



R VINOS Y RESTAURANTES



**SAMANTHA
VALLEJO-NÁJERA**
Embajadora de
Quesos Cerrato

APERITIVO GOURMET

Un preámbulo
placentero

XXIV Madrid Fusión Alimentos de España

El cliente será
el protagonista

NUEVAS TENDENCIAS 2026

VINO

Entre tradición y revolución

ENOTURISMO

Experiencias sostenibles y personalizadas

CÓCTELES

Copas más diurnas y con menos alcohol

HOSTELERÍA

Profesionalidad, creatividad y cuidado



Martínez Lacuesta

1895 | **130** | 2025

ANIVERSARIO

VINOS FINOS DE HARO TINTOS Y BLANCOS



WWW.MARTINEZLACUESTA.COM

Directora:

Laura Curt

Redactora Jefe:

Laura Morales

redaccionvinos@curtediciones.com

Directora de Arte:

Imma Párrizas

Redacción:

Pilar Ansola, Isabel Fernández

Colaboradores:

Miquel Sen, Javier Campo, Mar Galván,
Meritxell Falgueras, David Janer, Joan Capell,
Xavier Agulló y Alfred Peris

Departamento Publicidad:

Lola Beceiro

publicidadrevistas@curtediciones.com

E-mail publicidad:

lcurt@curtediciones.com

Distribución y suscripciones:

distribucion@curtediciones.com

Suscripción anual: 70 €

Precio ejemplar: 6 €

Canarias y aeropuertos: 6,20 €

Impresión: Konekto Comunicació Gràfica

Distribución España: Sgel

Depósito Legal: DL B 26373-2002

Distribución Portugal: Logista

CURT

Edita: EDICIONES S.A.

CURT EDICIONES, S.A.

Valencia, 279 - 3er piso.

08009 Barcelona.

Tel.: 933 180 101 **Fax:** 933 183 505.

www.curtediciones.com

Presidente Fundador:

Enrique Curt Gómez

Editora: Laura Curt Iborra

Los artículos que se publican son propiedad del editor, quedando prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización precisa. El editor no se responsabiliza de la opinión de sus colaboradores redaccionales.

Printed in Spain.

Revista Mensual

Brindemos por un exitoso 2026

Weekendesk



Estrenamos el año con la esperanza de que sea un año exitoso. Para saber por dónde irán los tiros a nivel vinícola y gastronómico, os ofrecemos varios reportajes sobre tendencias en vino, enoturismo, cócteles y hostelería. En el primero de ellos, nuestra colaboradora, Mar Galván, afirma que el sector del vino se está reconfigurando para adaptarse a los nuevos gustos de los consumidores, y nos traza un esbozo de los vinos que beberemos este año.

También os hablamos del aperitivo, que de tendencia hace unos años ha evolucionado hasta convertirse en un momento gourmet que invita a saborearse y a disfrutarse sin prisas pero donde el vermut se ha afianzado como rey indiscutible.

Y como la actualidad manda, este mes centramos nuestra mirada en un evento imprescindible: Ma-

Os ofrecemos varios reportajes sobre las tendencias que marcarán este nuevo año

drid Fusión Alimentos de España. La 24ª edición de esta cumbre gastronómica se llevará a cabo del 26 al 28 de enero bajo el lema "El cliente toma el mando", reflejo de una nueva realidad gastronómica en la que el comensal deja de ser pasivo. Además, será la edición más internacional hasta

la fecha, con más cocineros extranjeros que españoles en el escenario principal.

Por otro lado, nuestro colaborador Javier Campo nos habla de la sala del restaurante, un interesantísimo reportaje que no debéis dejar de leer.

Finalmente, abrimos la sección 'Las nuevas estrellas Michelin 2026' con el restaurante Regueiro, ubicado en una aldea asturiana que ofrece una cocina inclasificable, lo mejor es que la probéis si tenéis ocasión.

Laura Curt



Nuestra publicación está también disponible de forma gratuita en www.revistavinosyrestaurantes.com



ENERO 2026



28 Aperitivo gourmet

Actualmente los consumidores buscan experiencias más pausadas, auténticas y de calidad, y en nuestro país una de ellas es el aperitivo, un momento social por excelencia.

36 El vino en 2026

POR MAR GALVÁN

El vino está cambiando, y no es un cambio silencioso ni lento: es una transformación marcada por lo que las nuevas generaciones esperan, buscan y eligen.

46 Tendencias en hostelería

El sector afronta el nuevo ejercicio en un escenario de recuperación consolidada, mayor competencia y un cliente que busca experiencias auténticas y coherentes.

52 La sala del restaurante

POR JAVIER CAMPO

La consistencia en la sala no es un enemigo de la creatividad en la cocina; es su salvaguarda. Un protocolo bien definido ayudará al profesional a ser mejor y lo diferenciará en lo que el robot no puede hacer: la conexión emocional.

56 Las Nuevas Estrellas Michelin 2026: Regueiro

El restaurante Regueiro se ubica en una casona indiana integrada en el paisaje rural de la aldea de Tox, en el occidente asturiano. El chef Diego Fernández lleva hasta allí los sabores ancestrales de culturas tan lejanas como México, India o Tailandia.

58 Madrid Fusión Alimentos de España

La próxima edición, que se celebrará del 26 al 28 de enero en el pabellón 14 de Ifema, llegará con un lema directo y transformador: 'El cliente toma el mando'. Los comensales están reclamando más libertad, más autenticidad y más capacidad de decisión.





ZECCHINI

tu Vermut



AENOR

PRODUCTO
DESTACADO POR
EL CONSUMIDOR

Disfruta la tradición

BEBE CON MODERACIÓN.

Mayores de 18 años. Se recomienda un consumo adecuado y responsable. 15°

VISITA NUESTRA TIENDA ONLINE
VERMUTZECCHINI.COM | @VERMUTZECCHINI

A partir del 21/ 01
Hotel Wine Fest



Del 21 de enero al 4 de febrero, Barcelona acogerá la tercera edición de este festival –antesala de la Barcelona Wine Week– que invita a descubrir la diversidad vitivinícola nacional a través de experiencias creadas por algunos de los hoteles de cinco estrellas más emblemáticos de la ciudad.

Más información: www.hotelwinefest.com

26-28/ 01
XXIV Madrid Fusión Alimentos de España

El congreso internacional de gastronomía más importante del mundo celebrará su 24ª edición bajo el lema “El cliente toma el mando”, reflejo de una nueva realidad gastronómica en la que el comensal deja de ser pasivo.

Más información: www.madridfusion.net



21-23/ 01
Enotécnica & Olitécnica

La Feria de la Industria de Enología, Viticultura y Aceite de Oliva que se celebrará en Exponor – Feira Internacional do Porto, será el punto de encuentro donde los principales actores de las industrias del vino y del aceite de oliva se darán cita para compartir conocimiento, descubrir tendencias y generar nuevas oportunidades de negocio.

Más información:
www.exponor.pt/enotecnica-olitecnica



10-11/ 01
Veratruf 2026

La Feria de la Trufa de Vera de Moncayo (Zaragoza) se ha consolidado como un referente para los amantes de

la trufa negra y llega este año a su novena edición. Su objetivo es poner en valor un producto del que Aragón es líder mundial en producción.

Más información: www.trufadezaragoza.com

Todo el mes
Pop up de gastronomía libanesa

Hyatt Regency Hesperia Madrid (Paseo de la Castellana, 57) amplía y diversifica su oferta gastronómica, con un *pop up* de comida libanesa de la mano de Olà Beirut, restaurante afincado en Marbella. Disponible en servicio de cena de lunes a viernes y en servicio de comida y cena durante los fines de semana.

Más información: www.hyatt.com



SAMANTHA VALLEJO-NÁJERA SE HIZO CONOCIDA PARA EL GRAN PÚBLICO EN 2013, CUANDO SE ESTRENÓ COMO MIEMBRO DEL JURADO DEL PROGRAMA MASTERCHEF, PERO LLEVA ENTRE FOGONES DESDE LOS AÑOS OCHENTA. CENTRADA EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, TAMBIÉN LIDERA UN RESTAURANTE CON UN SOL REPSOL Y ES EMBAJADORA DE QUESOS CERRATO.



SAMANTHA VALLEJO-NÁJERA

La propia Samantha se define así: “Enamorada de la alimentación sana, el deporte, la naturaleza y las redes sociales. Soy deportista, apasionada de la comida, autora de seis libros y madre de cuatro maravillosos hijos. Descubrí mi vocación por la cocina mientras estudiaba paisajismo. Mi experiencia en gastronomía y restauración comenzó en la cocina del Restaurante Horcher de Madrid, donde entré a trabajar por una apuesta tonta y al final me quedé casi dos años. Después de un tiempo, y haber permanecido una temporada en Londres, estudié en la Escuela de cocina de Paul Bocuse (fundador de la nouvelle cuisine) donde aprendí más sobre cocina y el trabajo en equipo. De ahí me fui a Nueva York, donde me especialicé con Antony Todd en organización y decoración de eventos. En 1995, regresé a España y fundé ‘Samantha de España Catering’, basado en una cocina tradicional, internacional y con un toque de creatividad. Además del catering también tengo Casa Taberna, un restaurante que mezcla tradición y platos cuidados y cinco habitaciones de máxima calidad, espacio y detalles mimados”.

Fue por ese restaurante, ubicado en una casona castellana del siglo XVII en Pedraza, el pueblo segoviano donde pasó los veranos de su infancia, por el que recibió en 2023 un sol Repsol que aún conserva. Pero eso no es todo, Samantha es además embajadora de Quesos Cerrato. La última colaboración con la marca tiene que ver con el aperitivo. La chef propone para ese momento una tabla de quesos basada en una presentación equilibrada que combine texturas, colores y contrastes. Frutas frescas como uvas o pera, frutos secos, orejones y pequeños cuencos con miel o mermeladas completan una tabla que realza las cualidades del queso y aporta dinamismo a la puesta en escena. Samantha señala que la clave está en servir el queso en su punto óptimo: debe atemperarse antes de llegar a la mesa y cortarse en el último momento para conservar su jugosidad. En cuanto a los acompañamientos, apuesta por ingredientes frescos que aporten equilibrio —como el tomate cherry de rama— y recomienda maridar con vinos tintos suaves que acompañen sin ocultar los matices de cada pieza.*

Trayectoria

Samantha Vallejo-Nájera Déroulède (Madrid, 27 de octubre de 1969) inició sus actividades culinarias estudiando y trabajando con el chef español Carlos Horcher en los años ochenta. Luego se trasladó a Nueva York y a Londres y realizó una formación en Lyon con los chefs Paul Bocuse y Juan Mari Arzak. En 1995 fundó ‘Samantha de España Catering’. Desde 2013 es miembro del jurado del programa MasterChef. A finales de 2020 abrió junto a su marido Pedro Aznar, enólogo y director comercial en Bodegas Marqués de Riscal, Casa Taberna en Pedraza (Segovia). Ha escrito varios libros de cocina e imparte talleres y charlas con regularidad.

Entre los mejores del mundo

Monte Real Gran Reserva 2018 de Bodegas Riojanas ha alcanzado el 14º puesto de la lista *Top 100* de los Mejores Vinos del Mundo de Wine

Enthusiast. Este tempranillo posee una nariz directa con expresión de frutas rojas, notas especiadas, apuntes a vainilla, chocolate negro puro y un toque balsámico. Boca jugosa y paladar fluido.



Premio al Mejor Packaging

Finca La Pedrita de Bodegas Murua se caracteriza por su elegancia y elaboración artesanal. Ha obtenido el Premio a Mejor Packaging de Vino Tinto en el Concurso Internacional de Packaging de Vino Premios VID organizado por el Club de Marketing de La Rioja.



Vino artístico

La bodega Jean Leon ha lanzado la nueva añada de su vino más emblemático, Vinya La Scala Cabernet Sauvignon Gran Reserva 2018, el vino ecológico del Penedès Certificado como Vino de Finca Calificada que convierte cada añada en una pieza artística única. Este año una obra de la artista gerundense Assumpció Mateu.

Amplio y exuberante

Legaris Gumiel de Mercado 2020 ECO se elabora con tempranillo ecológico de dos viñedos localizados en el municipio burgalés de Gumiel de Mercado. Un vino muy concentrado, de intenso color cereza picota madura, con aromas de fruta negra sobre un fondo de notas tostadas. Amplio y exuberante en boca, tiene una gran capacidad de guarda.



Homenaje al *terroir* de La Horra

Dominio de Elbio es una nueva referencia de alta gama que toma su nombre de la finca donde nace, enclavada en el renombrado "triángulo mágico" de La Horra, Anguix y Roa, en la provincia de Burgos. Este Ribera del Duero de producción limitada y respaldado por la histórica bodega Chivite, ofrece una experiencia marcada por la elegancia y la profundidad.

NEXT LEVEL UNLOCKED

16-18.02.2026 | IFEMA MADRID

HIP, LA GRAN CITA EUROPEA DE
INNOVACIÓN Y TENDENCIAS HORECA


+60.000
Empresarios y directivos


79%
Decisores de compra


+900
Firmas expositoras


10
Auditorios


+700
Expertos



Para disfrutar

Solista Carinyena de Bielsa Ruano (D.O. Terra Alta) destaca por su color rojo muy intenso y sus aromas a frutas rojas frescas, con notas de roble muy bien integrado y especias como la vainilla. Buena estructura que denota un vino con muchísima complejidad debido a su largo paso por barrica.



Ensamblaje único

La cadena asturiana de distribución Alimerka ha lanzado Perro Ladrador, un vino de Pago de producción limitada. Se trata de un vino ecológico cultivado en la Finca de Élez (Albacete) resultado de un ensamblaje único de cencibel, merlot y syrah. Color rubí brillante, notas lácteas y fondo con ligero toque de humo.

Perfecto equilibrio entre dulzor y frescor



Elaborado con garnacha tinta y criado durante seis meses en madera de roble, Alma de Unx Tinto 2022 de Bodegas San Martín (D.O. Navarra) es potente, estructurado, sabroso y frutal. Destaca el equilibrio entre el dulzor que imprime la garnacha y el frescor que imprime el terruño del que procede.

LIGERO Y FÁCIL DE BEBER



Glu Glu Red 11,5° pertenece a la gama 'My Perfect Match' de Bodegas San Alejandro (D.O. Calatayud). Se trata de un tinto ligero y fácil de beber, pensado para quienes buscan una opción afrutada, fresca y con un bajo contenido alcohólico. Su suavidad y equilibrio lo hacen ideal para compartir en cualquier ocasión.



Oro para un petit verdot

Mainetes Petit Verdot 2023 ha sido reconocido con un Zarcillo de Oro, consolidando la apuesta de Bodegas San Dionisio por esta variedad. Este vino, que ya fue seleccionado entre los 100 mejores de España en los Wines from Spain Awards 2025, posee una intensidad aromática y una estructura tánica que lo hacen único.



MATARROMERA

Carácter sofisticado



WINE MODERATION
ELIGE | COMPARTE | CUIDA



@matarromera
matarromera.es

Vino 'mentiroso'

El Cuentista de Pradorey, elaborado con tempranillo, es el primer blanc de noirs de la

Ribera del Duero. Es un vino diferente, con personalidad, transgresor y con un punto de locura. Llama la atención desde su etiqueta hasta su paso por boca. ¿Es blanco pero sabe a tinto? Sorprende y no defrauda. Sin duda cuenta lo que transmite su imagen.



Alma jerezana

González Byass da la bienvenida a Elisa, un vino blanco de albariza con el que celebran su 190 aniversario rindiendo homenaje a su historia y a su tierra. Elaborado con uva palomino fino del histórico Pago de Carrascal, es un vino elegante y fresco.



EL MEJOR AIRÉN

Las Marianas Airén 2023, el reciente lanzamiento de Antonio Serrano Viticultor, ha logrado un hito significativo para la variedad autóctona manchega al obtener 94 puntos en la rigurosa Guía SeVi 2025, convirtiéndolo en el mejor airén de España por esta guía de vinos. Se trata de un blanco vibrante, con marcado carácter varietal y un claro perfil gastronómico.



PUREZA ATLÁNTICA

Bodega Viña Caeira, el proyecto de Bodegas Familiares Matarrómera en la D.O. Rías Baixas, lanza su nueva añada: Viña Caeira 2023. En boca es fresco, sabroso y equilibrado, con una notable carga frutal y un marcado carácter mineral. Su vibrante acidez aporta viveza, culminando en un largo y persistente final salino y vegetal.

Invita a seguir bebiendo

Lusco es un albariño con D.O. Rías Baixas de nariz muy intensa. Predominan los recuerdos a manzana con notas cítricas. En boca, es un vino muy redondo con el punto de acidez justo, pero a la vez fresco e intenso. Armónico, elegante, te invita a seguir bebiendo.





BOURCEFRANC LE CHAPUS
FRANCE



AMÉLIE
LES HUÎTRES

Sugerencias del mes VINOS ROSADOS Y ESPUMOSOS



Medalla de plata

Arts de Luna Organic Brut es un cava valenciano que se elabora con macabeo y chardonnay siguiendo un proceso de vinificación muy cuidado, respetando los principios de la agricultura ecológica. El resultado es un espumoso elegante y fresco, con una burbuja fina, constante y bien integrada. Medalla de plata en la vigésimo tercera edición de Effervescents du Monde.



