



SpainSays, el chef Daniel Valls y Lidl coronan las croquetas como la mejor tapa de España

Tras casi dos meses de competición, más de 250.000 votos y un país entero debatiendo en Instagram y TikTok, la gran final del 21 de mayo corona a uno de los platos más apreciados de nuestra gastronomía.



Haz click aquí para ver el vídeo con la elección final

Madrid, 21 de mayo de 2026 - Todo empezó con una pregunta tan sencilla como polarizante: ¿cuál es la mejor tapa de España? Para responder, la comunidad **SpainSays** se alió con el chef **Daniel Valls (@soydanichef)** y con **Lidl** para lanzar el concurso “**La mejor tapa de España**”, una serie de vídeos publicados semanalmente en Instagram y TikTok en la que **24 tapas icónicas de nuestra gastronomía** se enfrentaron en un torneo. Gambas al ajillo contra pimientos de padrón, croquetas contra boquerones en vinagre, patatas bravas contra pulpo a la gallega y muchas tapas más combatieron para convertirse en las favoritas de los españoles. Cada tapa fue elaborada por Daniel Valls utilizando **ingredientes frescos y de calidad de Lidl**. Semana a semana, los españoles fueron eligiendo su tapa favorita, convirtiendo cada enfrentamiento en un auténtico fenómeno cultural, hasta lograr una única ganadora.

Tras recopilar los más de 250.000 votos recibidos a lo largo de 15 vídeos, hoy se ha desvelado el gran misterio: **la tapa preferida de los españoles son las croquetas**. Y es que las croquetas no son solo una tapa, **son un clásico intocable de nuestro país, que pasa de generación en generación**: el olor que llena la cocina cuando nuestras madres y abuelas las preparan, el primer aperitivo en desaparecer de la bandeja en cada encuentro, el imprescindible en la barra de cualquier bar. En España, las croquetas tienen nombre propio: las de mi madre, las del bar de la esquina, las de la abuela.

La historia de las croquetas en España es larga y tiene mucha reinención popular. Llegaron de la cocina francesa y se convirtieron en algo completamente nuestro: el **plato de aprovechamiento más celebrado de la gastronomía española**, elevado con el tiempo a símbolo de buen hacer y

cariño en la cocina. Hoy son protagonistas de cartas de restaurantes con estrella Michelin y de barras de bar con taburetes de madera, logrando generar el mismo éxito en ambos sitios. Parte de **su esencia reside también en su gran versatilidad**, pudiendo elaborarse con infinitos rellenos e incluso formas diferentes de rebozado. Que una comunidad como SpainSays, construida sobre el orgullo de lo cotidiano y el humor de lo nuestro, las haya coronado como la mejor tapa de España no es una sorpresa. Es justicia.

En palabras de **Nicolás Wein, director de Marketing de Lidl España**: “A lo largo de estas últimas semanas, hemos podido ver a miles de personas debatir sobre cuál es la mejor tapa de nuestro país, pero donde no hay duda alguna es en la importancia de cocinar con los mejores ingredientes. Desde Lidl, nuestro compromiso es estar siempre presentes ahí donde nuestros clientes nos necesiten, ofreciendo la mejor relación calidad-precio, apostando por el producto de origen español y en temporada, y con un surtido de frescos a la altura de sus recetas favoritas.”

En palabras de **Mike Gasch y Carlos Heredia, fundadores de SpainSays**: “En SpainSays siempre decimos que la cultura española vive en las cosas pequeñas. Y pocas cosas son más nuestras que discutir cuál es la mejor tapa mientras compartimos una mesa. Esta campaña ha convertido una conversación cotidiana en un fenómeno nacional. Ha sido una manera de rendir homenaje a eso que sentimos tan nuestro”.

