

1ª JORNADA DE TURISMO Y GASTRONOMIA

“Comer, beber, viajar”

17 de octubre de 2022. Palacio Miramar (Donostia / San Sebastián)



Más de **un centenar de profesionales vinculados al turismo y la gastronomía** se han dado cita este lunes, 17 de octubre, en el Palacio Miramar, en la **“1ª Jornada de Turismo y Gastronomía. Comer, beber, viajar”**, organizada por Donostia San Sebastián Turismoa. El objetivo era analizar el momento que vive la gastronomía desde la perspectiva de la actividad turística, reflexionando sobre buenas prácticas y experiencias que permitan desarrollar una estrategia de futuro basada en la calidad y el desarrollo sostenible.

A través de **cinco mesas redondas y una tertulia** se ha debatido sobre las buenas prácticas de la gastronomía, las experiencias singulares y la estrategia de futuro de los destinos en materia de turismo y gastronomía sostenibles. El **alcalde de Donostia / San Sebastián, Eneko Goia**, destacó en la inauguración de la jornada que *“el desarrollo turístico de la ciudad siempre ha estado ligado a contenidos, y uno de ellos es la cultura gastronómica, que nos ha permitido construir una experiencia de éxito, y sobre la que tenemos que reflexionar a día de hoy, para mejorar esta posición”*.

A continuación, el **diputado Foral Medio Ambiente y Obras Hidráulicas de la Diputación Foral de Gipuzkoa, José Ignacio Asensio**, señaló que *“hay que comer, beber y viajar,*

pero también hay que hacerlo de manera sostenible” y destacó que “la sostenibilidad tiene que ser uno de los factores que garantice un futuro mejor del territorio”.

La concejala delegada de Ecología, Salud Pública, Desarrollo Económico y Empleo del Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián, Marisol Garmendia, resaltó la importancia de establecer un dialogo con el sector y la necesidad de generar empleo de calidad. *“Compartir, aprender de experiencias, mejorar la calidad de vida y la cohesión social, todo ello vinculado a la cultura gastronómica, es nuestro reto de presente y de futuro, pero tenemos que trabajar para no morir de éxito”.*



El **consejero de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, Javier Hurtado,** destacó el prestigio por ecosistema profesional de cocineros y cocineras, la formación en escuelas de hostelería y universidades y la creatividad culinaria. *“La gastronomía juega un rol social clave en la construcción de relaciones, es nuestra seña de identidad. El visitante busca experiencias, la esencia de un territorio, y eso hace que gastronomía y turismo no se separen”.* Destacó la importancia de crear experiencias únicas para atraer al viajero, y que éste repita.

A continuación, se dio inicio a la jornada y arrancaron las distintas mesas, moderadas por los periodistas Reyes Prados y Mixel Ezquiaga.

Mesa 1. El papel de las instituciones y la protección de las culturas gastronómicas

- **Marisol Garmendia.** Concejala delegada de Ecología, Salud Pública, Desarrollo Económico y Empleo, Ayuntamiento Donostia / San Sebastián
- **Antonio Jiménez.** Director gerente, Turismo Sevilla
- **Kino Martínez.** Secretario general, Asociación de Empresarios de Hostelería de Gipuzkoa
- **Mayre Modrego.** Gerente, Eurotoques



La gastronomía es un legado cultural que aporta valor e identidad a nuestros territorios, nos diferencia y forma parte esencial de nuestro patrimonio cultural. Es reflejo de nuestras costumbres, tradiciones y relaciones sociales. En definitiva, **forma parte del estilo de vida de nuestra sociedad.** Lo hacemos todo alrededor de una mesa.

En ese sentido se hace indispensable **preservar, salvaguardar y promover la cultura gastronómica de cada territorio.** Desde administraciones, asociaciones, colectivos y agentes relacionados con la gastronomía es necesario cuidar el patrimonio gastronómico en torno al cual se estructura la oferta turística, y adaptarla a los nuevos escenarios sin perder la esencia. La búsqueda de la **excelencia**, las señas de **identidad** propias y el **relevo generacional** se ven como los grandes retos en este ámbito.

