



REAL ACADEMIA
DE GASTRONOMÍA

Discurso Académico

El impacto de la alta gastronomía como generador de turismo de excelencia en España

17 de abril de 2023

Académica Dña. Xandra Falcó Girod



El impacto de la alta gastronomía como generador de turismo de excelencia en España

Académica Dña. Xandra Falcó Girod

Agradecimiento

Me gustaría agradecer a todos los Académicos que me hayan invitado a formar parte de esta prestigiosa institución. En estos momentos no puedo dejar de acordarme de mi padre, la enorme ilusión que le hacía ser miembro de la Real Academia de Gastronomía (RAG) y cuánto esfuerzo dedicó para contribuir a su crecimiento. Para mí es hoy un orgullo y una enorme responsabilidad leer este discurso y formalmente entrar a formar parte de la RAG. Espero contribuir tanto como lo hacéis todos vosotros, y podéis estar seguros de que no escatimaré esfuerzos para ello.

Xandra Falcó Girod

Académica de Número

¿Qué es la gastronomía?

Delimitar el mundo de la gastronomía no es fácil. En palabras de Ferran Adrià, “la gastronomía lo es todo”. Sin embargo, entrando en el detalle, dice Ferran que “la gastronomía se puede entender como gasto en el buen comer y como todo lo relacionado con la alimentación”. Si continuamos con este pensamiento, parece que la que la gastronomía aúna muchos sectores de actividad. Es una enorme cadena de valor que arranca en la producción alimentaria- lo que incluye agricultura y la pesca-, comprende la distribución a través de cualquier tipo de canal hasta llegar a los hogares, y los negocios hosteleros de diversos perfiles.

Sin embargo, hoy me quiero centrar en la alta gastronomía y como ha contribuido positivamente a la marca España, a la imagen/país y, así, a atraer turistas de alto poder adquisitivo que generen un impacto positivo en las ciudades que visitan. El impacto más evidente es el económico en el PIB de la localidad, pero este tipo de turismo genera otros muchos efectos positivos a los que me referiré en esta exposición.

La alta gastronomía nació de mano de cocineros franceses que hicieron de la cocina un arte. Involucra sin duda un amplio estudio de técnicas culinarias y por supuesto un vasto conocimiento de los productos y sus características, eligiendo siempre los mejores. A ello se suma el gusto por el emplatado y el refinamiento en el servicio y la selección de una adecuada carta de vinos.

La importancia de la gastronomía española en el mundo en sus orígenes

La gastronomía en España ha sido siempre una parte fundamental de su historia y de su manera de mostrarse al mundo. España, durante siglos, ha sido puente con Iberoamérica trayendo a Europa innumerables frutas, verduras y especias, que eran desconocidos y que hoy forman parte indispensable de la dieta europea. Me atrevería decir que no se reconocerían gran parte de las cocinas europeas sin estos ingredientes, que introdujo España. Qué sería de nosotros sin la patata, el pimiento, el tomate, o el chocolate. Sin duda alguna, no reconoceríamos la cocina italiana, suiza o francesa. Sin embargo, como era natural en la época, España no ha recibido ningún crédito por ello. Todavía hoy en día hay quien desconoce que estos ingredientes llegaron a Europa de nuestra mano, siendo la primera gran influencia de España en la gastronomía mundial.

De ahí mi primera reflexión sobre la importancia de reivindicar estas contribuciones gastronómicas de España a la cocina europea, una actividad divulgativa a la que esta Real Academia ya ha dedicado mucho esfuerzo y sin ninguna duda debería continuar haciendo en el futuro.

La época de esplendor

La gastronomía española se caracteriza por estar basada en la calidad de sus ingredientes, de las verduras, las carnes, los pescados. Los cocineros históricamente siempre han tenido un máximo respeto por el producto. A lo largo de los siglos, nuestra gastronomía, basada en ingredientes singulares y de extraordinaria calidad, se ha ido sofisticando y creando una identidad propia, primero en cada una de sus regiones, y finalmente creando un nuevo movimiento, que ha impuesto su manera de hacer y su excelencia en el mundo.