Daniel Valls, chef conocido como @soydanichef, añade: “Creo que esta serie ha servido para conocer el origen de nuestras tapas favoritas: saber de dónde vienen, cuándo y en qué contextos socioculturales nacieron. Las tapas nos acompañan prácticamente a diario, por lo que para mí ha sido un orgullo formar parte del proyecto y poder difundir este conocimiento, más allá del concurso en sí. Las dos grandes favoritas llegaron a la final, pero por el camino ha habido más de una sorpresa, como la victoria del pan con tomate sobre la ensaladilla rusa o los huevos rotos sobre los calamares a la andaluza. La interacción con las diferentes comunidades, tanto la mía, la de SpainSays como la de Lidl, también ha sido muy enriquecedora. Es bonito ver como todas las comunidades autónomas se han involucrado y han formado parte del proyecto, porque en más de una ocasión hemos pedido consejos e ideas que han sido muy útiles. Cosas que no aparecen en libros de cocina, sino que forman parte de las tradiciones de cada comunidad o familia. Cocinar las 24 tapas, y varias de ellas en muchas ocasiones, ha sido muy fácil gracias a la gran oferta de productos que tiene Lidl, destacando sobre todo el producto fresco y la calidad de sus carnes y pescados”.

El auténtico e inconfundible “Palillo de Lidl”



Para poner el broche de oro a este torneo, Lidl ha creado el **auténtico e inconfundible “Palillo de Lidl”**: un homenaje al utensilio por excelencia a la hora de consumir una tapa. Porque si hay algo que une a todas las tapas en este país, es el palillo.

Diseñados para acompañar la serie “La mejor tapa de España”, con esta creación la cadena de supermercados rinde un **merecido homenaje al palillo** y lo eleva más allá de un objetivo cotidiano para **convertirlo en una pieza de culto y un ícono de la cultura española**.

Para celebrar este hito, Lidl ha organizado una sesión de fotos poniendo en valor **el palillo como complemento de moda**, un objeto cotidiano que se transforma en un accesorio digno de revista y que se convertirá en el aliado perfecto para acompañar la mejor tapa de España. Porque celebrar nuestras costumbres, vale la pena.

Sobre SpainSays

SpainSays es la comunidad más española de internet y, sobre todo, una marca cultural capaz de convertir frases cotidianas en fenómenos virales. Creada en 2020 por Mike y Carlos, ha construido una audiencia de más de 750.000 personas con crecimiento 100% orgánico, demostrando que cuando el mensaje es real, la conexión es inevitable. En el mundo de la publicidad exterior, SpainSays funciona porque habla como habla la gente. Lleva a gran formato lo que ya vive en conversaciones, bares y grupos de WhatsApp: mensajes reconocibles, humor con identidad y códigos culturales compartidos.

El compromiso de Lidl con España

Desde su responsabilidad como gran empresa, Lidl trabaja más que nunca para reforzar su compromiso con España y contribuir de forma decidida al desarrollo económico, laboral y social del país. En este sentido, la compañía continúa generando riqueza en todo el territorio gracias a la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de nuevos puestos de trabajo estables y de calidad y la compra de más producto nacional y regional, impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores. Todo ello estando cerca de los colectivos más vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas, sin renunciar en ningún momento a la sostenibilidad como eje principal de su actividad y ofreciendo siempre la cesta de la compra más barata a sus clientes.

Acerca de Lidl



Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace 30 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. Hoy en día, la empresa cuenta con una red de más de 700 tiendas y 14 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 19.700 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 860 proveedores nacionales a los que ya compra productos por valor de más de 7.900 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía que forma parte del Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el sector de la distribución alimentaria. Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en más de treinta países, con una estructura que incluye aproximadamente 12.600 establecimientos, más de 230 centros logísticos y una plantilla superior a 382.000 personas, guiada por los valores de pertenencia, respeto, humildad, confianza y desempeño.

Para más información:

Gabinete de Prensa - Lidl España

[Sala de Prensa - Lidl España](#)

E: prensa@lidl.es T: +34 93 576 14 44

