores del mundo, con unos 158 kilos por persona al año, una cifra que equivale a medio kilo diario.

En el ámbito culinario destacan dos tipos principales:

- El khao suay, también llamado “arroz bonito”, es más utilizado en la cocina tailandesa. Dentro de él sobresale el arroz jazmín, célebre por su aroma floral y su grano suelto, ideal para acompañar platos salteados y currys.

- El khao niaw, o arroz glutinoso, es rico en almidón y con una textura naturalmente pegajosa que lo convierte en la base perfecta para preparar bolitas, combinar con carnes o elaborar postres tradicionales. Ambos tipos presentan numerosas variedades locales que nutren la diversidad culinaria del país.

LA CALLE COMO COCINA NACIONAL: LA IMPORTANCIA DEL STREET FOOD EN TAILANDIA

En Tailandia, la calle es mucho más que un espacio de tránsito: es el escenario donde se cocina, se convive y se preserva la auténtica esencia culinaria del país. Un universo propio, diverso y lleno de vida.

Entre puestos ambulantes, cocinas improvisadas y woks eternamente encendidos, conviven recetas centenarias y técnicas heredadas que dan vida a platos tan icónicos como el pad thai, el som tam,

**LA GASTRONOMÍA
TAILANDESA NO TERMINA
EN EL PLATO, SINO QUE
SE COMPLETA CON UN
UNIVERSO DE BEBIDAS
IGUAL DE EXPRESIVO.
ENTRE LAS MÁS
REPRESENTATIVAS SE
ENCUENTRA EL CHA YEN**

los satay o las intensas sopas boat noodle. También destacan clásicos de los mercados nocturnos como el kai yang y postres imprescindibles como el mango sticky rice, todos elaborados con ingredientes frescos adquiridos a diario y preparados al momento frente al comensal.

El street food tailandés funciona con su propia lógica: algunos platos solo se sirven al amanecer y otros cobran protagonismo entrada la noche; cada puesto domina una única especialidad perfeccionada durante años; y los aromas de hierbas como la citronela, la albahaca tailandesa o la lima kaffir acompañan cada paseo culinario. Este orden dentro del aparente caos convierte a la calle en el verdadero motor gastronómico del país, donde la comida se convierte en cultura, identidad y comunidad.

Su influencia ha trascendido fronteras, inspirando a restaurantes de Londres, Nueva York o Ciudad de México que intentan reproducir la experiencia de los mercados de Bangkok. Aunque muchas veces se trata de interpretaciones adaptadas a otros paladares y productos, el fenómeno confirma el impacto global de la cocina callejera tailandesa, hoy considerada una de las más influyentes del mundo.

**PAD THAI: UN PLATO QUE UNIÓ A LA
NACIÓN Y LANZÓ SU COCINA AL ÉXITO
INTERNACIONAL**

Entre la enorme riqueza gastronómica tailandesa, el pad thai reina como el plato más emblemático de la nación. Son tallarines de arroz salteados con verduras, cacahuetes, brotes de soja, huevo y tofu, a los que con frecuencia se añaden langostinos, pollo o tofú. Una vez cocinado, se corona con un toque de lima que despierta todos los matices.

Su sabor confortante lo ha convertido en el auténtico comfort food de Tailandia y en la visita obligada de cualquier viajero.

Curiosamente, este plato tan popular no tiene un origen ancestral, sino que nació en los años 40 por iniciativa del primer ministro Luang Phibunsongkhram. En un momento de diversidad étnica y división cultural, el gobierno impulsó un concurso para encontrar un plato capaz de representar a todo el país. Así surgió el pad thai: una receta sencilla, adaptable y profundamente tailandesa, vertebrada por la omnipresente pasta de arroz como símbolo de una identidad culinaria compartida.