En los últimos 30 años, me atrevería a decir que con la enorme contribución de esta Academia, es cuando la gastronomía española ha alcanzado su máximo esplendor. Y hoy podemos estar orgullosos de habernos convertido en una de las gastronomías más prestigiosas e influyentes del planeta. Con más de 300 estrellas Michelin repartidas por todo el territorio nacional, nuestros chefs son referentes internacionales, de excelencia, de saber hacer, de cultura, de esfuerzo y, me atrevería a decir, de un compañerismo poco frecuentado en otros países que ha sido la clave para convertir España en el líder gastronómico indiscutible que es hoy.

Esta revolución empezó en los años 70 y 80 con la nueva cocina vasca de la mano de Juan Mari Arzak, y Pedro Subijana, junto con Santi Santamaria en Cataluña. Ellos sentaron las bases de un respeto máximo al producto y un refinamiento a las tradiciones culinarias locales, aunque todavía muy inspirada en las técnicas y recetas de la cocina francesa.

Estos restaurantes pioneros empezaron a atraer comensales de toda España para probar sus platos. Podríamos llamarlos los primeros turistas gastronómicos.

Unos años más tarde llegó la revolución de Ferran Adrià. Todavía recuerdo la primera vez que fui a elBulli: era el año 2001, entrábamos con máxima expectación porque nos habían dado la mesa de la cocina y nada más entrar me encuentro con Juan Mari Arzak que me saluda encantador y le digo, “pero hombre Juan Mari qué ilusión verte aquí. ¿Cómo es que estás aquí?” Y me contestó: “Desde hace años cojo una semana de vacaciones y vengo a trabajar con Ferran, la innovación y la creatividad”. Me impactó enormemente la generosidad de Juan Mari, que entonces era líder indiscutible, de compartir su genio con una figura que todavía era emergente, pero que sin duda se convirtió en estrella mundial. Creo que esa unión de esfuerzos fuera de los secretismos, tan instalados en el mundo de la cocina, donde los chefs no compartían sus recetas fue una de las claves del éxito del triunfo de la gastronomía española.

En esos años empiezan los éxitos en los ranking internacionales. En el ranking de los 50 mejores restaurantes del mundo elegidos anualmente a través de los votos de un jurado integrado por más de 1000 expertos internacionales entre chef gourmets y críticos, me refiero al ránking The World’s Fifty Best, por primera vez en el año 2002, elBulli consigue ser número uno, y repite en tres ocasiones más, 2006, 2007 y 2008.

Unos años más tarde, la consolidación del éxito de los españoles en el panorama mundial está más que probada. La edición Top 100 mundial de 2018 incluía 13 restaurantes españoles: el Cellero de Can Roca , Mugaritz, Etxebarri, Disfrutar, Arzak, Tickets, Azurmendi, Nerua, Quique Dacosta, Martín Berasategui, Enigma y Diverxo.

Paralelamente, el crecimiento en el número de estrellas Michelin otorgadas en España ha sido constante llegando en la edición 2023 a más de 300 estrellas repartidas por todo el territorio nacional.

Y desde mi punto de vista, hay otro factor que contribuye enormemente al crecimiento del reconocimiento de la alta gastronomía española y es la creación en 2001 de Madrid Fusión de la mano de José Carlos Capel y Lourdes Plana. Por lo tanto, una vez más, nuestra Real Academia de Gastronomía, a través de sus miembros, estaba apoyando este crecimiento. Madrid Fusión, desde sus inicios, se convierte en el mayor y más importante congreso de alta gastronomía en el planeta. Cada año cuenta con una participación mayor de chefs internacionales, que vienen a compartir sus nuevas técnicas de cocina, en un espíritu renovado y sin secretismos que lidera España con Ferran Adrià.

No me resisto a contar una anécdota muy muy divertida, con Heston Blumenthal. Era el año 2003 o 2004, Heston había dado una clase magistral en el gran auditorio de Madrid Fusión en el que presentó alguno de sus grandes platos, por ejemplo un trampantojo de gominolas rojas y naranjas. Las rojas eran de naranja sanguina y las naranjas de ruibarbo, repartiéndolas por todo el público para que experimentásemos la sorpresa de tomar-