Personalidad única

Claror Paratge Qualificat Can Prats Brut Nature 2016 es un cava biodinámico con una personalidad única. En nariz destacan notas de manzana, almendra tostada y sutiles matices minerales que aportan complejidad. En boca es delicado, elegante y envolvente, con buena acidez, cuerpo equilibrado y un final largo y persistente. Un cava muy gastronómico.

TEXTURA MELOSA

La Poda Rosado Tempranillo es un Ribera del Duero fresco y versátil. Criado a más de 750 metros de altitud, es un rosado 100% tempranillo que se caracteriza por sus notas de fruta roja y su textura melosa. Evoca la luminosidad de los veranos castellanos. Ideal para disfrutarlo sin prisas.



Espumoso pionero

Mar de Frades Brut Nature fue el primer espumoso de albariño de la D.O. Rías Baixas. Es un vino de alta gama, con un equilibrio y un volumen excepcionales. La uva albariño le aporta una personalidad propia. Posee una frescura singular y una profundidad que sorprende. Su acidez natural augura una evolución cualitativa a largo plazo.



Equilibrio y armonía

Barons de Rothschild Blanc de Blancs, elaborado exclusivamente a partir de uvas chardonnay, es un champagne directo y fresco, con un final largo y ligeramente salino que deja una sensación de equilibrio y armonía. Es perfecto como aperitivo o para acompañar platos de marisco, vieiras, langosta o lubina.





Da a conocer tu restaurante al Mundo.

Haz saber a los viajeros internacionales que aceptas su tarjeta. El 66 % de los clientes* comprueba si pueden pagar con su tarjeta antes de hacerlo.¹ Muestra estos logos y abrele las puertas a clientes de cualquier parte del mundo.

Para más información o para solicitar tus pegatinas gratuitas, escanea este código:



Contacta con tu proveedor de pagos para asegurarte de que puedes aceptar Discover® Network y Diners Club International®.

*Clientes con tarjetas de Discover® Network y Diners Club International® residentes en Brasil, Corea del Sur, Croacia, Ecuador, Estados Unidos, India, Israel, Japón y Singapur que hayan viajado al extranjero en los últimos 36 meses.

1. Estudio realizado por C+R Research a 1356 clientes Discover, noviembre de 2023, por encargo de DFS Services LLC.



Excepcional cata a ciegas en Marbella

II Edición de Éclat de Champagne



Un distinguido grupo de expertos internacionales – sumilleres, periodistas y apasionados del champagne entre los que se encontraba la revista *Vinos y Restaurantes*– participó en la segunda edición de este evento organizado conjuntamente por Puente Romano Marbella y Marbella Club. Gosset Celebris 2012 fue elegido el mejor champagne y destacará durante los próximos diez años en las cartas de ambos hoteles.

La última semana de noviembre, Marbella Club acogió la segunda edición de Éclat de Champagne, una exclusiva cata a ciegas creada conjuntamente por Marbella Club y Puente Romano Marbella, que *Vinos y Restaurantes* no quiso perderse. Este evento anual reúne a un selecto jurado formado por jueces internacionales de concursos de vino, periodistas especializados, Masters of Wine, sumilleres, creadores de contenido y clientes apasionados del champagne, consolidándose como una de las citas vinícolas más especiales del año en la Costa del Sol.

La cata, dirigida por Alejandro Marcos, responsable del programa de vinos de Puente Romano Marbella, y Ángel González, Head Sommelier de Marbella Club, reunió a más de 40 participantes, quienes evaluaron a ciegas una selección de champagnes de añadas actualmente en el mercado, comprendidas entre 2012 y 2018. Entre esos champagnes se encontraban algunos de los más reconocidos del mundo, todos ellos con un nivel excepcional que hizo del proceso de selección uno de los más reñidos hasta la fecha.



Los champagnes participantes fueron:

- Gosset Celebris 2012 – *Primer Clasificado*
- Krug Grande Cuvée 173 Édition – *Segundo Clasificado*
- La Grande Année, Bollinger 2015
- Dom Ruinart 2013 – *Tercer Clasificado*
- Dom Pérignon 2015
- La Grande Dame, Veuve Clicquot 2018
- Belle Époque, Perrier-Jouët 2014
- Cristal, Louis Roederer 2016
- Comtes de Champagne, Taittinger 2013
- Sir Winston Churchill, Pol Roger 2018
- Delamotte Blanc de Blancs Millésime 2018
- Billecart-Salmon Cuvée Nicolas François 2012



Destino gastronómico todo el año

Galardonado como el Mejor Resort de España, el Mejor Hotel Lifestyle en España y la Mejor Gestión de Bodega en Grupo de Restauración, Puente Romano Marbella es un destino mediterráneo durante todo el año en la Milla de Oro de Marbella. Miembro de The Leading Hotels of the World, el resort se extiende sobre 55.000 m² de jardines subtropicales junto a la playa entre

Marbella y Puerto Banús. Además, es un destino gastronómico con más de 20 restaurantes y bares, incluidos Nobu, Coya, Cipriani, Gaia, Leña Dani García, Sea Grill, El Pimpi Marbella y Chiringuito Puente Romano. A ello se suma una bodega en constante evolución con más de 1.300 etiquetas seleccionada por sumilleres galardonados y formados en WSET. *

Más información: www.puenteromano.com



El champagne ganador: Gosset Celebris 2012

Tras un riguroso análisis sensorial y un proceso completamente a ciegas, Gosset Celebris 2012 fue elegido el mejor champagne de la edición por su extraordinaria elegancia, equilibrio y profundidad. Los otros dos champagnes mejor valorados fueron Krug Grande Cuvée 173 Édition, que alcanzó el segundo puesto y Dom Ruinart 2013, que quedó en tercer lugar.

El champagne ganador será incorporado, y permanecerá durante los próximos diez años, en las cartas de vinos de todos los restaurantes de Marbella Club y Puente Romano Marbella, reforzando el compromiso de ambos hoteles con la excelencia enológica y la gastronomía de alto nivel.





Vodka alpino

La última innovación del vodka francés Grey Goose es el ultra-premium Altius, elaborado con agua de manantial de los Alpes franceses. Altius recrea los extraordinarios y naturales efectos de las temperaturas de alta montaña para conseguir un vodka increíblemente suave con sutiles notas de mineralidad.

Llega a España

Jack Daniel's anuncia el lanzamiento en España de Jack Daniel's 10-Year-Old Tennessee Whiskey. Ofrece intensos aromas de manzana cocida y caramelo, acompañados de delicadas notas de roble. En boca destacan los matices de melaza, chocolate y especias, con un final largo, cálido y sedoso.



Destilada en Galicia

Vánagandr London Dry está destilada en alambique de cobre siguiendo la experiencia artesanal del destilado en Galicia. En nariz es intensa y muy compleja, destacando el carácter fresco del enebro con notas sutiles de cítricos y especias. En boca es fresca y vibrante.

NUEVA IMAGEN

The Macallan, referente del whisky escocés de malta, ha renovado la imagen de sus referencias y colecciones atemporales entre las que se encuentra Macallan 12 años, conocido por su equilibrio, calidad y rica herencia, arraigada en métodos tradicionales y una cuidadosa selección de barricas.



El tequila más fino del mundo



Patrón El Alto, elaborado a partir del mejor agave azul weber 100% cultivado en los Altos de Jalisco (México), es la culminación de más de cuatro años de meticuloso trabajo, logrando crear el tequila más fino del mundo, de una suavidad extraordinaria. Destaca además por un perfil de sabor refinado, acentuado con sutiles notas de higos, miel, caramelo, frutos secos y vainilla.



JOYA VERSÁTIL

Crystalgold es la nueva joya del célebre whisky escocés Chivas Regal que une tradición, innovación y elegancia. Combina la frescura de una bebida espirituosa clara con la profundidad de una bebida envejecida en roble. Perfecto para disfrutar solo, con hielo o en un cóctel.



Martin Miller's Gin se une de nuevo a Andrés Velencoso, esta vez de la mano de su firma de moda masculina Ooto (Out Of The Office), para crear una pieza única: un abrigo que encarna los valores de ambas marcas, bajo la dirección creativa del modelo y actor español. Se vende en un pack exclusivo junto a una botella de Martin Miller's Gin Original.



Pieza de arte cinético

Absolut Haring celebra la colaboración entre Absolut Vodka y el legado artístico de Keith Haring. La botella reproduce las figuras danzantes y líneas características del artista sobre un fondo amarillo brillante que pone en relieve el icónico azul de Absolut. Cada botella es una pieza de arte cinético.



Código 1530 Reposado es un tequila de lujo artesanal que destaca por su elegancia y sofisticación. Gracias a su envejecimiento de 6 meses en barricas de vino cabernet, cada sorbo de Código 1530 Reposado ofrece una experiencia sensorial equilibrada. Sus notas finales convierten cada brindis en un momento especial, ideal para cenas, celebraciones o encuentros donde se busca un toque exclusivo y memorable.



Nacido en Cuba

Nacido del corazón de Cuba y elaborado por los Maestros del Ron Cubano, Havana Club Origen encarna el equilibrio perfecto entre tradición y modernidad, ofreciendo un sabor redondo, suave y con notas de caramelo, miel y frutos secos. Puede disfrutarse solo, con hielo o en cócteles que realzan su esencia, como un clásico Cuba Libre o un refinado Old Fashioned Cubano.



BORJA DOMÍNGUEZ mantiene el legado familiar

Borja – tercera generación de la familia Domínguez– ha empezado a dirigir el mítico Kiosko Universal. Fundado en 1973 por su abuelo, es uno de los locales más queridos del mercado de La Boquería de Barcelona por su cocina sencilla elaborada con producto fresco y de proximidad, como el salteado de setas de temporada, la parrillada de marisco, o el pulpo a la gallega cocido en casa.



DIEGO GALLEGOS se alía con Ruinat

Gallegos ha diseñado un menú especial, Sollo x Ruinat, disponible para grupos privados en el espacio de I+D de su estrellado restaurante Sollo, ubicado en Fuengirola (Málaga). Su cocina, basada en pescados de río y vegetales de producción propia, refleja la misma filosofía que inspira a Ruinat Blanc Singulier: reinterpretar lo conocido frente a un entorno cambiante y dar vida a nuevas expresiones sin perder la esencia del *terroir*.

LORENA BOTÍA toma las riendas de Amapola



Formada junto a Martín Berasategui y con experiencia en espacios de alta cocina como el rooftop Edge del Hotel El Fuerte Marbella dirigido por Paco Pérez, Lorena Botía es la nueva chef ejecutiva de Amapola, el restaurante gastronómico del Grand Hyatt La Manga Club Golf & Spa. La joven chef murciana representa una nueva generación de cocineras que unen técnica, sensibilidad y una profunda conexión con el territorio.

ÓSCAR GARCÍA anuncia nuevo proyecto

El cocinero soriano declara: “he decidido escuchar al corazón y lo que me apetece ahora es volver al sitio donde nací, al paraje que me hace más feliz, para poder seguir haciendo felices a los demás”. Es por ello que ha decidido cerrar Baluarte (con una estrella Michelin y dos soles Repsol) y abrir una casa de comidas en la montaña soriana, en Vinuesa, su localidad natal, que se llamará Baluarte Quintanarejo.





ENEKO ATXA

diseña un menú que sabe y siente bien

El galardonado chef ha diseñado el menú Basque OrgániKo, avalado por el nutricionista Alejandro Sánchez. En él explora cómo el placer gastronómico puede convivir con el bienestar, con platos en los que prevalece la proteína y en elaboraciones ligeras que se disfruten y tengan un aporte nutricional completo al mismo tiempo. Disponible en los restaurantes Eneko Basque de los hoteles Radisson RED Madrid, Radisson Collection Hotel, Magdalena Plaza Sevilla y Radisson Collection Hotel, Gran Vía Bilbao.

HIDEKI MATSUHISA

protagoniza Saltsa Nostra



El chef japonés del restaurante barcelonés Koy Shunka (1 estrella Michelin), protagoniza el segundo volumen de Saltsa Nostra, la propuesta editorial de género *noir* que fusiona misterio, acción, cultura gastronómica y recetas originales. En este segundo volumen, el viaje gastronómico y cultural discurre desde el Japón del siglo XVIII hasta la Barcelona contemporánea a través de una historia que combina datos reales y elementos de leyenda.

PAOLO CASAGRANDE

liderará un nuevo restaurante



El Grupo Orobianco abrirá en Barcelona un nuevo proyecto en el espacio del desaparecido Teatro Kitchen & Bar. Contará con la dirección gastronómica de Paolo Casagrande, chef de Lasarte (Barcelona), con tres estrellas Michelin, y director gastronómico del grupo Orobianco. El nuevo espacio ofrecerá carta y menú degustación con propuestas desenfadadas pero elegantes, que dialogan entre el Mediterráneo y otras cocinas del mundo sin olvidar las raíces.

PAULO AIRAUDO

traslada Amelia

El restaurante Amelia by Paulo Airaudó, galardonado con dos estrellas Michelin, se traslada al Hotel María Cristina, a Luxury Collection Hotel de San Sebastián. La llegada de Amelia representa una simbiosis perfecta entre la elegancia atemporal del hotel y la propuesta vanguardista del chef argentino de raíces italianas que ha hecho de San Sebastián su hogar desde 2017.





SIGUE BRILLANDO

El restaurante Les Moles, a cargo de la familia Castell Sauch, osenta un año más una estrella Michelin y otra verde en la Guía para España 2026. El chef autodidacta Jeroni Castell lleva al frente tres décadas ofreciendo una propuesta gastronómica en constante evolución, pero siempre con la materia prima local como base.

LES MOLES

Ctra. La Sénia, Km. 2 · 43550 Ulldecona (Tarragona)
Tel.: 977 573 224 · www.lesmoles.com

Auténtico omakase japonés



Los hermanos chilenos Jonathan y Robby Jara firman una experiencia omakase dedicada al sushi (sashimis, makis, uramakis, futomakis y nigiris elaborados con los más diversos pescados) para solo 14 comensales que sorprende por su técnica y elegancia y por los productos de altísima calidad utilizados, muchos importados directamente de Japón.

JARA OMAKASE & SUSHI

Pàdua, 108 · 08006 Barcelona
Tel.: 632 615 397
www.jarasushi.com



La montaña es protagonista

Ubicado en una casona tradicional de piedra en Salardú (Lleida), a solo tres kilómetros de Baqueira Beret, Fandango Baqueira vuelve a ofrecer esta temporada su inconfundible mezcla de cocina de montaña, ambiente y experiencias que lo han convertido en un imprescindible de la zona. Este año estrena un nuevo espacio *après-ski* en su jardín exterior con chimenea zona *chill* y una *food truck* para el disfrute informal.

FANDANGO BAQUEIRA

Carrer dera Mola s/n · 25598 Salardú (Lleida) · Tel.: 683 103 342
www.fandangobaqueira.com

COMO EN CASA

Más que “un nuevo restaurante”, Keli se plantea como una casa madrileña, con biblioteca, salón, cocina, bodega y sala de juegos. Con horario ininterrumpido desde el mediodía hasta la madrugada, a nivel gastronómico propone una cocina española honesta, con guisos y platos que saben a casa reinterpretados con respeto y técnica: albóndigas con gambitas, gallina en pepitoria o pargo a la madrileña.

KELI

Paseo de la Castellana, 12
28046 Madrid
Tel.: 663 644 443
www.kelirestaurant.com





NUEVO EDÉN GASTRONÓMICO

El nuevo Chic by Rosi La Loca nace como el nuevo edén del Barrio de las Letras. Aquí la fantasía, la tentación y la locura conviven en perfecta armonía, el efecto 'wow' no espera al primer plato: aparece con solo entrar. Un espacio único donde disfrutar de una cocina mediterránea con guiños fusión que no renuncia a lo tradicional.

CHIC BY ROSI LA LOCA

Cadiz, 7 A · 28012 Madrid · Tel. 910 075 056 · www.chicbyrosilaloca.com

Viaje a la auténtica cocina siciliana



La materia prima de los platos de Bedda Madre –inaugurado el pasado noviembre en la localidad barcelonesa de Castelldefels– viaja desde Sicilia. Una materia que el chef siciliano Gaspare Citarella transforma en delicias como los arancini rellenos a mano, el cuscús de pescado real o los spaguetti al fuego. Más de una docena de pizzas y postres caseros completan la oferta.

BEDDA MADRE

Av. de la Constitució, 89 · 08860 Castelldefels (Barcelona)
Tel.: 610 996 515 · @bedda_madre_bcn

Vigésimo aniversario



Rubaiyat Madrid celebra dos décadas como icono de la parrilla elegante en la capital con una reforma integral firmada por Alejandra Pombo y el impulso de Diego y Víctor Iglesias, tercera generación de la familia, potenciando su esencia y concepto pionero en la capital.

RUBAIYAT MADRID

Juan Ramón Jiménez, 37 · 28036 Madrid · Tel.: 913 591 000 · www.gruporubaiyat.com/es



Para personas con o sin intolerancias

El segundo local de Pötstot en Barcelona se consolida como un espacio acogedor ideal para todos. Su propuesta –100% vegana y sin gluten, sin riesgo de contaminación cruzada– recupera la esencia de la cocina mediterránea clásica con platos elaborados artesanalmente: croquetas, canelón trufado, arroz D.O. Delta del Ebro con setas, y postres caseros como el cheesecake de anacardos.