LAS TÉCNICAS DE UNA COCINA SENSORIAL

La cocina tailandesa se construye sobre un trinomio inseparable: textura, aroma y sabor. Ninguno predomina sobre los otros. El crujiente de cacahuetes, coco o verduras cocinadas “al dente” aporta una estructura reconocible en casi cada plato.

Los aromas, expansivos y seductores, se abren gracias a ingredientes como la leche de coco, la hoja de lima kaffir o la citronela, capaces de perfumar una casa entera con apenas unos minutos de cocción.

En lo técnico, el vapor, el salteado, el hervido y la fritura son los métodos más utilizados. Como curiosidad, el horno no forma parte de la tradición culinaria tailandesa, ya que ninguna de sus recetas originarias lo requiere.

CURRY TAILANDEÉS: LA ESENCIA AROMÁTICA

Aunque el curry llegó desde India, encontró en Tailandia un nuevo carácter.

Mientras que en su lugar de origen predomina el curry en polvo, en Tailandia se emplean sobre todo pastas elaboradas con entre 25 y 40 hierbas y especias locales. Ello confiere a los currys thai un aroma más complejo y una intensidad más moderada, suave pero persistente. Cada uno expresa un matiz diferente del paisaje culinario del país.

Se distinguen principalmente por su color:

- el amarillo, con base de cúrcuma;
- el rojo, elaborado con chile rojo;
- y el verde, construido a partir de hojas de lima kaffir y albahaca tailandesa, que suele ser el más picante.

UN UNIVERSO LÍQUIDO SORPRENDENTE

La gastronomía tailandesa no termina en el plato, sino que se completa con un universo de bebidas igual de expresivo. Entre las más representativas se encuentra el cha yen, un té negro aderezado con leche condensada, leche evaporada y abundante hielo, cuyo dulzor intenso se equilibra con la astringencia del propio té. También es muy popular el cha manao, una mezcla de té negro y jugo de lima servida bien fría.

Por su parte, el café, lejos de tomarse caliente, suele disfrutarse con hielo bajo el nombre de oliang, preparado con leche dulce o leche condensada.

En el terreno alcohólico, la cerveza, de tipo lager es la bebida nacional por excelencia, ligera y muy consumida, mientras que los refrescos suelen apostar por sabores cítricos como la lima combinados con jarabe de azúcar.



EL UNIVERSO LÍQUIDO IBEROAMERICANO: *un recorrido de bebidas e* IDENTIDADES

LA GASTRONOMÍA LÍQUIDA GANA PRESENCIA EN EL SECTOR CULINARIO COMO UNA TENDENCIA DISRUPTIVA QUE FUSIONA TÉCNICA, CREATIVIDAD Y EXPERIMENTACIÓN SENSORIAL, ABRIENDO NUEVAS POSIBILIDADES EN BARRAS, COCINAS Y EXPERIENCIAS INMERSIVAS

TEXTO: MARIA CARRASCO LLORIA,
REDACCIÓN EXCELENCIAS GOURMET
FOTOS: PEXELS

La gastronomía líquida suele quedar, injustamente, relegada a un segundo plano. Las bebidas se conciben a menudo como un simple acompañamiento, cuando también encierran sabores propios, técnicas de producción específicas y un universo que exige formación para poder apreciarlo plenamente. Desde hace años, Iberoamérica impulsa una mirada más amplia que ponga en valor sus bebidas, para que el talento que sostiene no solo a la mixología, sino también a otras elaboraciones líquidas, no quede reducido a un mero intento.

Los brebajes iberoamericanos recargan identidad, carácter y energía. Aunque comparten ciertos rasgos culturales, la regionalidad marca profundamente sus diferencias: ingredientes, climas, gustos y costumbres generan variaciones que enriquecen la diversidad gastronómica del territorio.





MATE

Entre Argentina, Uruguay y Paraguay se comparte la autoría de este emblema hecho a base de yerba mate e infusiones que se consumen, tradicionalmente, con agua muy caliente y en compañía. La única norma del mate es que no hay normas: se toma cuando apetece y donde apetece. Se ha convertido en un símbolo de cercanía, de pausa y, también, de un cierto inconformismo frente al protocolo.

