vinetur

Monterrei lleva 41 vinos a San Sebastián para ganar peso en hostelería

La denominación reunió a más de 80 profesionales en un showroom con 22 bodegas y mayoría de blancos

jueves 11 de junio de 2026



La Denominación de Origen Monterrei presentó el pasado 8 de junio sus vinos y una nueva campaña de promoción en San Sebastián, en un showroom profesional celebrado en el hotel Londres, frente a la playa de La Concha. La cita reunió a más de

80 profesionales de la distribución, del canal Horeca y de la prensa especializada, según informó el Consello Regulador.

La jornada comenzó con una cata dirigida a los sumilleres de la Asociación de Sumilleres de Gipuzkoa (ASUGI). Después, el espacio abrió al resto del público profesional convocado por la denominación. El formato permitió probar una amplia selección de referencias de varias bodegas de Monterrei en un encuentro centrado en la presentación comercial y en el contacto directo con compradores, prescriptores y medios especializados.

En total se sirvieron 41 vinos, con 27 blancos y 14 tintos, elaborados por 22 bodegas inscritas en la denominación. La acción fue organizada por el propio Consello Regulador con el objetivo de reforzar la presencia de Monterrei en una plaza con peso dentro de la restauración y la gastronomía del norte peninsular.

Las bodegas participantes fueron Pazo Blanco Núñez, con Tapias Mariñán; Ladairo; Fragas do Lecer; Minius; Daniel Fernández, con Alba Al-Bar; Franco Basalo; Trasdovento; Triay; Terras do Cigarrón; Pazo de Valdeconde; Vía Arxéntea; Tabú; Terra de Godello; Gargalo; Father 1943; Crego e Monaguillo; Manuel Regueiro García, con Serra de Alén; Fausto Rivero Pardo, con Quinta Soutullo; Ramón Bigotes; Quinta do Buble; José Luis Gómez Ibáñez, con Valderello; y Manuel Vázquez Losada.

Según trasladó la denominación, los asistentes valoraron la calidad de los vinos presentados, así como el trabajo de las bodegas y viticultores. También apreciaron su versatilidad para el maridaje y una línea de elaboración que combina tradición e innovación. El showroom sirvió además para poner en valor la diversidad interna de Monterrei, una denominación gallega que en los últimos años ha intensificado sus acciones promocionales fuera de su zona de producción.

La elección de San Sebastián responde al peso que tiene la ciudad dentro del mapa gastronómico español y a su capacidad para reunir a profesionales con influencia en restaurantes, hoteles, distribución y prescripción. Para una denominación como Monterrei, con una producción limitada frente a otras zonas vitivinícolas españolas, este tipo de encuentros busca abrir mercado y afianzar relaciones comerciales en destinos donde el vino tiene presencia estable en sala y en carta.

El presidente del C.R.D.O. Monterrei, Manuel Vázquez Losada, señaló que la denominación mantiene su apuesta por estar presente en San Sebastián y por posicionar allí sus vinos. En palabras recogidas por la organización, afirmó que Monterrei produce “vinos de calidad, versátiles y singulares” y que representan “un producto exclusivo para la oferta gastronómica de Donostia”.

La acción celebrada en el hotel Londres se enmarca en la estrategia promocional del consejo regulador para dar a conocer sus elaboraciones entre profesionales del sector. La fórmula del showroom permite a cada bodega presentar varias referencias en un mismo espacio y facilita una cata comparada entre estilos, variedades y perfiles de elaboración. En este caso, el mayor peso correspondió a los blancos, una categoría con fuerte presencia dentro de Monterrei y muy vinculada al tirón comercial de variedades como godello.

Monterrei es una denominación situada en el sureste de la provincia de Ourense, cerca de la frontera con Portugal. Su viñedo se reparte entre varios municipios del valle del Támega y combina zonas de ladera con áreas más llanas. La denominación trabaja tanto vinos blancos como tintos, aunque los primeros concentran buena parte del reconocimiento comercial fuera de Galicia.

La cita de San Sebastián permitió a importadores nacionales, responsables de compra, sumilleres y periodistas especializados catar referencias muy distintas dentro del sello Monterrei. Esa variedad fue uno de los elementos más visibles del encuentro, tanto por el número de bodegas presentes como por la amplitud del surtido servido durante la jornada. El consejo regulador considera que este tipo de presentaciones ayuda a mejorar el conocimiento del origen entre quienes deciden qué vinos entran en restaurantes, tiendas especializadas y hoteles.