Marisol Garmendia: *“La cultura gastronómica es comer, beber, pero sobre todo compartir en una mesa, en familia, con amigos... es algo más que ingerir alimentos. En torno a una mesa es más fácil llegar a encuentros. Esa cultura gastronómica forma parte de nuestro ADN. No nos podemos dormir en laureles, para eso trabajamos conjuntamente*

muy cercanos a sectores implicados, escuchamos, ayudamos. Compartimos retos y preocupaciones, una de ellas es la excelencia, la calidad. No podemos seguir siendo un destino premium si no somos excelentes y para eso hay que apostar por la sostenibilidad y la formación. Gastronomía de estrellas Michelin pero también del día a día. Tenemos que poner el foco en las personas. Iniciativas que surgen desde el propio sector, como el Instituto del Pintxo, que tratan de dignificar nuestro patrimonio gastronómico, son fundamentales, porque sin excelencia no hay futuro.



Antonio Jiménez: *“Las iniciativas gastronómicas ayudan a que la experiencia de visitante sea valiosa y de calidad, en torno a un relato de identidad propia. Hay que poner en valor productos autóctonos y el mercado de cercanía. Afianzar y definir las señas de identidad, un patrimonio inmaterial de la humanidad como la gastronomía. El relevo es complicado, pero desde hace unos años ha habido dignificación y concienciación del sector”.*

Mayre Modrego: *“Cultura gastronómica es identidad, patrimonio culinario, historia.. en nuestro territorio tenemos herencia culinaria, cocina tradicional, alta restauración, pinxtos... Todo lo celebramos en la mesa, empresarial, familiar, todo alrededor de comida. En los caseríos la gente se relacionaba en la feria, alrededor de la comida, esto no hay que perderlo. Hay que poner en valor a los productores y gracias al Basque Culinary World Prize, también estamos empezando a implantar la asignatura “cultura gastronómica” en los colegios”.*

Kino Martínez: *“La gastronomía es una actividad multidisciplinar, empieza en los pastos, con la salida de los pescadores, en la recogida de piparras... Es la base de nuestra gastronomía, la cadena de valor y la tenemos que proteger con sellos de calidad”.*

MESA 2. El producto de proximidad como el gran valor sostenible

- Soledad Bravo/ Gerente de Servicios de Turismo Diputación de Barcelona.
- Arantza Madariaga/ Directora Gerente Elika Fundazioa
- Iker Goiria/ Director general de Turismo Diputación Gipuzkoa



El producto de proximidad y la gastronomía local son elementos diferenciales para construir la oferta turística de los destinos gastronómicos y estrategias de economía circular para el turismo y la gastronomía. Es preciso atraer a los visitantes a participar de la propia realidad cultural del destino, a través de la cocina, los productos autóctonos y todos los servicios y actividades que los rodean, con un mayor compromiso y conciencia social.

Es necesario promover la economía circular en la cadena de valor de la gastronomía y del turismo. La importancia de las relaciones entre el triángulo producto-cocina-territorio son clave en este sentido.

La convivencia entre visitantes y residentes es otro de los grandes retos para lograr un turismo sostenible. Así como apostar por la identidad y calidad de los productos locales, y por los circuitos cortos o de proximidad, cuidando a los productores y a los mercados.

Iker Goiria: *“La sostenibilidad es la estrategia de todas las instituciones. Cuidar toda la cadena de valor, del productor al restaurador, todo tiene que estar conectado. Lo importante es que cuando cierras los ojos y te metas algo en la boca sepas dónde estás, no perder la esencia, la identidad. Debe de haber colaboración, tenemos que compartir estrategias, capilaridad para conocer territorio y producto. Colaboración público privada. Tenemos un objetivo común”.*

Arantza Madariaga: *“Nuestra cultura gastronómica está muy basada en producto, que es el protagonista, para eso tiene que haber alguien que lo produzca. Hemos dignificado la labor de cocineras y cocineros, hay que dignificar también la labor de agricultores y agriculturas. Valorarlo social y económicamente Si queremos ser un destino turístico que ponga en valor la gastronomía como cultura, hay recuperarla en nuestras casas, aprender a utilizar los productos de aquí. La sostenibilidad es equilibrio, los mercados son representación de lo que podemos ofrecer, pero lo primero tienen que ser lugares de comercialización y negocio del sector. Si solo es turístico, incomodas a residentes, está mal utilizado. La dignificación pasa por ahí... El turismo tiene que servir para repartir economía en todos los territorios. Hay que ser generoso para ser sostenible. Que la riqueza se reparta entre todos.”.*