En Paraguay, y también en algunas zonas de Brasil, existe su versión fría: el tereré, que se prepara con agua helada e incluso con frutas o hierbas medicinales. El mate, por sí mismo, ofrece propiedades estimulantes y antioxidantes, y se vive como un ritual cotidiano para recuperar energía o simplemente para acompañar el día.



CAFÉ

Cada país tiene su propio café, pero Iberoamérica los abraza todos. La región lo produce y lo consume con una intensidad difícil de igualar. Mientras que los principales exportadores del continente se encuentran en Colombia y Brasil —con calidades excepcionales—, la forma de prepararlo varía radicalmente de una frontera a otra. Así, cada pueblo conserva sus rituales cafeteros, y vale la pena probarlos todos, aunque innovar también forma parte del encanto: si no, basta ver el auge imparable de las cafeterías de especialidad, hoy convertidas en templos urbanos del sabor.

El café es casi una obligación cultural: negro en Colombia, dulce y con leche en España, de olla en México y con su indomable sabor a caña en Cuba, entre tantas otras identidades cafeteras.



PISCO

Emblema compartido entre Chile y Perú, el pisco es un destilado de uva profundamente arraigado en ambos territorios. Padre del célebre pisco sour e hijo de la historia reciente de la región, destaca por sus notas que pueden ir desde lo cítrico hasta lo ligeramente ahumado, según su elaboración.

Lo cierto es que su personalidad ha trascendido fronteras y hoy protagoniza barras en todo el mundo.

Ambos países cuentan con categorías propias.

En Chile: pisco corriente, pisco reservado y gran pisco.

En Perú: puro quebranta, puro aromático, acholado y mosto verde.



VINOS DE JEREZ Y OTROS VINOS IBEROAMERICANOS

Los vinos de Jerez, producidos en Jerez de la Frontera, deben a sus viñedos una larga historia de cultura y maestría. Desde finos hasta dulces, el jerez es un vino complejo y elegante, muy apreciado en toda Iberoamérica.

Aun así, los vinos en general ocupan un lugar privilegiado en la región, gracias a zonas productoras icónicas a ambos lados del Atlántico: Mendoza en Argentina, el Biobío chileno, la Ribera del Duero española, Rioja o Rueda, entre muchas otras.

Con sus denominaciones de origen, los vinos son quizá la bebida más internacional de este listado. Cada terroir encierra secretos de la uva, linajes familiares, técnicas heredadas y un lenguaje común: el del vino, universal y profundamente cultural.



RON

El ron es el gran estandarte del Caribe. Rey de los destilados de caña y símbolo de las bodegas caribeñas, une historias compartidas entre Cuba, República Dominicana, Puerto Rico, Panamá, Jamaica y otras tierras bañadas por aguas cristalinas.

El ron se implanta en el Caribe en el siglo XVII cuando se registra por primera vez en Barbados en 1660. Españoles, ingleses y franceses encuentran en la caña de azúcar el elemento idóneo para un alcohol dulce y muy ligado al territorio. Este destilado se ha convertido en un icono cultural y sensorial, nacido de la melaza fermentada con levaduras naturales. Actualmente, se considera el padre de la coctelería moderna.



AGUAS FRESCAS

En México, las aguas frescas son más que una bebida: son un símbolo de hospitalidad y un auténtico patrimonio del sabor. Hidratantes y deliciosas, se preparan con frutas, hierbas aromáticas y, en ocasiones, semillas como la chía, que aportan textura.

Entre las más populares están las de limón con chía, flor de Jamaica, tamarindo y horchata de arroz. Pero el repertorio es infinito: agua de alfalfa, de cacahuete, de chilacayota, de aguacate, de melón, de sandía, de guanábana, de poleo, de hierbabuena con limón, de piña, de fresa... Sabores que despiertan recuerdos de infancia, igual que el aguapanela en Colombia o el guarapo en Cuba.