te algo que pensabas que era de un sabor y en boca explotaba uno diferente. Pero lo que más me interesó fue una receta que hacía de patatas fritas a baja temperatura. Explicó que lo hacía en grasa animal como es habitual en Reino Unido. Nosotros estábamos en Madrid Fusión con nuestro stand todavía de Marqués de Griñón. Estábamos lanzando la revolución del mundo de los aceites de oliva extra virgen hacia la calidad y la pureza de aromas y sabores, siguiendo la teoría que veníamos aplicando durante años en el mundo del vino. Cuando Heston terminó su conferencia, yo pensé que si sus patatas eran tan extraordinarias hechas con grasa animal, debería sin duda probar a hacerlas con aceite de oliva. Me acerqué a hablar con él y le propuse la idea de venir a nuestro stand para coger unas botellas de AOVE Marques de Griñón e irnos al backstage para hacer una prueba de sus patatas con nuestro aceite. Muy simpático, me dijo que aceptaba encantado y que vendría a la mañana siguiente.

La sorpresa, mayúscula, fue cuando justo al día siguiente ¡le concedieron su tercera estrella Michelin! Encantador, se acercó a nuestro stand, me pidió mil disculpas, y me explicó que le habían solicitado entrevistas todos los medios presentes y que no tenía tiempo para hacer la prueba. Unos meses más tarde fuimos mi padre y yo directamente a The Fat Duck, a llevarle personalmente las botellas de aceite para que pudiera hacer la prueba. Disfrutamos de una cena maravillosa del recién nombrado 3 estrellas. Semanas más tarde nos escribió para darnos la enhorabuena por nuestro AOVE, anunciando que lo incluiría en alguno de los platos de su restaurante. Pero no en las patatas: quería ser fiel a la tradición inglesa de la grasa animal... ¡Ellos se lo pierden!

El profundo cambio del sector gastronómico y la aparición del turismo gastronómico

No cabe duda de que la extraordinaria lista de chefs que pasaron por Madrid Fusión ayudaron enormemente a difundir lo que se estaba cocinando en los fogones de los grandes restaurantes españoles por el mundo y a compartir estas nuevas técnicas pioneras que revolucionaron la gastronomía mundial.

La gastronomía ya no era un capítulo cerrado de cada país; se empezó a convertir en un sector vibrante y atractivo, cada vez más de moda entre los jóvenes, que querían por primera vez convertirse en chefs y estar detrás de las cocinas de un restaurante. Se había recuperado el prestigio para toda una profesión.

Con estos grandes nombres internacionales, Gastón Acurio en Perú, Heston Blumenthal en Inglaterra, Thomas Keller en California, Jose André en Estados Unidos, convertidos en estrellas del rock o de cine, empezó también una nueva peregrinación para ir a verles. Y con ello un nuevo concepto: el turismo gastronómico. Ir a un restaurante y conseguir una reserva en una de estas grandes mesas no era el complemento a un viaje, sino el objetivo último de viajar.

Esta nueva dinámica genera una enorme oportunidad que no podemos desaprovechar y que de alguna manera tenemos que impulsar, como se ha hecho siempre desde la Real Academia de Gastronomía.

La gastronomía como parte del sector de la cultura y la creatividad

La alta gastronomía forma parte indiscutible del sector más amplio de las industrias culturales y creativas. Este es un sector de enorme importancia en Europa, donde España tiene muchísimo potencial de crecimiento.

Como sabéis, además de orgulloso miembro de la Real Academia de Gastronomía, presido Círculo Fortuny, la asociación española de marcas de excelencia. Somos 72 marcas entre las que se encuentran instituciones del prestigio del Museo del Prado, el Teatro Real, el Teatro del Liceo, el Museo Thyssen, Loewe, Vega, Sicilia, Osborne, Lladró, entre otros muchos. Círculo Fortuny es miembro fundador de la asociación europea denominada European Cultural and Creative Industries (ECCIA) junto con el Comité Colbert en Francia, Fondazione Altagamma en Italia, Walpole British Luxury en Reino Unido y Meisterkreiss en Alemania.

ECCIA es la asociación de las industrias culturales y creativas en Europa. Con sede en Bruselas, nuestro objetivo es que se reconozca un sector de enorme impacto en Europa. Para ello, además de acciones directamente con la Comisión Europea, elaboramos, informes de la mano de los consultores más prestigiosas.