PÖTSTOT

Pintor Fortuny, 32 · 08001 Barcelona · Tel.: 938 574 481 · www.potstot.com



Nuevo *listening bar* de moda

El restaurante Salsa abre un segundo espacio en la zona alta de Barcelona manteniendo la esencia del primero pero con espacios inspirados en un *listening bar*. Santiago Giralt firma una propuesta culinaria sorprendente que une México y Cataluña con platos como la ensaladilla pacífico o el tartar de corvina.

SALSA

Muntaner, 124
08036 Barcelona
Te.: 933 506 424
www.restaurantesalsa.es

Viaje por China en cada bocado

Zhen ha abierto sus puertas con el objetivo de convertirse en el referente de la cocina china en la capital a través de los platos más representativos de Cantón, Shanghái, Pekín, Sichuan... como las Costillitas de cerdo ibérico en salsa de ciruela o el Lotus relleno de arroz glutinoso con miel, que se degustan en un local con tres alturas y una cuidada estética.

ZHEN Paseo de la Castellana, 179 · 28046 Madrid · Tel.: 910 575 185



COCINA DE BARRACA



Aquí encontraréis fusionadas las mejores cocinas tradicionales del Empordà (Girona) y del País Valencià, tierras de acogida y origen del chef Jordi Garrido. El resultado es una 'cocina de barraca', en alusión a los ingredientes que se obtenían alrededor de esas construcciones típicas de la huerta valenciana. Las hortalizas, el arroz, el fuego y las brasas son la base de la propuesta.

SOCA-REL

Carrer Ramal, 74 · 17124 Llofriu (Girona) · Tel.: 872 581 076 · www.socarelemporda.com



CALÇOTADES FRENTE AL MAR

Mamut Beach Club, ubicado en Viladecans (Barcelona), inicia la temporada de calçots con una propuesta única: el Menú Calçotada que combina la autenticidad de la tradición catalana con productos de proximidad acompañados de succulentos arroces y carnes a la brasa, en un entorno único, a tan solo 15 minutos de Barcelona y a solo 100 metros del mar.

MAMUT BEACH CLUB

Camí de la Murtra, s/n · 08840 Viladecans (Barcelona)
Tel.: 663 610 861
www.mamutbeachclub.com

RECOMENDADO POR MICHELIN



CheChe, dirigido por los hermanos María y Pedro Moya, ha sido incorporado oficialmente a la lista de restaurantes recomendados por la Guía Michelin 2026. Su propuesta –con una visión *slow food*– se centra en el producto de mercado, con una base tradicional enriquecida con toques internacionales. Ofrece carta y un menú degustación disponible también con maridaje. Atención a los ‘fuera de carta’ y a los postres.

CHECHE

Passeig Marítim, 280 · 08860 Castelldefels (Barcelona)
Tel.: 936 651 887 · www.checherestaurant.es



La pizza napolitana es la reina

Número Diez rinde homenaje a la Nápoles de Maradona y a la auténtica cocina napolitana con la pizza como reina absoluta. Y es que su creador, Emmanuele Stevanato, pretende mostrar al público barcelonés lo que los italianos comen en casa, con platos como las albóndigas de la abuela al estilo napolitano; los ñoquis a la sorrentina o los fettucine en salsa de anchoas.

NÚMERO DIEZ

Capità Arenas, 62 · 08034 Barcelona · Tel.: 617 348 450 · [@numerodiezpizza](https://www.numerodiezpizza.com)

Propuesta castizo-andaluza



Con vistas a Las Ventas, esta taberna madrileña con acento del sur es un homenaje a los platos populares –rabo, oreja, callos, ensaladilla, mollejas, chacinas...– que rodean a este festejo. Un local imprescindible para los amantes de la cocina castiza bien hecha sean o no taurinos. De jueves a sábado, la experiencia se completa con música en directo.

CASA TORO

Julio Camba, 5 · 28028 Madrid · Tel.: 676 745 293 · www.casatoro.es

Sabores de temporada en las alturas

Los chefs Fran Vicente y Pablo Verdúñez, fusionan tradición mediterránea y técnica de vanguardia en su carta estacional. Entre los platos destacan el Bourguignon de atún rojo y el Arroz meloso de carrilleras ibéricas. Por supuesto, con las mejores vistas de Madrid que se divisan desde la planta 33 de Torre Emperador Castellana.



ELKAR

P.º de la Castellana, 259D, Planta 33 · 28046 Madrid · Tel.: 639 184 558 · www.restauranteelkar.com



PICADOR

Oda al sabor del sur

Bajo la dirección del chef Juanjo Solano, Picador, el restaurante de La Zambra Resort en Mijas (Málaga) presenta una propuesta que reinterpreta la tradición andaluza con técnica, sensibilidad y alma contemporánea. Entre las nuevas incorporaciones destaca la Merluza, tartar de gambón y gazpachuelo andaluz.

La Zambra Resort

www.lazambrahotel.com/es/restaurantes/picador



AMAR BARCELONA

Fusión de lo casual y lo exclusivo

El restaurante de Raza Zafra y El Palace Barcelona ha estrenado 'La Burguersía', un concepto que aúna lo casual y lo exclusivo: comer una hamburguesa en un espacio de lujo. La protagonista es una hamburguesa de carne de wayu de 100g en un brioche de patata muy aéreo con cebolla frita, jalapeños, cheddar y una salsa especial. La experiencia se completa con una cuidada carta de vinos, champagnes, cavas y cócteles.

El Palace Barcelona

www.hotelpalacebarcelona.com/es/amar-barcelona-rafa-zafra



MOMENTS

Tierra, mar y memoria

Esos tres conceptos resumen el nuevo menú creado por Carme Ruscalleda y Raül Balam, para acercar una vez más el paisaje de temporada al plato. Encontramos delicias como el áspic de gambas o el cordero escabechado acompañado de puré de calabaza, setas de cultivo crudas y pipas de calabaza.

Mandarin Oriental, Barcelona

www.mandarinoriental.com/es-es/barcelona



LEÑA BARCELONA

Un año de éxito

El restaurante Leña del chef Dani García abierto en el hotel Grand Hyatt Barcelona cumple su primer aniversario consolidado como un nuevo referente en la capital catalana.

Leña Barcelona ha ardido con ganas con una propuesta gastronómica aliñada con la cultura y las tradiciones catalanas. Así, el restaurante ha logrado conectar con el público local y posicionarse como uno de los espacios más dinámicos del panorama gastronómico barcelonés.

Desde su inauguración el 2 de diciembre de 2024, el restaurante de cocina al fuego de Dani García ha demostrado una capacidad singular para combinar creatividad culinaria con sensibilidad cultural, desplegando una intensa agenda de acciones en fechas marcadas como Sant Jordi, Pascua o La Mercè, que lo han integrado plenamente en la vida social y gastronómica de la Ciudad Condal.

“Barcelona ha sido una ciudad que nos ha recibido con los brazos abiertos. Ver cómo Leña se ha integrado en su tejido gastronómico y social



ha sido emocionante. Cada hamburguesa servida, cada evento compartido, es un paso más en esta historia que estamos escribiendo juntos”, afirma Dani García.

Y es que han sido más de 27.000 las hamburguesas vendidas en el restaurante desde su apertura, posicionando la hamburguesa de Leña como uno de los platos más deseados de la ciudad. Además, el aguacate de Málaga a la brasa, el foie para untar en forma de manzana (y homenaje a Blumenthal), los siete cortes distintos



de carne expuestos en la vitrina, los yakipinchos, el pretzel de ternera ahumada y la exclusiva tarta di Rose (sólo 50 unidades cada día y homenaje al chef italiano Matías Perdomo) son algunos de los *hits* del restaurante que llegaron para quedarse. Unos platos que ya han probado más de 67.241 personas –incluyendo desde celebridades internacionales hasta figuras destacadas del mundo gastronómico, empresarial, cultural y social– convirtiendo a Leña en uno de los espacios más visitados del último año.*

ERRE & URRECHU BARCELONA

Cena solidaria

El restaurante insignia de brasas de Torre Melina Gran Meliá, reconocido por su imponente bodega vista, sus parrillas Josper a fuego vivo y su carta que rinde homenaje a la cocina tradicional española con un enfoque contemporáneo, fue el escenario elegido el pasado 21 de noviembre para llevar a cabo una cena solidaria a seis manos. Íñigo Urrechu (Chef Erre & Urrechu) y Pere Nacarino (Chef Ejecutivo Erre & Urrechu Barcelona), recibieron en su cocina a Andrés Torres, chef y fundador del restaurante Casa Nova y la ONG Global Humanitaria, con el objetivo de recaudar fondos para paliar la hambruna que sufre Gaza.



Pere Nacarino, Andrés Torres e Íñigo Urrechu

La cena a seis manos fue un reflejo de la sinergia de los tres chefs, que comparten una misma filosofía: el respeto absoluto por la materia prima, el valor de la sencillez y lo auténtico y una profunda vocación de servicio desde la cocina. El resultado, trece platos

honestos, creativos y profundamente conectados con el territorio y el propósito como el Pani Puri con crema de yogur natural y remolacha de Casa Nova; o la Royal de puerros asados a la leña de vid con meloso de Bacalao Tellagorri, de Urrechu.

Torre Melina Gran Meliá

www.melia.com/es/hoteles/espana/barcelona/torre-melina-gran-melia



DE LA TIERRA

La sierra gaditana en el plato

En el restaurante del Hotel Fuerte Grazalema, ubicado en la Sierra de Cádiz, el chef Alejandro Rivera propone una cocina honesta y sabrosa, basada en productos de cercanía y recetas tradicionales reinterpretadas con delicadeza. En su carta, disponible también para clientes no alojados en el hotel, destacan platos elaborados con ingredientes de la sierra como el queso payoyo o las tagarninas.

Fuerte Grazalema

www.fuertehoteles.com/hotel-fuerte-grazalema

RINCÓN DE JUAN CARLOS, IL BOCCONCINO Y SAN HÔ



Máximo nivel

El Rincón de Juan Carlos, San Hô e Il Bocconcino, con dos estrellas y una estrella Michelin respectivamente, sitúan al resort tinerfeño Royal Hideaway Corales Resort 5* GL en la primera línea de la alta cocina. Su trabajo se traduce en una propuesta gastronómica de máximo nivel, donde técnica, creatividad y producto local se combinan para definir una oferta culinaria sólida, diversa y plenamente arraigada al territorio.

Royal Hideaway Corales Resort

www.barcelo.com/es-es/royal-hideaway-corales-resort



BESO BEACH SITGES

Bocados mediterráneamente sabrosos

Beso Beach Sitges se encuentra en uno de los hoteles más icónicos de Sitges, una población barcelonesa conocida por sus playas mediterráneas y su kilométrico paseo marítimo. Con privilegiadas vistas al Mediterráneo, Beso Sitges es todo un oasis de tranquilidad donde disfrutar de la brisa marina de la mano de la mejor gastronomía mediterránea. La propuesta gastronómica inspirada en el mar y el fuego, fusiona lo mejor de la cocina catalana y vasca. Atrevida, personal y con un punto de locura, la carta está llena de platos elaborados con materia prima de calidad premium que buscan preservar el sabor más puro utilizando alimentos sin aditivos.

En definitiva, un entorno y una carta que permiten vivir una poderosa experiencia *foodie*.

ME Sitges Terramar

www.melia.com/es/hoteles/espana/sitges/me-sitges-terramar/restaurantes/restaurante-beso



Jordi Domènech



REVERSIBLE

Viaje por la cocina regional catalana

La Mesa del Chef, la nueva experiencia de Reversible diseñada para grupos de 4 a 10 comensales, invita a descubrir a través de 15 pases los sabores de Cataluña. No faltan clásicos como la exqueixada de bacalao (reinterpretada con kokotxas y pilpil) o una delicada coquette de caldo escudella con terrina de carn d'olla y galets, junto a butifarra blanca y negra. Un viaje gastronómico guiado por el chef Víctor Alfageme, que prepara cada plato frente a los comensales.

Hotel Indigo Plaza España by IHG
www.reversiblebarcelona.com

KALMA



Para disfrutar despacio

Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center nos invita a disfrutar de cada plato sin prisas en su restaurante Kalma. Entre ellos, el lomo de rape, todo un ejercicio de sofisticación: salsa blanca de pescado, puré de apionabo, aceite de clorofila, brotes tiernos y crujiente de placton; o el solomillo de ternera con salsa de mole, mazorca de maíz en mantequilla y puré de guisantes.

Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center
www.marriott.com



Un preámbulo placentero

El aperitivo en nuestro país es el preámbulo de la comida y en Italia el de la cena. Una manera de prepararnos para lo que vendrá pero que en muchas ocasiones disfrutamos incluso más. Además, actualmente ha evolucionado hasta convertirse en un momento gourmet que invita a saborearse y a disfrutarse sin prisas, especialmente si es al aire libre y en buena compañía.

APERITIVO GOURMET



Actualmente los consumidores buscan experiencias más pausadas, auténticas y de calidad, y en nuestro país una de ellas es el aperitivo, un momento social por excelencia. Es esa pausa antes de comer que se ha convertido en todo un ritual: compartir una mesa con amigos o familia y disfrutar de una conversación acompañada de algo de picar. Y es que si bien el tapeo es algo muy español,

el aperitivo —o salir “a tomar el vermouth” como dicen muchos—, también es uno de nuestros deportes favoritos. Es una costumbre maravillosa esa de quedar en torno a la 1 del mediodía —si tiene que ser un poco antes o después, se acepta, e incluso como previa a la cena como hacen los italianos— para picar algo e ir abriendo el apetito.

Cada región lo vive a su estilo

El aperitivo es de esas cosas que en España se viven sin manual de instrucciones. Lo com-

partimos todos, pero nadie lo hace igual. En cada región cambia el nombre, la hora, el ritmo y hasta la tapa... pero la esencia siempre es la misma: estar juntos, disfrutar de lo cotidiano y brindar porque sí. Txikiteo, tardeo, tapeo, aperitivo o vermut: cada región lo vive a su estilo, pero todas comparten lo mismo. La autenticidad. La cercanía. Esa sensación de que no te hace falta nada más que estar con los tuyos y saborear lo que ya tienes delante. Gin MG ha analizado algunas regiones y nos ofrece algunas recomendaciones:

Virrey Restaurante (Madrid)



Txikiteo en Euskadi / Poteo en Navarra

En el norte, el aperitivo se traduce en movimiento constante: cuadrillas que saltan de taberna en taberna, barras de madera, ambiente cercano y pintxos que vuelan.

Recomendación Gin MG: La Destilería, en pleno centro de Bilbao y a un paso de la calle Pozas, es ese lugar donde la copa se disfruta mejor: en una calle peatonal, sin tráfico y al aire libre.

Dirección: Indautxu Kalea, Abando, 48010 Bilbao, Bizkaia.

Vermut en Madrid y Barcelona

La hora del vermut se convierte en religión: plazas llenas, bares de barrio, tapas que se alargan y sobremesas que parecen no terminar nunca.

Recomendación Gin MG: En pleno barrio de Chamberí, The Dash es un local que apuesta por una coctelería clásica, sin demasiadas florituras y donde lo realmente importante es el destilado.

Dirección: C/ de Murillo, 5, Chamberí, 28010 Madrid.

Recomendación Gin MG: Gabatxo es un bar que mezcla lo local y lo internacional con un punto irreverente. Aquí los combinados se sirven sin prisas, acompañado de tapas creativas y un ambiente que in-

vita a quedarse de sobremesa hasta que cae la tarde.

Dirección: Carrer d'Enric Granados, 115, 08008 Barcelona.

Tardeo en Levante (Comunidad Valenciana, Murcia y parte de Cataluña)

Bajo el sol mediterráneo, el tardeo arranca en las terrazas frente al mar y puede alargarse hasta la madrugada sin darte cuenta.

Recomendación Gin MG: La Famosa Taberna es más que un lugar para comer y beber: es un espacio de encuentro para los amantes de las tapas y las experiencias memorables.

Dirección: Av. del Rector José Loustau, 8, 30006 Murcia.

Tapeo en Andalucía (y parte de Extremadura)

En el sur, cada bebida va acompañada de tapas, improvisación y comidas largas en casas de pueblo o bares familiares.

Recomendación Gin MG: El Pintón, una coctelería de autor en pleno corazón de la capital hispalense, donde cada copa es una obra de arte que sabe a puro sur.

Dirección: C/ Francos, 42, Casco Antiguo, 41004 Sevilla.

Cocana Hotel (Sunset Hospitality Group)



Ruta por vermuterías de la capital

El Mapa ilustrado de vermuterías de Madrid, presentado el pasado mes de diciembre, es un proyecto editorial impulsado por la Academia Madrileña de Gastronomía con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid. Este Mapa localiza algunos de los mejores espacios donde vivir el ritual del vermut. Un itinerario por direcciones esenciales de barrios como Chamberí, Malasaña, Lavapiés, Chueca o Las Letras que ofrece datos sobre cada establecimiento y sus especialidades.

Bodega de la Ardosa, Casa Alberto, Casa Camacho "Yayos", El Anciano Rey de los Vinos, Bodegas Rosell, Bodegas Alfaro, Taberna Ángel Sierra, Bodegas El Maño, Casa Maravillas, Hermanos Vinagre o Sifón Bodega Colmado son las 15 barras seleccionadas para disfrutar de este plan tan madrileño. El mapa ilustrado, que está disponible en español e inglés y cuenta con códigos QR que permiten ampliar la información de cada una de las paradas, podrá descargarse próximamente en la web de la Academia.