Aún en la actualidad, visitar una casa mexicana sigue significando ser recibido con un vaso sorprendente de agua fresca, una tradición que refresca cuerpo y alma.

A glass of red wine is the central focus, partially filled with a deep red liquid. It sits on a thick, gnarled wooden branch that appears to be smoldering, with wisps of white smoke rising from its base and around the glass. The background is a solid, deep red, creating a rich, monochromatic palette. The lighting is dramatic, highlighting the glass and the texture of the wood.

LAS MARCAS *de* LUJO entran en la gastronomía: *el vino se viste de alta costura*

EN ESTA NUEVA ERA, LA GASTRONOMÍA SE
VISTE DE LUJO Y EL LUJO SE SIENTA A LA MESA

Firmas de alta gama han comenzado a colaborar con enólogos, cristaleros tradicionales y diseñadores para crear piezas que funcionan tanto en mesa como en vitrina

TEXTO: CRISTINA YBARRA, EXPERTA GASTRONÓMICA
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

Durante décadas, el lujo miró hacia la moda, la joyería o los automóviles. Hoy, sin embargo, ha encontrado un nuevo territorio donde expresarse: la mesa. Y entre todos los elementos del ritual gastronómico, ninguno está viviendo una transformación tan evidente como las copas de vino. Lo que antes era un simple utensilio, hoy es un símbolo de estatus, precisión y diseño. Las marcas de lujo han entrado en la gastronomía con fuerza, y las copas se han convertido en el último escenario donde se juega la exclusividad.

La tendencia no surge de la nada. En un mundo donde el consumidor valora tanto la estética como la experiencia, las marcas entendieron que el vino —producto cultural, sensorial y emocional— tiene su propio lenguaje visual. La copa, que hasta hace poco solo se juzgaba por su funcionalidad, se ha convertido en un objeto de deseo. Firmas de alta gama han comenzado a colaborar con enólogos, cristaleros tradicionales y diseñadores para crear piezas que funcionan tanto en mesa como en vitrina.

Hay copas sopladas a mano una a una, otras hechas con cristal de altísima pureza, y algunas incluso numeradas y tratadas casi como piezas de arte contemporáneo. La obsesión por la forma perfecta —que dirija el aroma, potencie la textura o suavice la entrada del vino— se mezcla con materiales nobles, líneas minimalistas y acabados que rozan la joyería. La técnica y el diseño se dan la mano para convertir el acto de beber vino en una experiencia sensorial total.

En este diálogo entre lujo y gastronomía aparece un nuevo concepto: la copa como

narrativa. No solo importa cómo sirve el vino, sino qué historia cuenta. Hay diseños inspirados en arquitectura clásica, otros que evocan el movimiento de un vestido o la silueta de una joya icónica. Para los amantes del vino, cada copa es un matiz; para las marcas, es la puerta de entrada a un territorio donde la sensibilidad y el detalle son imprescindibles.

Las bodegas también se benefician de este nuevo universo estético. Saben que una copa adecuada no solo realza un vino: lo transforma en una experiencia. Y cuando esa copa, además, lleva la firma de una marca prestigiosa, el ritual del servicio adquiere un aura diferente, más ceremonial, más consciente. El gesto de servir deja de ser automático y se convierte en parte esencial del relato del vino.

Este fenómeno también refleja un cambio generacional en la forma de entender el lujo. Ya no se trata únicamente de acumular objetos costosos, sino de rodearse de piezas

con sentido, con historia y con una razón de ser. En este contexto, la copa de vino se convierte en un manifiesto silencioso: habla de sensibilidad, de conocimiento y de una forma de consumo más pausada y consciente. El lujo ya no grita; susurra. Y lo hace a través de materiales nobles, procesos artesanales y decisiones que priorizan la experiencia por encima de la ostentación.

