ANATOMÍA DEL PRODUCTO · CRÓNICA

EL DEBUT DEL NAVEGANTE

Bluefina × El Navegante en el Food & Wine Festival: crónica de una alianza que se presentó en sociedad.

POR **BRAULIO R. ZEPEDA** · ANATOMÍA DEL PRODUCTO



El debut. El stand de El Navegante en el Food & Wine Festival, la casa del aleta azul de Bluefina en México.

FOTOGRAFÍAS · ARCHIVO EL NAVEGANTE Y BLUEFINA — CAMPO MARTE, NOVIEMBRE DE 2026

Hay momentos en los que una empresa deja de contarse en privado y se presenta en sociedad. Para El Navegante, ese momento fue el Food & Wine Festival: su primera participación en un evento de esta magnitud, y la presentación pública de una alianza que llevaba años construyéndose — la de Bluefina, la marca de atún aleta azul de Baja Aqua Farms, criada en las costas de Ensenada, y la casa que hoy encabeza la lista de sus mayores distribuidores en la República.

«En esta relación que empezó hace años con Bluefina, hoy podemos encabezar la lista de sus mayores distribuidores en la República», dijo Armando Vega, CEO de El Navegante, acompañado de su esposa, sus hijos y el equipo que hizo posible llegar al festival con todos los preparativos. «Estamos muy agradecidos con la marca, estamos comprometidísimos con ellos, con nuestros clientes, de poder llevarles el mejor atún del mundo».



El anfitrión. Armando Vega, CEO de El Navegante, en el stand de la casa durante el festival.

01 LA ESCENA: UN ALETA AZUL ABIERTO FRENTE AL PÚBLICO

El corazón del festival, para quien se acercó al escenario de la alianza, fue el ronqueo: la ceremonia japonesa de despiece del atún, hecha a cuchillo, pieza por pieza, frente a la gente. El encargado fue el chef Yusuke Kogure, japonés y embajador de Bluefina, que abrió frente al público un ejemplar de 95 kilos y lo trabajó con la precisión de la tradición de su país. Para él, este atún —criado en México— es una joya nacional, y así lo hizo sentir en cada corte.



La pieza, en su sitio. Braulio R. Zepeda, director de operaciones de El Navegante, acomodando el ejemplar para el ronqueo frente al público.



El ronqueo. El ejemplar de aleta azul sobre la mesa de trabajo, frente al público del festival.

Kogure lleva años trayendo esta tradición a México —ha hecho ronqueos hasta en MasterChef Colombia— y la defiende como algo más que un espectáculo: es su manera de transmitir la cultura japonesa del corte, de que la gente entienda todo lo que hay detrás de un atún antes de probarlo.

> *«Es un proveedor que tiene la capacidad de acción de hacer las cosas, de traer cosas de todos los lados de la República; la fuerza que tiene un proveedor como este hace la diferencia».*
>
> PEPE SALINAS · CHEF INVITADO, SOBRE EL NAVEGANTE

El ronqueo también se vivió desde dentro de la casa. Quien esto escribe estuvo junto a la pieza frente al público, acomodando el ejemplar para el despiece: en un ronqueo cada mano cuenta — la que corta y la que presenta el atún — porque es la forma más honesta de explicar un producto, sin discursos: la grasa, el color y la fibra del lomo hablan solos, en vivo, delante de todos.

95 kg	52	N.º 1	1ª vez
EL EJEMPLAR DEL RONQUEO	SEMANAS DE ABASTO AL AÑO	DISTRIBUIDOR DE BLUEFINA EN MÉXICO	DE EL NAVEGANTE EN EL FESTIVAL

02 LA ALIANZA, CONTADA POR LAS DOS PARTES

Si el ronqueo fue la escena, la alianza fue la historia. Paola Pawling, gerente comercial de Bluefina Latam, la explicó en una frase: «Food & Wine es uno de los festivales gastronómicos más importantes de México y estamos encantados de la invitación; venimos en conjunto al Navegante. Para Bluefina lo más importante es el cuidado de nuestros productos, y el Navegante lo que hace es darnos ese valor agregado a nuestra cadena de frío, cuidado de producto y con una logística en toda la República».

> *«El Navegante nos da ese valor agregado a nuestra cadena de frío, cuidado de producto y con una logística en toda la República».*
>
> PAOLA PAWLING · GERENTE COMERCIAL DE BLUEFINA LATAM

Del otro lado, Armando Vega correspondió: «Me encuentro encantado, muy orgulloso y agradecido con Bluefina por habernos invitado a este evento tan importante y poder comercializar el mejor atún del mundo». Y remató con el espíritu del fin de semana: «Van a probar de todo, todo con atún, todo con productos del Navegante fresco, y que todo pueden tener tanto en sus casas como en sus restaurantes».