Soledad Bravo: *“El gran reto es unir economía circular, sostenibilidad, turismo y gastronomía. Se tiende a poner el peso en tercer sector, pero hay que estar presentes desde el primer eslabón de la cadena de valor. El apoyo a las empresas agroalimentarias es fundamental, y ahí tienen un rol importante las instituciones. Trabajar la competitividad de la producción agroalimentaria, pero también generar turismo que no busque beneficio a corto plazo, buscar oferta sostenible, singularidad, reutilización. El turismo siendo circular y sostenible es potente y puede impulsar la gastronomía”.*

Mesa 3. El papel de la restauración hotelera en destinos turísticos de marcada cultura gastronómica

- **Manel Casals. Director General**, Gremi d'Hotels de Barcelona
- **Cuque Illa. Directora**, Hotel NH Collection Aranzazu
- **Raúl Fernández. Presidente** hoteles de Gipuzkoa, Hotel Arbaso
- **Enrique Fleischmann. Director**, Fleischmann's cooking group



En los últimos años, los alojamientos turísticos han mostrado un interés renovado en la gastronomía. Desde la época en la que era obligatoria la media pensión en los hoteles, pasando por el estereotipo de que la oferta gastronómica de los hoteles no estaba dirigida a la población local y la percepción de que en los hoteles se comía mal... hasta hoy, que vemos como cadenas hoteleras han realizado una fuerte apuesta por la gastronomía como estrategia de posicionamiento y diferenciación, existen cada vez más alojamientos que asocian sus restaurantes a grandes chefs y están abiertos a la ciudadanía e incluso son los favoritos de los locales.

Una oferta de restauración en hoteles que aporta valor al territorio y no solo desde el punto de vista de conexión con la gastronomía local, si no también desde la manera que relaciona con los residentes y la población de los entornos de cercanía.

Cuque Illa: *“En el NH Aranzazu dejamos de dar la espalda a la ciudad, y para atraer a gente del barrio, todo pasa por la gastronomía. Somos un sitio de piteo, con respeto por el producto. Tenemos que seguir avanzando, y ser parte de ese todo gastronómico, ahora tenemos alma”.*



Manel Casals: *“Tenemos que pensar de dónde venimos, los restaurantes eran para alojados, no estaban abiertos al público. En Barcelona empezó a cambiar esta situación, poco a poco llegaron grandes chefs a los hoteles y el hotel empezó a ser un sitio donde comer bien. Tenemos que conseguir que el entorno sea amable a la hora de generar nuevos proyectos. Necesitamos gente bien formada. Ha cambiado mucho el turismo, ahora con las redes sociales es más fácil conocer dónde van los locales y la gente busca estar allí donde están. El extranjero quiere sentir que el local consume en el mismo sitio que él”.*

Enrique Fleischmann. *“No sirve no ser autocrítico, hay que conocer las debilidades y el valor añadido. El éxito es que el turista quiera ser como el local. Hoy en día es más fácil conocer los gustos del cliente, personalizar la oferta. La formación es uno de los valores más importantes para mantener la calidad. El hotel es el primer contacto con el visitante y la primera imagen de la ciudad”.*

Raúl Fernández. *“El avance tecnológico permite ser transparente con el cliente y una manera es mostrar las cocinas. Abriendo los hoteles a la ciudad, el que se aloja quiere ver y vivir como un local. Los hoteles se están abriendo a la ciudad y al destino en el que estamos. Queremos dar lo mejor al visitante”.*

Mesa 4. Formación: Clave del Prestigio de la profesión en hostelería y alojamiento

- **Iñaki Gorostiaga.** Director General en Escola Superior de Hostelería de Barcelona
- **Izaskun Zurbitu.** Coordinadora área gestión y negocio Basque Culinary Centre
- **Mikel Ubarrechena.** Presidente, Asociación de Empresarios de Hostelería de Gipuzkoa
- **Beatriz Barba.** Profesora de Turismo, Cebanc



El ámbito de la gastronomía y el turismo son dos de los sectores que más ha modificado su campo de actuación profesional y laboral en los últimos tiempos debido a que la gastronomía comprende una cadena de valor muy extensa.