Sangrías premium

La sangría no solo es para guiris a pesar de que durante años los españoles renegamos de ella y los *wine*lovers más puristas lo siguen haciendo. Es un cóctel vínico lleno de historia, que tiene múltiples versiones y variantes pero lo bueno es que no solo puede hacerse en casa, ya que actualmente existen en el mercado sangrías premium listas para consumir. Las sangrías premium son elaboradas directamente por las bodegas, utilizando vinos de gran calidad macerados con frutas frescas de temporada. Estas sangrías vienen embotelladas y listas para disfrutar, solo necesitas añadir hielo. Lo que hace especial a estas sangrías es su enfoque en resaltar el vino como el protagonista principal. A diferencia de otras variedades de sangría, las premium suelen prescindir de añadir licor adicional, dejando que el vino y las frutas sean los verdaderos protagonistas de la bebida. Esto permite disfrutar de los matices y sabores de un vino de alta calidad en cada sorbo. Al elegir una sangría premium, puedes confiar en que estás optando por una experiencia refinada y única. Cada botella ha sido cuidadosamente elaborada, siguiendo una receta tradicional que resalta la calidad del vino utilizado. Desde los aromas tentadores hasta los sabores equilibrados, las sangrías premium están diseñadas para satisfacer los paladares más exigentes y es que aunque no lo creas, la sangría ocupa el puesto 11 en el ranking de las mejores bebidas del mundo según la CNN.





Spritz, el aperitivo de moda

El Spritz, especialmente el Aperol Spritz, es el aperitivo de moda en España, una bebida italiana refrescante y burbujeante a base de Aperol, Prosecco (o cava), un chorrito de soda y una rodaja de naranja. Las naranjas dulces y amargas dominan el paladar, y se fusionan con notas herbales que provocan una entrada dulce y un final amargo equilibrado. Para disfrutarlo correctamente, Juan Carlos Muñoz, presidente de la FABE, aconseja “hielo, dos partes de Spritz, una parte de sifón y una rodaja de naranja”. Lo mejor para maridar, según Juan Carlos, es con embutidos, quesos frescos y semicurados.

Casa Leopoldo - Barcelona



Cerveza, la compañera ideal

En España nos gusta especialmente tomarla como preámbulo de la comida.

En líneas generales, existen dos grandes familias de cervezas, que tienen que ver con la temperatura de fermentación de los mostos: alta y baja. Dentro de cada una, se pueden encontrar muchas variedades, dependiendo del lugar de origen o de los métodos de elaboración.

Una buena fermentación debe descomponer los azúcares y el almidón en alcohol y gas carbónico, que al desprenderse formará una espuma brillante que permanecerá en el tiempo antes de desaparecer, además de dejar su huella en forma de aros en las paredes del recipiente.

En los últimos años han adquirido importancia, sobre todo en España, las variedades sin alcohol. Estas cervezas se pueden obtener por dos métodos: por una parada en la fermentación o extrayendo el alcohol a través de procedimientos físicos.

Cerveza & jamón: pareja perfecta

Un buen jamón ibérico puede convertirse en un auténtico aperitivo gourmet por sí solo, pero si buscamos una bebida informal que lo acompañe, la cerveza es sin duda una compañera ideal. Y es que la carbonatación y amargor de la cerveza cortan la grasa y limpian el paladar, mientras que la malta y el lúpulo resaltan el umami y la complejidad del jamón, creando un equilibrio perfecto entre lo salado, graso y umami del jamón, y lo refrescante, amargo y a veces dulce de la cerveza. Las cervezas lager, tostadas o negras, así como las artesanales, son ideales para contrastar o complementar los matices del jamón.

La Catorce- Hotel SmartRental Collection Gran Vía Capital



Zarro



Cómo servir el vermut en casa como un experto

Aprender a preparar y maridar el vermut es clave para emular la experiencia de un auténtico bar madrileño. Juan Carlos Muñoz, presidente de la FABE (Federación de Asociaciones de Barman de España), comparte de la mano de Vermut Zarro algunos consejos clave para servir esta bebida como un experto.

Para el vermut rojo, "lo ideal es servirlo en un vaso bajo, con un par de cubos de hielo y una piel de naranja", recomienda Juan Carlos Muñoz. "En los días más calurosos, un toque de sifón lo hace aún más refrescante", añade. Además, sugiere acompañarlo con una gilda madrileña, embutidos ibéricos o quesos curados.

El vermut sin alcohol es perfecto para combinarlo "con quesos suaves y semicurados o frutos secos", según el experto. Juan Carlos Muñoz aconseja servirlo igual que el vermut rojo.

En el caso de un vermut con más cuerpo, como los Reserva, su sugerencia es "servirlo en un vaso de media combinación, una piedra de hielo y piel de limón, añadiendo una gota de bitter an-gostura". Muñoz también explica que el mejor aperitivo para maridarlo son los quesos curados e intensos o los encurtidos, como "unas aceitunas aliñadas y pepinillos".

Para servir el vermut blanco, Juan Carlos sugiere servirlo "bien frío y sin hielo en una copa de vino Cabernet, con una media rodaja de pomelo y una gota de agua de azahar". Este vermut marida muy bien con quesos suaves y cremosos, charcutería, mariscos y frutos secos. La combinación ganadora para Juan Carlos son "unas cebollitas perla y unos anacardos tostados".

**Fuente: Vermut Zarro*

Vermut & queso: maridaje original

El vino armoniza a la perfección con el queso, todo el mundo lo sabe; los de sabor más suave es preferible armonizarlos con vinos blancos secos, tintos jóvenes o espumosos, mientras que los más fuertes son apropiados para tintos con cuerpo y notas dulces. Pero, más allá de blancos y tintos, un maridaje más original es con vermut.





Gama Vermut Lustau

Elegante y versátil

El vermut vive su mejor momento y, entre las propuestas más diferenciales del panorama actual, destaca la gama de Vermut Lustau, firmada por una de las bodegas más prestigiosas del Marco de Jerez.



Bodegas Lustau, referente internacional en la elaboración de vinos de Jerez, traslada su saber hacer centenario al universo del vermut de la mano de Sergio Martínez, uno de los enólogos españoles más reconocidos de los últimos años. La personalidad de los vermouths Lustau nace de la combinación de vinos excepcionales de Jerez y una cuidada selección de botánicos, dando como resultado una gama elegante y versátil, que se ha consolidado como marca líder del vermut premium en España.

Vermut Rojo

El Vermut Rojo Lustau es la referencia más emblemática de la gama. Se elabora a partir de un Pedro Ximénez dulce y sedoso y un Amontillado complejo e intenso, que aportan profundidad, estructura y una marcada identidad jerezana. En nariz, despliega aromas dulces de fruta madura que se entrelazan con notas cítricas y herbáceas, sobre un sutil fondo de madera

ahumada. En boca es aterciopelado, sabroso y equilibrado, con un final avellanado y ligeramente amargo, largo y persistente.

Vermut Blanco y Vermut Rosé

El Vermut Blanco Lustau, más seco y menos dulce, se elabora con Fino, de carácter almendrado y punzante, y Moscatel, que aporta notas florales y cítricas. Por su parte, el Vermut Rosé, última incorporación a la gama, combina Fino, Moscatel y Tintilla de Rota, dando lugar a un vermut delicado, sutil y deliciosamente aromático.

Ajenjo, genciana, corteza de naranja, camomila o romero son algunos de los botánicos seleccionados. Cada vermut integra entre 8 y 10 botánicos, infusionados por separado para respetar y realzar el protagonismo del vino.

Perfectos para disfrutarse solos con hielo, los vermouths Lustau también brillan en coctelería, aportando un carácter único a combinados clásicos y contemporáneos.*

Más información:
www.lustau.es



VINO

Entre tradición y revolución

El vino está cambiando, y no es un cambio silencioso ni lento: es una transformación marcada por lo que las nuevas generaciones esperan, buscan y eligen. En 2026 ya no basta con poner una etiqueta bonita, reivindicar una denominación antigua o exhibir años de crianza en una etiqueta dorada.



POR MAR GALVÁN



Restaurante Picador (La Zambra Resort)

El mercado del vino se está reconfigurando para responder a consumidores que tienen criterios distintos, valores nuevos, prioridades culturales y estilos de vida diferentes a los de generaciones anteriores.

Un sector que se redefine

Tradicionalmente, el vino ha sido sinónimo de tradición, sobremesa familiar, gastronomía clásica y consumo adulto regular. Sin embargo, en muchos mercados el volumen total de vino consumido ha mostrado señales de caída o estancamiento. Por ejemplo, en Espa-

ña en 2025 el consumo interanual cayó alrededor del 3,2%, situándose en unos 9,48 millones de hectolitros, rompiendo la estabilidad que se había venido observando en años recientes.

A nivel global, esta tendencia se repite en varias regiones donde los jóvenes no beben tanto vino como generaciones previas, optando por otras bebidas o incluso consumiendo menos alcohol en general.

Pero ese mismo escenario al que algunos llaman “crisis” tiene otra lectura: oportunidad para la innovación y adaptación. Porque donde hay cambio en hábitos, hay espacio para nuevas propuestas.



La narrativa del vino se cuenta en TikTok, Instagram y plataformas de vídeo

Las opciones “mejor para ti” (low-ABV o sin alcohol) triunfan

El vino ya no es sólo cosa de abuelos en la sobremesa: en 2026 la bebida fermentada por excelencia está experimentando una mutación que la acerca mucho más a las maneras de disfrutar una copa de vino de las generaciones jóvenes. Si eres de los que buscan sabor, sostenibilidad y formato cómodo, estás de suerte: el sector se está adaptando, pero con reglas distintas.

En los últimos años se ha visto una recuperación en el interés de la Generación Z por el vino, con una preferencia por experiencias sociales, formatos prácticos y opciones “mejor para ti” (low-ABV o sin alcohol). Los estudios de consumo muestran que la Gen Z tiende a elegir bebidas con sabor, prácticas y menos centradas en el ritual vinícola clásico.

Natureo - Torres



¿Qué vinos beberemos este año?

La tendencia de consumo también está cambiando en cuanto a estilos de vino:

Vinos espumosos y rosados.

Los vinos espumosos, incluidos prosecco, cava y otras burbujas, están captando la atención de los consumidores más jóvenes. Tanto millennials como Gen Z tienden a beber más espumosos que generaciones mayores, y los rosados en particular han ganado popularidad por sus perfiles frutales y frescos, fáciles de maridar con comidas informales y ambientes sociales.

Aromáticos y ligeros.

Además de espumosos, variedades aromáticas y ligeras están en alza. Chardonnay, moscato, rosados dulces o semidulces, y vinos con perfiles más afrutados son mencionados entre los preferidos. Las generaciones jóvenes tienden a evitar vinos demasiado tánicos o pesados, buscando sensaciones más accesibles al paladar.

Freepik



Los rosados en particular han ganado popularidad

Redescubrimiento de variedades menos mainstream. También hay interés en variedades menos tradicionales o en reinterpretaciones de estilos clásicos. Por ejemplo, dentro de los tintos, la Gen Z muestra inclinación por opciones como garnacha o malbec frente a clásicos de alta estructura.

Vino sin alcohol y bajo en alcohol. Han llegado para quedarse, un dato revelador desde España es que un 78% de consumidores estaría dispuesto a probar vino sin alcohol, especialmente en el grupo de 18-35 años, donde ese porcentaje sube al 88 %. Esto responde a una demanda de opciones más saludables y compatibles con estilos de vida moderados.

El vino en 2026 será un sector más diverso, flexible y consciente. No desaparecerá el vino clásico, pero sí se adaptará a:

- Formatos que responden a estilos de vida activos y conectados.
- Opciones con menos alcohol o incluso sin alcohol para consumidores *mindful*.
- Estilos accesibles para paladares jóvenes y curiosos.
- *Branding* con propósito, historia y transparencia.



Tanto millennials como Gen Z tienden a beber más espumosos que generaciones mayores



GÉN Z Y MILLENNIALS: NUEVOS PROTAGONISTAS

Aunque los consumidores de vino con más años siguen siendo una parte importante del mercado, los datos más recientes muestran que los grupos más jóvenes ganan peso en la base de consumidores.

Tecnología, marketing y experiencias híbridas

En 2026 el vino que triunfará será el que entienda que beber es una experiencia social y personal: algo para compartir, para fotografiar, para cuidar de la salud y, sobre todo, para disfrutar sin jerarquías.

En definitiva, el vino deja de ser un símbolo exclusivo para convertirse en una opción inclusiva, cultural y adaptada a tu vida real. Los gustos cambian, las generaciones cambian y, con ello, el sector del vino se reinventa para seguir siendo relevante... e interesante.*

Tendencias que marcarán 2026

Además de preferencias de consumo, hay tendencias que están moldeando el sector. El mundo del vino en 2026 está cada vez más conectado con experiencias digitales: catas virtuales, recomendaciones personalizadas vía *apps*, contenido creativo en redes sociales y vínculos con estilos de vida. La narrativa del vino ya no se cuenta solo en la bodega, sino en TikTok, Instagram y plataformas de vídeo, conectando con públicos que valoran la estética, la historia y la interacción.

Sostenibilidad y transparencia como condicionantes de compra

Para muchos ya no basta con el diseño de la etiqueta: exigen saber cómo se ha producido el vino (huella de carbono, prácticas regenerativas, envases reciclables). Prácticas sostenibles y la narración honesta (de la viña al envase) generan lealtad entre consumidores. En 2026, “sostenible” será un factor de compra tan importante como la variedad de uva.

ENOTURISMO

Experiencias más sostenibles,
particulares y auténticas



ACEVIN

El enoturismo se ha consolidado como una de las formas de viaje más inspiradoras de los últimos años. Pero el enoturismo está cambiando, y con él, la forma de viajar. Cada vez más personas buscan vivir el vino desde dentro, conocer su origen, su cultura y las historias que lo rodean. En 2026, las experiencias enoturísticas serán más sostenibles, personalizadas y auténticas.

El enoturismo del presente es más sostenible, más personalizado y, sobre todo, más humano. El visitante ya no se conforma con una simple cata: quiere conectar con el entorno, aprender y emocionarse. Y es que los viajeros buscan vivencias reales, bodegas que cuenten su historia sin artificios y experiencias que les permitan sentir el vino con los cinco sentidos, con experiencias que unen pasado y presente, tradición y emoción. Porque el enoturismo que viene no se explica: se vive copa a copa. A continuación, cuatro tendencias para este año que acabamos de comenzar:

Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez



Sostenibilidad y autenticidad: la esencia del nuevo viajero del vino

La sostenibilidad ya no es una opción: es una actitud. Quienes viajan atraídos por el vino valoran las bodegas que trabajan en armonía con la naturaleza y muestran su proceso con transparencia.

Cada vez son más los viajeros que se interesan por la procedencia de la uva, el uso responsable del agua o las técnicas de reciclaje aplicadas en las bodegas. Pero, sobre todo, buscan coherencia: que el respeto por el entorno se refleje también en la experiencia que viven.

Regreso a las raíces: vinos con historia y sentido de lugar

El viajero actual busca vinos con alma, capaces de contar una historia. Por eso, las variedades autóctonas y los métodos tradicionales están viviendo un auténtico renacimiento.

Además, muchas experiencias incluyen catas verticales, donde se pueden apreciar los matices que el paso del tiempo deja en el vino. Este enfoque, que une cultura, historia y sabor, permite al visitante sentirse parte de una tradición viva.



Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez

Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez



El viajero actual busca vinos con alma

Personalización e innovación: tecnología al servicio del viajero

El futuro del enoturismo será más personalizado, ágil y accesible, gracias a la tecnología. Hoy en día, los visitantes planifican sus viajes desde el móvil, reservan *online* y buscan vivir experiencias a su medida.

La digitalización no sustituye la magia del vino, pero la complementa: ayuda a que cada persona elija cómo, cuándo y con quién vivir la experiencia. Las nuevas tecnologías permiten además mantener el contacto tras la visita: descubrir notas de cata *online*, recibir propuestas de maridaje o acceder a contenidos exclusivos. Todo para que la experiencia no termine al salir de la bodega, sino que continúe en casa, copa en mano.

Experiencias premium: cuando el vino se vive con los cinco sentidos

El viajero del vino de 2026 busca momentos únicos, experiencias que emocionen y que vayan más allá de lo esperado. El concepto de lujo ya no se mide solo por el precio, sino por la autenticidad, la atención al detalle y la conexión emocional. Catas privadas, degustaciones maridadas con productos locales o experiencias multisensoriales son cada vez más demandadas. Así se define el nuevo enoturismo premium: exclusivo, sí, pero sobre todo auténtico y memorable.*

**Fuente: Bodegas Álvaro Domecq*



CÓCTELES

Copas más diurnas y con menos alcohol

El mercado español de bebidas espirituosas y cócteles está experimentando una transformación significativa, impulsada por un cambio generacional y nuevos hábitos de socialización. Entre las tendencias para el próximo año destacan las copas diurnas y de baja graduación alcohólica.

La consolidación del consumo entre la Generación Z (18-29 años) y el adelanto del horario de salida dibujan a un consumidor más intencional y experiencial, en clara evolución en la forma de disfrutar y relacionarse con las bebidas. Esta dinámica se desprende del Informe de Tendencias en Cócteles de Bacardi para 2026, realizado entre un millar de encuestados en España y que analiza también las principales macrotendencias globales. Los datos revelan un panorama en evolución donde la calidad y la intencionalidad son pilares fundamentales.