Detrás de esa naturalidad hubo meses de trabajo. «Este evento ha sido el resultado de largos meses de trabajo en conjunto con la marca Bluefina; nuestra intención es generar una alianza positiva con ellos y prácticamente llegar a todo el mercado», en palabras de quien esto escribe, desde la dirección de operaciones. «Esta es nuestra primera participación en un evento de este tamaño y de esta magnitud; es el primero de muchos eventos que vienen por delante».



La alianza, en persona. Armando Vega, CEO de El Navegante, con Paola Pawling, gerente comercial de Bluefina Latam, en el stand durante el festival.

03 LA MESA DE LOS CHEFS

Un festival se mide por lo que se sirve. Con el aleta azul de Bluefina y el producto de El Navegante, ocho chefs cocinaron en vivo:

- **Yusuke Kogure** (embajador de Bluefina) — los ronqueos del festival: el despiece completo del ejemplar de 95 kilos, con la técnica tradicional japonesa.
- **Javier Plascencia** (Animalón, Valle de Guadalupe) — una creación de aleta azul estilo poke con frijol norteño, arroz de sushi, aguacate, chiles en escabeche, cebollita frita, daikon fermentado y un caracol de El Navegante.
- **Pepe Salinas** (Balcón del Zócalo y Taco Tasting Room) — tacos al pastor de atún aleta azul con sus salsas, por invitación conjunta de Bluefina y El Navegante: «Un evento maravilloso donde la gente la pasa increíble». Su veredicto sobre El Navegante, como cliente, es la frase destacada de esta crónica.
- **Andrés Bracamontes** (Amara, Baja California Sur) — sashimi de atún aleta azul con wakame, miso y chile chilhuacle.
- **Anaísa Guevara** (La Frida, Pueblo Bonito) — un platillo sorpresa con el aleta azul de Bluefina y los productos de El Navegante.

- **Alex Branch** (Nao, Los Cabos) — atún aleta azul sellado sobre romesco de almendra, con pepino persa comprimido, jengibre y tzatziki.
- **Tobias Petzold** — chef invitado de esta edición.
- **Diego Patrón** — chef invitado de esta edición.



Javier Plascencia. El chef de Animalón, con el mandil de Bluefina, en la cocina del stand.



Lo que se sirvió. El aleta azul de Bluefina, trabajado en vivo por los chefs invitados.



La prueba. Una asistente prueba el atún en el stand: la reacción que todo el equipo vino a buscar.

04 LO QUE SIGUE

Adrián Suárez, del área comercial de El Navegante, puso el marco: el festival es el lugar donde el público va a conocer las nuevas tendencias, y la tarea es «crear y expandir esta cultura de que el mejor atún viene de las costas del país, de Ensenada». Su pronóstico, compartido por toda la casa: «No va a ser solamente el primer y único año en el que participamos en esto de Food & Wine».

05 CIERRE: EL PRIMER CAPÍTULO

Dos días, un stand y una pieza de 95 kilos bastaron para contar la historia completa: un producto mexicano de clase mundial, una alianza que lo cuida de Ensenada a la mesa, y una casa que se presentó en sociedad haciendo lo que mejor sabe hacer — trabajar el producto frente a la gente. El Navegante llegó al Food & Wine Festival a debutar, y se fue con la certeza que resume su CEO: «Agradecidos y comprometidos de que vamos por más». Este fue el primer capítulo; los demás ya se están cocinando.

FICHA DE LA ALIANZA

Bluefina — marca de atún aleta azul (*Thunnus orientalis*) de Baja Aqua Farms, Ensenada. Captura con cuota, engorde en corrales marinos con dieta de sardina fresca y cosecha con técnica ikejime; abasto las 52 semanas del año.

El Navegante — distribuidor del producto en México: cadena de frío, cuidado del producto y logística en toda la República; hoy encabeza la lista de distribuidores de la marca en el país.

El escenario — Food & Wine Festival 2026, Campo Marte, Ciudad de México, 7 y 8 de noviembre. Primera participación de El Navegante.

EL FESTIVAL, EN IMÁGENES



El escenario del festival.



Ambiente del Food & Wine Festival.



El público, frente a la barra del stand.



El público frente al escenario.



Trabajo de cocina en el escenario de la alianza.



El equipo en plena operación durante el festival.



Preparaciones con el producto de la casa.



Makis de aleta azul, al momento.



Los chefs de la edición. Yusuke Kogure, Javier Plascencia, Pepe Salinas, Andrés Bracamontes, Anaísa Guevara, Alex Branch, Tobias Petzold y Diego Patrón cocinaron el aleta azul de Bluefina en el stand de El Navegante.

ANATOMÍA DEL PRODUCTO · BRAULIO R. ZEPEDA