Es innegable la preocupación del sector por la falta de profesionales y la formación de los recursos humanos resulta en muchos casos el factor clave para el éxito empresarial y de destino.

Necesitamos personas con talento que hagan desarrollarse al sector, atraer a las nuevas generaciones. Es necesario definir estrategias para atraer talento, cualificar a los profesionales, desarrollar las competencias necesarias para estas personas, atraer y retener talento.

Mikel Ubarrechena: *“Tenemos que atraer y retener el talento, hacer atractivo el sector para los jóvenes. Ofrecer en la hostelería desarrollo profesional y personal, un proyecto donde puedas crecer. Se está dando una formación excelente, pero en abril de este año, el 87% de las empresas de hostelería necesitaba personal. Necesitamos crear equipos de trabajo”.*

Iñaki Gorostiaga: *“Sin talento no haríamos nada. Tenemos que poner en valor la formación sectorial. Apoyar a los gremios hoteles y restaurantes. Gracias a ellos hemos puesto la escuela donde está ahora”.*

Beatriz Barba: *“En la FP formamos para crear equipo, entendemos el talento como capital humano, y eso es conseguir un grupo de profesionales que crea en el equipo. Hay que potenciar ese valor humano y esos factores personales que hacen que la empresa en su conjunto brille más. Tenemos que dignificar el sector, no solo en sueldo sino en formación”.*



Izaskun Zurbitu: *“Hay que verlo desde el punto de vista de las nuevas generaciones e incorporar su visión. Entenderles, los tiempos cambian y hay que adaptarse a su mundo, no buscan proyecto profesional sino experiencia de vida”.*

Mesa 5. El Instituto del Pintxo

- Amaia Ortuzar
- Jesús Santamaría
- Patxi Bergara
- Borja García Argüelles



El Instituto del Pintxo es la asociación que trabaja **para proteger y promover el pintxo donostiarra y posicionarlo como referente gastronómico a nivel mundial**. Para ello se ha elaborado un “Decálogo de buenas prácticas”, y las “barandillas” son un reconocimiento que otorga el instituto en un acto creado exclusivamente para este fin, y que bajo los criterios de gestión, sostenibilidad, seguridad alimentaria, bodega, servicio, gastronomía y características del local; los evaluadores consideraran si el establecimiento es merecedor de 1, 2 ó 3 barandillas. Los establecimientos que cumplen con el decálogo de buenas prácticas se incluyen en la **Guía del Instituto del Pintxo**.

Como señala Jesús Santamaría, *“se pretende preservar la calidad y que con el decálogo se respeten las buenas prácticas, que sepas qué pintxo es el bueno. Trabajar también los barrios, no perder la costumbre de ‘apoyar el codo en la barra’”*.

Patxi Bergara afirma que *“hay que destacar la labor profesional, los evaluadores visitan los establecimientos y se valora el sabor, el tratamiento de vino, la formación del personal...”*

Se valoran 7 aspectos, según apunta Jesús. *“En este proceso intervienen clientes, hosteleros e instituciones. Queremos poner en valor el pintxo. Impulsar y apoyar la calidad. El pintxo ha evolucionado mucho en los últimos años, tanto en la calidad como en la forma de consumir. Ahora es mucho más elaborado”.*

Con esta iniciativa se busca que los establecimientos transmitan identidad, que tengan personalidad, y que no todos los bares sean iguales, valorándose no solo el aspecto gastronómico, sino el servicio, la bodega, la sostenibilidad, seguridad alimentaria, la filosofía y gestión, cuidar el local. Ante la pregunta de si ven problema en el relevo generacional, todos los ponentes coinciden en que el relevo generacional está más asegurado en los bares que en los restaurantes, y que las nuevas generaciones entran con ganas de mejorar. Coinciden en que, si el pintxo está homologado, conserva su esencia, aunque cambie la gestión del establecimiento.