*El impacto de la alta gastronomía como generador
de turismo de excelencia en España*

Por daros una pinceladas de cifras. En el último informe elaborado por BAIN para ECCIA, cifran el sector de la excelencia en Europa en 1.2 billones de euros contribuyendo en un 4% al PIB europeo y con un 10% a las exportaciones. Lo que es más importante, el 72% del lujo mundial es europeo, es decir que cuando un asiático o un americano está pensando en excelencia, está pensando en Europa.

La cultura y la creatividad, de la que forma parte fundamental la gastronomía y los productos gastronómicos asociados a la experiencia, es el Silicon Valley europeo, y en España no podemos desaprovechar esta oportunidad.

Este año estamos elaborando un nuevo informe con McKinsey que publicaremos en noviembre, para cuantificar las cifras en España. Sin duda, tenemos todo lo necesario para seguir construyendo un sector en plena transformación. Un sector de la excelencia que ha pasado de consistir únicamente en bienes personales, es decir relojes, bolsos, joyas, a incluir la excelencia en la experiencia: una visita a un museo, un viaje, un coche o una cena en un restaurante, disfrutar de una botella de vino o de aceite. Analizaremos también la evolución del cliente de lujo que busca cada vez más la emoción, e identificarse con los valores de la marca estudiando los datos de clientes que están dispuestos a gastar cualquier cifra por una experiencia única irrepetible. Ahora ya no se buscan únicamente productos de excelencia. Se buscan memorias extraordinarias. ¡Sin duda alguna la gastronomía lo es!

El potencial de la gastronomía como tractor de turismo de excelencia

Un porcentaje importante de estos clientes son turistas, y por esto debemos analizar también el sector del turismo. Los datos sobre el turismo en España son sin duda una historia de éxito. El turismo contribuye en más de un 10%, al PIB español con más de 70 millones de visitantes al año solo por detrás de Francia en el ranking internacional. Pero este turismo de masas que ha venido desarrollándose desde los años 50 empieza a ser insostenible a largo plazo y, hoy en día, hay un gran dilema de hacia donde debe evolucionar el sector. Con una preocupación hacia la sostenibilidad cada vez mayor, y también con el debate generado en las ciudades sobre la convivencia entre el turismo y la población local. El planteamiento debe ser no solo medir el éxito del turismo en el número de visitantes, sino en el impacto económico por visitante y día.

En 2022, desde la asociación Círculo Fortuny impulsamos un estudio europeo sobre el turismo de lujo, elaborado por Bain. En este estudio se mide por primera vez el impacto económico de este tipo de turistas frente al turista medio y los datos son interesantísimos.

Europa es el líder absoluto, atrae a uno de cada dos viajeros mundiales, el 51% de las llegadas internacionales. El impacto económico en 2019 fue de 575 a 720 millones de euros, llegando a 1 trillón de euros si incluimos la contribución indirecta: la industria del turismo genera cerca de 12 millones de empleos directos y 22 millones de empleos indirectos.

*El impacto de la alta gastronomía como generador
de turismo de excelencia en España*

Las cinco economías más grandes alrededor del turismo en Europa son Francia, Italia, España, Alemania y Reino Unido que contribuyen con el 67% del valor total del turismo. El turismo contribuye alrededor del 4% del PIB europeo, aunque entre las economías más pequeñas, el porcentaje es mayor en el caso de España, alrededor del 10%, y en países más pequeños como Portugal o Grecia es alrededor del 20%.

En el informe, Bain cuantifica por primera vez el sector del turismo de alto impacto o de excelencia en Europa y lo cifra entre 130.000 y 170.000 millones de euros.

Dos datos aún más importantes: con solo el 2% del total de infraestructuras hoteleras, se genera el 32% de la facturación; y el gasto de los turistas de alto impacto, los que eligen los hoteles de excelencia generan entre 20 y el 25% del total del gasto generado en Europa por el turismo. Es decir, un turista de alto impacto en Europa se gasta ocho veces más por día que el turista medio.

Las cifras en España son similares. El turista de excelencia comparado con el turista medio se gasta 4 veces más en la estancia, 4 veces más en restaurantes y 6 veces más en cultura ocio y compras.

Se crea así un círculo de valor, con menos turistas se genera mayor PIB. El impacto directo es en la restauración como polo de atracción, pero esto genera un impacto indirecto en empleo, en imagen país de excelencia, en la demanda productos gastronómicos.