Al final, esta alianza entre vino y alta costura no es una moda pasajera, sino el reflejo de una gastronomía que ha alcanzado una madurez cultural plena. Una gastronomía que dialoga con el diseño, con el arte y con el territorio, y que entiende que cada detalle —desde el origen del vino hasta la copa que lo contiene— forma parte de un mismo relato. Porque cuando el lujo entra en la mesa con inteligencia y respeto, no eclipsa el producto: lo acompaña. Y en ese acompañamiento, el vino encuentra una nueva forma de ser contado, servido y recordado.



EL RON, *Historia Líquida Del Caribe*

EL RON ES UN DESTILADO CLAVE EN LA HISTORIA Y LA IDENTIDAD DEL CARIBE, NACIDO DE LA CAÑA DE AZÚCAR

TEXTO: MARIA CARRASCO LLORIA, REDACCIÓN EXCELENCIAS GOURMET
FOTOS: PIXABAY Y PEXELS



El ron es mucho más que un destilado: es un hilo conductor de la historia caribeña. Su esencia se funde con el aroma de la caña de azúcar, los ritmos tropicales y las costumbres de una región que transformó la destilación en arte y en motor económico.

Desde los ingenios coloniales de Cuba hasta las destilerías contemporáneas de República Dominicana, Jamaica y Trinidad y Tobago, el ron ha acompañado el desarrollo social, cultural y productivo del Caribe. Cada país aporta su propio estilo, aromas y técnicas, pero todos comparten una misma raíz: la caña de azúcar convertida en símbolo de identidad.

EL ORIGEN DEL RON

El nacimiento del ron está íntimamente ligado al cultivo de la caña de azúcar. Durante el siglo XVI, los colonizadores europeos introdujeron este cultivo en el Caribe y pronto los ingenios comenzaron a producir azúcar para abastecer a Europa. La melaza, subproducto del proceso, se transformó en un líquido fermentable que, tras la destilación, dio origen al ron.

EL RON DE CUBA: SÍMBOLO NACIONAL

Gracias a su clima y suelos privilegiados, Cuba se consolidó rápidamente como un referente regional. Su historia ronera está marcada por la innovación y la expansión

de una cultura que convirtió al ron en un símbolo de identidad nacional y de prestigio internacional.

Los primeros rones cubanos, elaborados desde el siglo XVI, eran rudimentarios y de consumo local, principalmente entre los trabajadores de los ingenios. A partir del siglo XVIII, la mejora de las técnicas de fermentación y destilación —especialmente en zonas como Santiago de Cuba y Matanzas— permitió que el ron se consolidara como producto comercial.

Durante el siglo XIX, la industrialización impulsó la creación de marcas emblemáticas y la apertura de mercados en Estados Unidos y Europa. El ron Bacardí, fundado en Santiago

DE LA CAÑA AL VASO: UN VIAJE POR CUBA, JAMAICA Y OTRAS ISLAS DONDE EL RON SE CONVIRTIÓ EN SÍMBOLO NACIONAL

de Cuba en 1862, estableció estándares de calidad que aún hoy definen al ron ligero cubano.

Más tarde, nació Ron Havana Club, una marca que fue creada en 1934 por la familia Arechabala en Cárdenas (provincia de Matanzas) y que hoy sigue siendo una de las más reconocidas a nivel mundial. Se sigue elaborando en Cuba con caña de azúcar y métodos tradicionales de añejamiento, aunque la destilería actual y gran parte de su producción se realiza en Santa Cruz del Norte, cerca de La Habana.

Más allá del consumo, el ron forma parte del ADN cultural de la isla. Está presente en la música, la literatura y, especialmente, en la coctelería. Clásicos como el Mojito, el Daiquirí o el Cuba Libre consolidaron su imagen como emblema de la identidad cubana. A lo largo del siglo XX, la industria supo modernizarse sin perder su esencia artesanal.