“El mercado español está experimentando una transformación fascinante, impulsada por un consumidor más exigente y selectivo”, afirma Ignacio Vázquez, director de la unidad de negocio de Bacardi en Iberia. “Desde la búsqueda de experiencias auténticas y sostenibles hasta la revalorización del cóctel como un momento de disfrute y celebración, estas tendencias ofrecen oportunidades emocionantes para la innovación y la conexión con los consumidores, especialmente con la Generación Z, que está redefiniendo los hábitos de consumo”.

La Generación Z muestra un particular interés por los cócteles





Se buscan
experiencias
offline más
auténticas

El cóctel como experiencia: más allá de la bebida

El cóctel se consolida como una experiencia en sí misma. Los españoles esperan con más ilusión celebrar momentos importantes con cócteles (41%) y descubrir nuevos cócteles (34%) en 2026. La calidad y la presentación son clave: el 76% prefiere que un barman prepare su cóctel, y para las fotos en redes sociales, los lugares únicos (40%) y la guarnición (33%) son los principales atractivos.

Entre los cócteles más populares para los próximos 12 meses, destacan el Mojito (41%), el Gin & Tonic (35%) y el Ron con Coca-Cola (27%). *

Freepik

El tardeo es la nueva noche

Una de las tendencias más destacadas es el giro hacia un consumo más temprano y selectivo. El concepto de “tardeo” ha ganado popularidad y se ha consolidado como una nueva forma de socializar en España, convirtiéndose en una alternativa a la tradicional salida nocturna. Un significativo 40% de los encuestados en España afirma salir a comer, beber o socializar más temprano. Esta inclinación se alinea con la macro tendencia global de la “afternoon society”, donde las actividades diurnas ganan protagonismo frente al ocio nocturno. En este contexto, las marcas han adaptado sus estrategias y ofertas para responder a una demanda cada vez mayor. La Generación Z (18-29 años) lidera este cambio con una clara intención: no están bebiendo menos, sino que eligen hacerlo de manera diferente, más temprano, más ligero y con más propósito. Este grupo demográfico muestra un particular interés por los cócteles, con un 43% planeando beber más cócteles en 2026, una cifra que contrasta con el 19% de la población general. Además, el 40% de la Generación Z prefiere un Spritz al vino durante el almuerzo, frente al 21% del total de encuestados, y el 35% de la Generación Z elige un Espresso Martini para terminar una comida, duplicando la media general.

Socialización y sostenibilidad

El 41% de los consumidores españoles tiene la intención de socializar menos *online*, buscando experiencias *offline* más auténticas. Esto se refleja en que el 30% planea acudir a más reuniones al aire libre y el 31% organizará menos fiestas, sugiriendo un enfoque en encuentros más íntimos y de calidad.

La sostenibilidad también está entre las preocupaciones de los consumidores. Entre los aspectos ambientales más valorados destacan la reducción del plástico de un solo uso (50%), el embalaje reciclable (40%) y la compra de productos locales (38%). Además, un 72% elegiría opciones sin aditivos y el 68% estaría dispuesto a pagar más por bebidas envejecidas mediante métodos tradicionales.

Se bebe más
temprano, más
ligero y con
más propósito



HOSPITALIDAD

Personalización e identidad

La hospitalidad ya no se concibe como un sector: es un lenguaje. En gastronomía, 2026 será un año marcado por la personalización y la identidad.

INFORMACIÓN FACILITADA POR LITTLEBIG HOSPITALITY GROUP

El servicio ya no es invisible, sino parte del show.



Restaurante Bancal (Madrid)

Y a no basta con comer bien: hay que vivir una experiencia. Los comensales buscan propuestas que combinen producto, puesta en escena y relato. Crece el interés por formatos íntimos como el *omakase*, donde el comensal se sienta frente al chef y deja que el menú fluya como una conversación. Y ese modelo se expande más allá del sushi: cocina mexicana, mediterránea o nórdica también encuentran su expresión en este formato de confianza absoluta.

La cocina local, eje del discurso

Desde la consultora Talentchef vislumbran desde hace años en sus estudios de mercado internacionales una evolución clara hacia propuestas más ligadas al territorio, la identidad y la autenticidad, donde la cocina local deja de ser tendencia para convertirse en eje primordial del discurso gastronómico. Se consolida la figura del restaurante como lugar de conexión social: cenas compartidas, barras activas, cocinas abiertas y espacios donde el servicio ya no es invisible, sino parte del show. En paralelo, los consumidores valoran cada vez más la trazabilidad, la honestidad del producto, la historia detrás de cada plato.



El pistacho aparece como símbolo de sofisticación natural, aportando color y cremosidad tanto en platos dulces como salados.

littleBig Hospitality Group



Las cartas también evolucionan: menos platos, más enfoque

Ingredientes antes considerados secundarios ahora se convierten en protagonistas por su versatilidad y fuerza estética. El pistacho aparece como símbolo de sofisticación natural, aportando color y cremosidad tanto en platos dulces como salados. El kataifi, con su textura crujiente y apariencia artesanal, se integra en recetas que buscan sorprender visual y sensorialmente. Los sabores picantes escalan en intensidad y presencia: se sirven como parte de una experiencia provocadora, casi adictiva, que conecta con un comensal más atrevido. Y en la barra, el sotol, el destilado del desierto mexicano, irrumpe como alternativa al mezcal, reivindicando su autenticidad y origen. Todo habla de carácter, de origen, de identidad.

Otra tendencia al alza: los restaurants-as-retail

Se trata de espacios donde se puede comer, pero también comprar vajilla, libros o ingredientes que forman parte del universo del local. Y es que en 2026 comer fuera no siempre significa ir a un restaurante. Cada vez más chefs optan por abrir las puertas de sus casas y organizar cenas privadas donde la experiencia va mucho más allá del plato: música seleccionada, vajilla personal, sobremesas sin límite. Es un regreso a la hospitalidad doméstica como expresión de autenticidad. El comensal ya no quiere simplemente reservar una mesa: quiere ser parte de algo. Estas experiencias domésticas, a medio camino entre la alta cocina y el ritual, están redefiniendo el lujo gastronómico. No hay carta, no hay turnos. Hay conversación, cocina viva y sentido de pertenencia.

El espacio

La arquitectura y el diseño interior también se replantean. No se trata solo de estética, sino de cómo ese espacio nos recibe, nos calma, nos representa. La nueva tendencia son entornos que huelen a algo, suenan distinto, invitan a tocar. El lujo sensorial sustituye al lujo explícito.



Todo el que entra en un local se convierte en narrador potencial

Comunicación

Y en comunicación, la escena se mueve rápido: TikTok se consolida como buscador de viajes y restaurantes. Las marcas apuestan por un lenguaje visual más cercano y espontáneo, formatos verticales, microcontenidos, y estrategias de co-creación con sus propios clientes. Se disuelve la frontera entre cliente e *influencer*: todo el que entra en un local se convierte en narrador potencial.

Además, surgen nuevos formatos como los blogs de viaje en tiempo real y los retos experienciales vinculados al lugar. Instagram cede terreno a plataformas más rápidas y participativas, y el contenido que realmente funciona es el que parece no estar planeado. En 2026, comunicar no es emitir: es permitir que otros cuenten por ti. No basta con ofrecer una buena experiencia: hay que facilitar que pueda ser contada.*

HOSTELERÍA

Profesionalidad,
creatividad y cuidado

El sector afronta el nuevo ejercicio en un escenario de recuperación consolidada, mayor competencia y un cliente que busca experiencias auténticas y coherentes. La hostelería que triunfe será la que cuide al talento tanto como al cliente.

España es la primera potencia europea en restauración (sin incluir la actividad de restauración en hoteles por falta de información en la comparativa internacional), con una aportación al PIB de unos 67.000 millones de euros y 1,4 millones de empleados. Las casi 246.000 empresas que realizan actividades de restauración en España aportan el 4,9 % del valor añadido bruto (VAB) y el 6,4 % del empleo del país. Cataluña (18,5 %), Andalucía (15,5 %) y Madrid (15,4 %) concentran la mitad del VAB que produce el sector de la restauración en España, pero Baleares y Canarias son las comunidades más especializadas. Son datos que se extraen del informe 'Restauración y consumo fuera del hogar. Observatorio del sector Food Service en España y sus regiones en el contexto europeo' presentado por Cajamar el pasado no-

viembre. Un liderazgo que es fruto de muchos factores, entre ellos, la constante actualización del sector para adaptarse a los nuevos tiempos y a los gustos del consumidor. Linkers, consultora de referencia nacional en recursos humanos y gestión de negocios de hostelería y turismo, ha analizado las tendencias que marcarán el rumbo de la hostelería española en 2026. Según David Basilio, Socio Fundador y Director de Operaciones de Linkers "la hostelería española encara 2026 en un punto de madurez: más digitalizada, más internacional y con un cliente que exige autenticidad y coherencia. El gran reto es equilibrar la gestión profesional con la creatividad y el trato humano. España seguirá siendo un referente mundial si conseguimos mantener ese triángulo exitoso entre talento, producto y experiencia".

Photo by Linkers

La hostelería dará el salto definitivo a la gestión profesionalizada



Profesionalización y gestión por datos

Será el año en el que la hostelería dé el salto definitivo a la gestión profesionalizada. Cada vez más negocios utilizarán cuadros de mando en tiempo real para controlar lotes de materia prima y almacén; la productividad del personal mediante planificación de turnos y análisis de ratios de ventas por empleado, y la satisfacción del cliente a través de sistemas automáticos de *feedback* y reputación.

El cliente como comunidad

Se afianzará el modelo club, en el que encontraremos restaurantes con membresías gastronómicas que incluyen catas privadas, acceso a productos exclusivos o viajes vinculados al concepto. También se potenciarán plataformas digitales propias para crear comunidad (foros, *newsletters* personalizadas, clubs privados en redes sociales...).

Talento híbrido y formación continua

El gran activo de la hostelería seguirá siendo sus equipos. Este año veremos cómo estos combinarán la experiencia de profesionales veteranos (que aportan oficio, estabilidad y *know-how*) con la energía y frescura de nuevas generaciones, que traen conocimientos digitales, nuevas tendencias culinarias (*plant based*, fermentaciones, cócteles de baja graduación) y mayor orientación a la sostenibilidad. La formación continua se consolidará y jugará un papel clave el formador interno: responsables de sala o cocina que, además de dirigir, actúan como entrenadores de sus equipos.

Los equipos seguirán siendo el gran activo



Beso Beach Formentera

Photo by Linkers

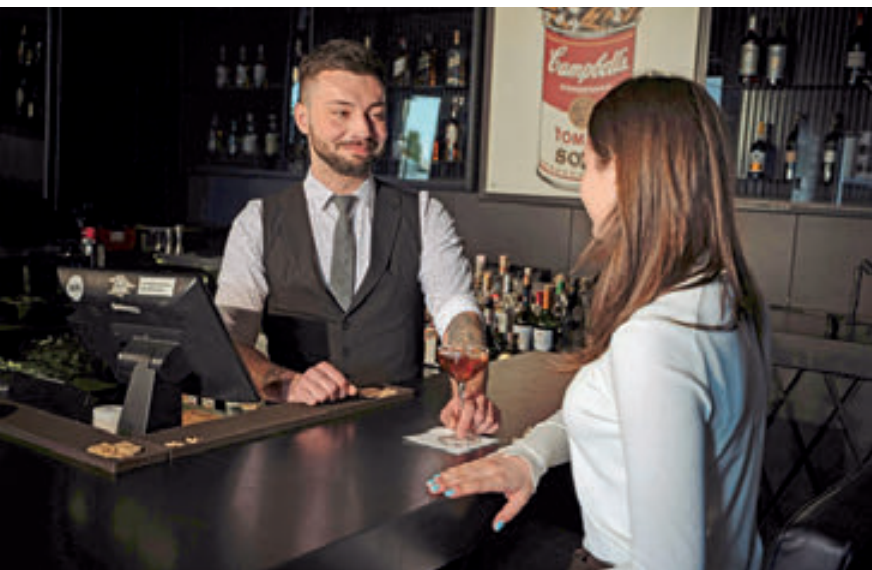


Photo by Linkers

Producto local con mirada global

La despensa española seguirá siendo el pilar, pero con un enfoque internacional. A través de cartas que integran producto de proximidad con técnicas y sabores globales. Esto se traduce también en mayor peso de influencias latinas, árabes y asiáticas, fruto tanto del turismo como de la llegada de nuevas comunidades a España. El relato gastronómico será doble: “de aquí, pero con mirada global”.

Bienestar, sostenibilidad y lujo accesible

El cliente de 2026 exigirá coherencia. Se consolidará el lujo consciente, es decir, restaurantes que combinan la excelencia gastronómica con prácticas sostenibles: reducción de plásticos, uso de energías limpias, gestión de residuos y certificaciones de origen. Será necesario ofrecer propuestas que ofrezcan bienestar integral: cartas con opciones saludables, menús adaptados a intolerancias, propuestas *plant-based* y bebidas de bajo o nulo alcohol.

Tendencias en el plato: lo que se cocinará en 2026



El mestizaje cultural será protagonista.



Unsplash

■ **El renacer del carbón.** La búsqueda de sabores auténticos vuelve a poner el carbón en el centro de la escena, no solo como técnica, sino como ingrediente. Por ejemplo, el Binchotan, el carbón blanco japonés, que llevará a las nuevas elaboraciones hacia un perfil más limpio, aromático y elegante, tanto en carnes como en vegetales.

■ **Pancakes del mundo como base creativa.** Los “pancakes” tradicionales se transforman en soportes culinarios globales: desde el Msemen marroquí hasta el Bánh Xèo vietnamita.

■ **Cocinas de herencia y tercera cultura.** La fusión basada en raíces personales y mestizaje cultural será protagonista.

■ **Cítricos que pisan fuerte.** Calamansi, Hallabong, Sumo o yuzu se incorporan a platos y salsas para aportar acidez, dulzor y frescura inesperada.

■ **Dips con alma de plato principal.** El auge del “snacky supper” redefine la forma de comer. *Dips* que reinterpretan recetas icónicas ofrecerán una experiencia informal pero sofisticada.

*Fuente: Culinary + Cocktail Trend Forecast 2026 - Kimpton Hotels & Restaurants

Expansión de la restauración organizada y nuevos formatos

Las cadenas seguirán creciendo, pero con matices. Se potenciarán formatos flexibles: locales más pequeños en barrios residenciales, *dark kitchens* optimizadas o *corners* en aeropuertos, estaciones y centros comerciales. Habrá que prestar atención a nuevos conceptos de especialización extrema: negocios basados en un solo producto (dumplings, pollo frito premium, cafés de origen); o los modelos híbridos *phygital*: restaurantes que combinan experiencia física con venta *online* de productos propios. Esto traerá más competencia para el restaurante independiente, que deberá diferenciarse por autenticidad y trato.

Tecnología invisible y experiencia aumentada

La digitalización estará cada vez más presente, pero de manera silenciosa e integrada. Se resume en reservas inteligentes que ajustan la sala en función de la demanda prevista; pagos invisibles que eliminan tiempos de espera; menús digitales interactivos que ofrecen recomendaciones personalizadas según hábitos del cliente y experiencias inmersivas: realidad aumentada para explicar el origen de un vino o la historia de un plato.

La clave será equilibrar tecnología y trato humano: el cliente quiere eficiencia sin perder la calidez de la hospitalidad.*



Manuel Bueno

Director de Horeca Profesional Expo

“En esta décima edición reuniremos a más de 60.000 hosteleros”

Horeca Profesional Expo (HIP) –que tendrá lugar en Ifema Madrid del 16 al 18 de febrero– es el mayor evento de innovación tecnológica y nuevos modelos de negocio para el sector Horeca (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) en Europa. Para conocer de primera mano las novedades de esta edición hemos hablado con su director.

¿Cuál es el valor diferencial de HIP?

HIP – Horeca Profesional Expo es un evento profesional único que fue ideado para impulsar la competitividad de la hostelería a partir de la innovación. Para ello, hemos creado el mayor congreso mundial del sector, el Hospitality 4.0 Congress, donde anticipamos tendencias y abordamos los principales retos ofreciendo las herramientas con los que lidiarlos. Paralelamente, albergamos una zona expositiva, en la que se presentan los últimos desarrollos del mercado, y que se ha convertido en la mayor feria en Europa de soluciones Horeca. Asimismo, organizamos una detallada agenda actividades de *networking*, donde se estimula la creación de sinergias. Gracias a este formato, HIP se ha convertido en un encuentro único a nivel comunitario en el que los profesionales, empresarios y directivos hosteleros se inspiran, aprenden y descubren las estrategias y conceptos con los que mejorar sus negocios.

¿Cómo se ha estructurado HIP 2026? ¿Qué expectativas tenéis con esta edición?

HIP 2026 seguirá articulándose en torno a su congreso, zona expositiva y una completa agenda de actividades de *networking*. Sin embargo, tendrá novedades que marcarán esta edición. Una de ellas es la incorporación en el *showroom* de tres áreas de innovación, que se suman a las once con las que contábamos, y

que reflejan el crecimiento de la industria y del evento. Se trata de Selected Brands, en la que estarán las marcas líderes de alimentación y bebidas premium; Steakhouse, dedicada a las empresas cárnicas, los chuletones y hamburguesas; y Coffee, Bakery & Gelato, donde se expondrán los avances del ámbito del café, panadero y heladero.