¿Qué busca el turista de alto impacto en sus viajes, con qué se identifican y como eligen el destino?

Europa es el líder en turismo mundial en gran medida por la increíble variedad de actividades que ofrece al visitante. Historia, gastronomía, cultura, arte, compras, paisaje, playa, festivales de música, congresos... Italia es el país que genera mas demanda con 6 motivos de viaje de media por viajero, en España estamos en 3,7 motivos, detrás de Francia y Alemania.

La gastronomía es un factor determinante. Casi la mitad de los turistas que visitan Europa, el 46%, la incluyen como un motivo principal en la elección del destino.

El estudio de BCG para Fondazione Altagamma analiza en mayor profundidad los motivos de la elección del destino Italia según el origen y la edad de los turistas. Los resultados que arroja vuelve a demostrar la importancia de las gastronomía.

En su primer análisis según la nacionalidad del viajero, nos dicen que para el 70% de los viajeros americanos la enogastronomía es importante, ligeramente por detrás del shopping, el arte, los spas, los servicios exclusivos y el deporte. Para los turistas chinos, la enogastronomía se sitúa como primer motivo del viaje, es importante para el 89% de los viajeros, por delante del shopping, los deportes y el arte. Para los turistas europeos, la enogastronomía se sitúa entre los tres motivos mas relevantes del viaje, un 66%, junto con los spas y los servicios exclusivos.

BCG también analiza los motivos del viaje en función de los grupos de edades. La gran noticia es que para la inmensa mayoría, los *Baby Boomers*, la generación X y los *Millenials*, la enogastronomía es el segundo motivo mas importante para viajar a Italia. Únicamente para la generación Z baja a un quinto lugar.

Por ultimo, BCG analiza el ranking de destinos enogastronómicos del mundo, Italia se sitúa en primer lugar, elegida por un un 66% de los viajeros, seguido de Francia y curiosamente de China. España ni aparece, por lo que queda claro que aunque tengamos una posición de liderazgo en la alta gastronomía, aún nos falta mucho por construir en cuanto a imagen como destino de país gastronómico.

Los destinos de excelencia gastronómica

Nuestra posición como líderes mundiales en alta gastronomía nos debería ayudar a crear un impacto positivo en un sector muchísimo más amplio, que incluya un abanico de productos gastronómicos de nuestra agricultura, ganadería y pesca.

El impacto positivo indirecto, no es solamente en los restaurantes que visitados por los turistas, sino que repercute en sectores enormes, como el vinícola, el de nuestros extraordinarios aceites de oliva virgen extra, el jamón ibérico, los quesos, las conservas y tantos otros, contribuyendo, a generar imagen de excelencia en marcas que y están presentes en mercados internacionales y reciben de esta forma un apoyo intangible extraordinario. El turista de alto impacto que visita nuestros restaurantes estrellados

en España se convierte de alguna manera en embajador de nuestras marcas cuando vuelve a su país de origen. Este efecto multiplicador es fundamental y generador de PIB, es lo que llevan haciendo nuestros vecinos en Francia o Italia desde hace décadas, las gastronomía española como un todo inseparable. Nuestra obligación como Academia es seguir promoviendo y divulgando a Gobierno e instituciones, y a la sociedad en general, la importancia de este efecto tractor del PIB de la alta gastronomía española.

El estudio de Bain resalta que los nuevos turistas están cambiando en sus motivos de viaje y en la elección de sus destinos, buscan cada vez más la sostenibilidad, la salud y en general el bienestar, lo que hoy en día llamamos wellness. España tiene una enorme oportunidad en este campo.

Fomentar la creación de destinos únicos, fuera del circuito habitual, como centros de excelencia local que generan un pequeño ecosistema propio es, sin duda, un objetivo que debemos seguir desarrollando en nuestro país.

El proyecto de Abadía Retuerta Le Domaine que propició la restauración de una abadía milenaria convirtiéndola en hotel de lujo, contribuyendo a la inversión local y el mantenimiento de nuestro patrimonio cultural, reconduciendo la bodega hacia la calidad, creando un spa premiado en el mundo y un restaurante con estrella Michelin que reivindica el producto de cercanía con su propia huerta y el apoyo de los artesanos locales.