REPÚBLICA DOMINICANA: TRADICIÓN RONERA TODO EL AÑO

Histórica productora de azúcar, dominicana desarrolló su tradición

ronera a partir de la melaza de los ingenios azucareros coloniales. Durante el siglo XIX y comienzos del XX, la producción fue mayoritariamente artesanal y destinada al consumo local, hasta que surgieron marcas que posicionaron al país en el mercado internacional.

Brugal, fundada en 1888 en Puerto Plata, junto a Bermúdez y Barceló, son referentes del ron dominicano. Cada una ha desarrollado estilos propios, desde rones blancos ideales para cócteles hasta rones añejos y premium. Hoy, el país combina métodos tradicionales con innovaciones en envejecimiento y rones especiados.

JAMAICA: RON ESPECIADO Y CARÁCTER INTENSO

Jamaica se distingue por rones de aromas intensos y fermentaciones prolongadas que les otorgan un carácter potente y singular. Desde el siglo XVIII, la isla perfeccionó técnicas de destilación influenciadas por colonizadores y por el saber de las comunidades africanas esclavizadas.

Marcas históricas como Appleton Estate, fundada en 1749, y Wray & Nephew son referentes de este estilo robusto y especiado. El ron jamaicano ha dejado una huella profunda en la coctelería internacional y en la percepción global del ron de alta intensidad.

TRINIDAD Y TOBAGO: EXPORTACIÓN Y LEGADO COLONIAL

Aunque su producción es menor en volumen, Trinidad y Tobago ha desempeñado un papel clave en la historia del ron caribeño. Con el auge de los ingenios azucareros en los siglos XVIII y XIX, la isla desarrolló rones con cuerpo, orientados tanto al mercado interno como a la exportación.

Angostura, mundialmente conocida por sus bitters, produce también rones de gran calidad. Caroní, destilería cerrada en 2002, sigue siendo un nombre de culto entre coleccionistas de rones añejos. Hoy, la producción combina tradición y modernización, manteniendo al ron como símbolo cultural y económico.

Otros países roneros del Caribe Puerto Rico, con marcas como Bacardí Puerto Rico y Don Q, se especializa en rones blancos y ligeros; Barbados, considerada la cuna del ron, destaca por rones oscuros y añejos de gran prestigio; mientras que Martinica y Guadalupe sobresalen por el rum agricole, elaborado a partir del jugo fresco de caña.

La diversidad de rones del Caribe — blancos, añejos, oscuros o especiados — refleja la riqueza histórica y cultural de cada territorio y la forma en que el ron se ha integrado en la vida social y gastronómica de la región.

El ron, historia líquida del Caribe Hoy, el ron es un patrimonio intangible del Caribe y un protagonista de la coctelería internacional. Ya sea en un mojito cubano, un ron especiado jamaicano o un añejo de Barbados, cada sorbo conecta siglos de tradición, comercio y cultura. El ron no solo se bebe: se vive, se celebra y se comparte.

Cada sorbo cuenta una historia: el ron une siglos de comercio, música y herencia cultural caribeña



La sala, **EL GRAN RENACIMIENTO** *silencioso de Iberoamérica*

HISTÓRICAMENTE INVISIBLE PERO ESENCIAL, LA SALA
IBEROAMERICANA EMERGE HOY COMO UN PILAR CULTURAL DE LA
EXPERIENCIA GASTRONÓMICA

TEXTO: VERÓNICA DE SANTIAGO, DIRECTORA DE GRUPO EXCELENCIAS
FOTOS: PEXELS

Durante años, la sala fue el territorio menos visible de la gastronomía iberoamericana. Estaba ahí, sosteniendo la experiencia con una naturalidad heredada, casi doméstica, pero rara vez era nombrada. En una región donde recibir en casa siempre ha sido un acto sagrado, la profesionalización de la hospitalidad convivió durante mucho tiempo con una paradoja: se daba por hecha.