En total, serán cuatro pabellones de IFEMA Madrid que, del 16 al 18 de febrero, acogerán a más de 900 firmas expositoras y a más de 60.000 profesionales del sector, que acudirán para encontrar a su socio y descubrir conceptos a partir del conocimiento compartido.

¿En qué va a destacar Hospitality 4.0 Congress en esta edición?

En esta edición, en el Hospitality 4.0 Congress, hemos incluido y redefinido foros para ajustarnos a la realidad de la industria. Este es el caso de Hospitality Management, en el que se analizarán las claves para gestionar los negocios hosteleros, teniendo también en cuenta la visión de los responsables de alojamientos; y el Global CEOs Summit, en el que se

compartirán las perspectivas que tienen los líderes de firmas hosteleras internacionales. Asimismo, hemos incorporado los summits Eatertainment & Leisure, en el que indagaremos en la creación de experiencias 360 para fomentar la diferenciación; el New Horeca Unicorns, donde empresas emergentes con alto potencial expondrán sus modelos; y Sin Filtro y PastryRevolution, con Montagud Editores, que reflexionarán sobre la evolución de la alta gastronomía y repostería. Precisamente, el ámbito dulce será también el telón de fondo del foro Coffee, Bakery & Gelato, que este año realizaremos de la mano de la prestigiosa escuela Hofmann, y en el que se profundizará en el desarrollo del segmento desde el punto de vista del marketing, innovación o como nuevo modelo de negocio.

Uno de los elementos nuevos de este año es el primer Summit de Compras Hospitality.

¿En qué va a consistir?

Sí, en el congreso de HIP 2026 albergaremos por primera vez el summit de Compras Hospitality, en colaboración con AERCE, donde líderes de grandes firmas hoteleras como Palladium, Meliá, RIU, Marriot, Hilton o ABBA ahondarán en el papel y retos de los directivos que se encargan del suministro en los alojamientos. Al detalle, entre algunos de los temas que se tratarán se incluyen el impacto de la geopolítica en la cadena de valor, la evo-

“Participar en el encuentro genera oportunidades directas de negocio”



lución tecnológica y los efectos de la IA en los procesos de compras, el desafío de cumplir con los criterios ESG o el desarrollo del talento.

En las sesiones de este foro se proporcionarán soluciones innovadoras, prácticas y fácilmente aplicables, que contribuirán a mejorar la eficiencia, resiliencia y competitividad de las firmas hosteleras.

¿De qué manera las firmas expositoras pueden posicionar su marca y aumentar sus ventas gracias a su presencia en el salón?

Exponer en HIP significa estar en un gran escaparate en el que te pueden conocer miles de profesionales a los que ayudar en el impulso de su negocio o área operativa. En este sentido, es importante destacar que un 79% de los asistentes a la feria cuenta con capacidades reales de decisión en sus empresas. Por lo tanto, participar en el encuentro resulta estar en el centro del sector, generando oportunidades directas de negocio, aumentando la visibilidad de la marca y estableciendo relaciones de confianza con clientes potenciales que pueden traducirse en ventas efectivas y colaboraciones a largo plazo.

Como hemos apuntado, en esta décima edición reuniremos a más de 60.000 hosteleros dispuestos a descubrir las últimas soluciones, productos y herramientas del mercado. Por lo

tanto, acudir a HIP es dar un paso más allá y situarse en el epicentro de innovación donde se crea una nueva hostelería más optimizada, experiencial, sostenible y digitalizada.

HIP atrae a distintos profesionales de todos los segmentos de la hostelería. ¿Cuáles son?

HIP congrega a profesionales de todos los segmentos de la hostelería porque nuestro objetivo es ofrecer un punto de encuentro donde cada actor del sector pueda encontrar soluciones, conocimiento y oportunidades de negocio. Entre los asistentes se encuentran desde fundadores y CEO de compañías Horeca, responsables de operaciones y de compras, hasta chefs ejecutivos, directores de F&B, responsables de marketing y tecnología, así como proveedores de equipamiento, servicios y soluciones innovadoras para la hostelería. Además, también contamos con la participación de consultores, inversores y emprendedores que buscan conocer las últimas tendencias y conectar con sus potencia-

les socios. En definitiva, HIP reúne a todos los perfiles que hacen que la industria hostelera avance de forma competitiva y sostenible.

Desde su conocimiento y experiencia, ¿qué tendencias marcarán la hostelería en 2026 y hacia dónde se encamina el sector?

El sector se encamina hacia la gestión estratégica como clave para lidiar con los principales retos a los que se enfrenta: el incremento de los costes, la optimización del gasto de los consumidores y la alta competencia. Al respecto, la innovación en esta administración de los negocios y equipos es lo que seguirá marcando la senda de la hostelería en los próximos meses, asegurando el mantenimiento de los márgenes e incluso aumentándolos. Otro eje fundamental es la diferenciación: en un mercado saturado, en el que está irrumpiendo la gran distribución en la restauración, conseguir que el cliente nos elija pasa por disponer de modelos de negocio con valor añadido y ofrecer experiencias únicas. En este último aspecto, la experiencia tiene que ser integral cuidando todos los detalles, desde el servicio y la sala, hasta la tecnología, el menaje y la propuesta gastronómica. La combinación de rigor operativo y de la construcción de marcas distintas definirá la pauta del sector en 2026, consolidando negocios más robustos, rentables y alineados con las expectativas de un consumidor cada vez más exigente.*

“La innovación y la diferenciación seguirán marcando la senda de la hostelería en los próximos meses”

La Sala

Crónica del éxito que nadie está dispuesto a financiar

Pues así comenzamos el año. Permitidme empezar con una verdad tan incómoda que ya la hemos convertido en un cliché: el 60% del éxito de un restaurante está en la sala. Esto lo dijo un cocinero, no un camarero. Pero vamos para atrás como el cangrejo.



POR JAVIER CAMPO

Estamos en una época en la que cada vez hay más dueños de restaurantes que restauradores, que, obviamente no es lo mismo. Y, encima más de la mitad son cocineros.

Cuando se usa este cliché, queda muy bien en la boca de un inversor de negocio pero en la práctica, en la realidad, se paga menos de lo que vale un profesional. Y este, amigos, es el primer gran fallo en la mentalidad y crecimiento del restaurador.

El cocinero moderno, el que se cree un artista y no un empresario aún opera bajo una ilusión óptica romántica: la gente viene por su comi-

da. El servicio es, para él, un mal necesario, un *atrezzo* caro que muchas veces interfiere con la idea de su concepto. Se obsesiona con un determinado producto a conseguir y desprecia el protocolo de vino que garantiza que la mesa de las cuatro señoras que han reservado con tres meses de antelación se vaya feliz. La sala es la última frontera del restaurante, el único lugar donde la genialidad culinaria debe traducirse en beneficio. Y por eso, en lugar de invertir, se escatima. El resultado es predecible: un negocio que solo corre con un 40% de riesgo por falta de ambición en la sala reduce en el 60% su longevidad.

La gestión olvidada

Si un restaurante fuese un coche, la cocina sería un motor de 320 caballos y la sala, la carrocería, el chasis y la suspensión. Puedes tener la máquina más potente del mundo, pero si la carrocería no gusta, si el chasis se rompe en el primer bache (un cliente difícil, una comanda errónea, un plato servido a destiempo), el coche se para.

Aquí entra en escena la gestión y eficiencia operativa, esa "cenicienta" de la restauración. La mayoría de los propietarios son alérgicos a cualquier cosa que suene a proceso. Fichas de trabajo, protocolos de sala, *checklists* para el





cambio de turno. Todo son gilipolleces que consumen un tiempo y dinero precioso que podría invertirse en... ¿en qué exactamente? ¿En redecorar el baño?

La ironía es que esta aversión a la estandarización es la némesis de la eficiencia. Sin protocolo, cada camarero improvisa su servicio: uno es excesivamente familiar y el otro es un robot sin alma. El cliente, que viene buscando una experiencia, es jurado de un casting de personajes dignos de una serie de Netflix.

Sin formación interna, se asume que todo el mundo sabe lo que hace, incluso cuando a duras penas manejan el idioma. En lugar de formar a un

profesional, se contrata a un cuerpo presente que es incapaz de vender un vino, sugerir un postre o, lo más importante, leer una mesa. Sin un jefe de sala empoderado, el servicio termina siendo un reflejo de los nervios de la cocina. El caos operativo se convierte en estrés para el cliente.

Y ahora nos podemos quejar de que no hay personal. Pues porque nos lo hemos buscado y no entremos en detalles, que me caliento. Pasa palabra. Ahora no hay que lamentarse. Hay que buscar soluciones. Y que vayan pasando camareros por la sala, a ver quién es el menos malo para hacerle “encargado” (como odio esa palabra) no es la mejor solución. Hay que poner pautas. La con-

Estos cinco pilares son básicos en la sala:

- 1** Mentalidad de inversor, no de tacaño.
- 2** Gestión basada en procesos, no en la improvisación heroica.
- 3** Liderazgo que entrena a psicólogos, no a transportistas de platos.
- 4** Pasión por la profesión.
- 5** Plan de crecimiento personal visible.

LA SALA EXIGE
UN LIDERAZGO
DISCRETO BASADO
EN LA ANTICIPACIÓN
Y LA CONFIANZA



sistencia en la sala no es un enemigo de la creatividad en la cocina; es su salvaguarda. Un protocolo bien definido ayudará al profesional a ser mejor y lo diferenciará en lo que el robot no puede hacer: la conexión emocional.

El líder silencioso

La sala, más que una operación logística, es un campo de batalla psicológico. El profesional de sala no solo sirve comida; diagnostica estados de ánimo, gestiona expectativas desorbitadas y, lo más difícil de todo, lidia con el ego del cliente. Que esto es otra. La sociedad se equivoca a veces en el trato a la sala. Y a veces no. Esta tarea de funambulismo constante exige un alto grado de manejo del estrés y la presión, pero el equipo rara vez recibe los inputs que necesita para soportarlo. El liderazgo en restauración suele venir de un concepto rancio y

obsoleto: grita y se hará. Pero la sala exige un liderazgo discreto, basado en la anticipación y la confianza.

¿Qué hace un buen líder de sala? Protege a su equipo: Asume el fuego cruzado del cliente para que el camarero pueda seguir operando. Transmite la psicología: Enseña a captar a cada cliente, como dicen los que realmente saben. Es decir, a distinguir entre el cliente que quiere un monólogo sobre el origen del aceite y el que solo quiere que lo dejen en paz para hablar de su divorcio. Gestiona el tiempo: Se asegura de que la conversación personal de la mesa no se convierta en un ancla que ralentiza el resto del servicio. Es el arte sutil de interrumpir una sobremesa con una pregunta tan pertinente que el cliente agradece que le hayan recordado que aún está en un restaurante. La falta de este liderazgo se traduce en un

equipo que se siente desamparado, y un equipo desamparado se convierte en la principal fuente de tensión para el comensal. El estrés no se queda en la trastienda; se sirve en la mesa. Y eso, son pérdidas para el negocio. Porque no nos olvidemos, todo esto va de dinero. Nadie abre un local para perder dinero y que no sea rentable. Dejémonos de ser hipócritas.

Pasión sin Carrera: queda la opción B

Llegamos a la herida más profunda: profesionalidad y pasión por la gastronomía en la sala. Es un mito que el talento aspire a este lado del negocio. ¿Por qué? Porque la sociedad y la propia industria lo han designado como "el pariente pobre". Ese actor secundario de las que tantas veces he hablado.

Los jóvenes que entran a estudiar hostelería tienen muy pocos referentes en la sala, y mu-

chos en la cocina. Los premios al servicio han sido, históricamente, una excepción de caridad que confirma la regla: la sala pasa desapercibida. El mensaje no puede ser más claro: el camino a la fama, el respeto y la "riqueza" muy entrecomillada pasa por los fogones, no por la mesa. Esto es un problema de crecimiento personal que empieza en la mentalidad del restaurador. Si el propietario no valora la sala al nivel de la cocina, si no le otorga el presupuesto, la formación y el reconocimiento interno, ¿cómo va a valorarla el empleado? Os pongo un ejemplo: un cocinero puede hacer todas las pruebas que necesite para elaborar un nuevo plato, comprar producto, estar más tiempo desarrollando, menaje nuevo... Esto es una inversión. Sin embargo, si el sommelier o el maître dice de abrir una botella de vino para probar si funciona como maridaje con un plato u otro, es un gasto. Y ¿esto por qué no es una inversión? Se espera que el personal de sala tenga la pasión por la gastronomía de un sumiller (conocimiento de producto, historia, maridajes) y la creatividad de un coctelero (capacidad de improvisar, de sorprender al cliente), pero se le ofrece la mentalidad de un trabajo temporal con un sueldo de mierda. Cuando la sala es vista como una "opción B" —el trabajo al que se recurre mientras se espera algo mejor, o el puesto que ocupa la pareja del cocinero—, la profesionalidad se evapora. La profesión se convierte en un medio, no en un fin. Al cocinero se le ofrece esto y lo otro. Proyección, sueldo, formarás parte de la familia...

El éxito requiere metodología, constancia y esfuerzo. No es magia, sino el resultado de aplicar los cinco pilares con disciplina. En la sala, se traduce en: Mentalidad de inversor, no de taca-

Santo Mauro - Madrid



Elkar - Madrid

ño. Gestión basada en procesos, no en la improvisación heroica. Liderazgo que entrena a psicólogos, no a transportistas de platos. Pasión por la profesión, incentivada por un plan de crecimiento personal visible.

Hasta que el restaurante no reconozca que el 60% se gana o se pierde fuera de los fogones, seguiremos asistiendo a esta crónica irónica: una cocina de éxito servida por un servicio de fracaso. Y el único responsable es ese restaurador que, por ahorrarse gestión, se está jugando la caja cada noche.

El éxito no se "cocina" solo tras los fogones. La receta implica muchos más ingredientes. Hasta que no veas como restaurador que la sala, la gestión, los protocolos, los procesos, la economía también son parte de la receta, no avanzarás.*



Regueiro

Sabores ancestrales de culturas lejanas

El chef Diego Fernández inauguró en 2011 en Tox, en el concejo asturiano de Navia, un proyecto gastronómico profundamente personal que sorprendió —y lo sigue haciendo—, al llevar a una aldea asturiana los sabores ancestrales de culturas tan lejanas como México, India o Tailandia.

El restaurante se ubica en una casona indiana integrada en el paisaje rural de la aldea de Tox, en el occidente asturiano, con un interior contemporáneo que refleja su espíritu libre. La hospitalidad de Regueiro se complementa con la posibilidad de alojarse en una de las seis habitaciones que ofrece el restaurante: desde suites hasta habitaciones dobles que redondean el viaje hasta Tox.

Evolución

La personalidad de Regueiro ha ido evolucionando y ganando radicalidad. Catorce años

después de su apertura, Regueiro se encuentra en su mejor momento. Y lo está gracias a un sólido equipo que acaba de poner en el mapa a la aldea de Tox con su primera estrella Michelin.

Hoy, cuando todo parece inmediato —también los reconocimientos—, Regueiro demuestra que hay proyectos que solo se entienden desde la madurez y el trabajo sostenido en el tiempo. La propuesta actual de Regueiro es sinónimo de gran libertad creativa: rehúye los límites de un posicionamiento estrictamente local y abraza lo global desde la autenticidad.

Se trata de una cocina inclasificable donde no



El chef: Diego Fernández

Diego Fernández (Gijón, 1985), formado en las cocinas de los prestigiosos restaurantes asturianos Casa Marcial y Casa Gerardo, ha desarrollado una mirada culinaria marcada por la curiosidad y los viajes. A lo largo de los últimos años, ha recorrido México, India y el sudeste asiático en procesos de aprendizaje inmersivos que han definido su forma de entender el sabor. Su trabajo se caracteriza por la libertad creativa, el dominio técnico y una búsqueda constante de profundidad aromática, a través de un estudio muy detallado de técnicas ancestrales de diferentes culturas.

existen las fronteras gracias a la cultura de un chef muy viajado, con una gran curiosidad como virtud, que impregna los sabores de todo el menú.

No es una fusión convencional ni una suma de influencias: es un lenguaje propio, construido con técnica, riesgo y una personalidad muy marcada. Es evolución y un viaje por sabores de México, India y Tailandia que no se reinterpretan en base a la cocina española, sino que se desarrollan desde la esencia y tradición de otras culturas gastronómicas. Esto es posible gracias a las decenas de viajes inmersivos de Diego Fernández por estos países, que han moldeado su sensibilidad gastronómica y su manera de entender el sabor. En Regueiro, la técnica convive con el equilibrio, y la profundidad se expresa en platos muy elegantes que se pueden degustar de la mano de tres menús degustación: El Menú Corto –una muestra esencial de la cocina de Regueiro–, el Menú Diego – el equilibrio entre el presente y el futuro de Regueiro– y el Menú Hedonista, el viaje completo por la cocina de Regueiro.

Productos y técnica

El producto asturiano también ocupa un lugar central y dialoga de forma natural con ingredientes y preparaciones de otras cultu-

ras: la ternera asturiana, la huerta de cercanía o el bogavante conviven con curris, frutas exóticas o panes tradicionales como el roti o el naan, creando un encuentro coherente entre territorios.