Otro ejemplo importantísimo en este sentido es Marqués de Riscal, con la importante inversión en la bodega trayendo a Frank Ghery arquitecto de fama internacional, de la mano de Francis Paniego en su restaurante y el spa de Caudalie; esto ha generado una muy relevante segunda línea de negocio para la marca. Son dos claros ejemplos de lo que está pasando en las bodegas en los últimos años, pero hay mucho más. Este es sin duda el camino: promover medidas que fomenten el apoyo de la creación de experiencias únicas en torno al enoturismo, al óleo-turismo, o al jamón ibérico.

5 Jotas ha desarrollado un centro de visitas extraordinario en Jabugo, enseñando a los visitantes además de la elaboración y secado de los jamones, la importancia de la sostenibilidad de sus dehesas, un ecosistema único de los bosques mediterráneos, fundamental para su negocio, y para el planeta, cumpliendo objetivos de desarrollo sostenible, ayudando a la economía local, y preservando la belleza de un paisaje.

Algunas recomendaciones para atraer más turismo de alto impacto

No cabe duda que el turista de alto impacto nos interesa y mucho. La buena noticia es que la expectativa de crecimiento es enorme: se espera que en 2035 este tipo de turismo se multiplique por dos o por tres. España no puede perder este tren. Para que esto sea una realidad hay una serie de recomendaciones que no podemos dejar de lado. Enumero las principales:

1 Inversión e incentivos para desarrollar una propuesta de valor para el turismo sostenible. Esto debería incluir la corrección del fenómeno del exceso de turismo de masas y apoyar iniciativas alineadas con el concepto de la economía verde y los objetivos de desarrollo sostenible.

2 Desarrollo y comunicación alrededor del turismo enogastro-nómico. En particular, esto ayudaría muchísimo a seguir creando centros de excelencia que se conviertan en destinos únicos, considerados secundarios y contribuir a un empleo local que ayudara a luchar contra la famosa España vaciada.

3 Inversión en conectividad, siendo importantísimo la conexión directa de vuelos con las ciudades emisoras de turistas de alto impacto, en especial de Asia.

4 Promoción de la gastronomía española en los principales países emisores de turismo de alto impacto, así como la armonización y facilitación de la emisión de visados, por ejemplo a China.

5 Apoyo y promoción al sector de hostelería y turismo en el sistema educativo, con un foco especial en el turismo de alto impacto. El objetivo ha de ser convertir a España en un centro de excelencia reconocido y en un punto de referencia global mundial. El punto de partida sobre el que construir es excelente y siendo la referencia, España puede convertirse en un foco de empleo ofreciendo a los estudiantes formados en España posibilidades de empleo en cualquier parte del mundo.

Conclusión y agradecimiento

La alta gastronomía española es sin duda líder mundial, pero todavía nos queda mucho camino por recorrer para hacerla aún más conocida. Desde aquí animo a la Real Academia de Gastronomía, de la que orgullosamente formo parte, a que haga suyas las anteriores recomendaciones a fin de potenciar la alta gastronomía española como elemento esencial para la atracción del turismo de alto impacto. Una categoría de turistas que se va a doblar o triplicar en los próximos años, y que sin duda debemos tener como objetivo recibir en España una parte relevante.

También es fundamental la tarea divulgativa de reivindicar las contribuciones gastronómicas de España a la cocina europea, una actividad a la que la Real Academia ya ha dedicado mucho esfuerzo y que, sin duda, debería continuar en el futuro.

Así, seguiremos contribuyendo decisivamente, como esta Academia ha venido haciendo en los últimos años, a sacar el máximo rendimiento al enorme potencial de la alta gastronomía española, consolidando su liderazgo mundial. La alta gastronomía, de la mano de la RAG, continuará siendo uno de los principales contribuyentes a la España de la excelencia.

Muchas gracias a todos por venir hoy, muchas gracias por escucharme. Espero que esta pequeña exposición ayude a generar un debate que contribuya positivamente a nuestra actividad. A vuestro lado, desde esta gran Academia, seguiré realizando los mejores esfuerzos para posicionar la alta gastronomía española como uno de los principales activos para atraer el turismo de alto impacto.

realacademiadegastronomia.com