Jesús Santamaría: *“El futuro gastronómico de San Sebastián está en el pintxo, Es donde más garantizado está el relevo generacional”.*

Patxi Bergara: *“Queremos que el público disfrute, y que conecte con el establecimiento”*

Amaia Ortuzar: *“La pandemia ha traído algunos cambios positivos y que han venido para quedarse, como por ejemplo, comer los pintxos sentados en algunos establecimientos”.*

Borja García Argüelles: *“El decálogo del pintxo nos ayuda a ser capaces de gestionar mejor, de ofrecer una experiencia más completa, aparte de un buen servicio y comida. La sostenibilidad y el producto local siempre han estado presentes en el pintxo”.*



Tertulia: ¿Qué necesita un destino para ser un lugar elegido por los visitantes en el que beber, comer y visitar?

La jornada se cerró con una tertulia en la que participaron profesionales relevantes del mundo gastronómico.

- **Mikel Iturriaga.** Periodista gastronómico
- **Gabriella Ranelli.** Fundadora, Tenedor Tours
- **Ander González.** Chef, Restaurante Astelena
- **Araceli de la Horra.** Directora de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo, Ayuntamiento Vitoria/Gasteiz
- **Marti Buckley.** Periodista y Blogger de gastronomía
- **Cristina Lagé.** Concejala de Turismo Sostenible, Ayuntamiento Donostia / San Sebastián



En la tertulia se realizó una reflexión sobre qué es lo que motiva a un cliente a venir a nuestro negocio o destino gastronómico y qué es lo que hace atractivo un destino gastronómico.

Mikel Iturriaga: *“Lo que interesa a la gente para elegir un destino gastronómico es un compendio de buenos restaurantes, reputación de un sitio donde se come bien, buen producto, buenas tiendas y mercados para comprarlo, y platos estrella. Las ciudades se*

están homogeneizando y encuentras lo mismo en todas partes, tener algo diferente y auténtico es un imán para elegir un destino”.

Ander González: *“Lo difícil es mantenerse como destino. Nos hemos hecho muy grandes en muy poco, y queremos que dure mucho, pero eso hay que controlarlo. Con la pandemia hemos aprendido algunas cosas, por ejemplo, ahora tenemos locales más tranquilos, trabajamos de una manera diferente y ofrecemos un servicio de mayor calidad”.*

Gabriella Ranelli: *“En Donostia los visitantes no vienen a un gran restaurante, hay muchos. También hay bares, tabernas, mercados, delicatessen. Buena materia prima. La cultura gastronómica es estable, no es una moda. El turismo son dos culturas, la cultura del destino y la del visitante, Los turistas quieren ver como comen los locales. El turismo enriquece y la gente de fuera puede aportar”.*

Marti Buckley: *“Un gran reclamo son los restaurantes de estrella, esto hace que la persona tenga la excusa para venir. Y cuando llegan, se enamoran de las cosas intangibles. La gente aquí sigue involucrada en bares y restaurantes. Pero hay que tener cuidado, porque en el momento en el que un destino se convierte en un parque de atracciones, deja de gustar y tener atractivos”.*

Cristina Lagé: *“El turismo se ha democratizado y ahora tenemos la oportunidad de hacerlo bien. El turismo necesita estar bien gestionado y por ello estamos trabajando en la regulación, en un código ético etc. El turismo solo tendrá futuro si aprende a convivir con el residente. El turismo sostenible es aquel donde el visitante va buscando el alma del lugar”.*

Araceli de la Horra: *“En Vitoria hace muchos años, se apostó por el ‘Green Capital’, se llevó a todos los ejes de la ciudad, y se editó la ‘Guía del turista responsable’. Esa guía se difunde a través de QR con pautas de recomendaciones para la convivencia”.*

CONCLUSIONES

Entre las ideas fuerza que el público se lleva de la jornada, destacan la excelencia, la cultura, la formación, el relevo, la sostenibilidad y el amor.

El cierre de la jornada corrió a cargo de la concejala de Turismo Sostenible del Ayuntamiento Donostia / San Sebastián, Cristina Lagé, quien destacó como conclusiones el hecho de que **será la sostenibilidad en sus tres vertientes, económica, social y medioambiental, el factor que se convertirá en nuestro sello de calidad.** *“Estamos creando un destino turístico, y yo quiero agradecer a todo aquel que cada día levanta la persiana, cumple, paga sus impuestos, paga al personal acorde al convenio, porque nos ayudáis a mantener la calidad y la excelencia. Donostia es lo que es gracias a hosteleros y comercio, y Donostia ama el buen turismo”.*