Pero el punto diferenciador de Regueiro son las técnicas ancestrales ejecutadas con el máximo rigor. A pocos kilómetros del restaurante, Diego obtiene el maíz que luego nixtamaliza en óxido de cal, muele a mano y transforma gracias a la fricción con piedra volcánica. Una técnica ancestral que revela su compromiso con el aprendizaje que le han transmitido artesanos y cocineros de distintas culturas a lo largo de los años.

En sus viajes –que han marcado su manera de cocinar– Diego también ha aprendido la maestría del curry, otra de sus señas de identidad: fondos complejos y llenos de matices, donde las grasas animales actúan como hilos conductores del sabor. Ese conocimiento alcanza un nivel excepcional gracias al uso canónico de herramientas que, en España, solo existen en la cocina de Regueiro. Una de ellas es su auténtico horno tandoori, idéntico a los que se emplean en la India: un cilindro de arcilla que alcanza casi 500 °C y permite cocinar manteniendo intactos los jugos y la intensidad de los productos que pasan por él.*



Qué ha supuesto conseguir la estrella...

Para el equipo de Regueiro, esta estrella es un impulso que refuerza su identidad sin renunciar al riesgo. Aunque el objetivo sigue siendo el mismo desde el primer día: emocionar a través del sabor y ofrecer una experiencia diferente en la pequeña aldea de Tox.

REGUEIRO

Lugar Tox, s/n · 33793 Villapedre - Navia (Asturias) · Tel.: 985 648 594 · www.restauranteregueiro.es · IG - @diegoestregueiro
P.V.P: Menú Corto (75€) – Menú Diego (85€) – Menú Hedonista (125€)

XXIV Madrid Fusión Alimentos de España



Madrid Fusión Alimentos de España celebrará su 24ª edición del 26 al 28 de enero bajo el lema “El cliente toma el mando”, reflejo de una nueva realidad gastronómica en la que el comensal deja de ser pasivo para convertirse en un cliente informado, exigente y con criterio propio. Además, será la edición más internacional hasta la fecha, con más cocineros extranjeros que españoles en el escenario principal.

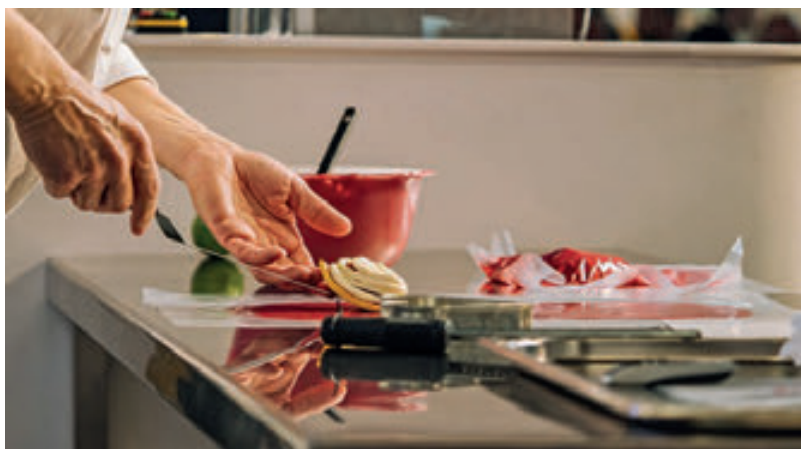
El cliente será el protagonista



La próxima edición de Madrid Fusión Alimentos de España llegará con un lema directo y transformador: ‘El cliente toma el mando’. Después de años en los que los grandes restauradores marcaron el ritmo de la experiencia gastronómica, ahora el movimiento va en sentido inverso. Los comensales están reclamando más libertad, más autenticidad y más capacidad de decisión. La edición más global en sus 24 años de historia, con más cocineros internacionales sobre el esce-

nario principal que españoles, se celebrará del 26 al 28 de enero en el pabellón 14 de Ifema, donde la gran cumbre gastronómica global abordará los nuevos retos a los que se enfrenta el mundo de la gastronomía, que vive una transformación en la que desaparece el comensal pasivo y emerge un consumidor informado, exigente y con criterio. El diálogo entre cocina y sala deja de ser vertical para convertirse en una conversación horizontal en la que el público marca el ritmo y el discurso. Se está revisando todo lo que está pasando en la sala y en la mesa. Las estructuras

rígidas de menú degustación —que durante décadas fueron símbolo absoluto del *fine dining* donde mandaban la excelencia, el ritual y la creatividad— empiezan a ser cuestionadas por una parte importante de los clientes, que ya no aceptan relatos vacíos. Cada vez más comensales quieren modular el recorrido, elegir platos, saltarse pasos, o incluso rechazar aquello que ya no sienten como propio. Lo mismo ocurre con los maridajes obligatorios, que muchos clientes están empezando a rechazar porque prefieren disfrutar del vino sin imposiciones.



Hiperopinión y redes sociales

Este cambio no surge de la nada, refleja un fenómeno social más amplio. En una época marcada por la hiperopinión, las redes sociales y la conversación pública abierta, los clientes llegan al restaurante informados, con criterio propio y, sobre todo, con una posición crítica hacia ciertos códigos establecidos. Quieren ser escuchados, no dirigidos. Exigen que su punto de vista tenga un impacto real en la experiencia.

A la vez, la demanda se orienta hacia un discurso más esencial. Más producto, menos artificio.

Los comensales buscan claridad y verdad en el plato, y a menudo encuentran esa verdad en técnicas ancestrales que devuelven protagonismo al fuego, al humo, a las fermentaciones, a las masas y a las cocciones largas. En esa vuelta al origen ven coherencia y honestidad, valores que hoy pesan más que la complejidad técnica o el impacto visual.

El nuevo lujo

El lema 'El cliente toma el mando' no anticipa una rebelión contra la alta cocina, sino su evo-

lución natural. El nuevo lujo no es dejarse llevar: es ser parte activa del relato.

El reto para los restaurantes será encontrar el equilibrio entre la libertad del comensal y la visión del cocinero, sin perder identidad y ganando complicidad. En este nuevo escenario, los grandes chefs no solo cocinan: escuchan. Al territorio, al productor, al planeta y, sobre todo, al cliente. Adaptan, reinterpretan y cuestionan. El comensal demanda diversidad, regeneración, historias reales, ingredientes con identidad y experiencias que conecten con el territorio o la

Ciudad Internacional Invitada: Río de Janeiro

Este reconocimiento subraya su vibrante escena culinaria y su capacidad para combinar tradición, mestizaje cultural y creatividad. La ciudad carioca desembarcará en Madrid Fusión con algunos de sus mejores cocineros, portadores de una gastronomía marcada por la biodiversidad brasileña, los sabores afroindígenas, la cultura de barrio y una nueva generación de chefs que están redefiniendo qué significa cocinar en Río de Janeiro hoy.

Región invitada: Aragón

Un territorio que reivindica la calidad de su producto local, su riqueza agrícola, sus paisajes extremos y una cocina que transita con naturalidad entre lo rural, lo innovador y lo profundamente identitario.



El vino y la alimentación del futuro

Este año se celebrará la quinta edición de *The Wine Edition - Wines from Spain*, el congreso del vino de Madrid Fusión Alimentos de España, que en esta ocasión tendrá

importantes novedades que se conocerán en las próximas semanas. Así como la tercera edición de *Dreams #Spainfoodtechnation*, el escenario en el que se habla del futuro de la alimentación y en el que la ciencia, la salud, la tecnología o los mundos *agrifood* y *agrotech* comparten experiencias en su relación con la gastronomía. Madrid Fusión Dreams también dará a conocer su programación en los próximos días.

memoria personal. Y son precisamente muchos de los cocineros seleccionados este año —procedentes de todos los continentes— quienes mejor representan esta transformación: una cocina hecha para un cliente que ya no observa, sino que participa, exige y evoluciona. Representan un mundo donde la cocina deja de imponer y empieza a conversar. El comensal quiere participar, influir, sentirse parte de la experiencia y no sólo ser espectador.

La nueva geografía del sabor

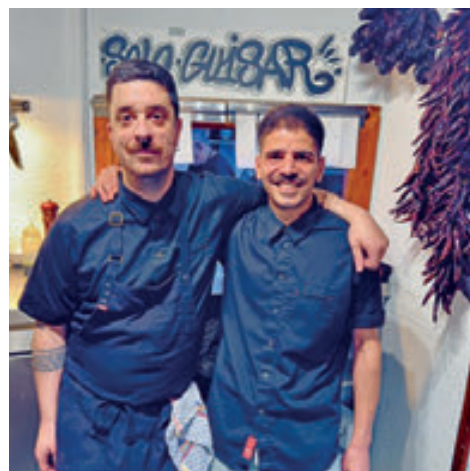
Por eso desde Europa, Asia y América desembarcarán en Madrid Fusión Alimentos de España cocineros internacionales que han reformulado sus menús para adaptarse a ese nuevo tipo de comensal curioso, crítico, informado y emocional. La primera lista de chefs que han confirmado su participación es amplia e inclu-



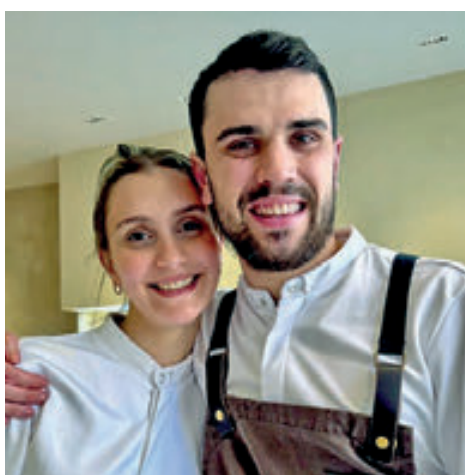
Borja Piñeiro y Elia Pereira



Alejandro Ibáñez



Javier Ochoa y Garikoitz Arruabarrena



Kiko Rocher y Loli Sambal



José María Borrás



Ruben Suarez y Aarón Berenguer



Mauro Rivas, Armando Vidal y Clara Campoamor



Marc Pérez y Tània Doblàs



Lola Palacio e Inaki Gómez

¿Quién será el Cocinero Revelación 2026?

Esta distinción, creada en 2003, y muy codiciada en el panorama culinario nacional, ha servido para impulsar en sus inicios a figuras que hoy son referentes absolutos de nuestra gastronomía. En la galería de premiados aparecen nombres como Dabiz Muñoz, Ricard Camarena, Rodrigo de la Calle, Javi Estévez, o Javier Sanz y Juan Sahuquillo, todos ellos

actualmente poseedores de estrellas Michelin y responsables de algunos de los proyectos más influyentes de la cocina española.

En esta edición se enfrentarán: Kiko Rocher y Loli Sambal de Terra (Cullera, Valencia); Javier Ochoa y Garikoitz Arruabarrena de Masta Taberna (Zarautz, Gipúzcoa); Rubén Suárez y Aarón Berenguer de

Orma (Alicante); Mauro Rivas, Armando Vidal y Clara Campoamor de Sol Post (Formentera); Alejandro Ibáñez de Bodega Barahonda (Yecla, Murcia); Iñaki Gómez y Lola Palacio de Alenda (Asturias); Borja Piñeiro y Elia Pereira de Lado (Muiños, Ourense); José María Borrás de Aquiera (Menorca); y Marc Pérez y Tània Doblàs de La Sosenga (Barcelona).

Ocho jóvenes competirán por el gran premio Pastelero Revelación



Aarón Melero



Andrea Ibañez



Jorge Ruiz

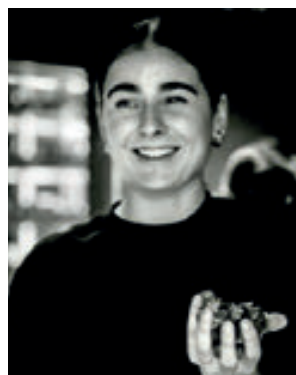


Gonzalo Alonso y Valentina Montealegre

El Premio Pastelero Revelación llega a su octava edición bajo el patrocinio de Torrons Vicens para volver a reconocer el trabajo de jóvenes profesionales de la pastelería española. Los candidatos son: Valentina Montealegre y Gonzalo Alonso del Restaurante Aromata (Palma de Mallorca); Andrea Ibañez del Restaurante El Olivo de La Residencia A Belmond (Deià, Mallorca); Maite Otegui de 22.22 Cultura Dulce (Barcelona); Aarón Melero del Restaurante Barro (Ávila); Mariona Corral del Restaurante Cebo (Madrid), Miguel Yeste de Pastelería Obrar (Madrid) y Jorge Ruiz del Restaurante Vandelvira (Baeza, Jaén).



Maite Otegui



Mariona Corral



Miguel Yeste



ye al neerlandés Bas van Kranen, del restaurante Flore** (Amsterdam, Países Bajos). Desde París llegan Bruno Verjus (Table Bruno Verjus**) y Akrame Benallal (Akrame*), dos de las voces más estimulantes de Francia. A ellos se unirá, dieciocho años después de su última aparición en Madrid Fusión, Mauro Uliassi

(Uliassi***, Senigallia, Italia), una de las grandes estrellas de la cocina italiana. El país alpino aportará también una de las historias más hermosas de esta edición: la de Diego Rossi, alma tras el fenómeno de Trippa (Milán). Desde una simple trattoria, sin menú degustación ni laboratorio de I+D, ha revolucionado la cocina po-

pular italiana. Otro cocinero italiano en esta edición será Giuseppe Iannotti, (Krèsios**, Telese Terme), quien representa una de las voces más libres y personales de la nueva cocina italiana.

Desde Asia, la representación será también poderosa. Desde Hong Kong llegará Vicky



II Campeonato Nacional de Steak Tartar en Sala

El campeonato pretende destacar y premiar a los profesionales de la restauración española que dominan la elaboración del Steak Tartar en sala, una práctica que requiere precisión y maestría.

Cada concursante deberá demostrar su pericia en la preparación en directo, aportando su toque personal. Este campeonato busca poner en valor una tradición que sigue cautivando a los comensales y resaltando la importancia del servicio en sala como parte integral de la experiencia gastronómica. Los seis finalistas son: Héctor López. Restaurante España (Lugo); Antonio Romero. Restaurant Suculent (Barcelona); Joaquín Moya. Marbella Club (Málaga); Jorge Velasco y Joaquín Serrano. Restaurante Varra (Madrid); Víctor Gonzalo. Brassafina (Madrid); y Adrián Collantes. La Barra de la Tasquería (Madrid).

Cheng, chef de Wing y puesto 11 del mundo en The50Best Restaurants, además de chef de Veat*. A él se unirá el japonés Tomohiko Kuchiiwa, el cocinero detrás de la barra Kuchiiwa Soba, un pequeño restaurante de Toyama; y Mano Thevar, al frente de Thevar** (Singapur), es una de las figuras más potentes de la nueva cocina india contemporánea. Completa este mapa asiático el cántabro Chele González, que desde Manila ha llevado a Filipinas a la escena internacional. Su restaurante Gallery by Chele** es pionero en la alta cocina filipina contemporánea.

Portugal, América Latina y España

La costa atlántica portuguesa se expresará en Madrid a través de Gil Fernandes, chef de Fortaleza do Guincho* (Cascais), un cocinero-biólogo cuya cocina es un homenaje absoluto al mar.

América Latina también despliega su mejor cocina en Madrid Fusión Alimentos de España con Pía León, una de las figuras más destacadas de la gastronomía global nombrada Mejor Chef Femenina del Mundo en 2021 y número 9 del mundo en The50Best Restaurants al mando de Kjolje (Lima, Perú). Creativa, riguro-

I Campeonato al Mejor Flan del Mundo



La sencillez convertida en arte. Un postre universal que, en manos expertas, revela técnica, sensibilidad y dominio absoluto del equilibrio. Con este espíritu nace el I Campeonato al Mejor Flan del Mundo, un nuevo reto gastronómico que se celebrará en el marco de Madrid Fusión Pastry y que contará con el patrocinio oficial de Huevos Redondo. Los seis finalistas son: Antonio Puente de Tragatá (Málaga), Fabiola George de Estimar (Barcelona y Madrid), Sergio Fernández de La Leña de Cobo (Madrid), Iván Domínguez de Nado (A Coruña), Ana Llop de Lliça Negra (Valencia) y Carlos Griffo del Restaurante Quinqué (Madrid).



Adrián Fernández



Giorgia Scaramella



Lola Palacios



Mariana Ortellado



Mario Tofé



Marta Alfaro

Premio Sala Revelación 2026

Por tercer año consecutivo el equipo de Madrid Fusión Alimentos de España ha peinado el territorio español con el propósito de descubrir profesionales de sala que destacan por sus dotes organizativas, por su sensibilidad en el trato con los clientes y por sus dotes para manejar el equipo que los rodea. Profesionales de formación sólida con conocimientos de cocina y vinos que también ejercen de sumilleres y atesoran enormes conocimientos del mundo enológico. Labor polivalente que apunta a resultar cada vez más importante en la hostelería del futuro.