En Iberoamérica, la sala no nace del manual, sino de la cultura. De mirar a los ojos, de ofrecer sin preguntar, de entender la mesa como un lugar de encuentro antes que como un escenario. Quizá por eso su invisibilidad fue aún mayor: porque lo humano parecía no necesitar reconocimiento.

La revolución gastronómica llegó con fuerza a ambos lados del Atlántico. Nuevas cocinas, nuevos lenguajes, chefs convertidos en narradores de territorio. Y, como ocurrió en otras geografías, el foco se puso en el plato. La sala quedó en segundo plano, ejecutando con precisión lo que otros imaginaban. Sin embargo, fue la sala la que permitió que propuestas complejas, identitarias y profundamente culturales llegaran al comensal sin romperse por el camino.

Traducir una cocina con raíces indígenas, mestizas o populares requiere algo más que técnica. Requiere sensibilidad cultural. Y eso, en Iberoamérica, siempre estuvo en la sala.

Durante décadas, el oficio se transmitió de forma oral, casi familiar. Camareros y camareras que aprendían observando, jefes de sala que sabían leer una mesa sin necesidad de palabras, sumilleres que contaban un vino como quien cuenta una historia de familia. Una profesionalidad silenciosa, profundamente arraigada, que no necesitaba etiquetas, pero sí respeto.

Ese respeto empieza a llegar ahora. En los últimos años, la sala iberoamericana ha comenzado a ocupar un espacio propio en el discurso gastronómico. No por moda, sino por madurez. Porque la región ha entendido que su mayor fortaleza no está solo en el producto o en la creatividad culinaria, sino en la manera de acoger.

La pandemia marcó un punto de inflexión. Cuando los restaurantes cerraron, lo que se perdió no fue únicamente el acto de comer fuera, sino el vínculo. La conversación, la



cercanía, la sensación de estar en un lugar donde alguien se ocupa de ti. En Iberoamérica, donde la mesa es sinónimo de comunidad, esa ausencia fue especialmente reveladora.

Al volver, la sala regresó con otra conciencia. Más formada, más visible, más valorada. Hoy vemos equipos de sala que reivindican su papel como intérpretes culturales; sumilleres que defienden vinos locales, identitarios, a menudo invisibles; profesionales que entienden el servicio como una extensión del territorio. No sirven platos: cuentan quiénes somos.

También ha cambiado la idea de autoridad. La sala ya no se apoya en la distancia ni en la solemnidad, sino en la complicidad. En saber cuándo explicar y cuándo callar. En entender que el lujo iberoamericano no es ostentación, sino calidez bien entendida.

Este renacimiento es silencioso porque no necesita alzar la voz. Se apoya en valores profundamente arraigados: respeto, cuidado, tiempo. En una gastronomía que mira al futuro sin renunciar a su memoria, la sala

se convierte en puente entre tradición y contemporaneidad.

Quizá por eso hoy la sala empieza a ser reconocida como lo que siempre fue en Iberoamérica: un espacio de dignidad profesional y de humanidad compartida. Un lugar donde el oficio se ejerce con orgullo, aunque no siempre con aplausos. Y donde la excelencia se mide menos en gestos espectaculares que en la capacidad de hacer sentir al otro en casa.

La sala nunca fue secundaria. Simplemente, hablaba en voz baja. Hoy, por fin, empezamos a escucharla.

**DURANTE AÑOS, LA
PROFESIONALIDAD
DE LA SALA FUE
TAN SÓLIDA QUE SE
VOLVIÓ INVISIBLE**

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.