Seis candidatos optan al Premio Sala Revelación Madrid Fusión, son estos: Mariana Ortellado de Asador O'Pazo (Padrón, Galicia), Lola Palacio del Restaurante Alenda (Ribadesella, Asturias), Marta Alfaro del Restaurante Orma (Alicante), Giorgia Scaramella del Restaurante Aromata (Palma de Mallorca), Adrián Fernández del Restaurante Lera (Castroverde de Campos, Zamora) y Mario Tofé del Restaurante Éter (Madrid).

sa, conectada con la tierra y profundamente comprometida con la investigación. A ella se unirá Santiago Muñoz, chef al frente de Maizajo (Ciudad de México), que representa una nueva generación de cocineros mexicanos que combinan raíces, producto local, refinamiento técnico y un deseo claro de proyectar la cocina mexicana hacia el mundo.

Entre los cocineros españoles que estarán en esta edición de Madrid Fusión Alimentos de España están ya confirmados, Oriol Castro, Eduard Xatruch y Mateu Casañas (Disfrutar***), Quique Dacosta (Restaurante Quique Dacosta***), Coco Montes (Pabú*), Albert Adrià (Enigma*), Borja Marrero (Muxgo*) o Juan Viú (Mare).

Nuevo escenario: Madrid Fusión Experience

Como gran novedad surge un escenario nuevo, Madrid Fusión Experience, que transforma lo que hasta ahora ha sido el escenario polivalente y supone una evolución de este espacio redefiniendo su función dentro del congreso al convertirse en un punto de en-



Nueve hoteles optarán a los premios Mejor Desayuno de Hotel

Madrid Fusión Alimentos de España y Supracafé han anunciado a los finalistas de la tercera edición del premio “Mejor Desayuno de Hotel”. Un galardón que reconoce el esfuerzo que algunos hoteles españoles realizan por alcanzar la excelencia con la primera comida del día.

Los nueve nominados, que se agrupan en las categorías de Hoteles Boutique y Gran Hotel, serán evaluados por un jurado de expertos que en votación secreta tendrán en cuenta los méritos de cada uno.

En la categoría de Hoteles Boutique optan al premio: Hotel Lera Castroverde de Campos (Zamora), Hotel Balarés de Ponteceseco (A Coruña), Hotel Nafarrola de Bermeo (Vizcaya), y Coolrooms Palacio de Atocha (Madrid).

En la categoría Gran Hotel optan al premio: Hotel Huerto del Cura de Elche (Alicante), Sea Grill Puente Romano Marbella (Málaga), Castilla Termal Monasterio de Valbuena de San Bernardo (Valladolid), Ushuaia (Ibiza) y La Residencia Belmond de Deià (Mallorca).

cuentro dinámico donde la interacción cobra protagonismo.

Experience seguirá siendo el escenario de los concursos oficiales de Madrid Fusión, uno de los sellos más reconocibles del evento, pero amplía su oferta incorporando ponencias de cocina con degustación en directo, accesibles para todas las personas que se encuentren en ese momento sentadas en este auditorio. De este modo, el público podrá no solo observar el desarrollo de la ponencia, sino también

probar en el acto lo que se está elaborando en el escenario. Madrid Fusión Experience nace con la voluntad de mejorar la experiencia de los visitantes y ofrecer una vivencia gastronómica más abierta y participativa.

En Madrid Fusión 2026 se volverán a otorgar los Premios Revelación al mejor cocinero, pastelero y jefe de sala y el premio de Alimentos de España en Defensa del Producto. También vuelve en esta edición el premio de Best Chef of the Year in Europe. Junto a los tradi-

cionales concursos culinarios que reconocen la mejor croqueta de jamón, el mejor escabeche, la mejor cocina creativa con ingredientes italianos o el mejor bocado con queso, siguen los más recientes, como el mejor desayuno de hotel, el concurso al mejor steak tartar en sala o la mejor empanada de Galicia. Y, además, se les suman nuevos campeonatos como, el I Campeonato del Mejor Flan del Mundo, el de Mejor Torrija del Mundo y el de Mejor salmón ahumado con mejor croissant.*



TERRAZA CONFORTABLE

La terraza panorámica del Hotel Emperador, ubicado en la Gran Vía madrileña, permite disfrutar del aire libre sin renunciar al confort gracias a su sistema de climatización. En su versátil carta de picoteo destacan sus reconocidas hamburguesas 100% vacuno, pollo o veggies, perfectas para acompañar con un cóctel de autor.

Sabor embotellado



El madrileño Bar Anci cerró hace ya 7 años pero su mítica salsa brava –que data de 1963– aún puede degustarse gracias a que la nieta de su creador y su pareja, decidieron embotellarla bajo el nombre de Juana Madrid para llevarla a todos los hogares y a otros negocios de hostelería. Hoy se puede encontrar con tres niveles de picante partiendo de la original, y otras tres variedades más: Trufa y Miel, Mango y Curry, y Cilantro y Chile.

Valores compartidos

Bajo el lema “El sabor de lo auténtico”, Enrique Tomás defiende que el jamón ibérico no es solo un producto, sino una emoción que nos une, y lo hace con una campaña de la mano de Estopa. Los hermanos Muñoz representan lo mismo que la marca jamonera transmite en cada loncha: orgullo de origen, verdad sin artificios y felicidad compartida.



Edición dedicada a los monovarietales



Guía Wine Up!, la publicación independiente de distribución gratuita y libre dirigida por el comunicador y crítico Joaquín Parra, lanza su 26ª edición dedicada a vinos Monovarietales y anticipo de puntuaciones de la guía 2026. De los 763 vinos evaluados a ciegas, se alcanza una media de 91.53 puntos y 17.91€.

Premio a la Mejor Experiencia Enoturística

El Hilo de Ariadna, la emblemática propuesta enoturística de Yllera Bodegas y Viñedos, ha sido galardonada como Mejor Experiencia Enoturística de España en la décima edición de los International Wine Challenge Industry Awards, conocidos como los Óscars del vino.



NUEVO LIBRO DE JAVIER CAMPO

Ya está en las librerías 'La Cocina del Éxito: Reflexiones y soluciones para restauradores', la nueva obra de Javier Campo González, sumiller, comunicador y colaborador de la revista Vinos y Restaurantes.

Se trata de un libro sin filtros, irónico y necesario sobre la gestión real y la rentabilidad en la hostelería.

El autor plantea una premisa incómoda pero vital: "¿Por qué fracasan tantos restaurantes?" La respuesta se desgana a lo largo de páginas cargadas de ironía, lenguaje directo y soluciones prácticas.

"Este no es un libro de recetas", advierte Campo. "Es una colección de reflexiones y soluciones para que tu negocio no se convierta en una pesadilla". Sin duda, el manual definitivo para salvar restaurantes del desastre.



La mejor bebida espirituosa de España

Las Hierbas Ibicencas Familia Marí Mayans han recibido el premio Alimentos de España a la mejor bebida espirituosa con Indicación Geográfica 2025 del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Este licor tradicional se elabora con la misma receta desde hace 145 años.



45 ANIVERSARIO

Vins El Cep acaba de celebrar su 45º aniversario reafirmando la vocación con la que nació: elaborar vinos y espumosos que expresen con autenticidad y excelencia sus terruños de Espiells, en el Penedès. Una bodega con identidad propia que hoy mira hacia adelante con el liderazgo de la segunda generación.



Premio enoturístico internacional

Ramón Bilbao ha sido reconocida con el *People's Choice Award* en el marco de los premios de la red internacional Great Wine Capitals. Este galardón, decidido por votación pública a nivel mundial, distingue la experiencia enoturística de la bodega como la más innovadora a nivel internacional.

Cuenta atrás para Horeca Awards 2026

Ya están en marcha los Horeca Awards 2026, unos galardones que reconocen la excelencia, la innovación y la transformación sostenible y tecnológica en los sectores de la restauración, hotelería y colectividades. La ceremonia de entrega se celebrará en el marco del salón Alimentaria + Hostelco que se celebrará del 23 al 26 de marzo en Fira de Barcelona.

Tarragona acogerá la Gala de los soles Repsol 2026



La ciudad de Tarragona ha sido escogida para acoger la Gala en la cual serán desvelados los galardonados de la edición de 2026, la cual tendrá lugar el lunes 16 de febrero en el Palau Firal i de Congressos de Tarragona. Asistirán más de 200 cocineras y cocineros procedentes de toda España. La Gala, cuyo lema es 'Seguimos probando cosas nuevas', podrá seguirse también por *streaming*.

Sidra empordanesa premiada

Mooma, la primera empresa catalana en producir sidra, ha sido multipremiada en el certamen de renombre internacional Sagardo Forum que ha tenido lugar recientemente en el País Vasco. La marca ha sido reconocida en 5 de las 9 categorías del concurso, que ha contado con la participación de más de más de 200 sidras provenientes de varios países.



EL MATARRAÑA REIVINDICA SUS VINOS



Aragón está cada vez más cerca de contar con una nueva denominación de origen de vino: D.O. Matarraña. En este caso, englobará los vinos del Bajo Aragón, muchos pertenecientes ahora a la Indicación Geográfica Protegida Vinos de la Tierra. El presidente de La Asociación de Viñedos y Bodegas del Matarraña, Andrés Mendoza Ráfales, ya se ha reunido con el consejero de Agricultura, Ganadería y Alimentación del Gobierno de Aragón, Javier Rincón, para presentarle el proyecto y sentar las bases de la sexta denominación de origen aragonesa.



Andorra consolida su gastronomía de altura

Andorra inició el pasado año varias acciones para promocionarse como referente entre los destinos gastronómicos a través de su cocina de alta montaña. Varios cuatro manos, elaborados entre chefs de Andorra y destacados cocineros del panorama gastronómico nacional, tuvieron lugar a lo largo de 2025 en la misma Andorra, Barcelona, Madrid y, finalmente, Toulouse (Francia). El chef andorrano Carles Flinch (Can Manel) y el francés Stéphane Tournié (Les Jardins de l'Opéra*) ofrecieron el último cuatro manos del año en el restaurante de este último que se convirtió en un verdadero hermanamiento gastronómico pirenaico.



GAMA INNOVADORA



La experiencia de brindar se redefine con la exclusiva gama de *mixers* de LE Tribute: Tonic Water, Tonic Water Zero, Pink Grapefruit, Olive Lemonade, Ginger Beer, Ginger Ale, Lemonade y Soda Water. Presentados en la icónica primera botella cuadrada del mercado, esta innovación no es solo un *statement* de elegancia: su forma, inspirada en las antiguas boticas, permite conservar la calidad de la burbuja a una presión superior.

Más allá de las estrellas

La Uva Michelin es la nueva distinción de la famosa guía francesa. Destacará, a partir de ahora, las bodegas de diferentes regiones del mundo y sobre todo, a los profesionales que les dan vida: viticultores, cooperativas, asociaciones, casas matrices..., evaluando su excelencia global según cinco criterios universales.



Joya líquida

El afamado crítico de vinos Robert Parker, a través de su publicación *The Wine Advocate*, ha concedido una excepcional puntuación de 99 puntos a Bota Única 'Alcalde Amontillado', un vino de la exclusiva división de Alta Enología de la bodega sanluqueña Barbadillo.

EXPERIENCIA ACOGEDORA



Ron Matusalem y el madrileño Urso Hotel & Spa, presentan "Los Domingos de Ponche", una experiencia acogedora para las tardes invernales que une coctelería de temporada, música en directo y la profundidad aromática del Gran Reserva 15. Sin necesidad de reserva previa.



Requena será protagonista

La Asociación Española de Ciudades del Vino han concedido el título de Ciudad Española del Vino 2026 a Requena (Valencia). Declarada Conjunto Histórico-Artístico en 1966, Requena posee una larga tradición vitivinícola que se complementa con otros importantes atractivos históricos, culturales y patrimoniales que se podrán descubrir (o redescubrir) durante este año a través de un completo programa de actividades.



Estreno en el Empordà

Celler del Pescador, la marca de referencia en vino de aguja desde 1967 con su célebre Blanc Pescador, ha estrenado bodega en El Far d'Empordà (Girona) apostando por la innovación y la sostenibilidad. La nueva planta, con cerca de 7.000 m², reforzará el objetivo estratégico de crecimiento nacional e internacional de la marca.

El mejor queso del mundo es suizo

Le Gruyère AOP de Neuchâtel ha sido reconocido como el Mejor Queso del Mundo en el certamen internacional Mondial du Fromage, celebrado en Tours (Francia), donde compitieron más de 1.800 quesos de más de 50 países. Un galardón que consolida la excelencia de la cultura quesera suiza.



©Le Gruyère AOP - Gabriel Monnet



NUEVA IDENTIDAD

Tras más de tres décadas de trayectoria, la bodega de Alella (Barcelona) propiedad de la familia Pujol-Busquets Guillén inicia una nueva etapa bajo el nombre *Art Laietà* en homenaje al territorio. La nueva marca agrupa bajo un mismo paraguas todos los vinos y espumosos elaborados en la finca: desde los vinos amparados por la D.O. Alella y la D.O. Cava hasta los vinos naturales del Celler de les Aus.

Asociación global

Aston Martin y Champagne Bollinger se unen en una asociación global. Como socio oficial, Champagne Bollinger estará presente en las principales experiencias y eventos VIP de Aston Martin en todo el mundo, desde lanzamientos exclusivos hasta reuniones íntimas con clientes.



Brunch renovado

El *brunch* más colorido y mediterráneo se celebra en el restaurante Blanc, en Mandarin Oriental, Barcelona, que ha renovado su propuesta de la mano de la estilista gastronómica Laura Ponts y el equipo del hotel de lujo liderado por Marc de Martin, chef ejecutivo del hotel. Disponible cada domingo y ahora también los festivos.



Las sagas familiares serán protagonistas

Barcelona Wine Week, el salón de referencia del vino español de calidad que se celebrará del 2 al 4 de febrero, abordará como temática principal el legado histórico y familiar del sector vitivinícola español. Bajo el título, 'el factor humano, un legado a preservar', el salón rendirá homenaje a generaciones de viticultores y enólogos, dando voz a familias bodegueras.

Nueva plataforma vinícola



La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) ha puesto en marcha una nueva plataforma digital que centraliza datos estratégicos, análisis de mercados y estadísticas dinámicas. Una herramienta de referencia para el sector vitivinícola que permitirá a los operadores anticiparse a las tendencias y reforzar el liderazgo del vino español.

DESAYUNO DE PREMIO



Los zumos y huevos orgánicos, las mermeladas caseras, los embutidos ibéricos o la sobrasada ecológica, han contribuido a que Grand Hotel Son Net –ubicado en la Sierra de Tramontana (Mallorca)– haya recibido el prestigioso galardón 'Hotel & Mantel', de Condé Nast Traveler, que lo reconoce como el mejor desayuno de hotel de España.



Auténtica cocina hindú directa a casa

El Grupo Mayura refuerza su presencia en la capital con un modelo que combina tradición y excelencia culinaria: el servicio de *delivery* de alta cocina india, disponible en toda el área metropolitana de Madrid y de forma ininterrumpida desde las 13:00 a las 22:50h, todos los días del año.

Guía indispensable

La Guía Vinos Gourmets estrena su 41ª edición con más de 4.085 vinos catados a ciegas, 2.973 comentados y calificados y 1.295 bodegas españolas referenciadas, además de una larga lista de novedades como un práctico Cuadro de Honor de vinos ecológicos o la incorporación de la categoría Mejor Enólogo a los Premios Guía Vinos Gourmets 2026, que se entregarán el próximo mes de abril.





Barcelona Wine Week

La próxima edición del que ya es el evento de referencia del vino español, tendrá lugar del 2 al 4 de febrero en el recinto de Montjuïc de Fira de Barcelona. Reunirá a más de 1.300 bodegas expositoras y se espera la visita de más de 26.000 profesionales.

Grandes sagas vinícolas



Las grandes sagas vinícolas las forman generaciones de viticultores y enólogos que han dedicado su vida al cuidado de la tierra y a la elaboración de cada botella como Torelló, Torres, Vega Sicilia, Gramona, Artadi o José Pariente.

Las nuevas estrellas verdes Michelin

Ama (Tolosa, Gipuzkoa), Bakea (Mungia, Bizkaia), Garena (Dima, Bizkaia), Hika (Villabona, Gipuzkoa) y Terrae (Port de Pollença, Mallorca) son los nuevos restaurantes distinguidos con la estrella que premia la sostenibilidad.

DO Penedès



DO'S vinícolas de Barcelona: Penedès, Alella y Pla de Bages

En estas tres Denominaciones de Origen vinícolas ubicadas en la provincia de Barcelona se elaboran vinos que son fruto del paisaje en el que nacen.

D.O. Catalunya

La D.O. Catalunya, creada en 1999, acoge 36.982 ha. de superficie vitivinícola repartidas entre 426 términos municipales, en los que el viñedo se ha cultivado tradicionalmente, llegando a ser un elemento característico e inherente a sus paisajes y a su cultura.



Aleia Restaurant

Comer en Barcelona

La capital catalana brilla por su cocina creativa, sostenible y de mercado, fusionando tradición catalana con técnicas modernas, ofreciendo experiencias que van desde la cocina de autor hasta establecimientos tradicionales pasando por opciones internacionales.

LOS CONTENIDOS DE LA REVISTA ESTÁN SUJETOS A CAMBIOS POR MOTIVOS EDITORIALES.

Valdecuevas

- BODEGA FAMILIAR -



grupovaldecuevas.es



MÁS QUE UN APERITIVO



lustau.es | @vermutlustau

 WINE MODERATION
ELIGE | COMPARTE | CUIDA

Disfruta de un consumo responsable. 15°