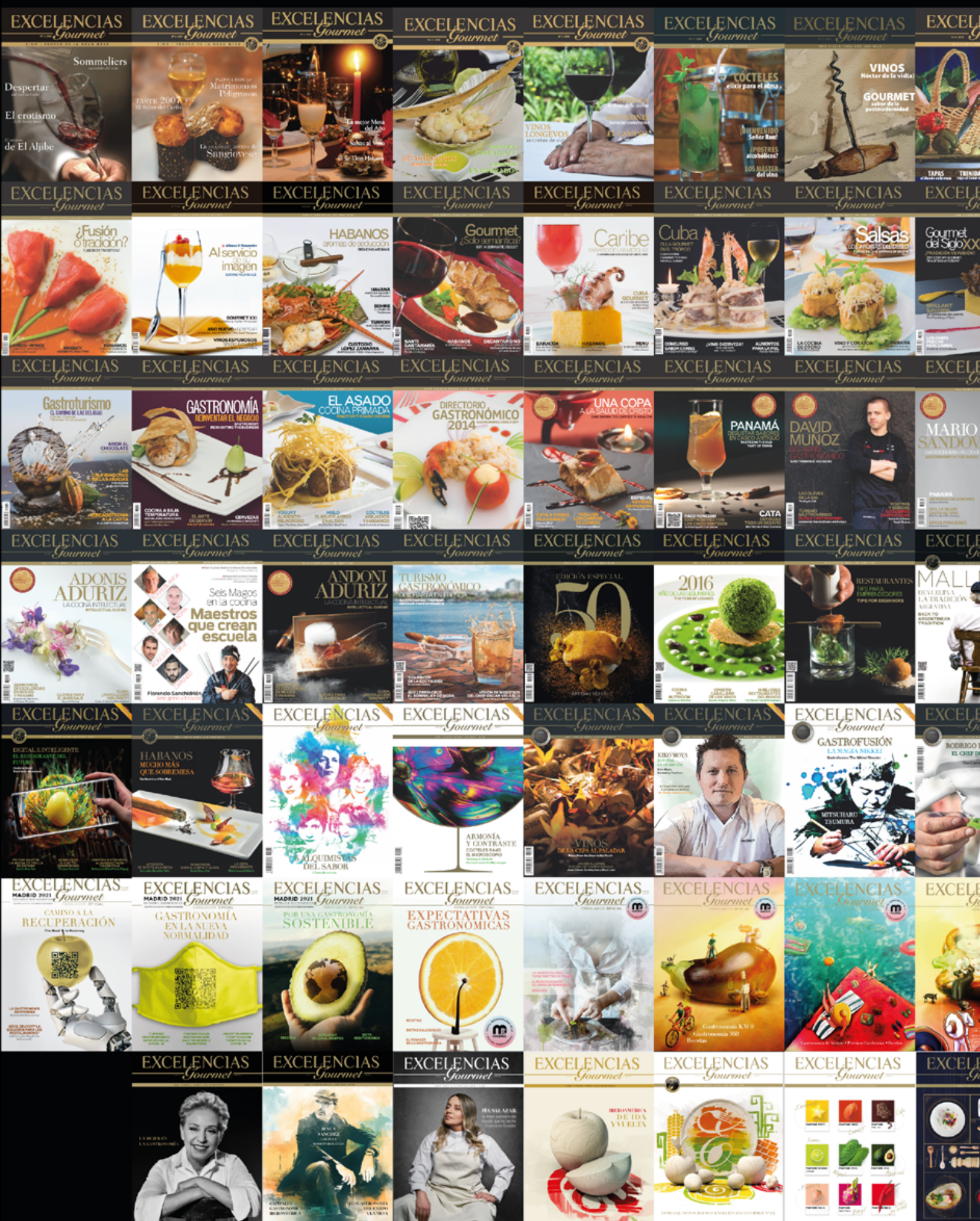
Se lanza una pregunta, dependiendo siempre del contexto y la receta: **¿vale más reinventar las tradiciones o dejarlas morir cuando ya nadie las busca?**



LA GASTRONOMÍA NO SOLO SE COME



SE LEE



EXCELENCIAS
Gourmet

1000

PORTADAS

QUE CAPTURARON
LA GASTRONOMÍA
IBEROAMERICANA

