

“Preparando la carta: ¿Qué debemos considerar para construir la Hoja de Ruta de un Destino Gastronómico?”





*Galicia es el país de los mil ríos. Alvaro Cunqueiro. Escritor gallego*

*“Yo soy gastrónomo practicante en él sentido de que me gusta comer, de que entiendo, que se elegir un menú, de que distingo en la preparación de los platos, eres decir, que soy un catador. Y además soy un gastrónomo practicante en el sentido de que me gusta cocinar”*

*Un pueblo que no bebe su vino y no come su queso, tiene un grave problema de identidad (Manuel Vázquez Montalbán)*

*La gastronomía es el paisaje puesto en el plato (Josep Pla)*

*El turismo, sin gastronomía, no es más que un recorrido apresurado (German Ortega)*

# ***Los ingredientes: no somos una isla***



Cambio de paradigma  
Mercado en crecimiento  
NUEVOS OPERADORES  
NUEVOS RETOS: impacto  
en los destinos,  
banalización,  
sostenibilidad, economía  
digital, colaborativa

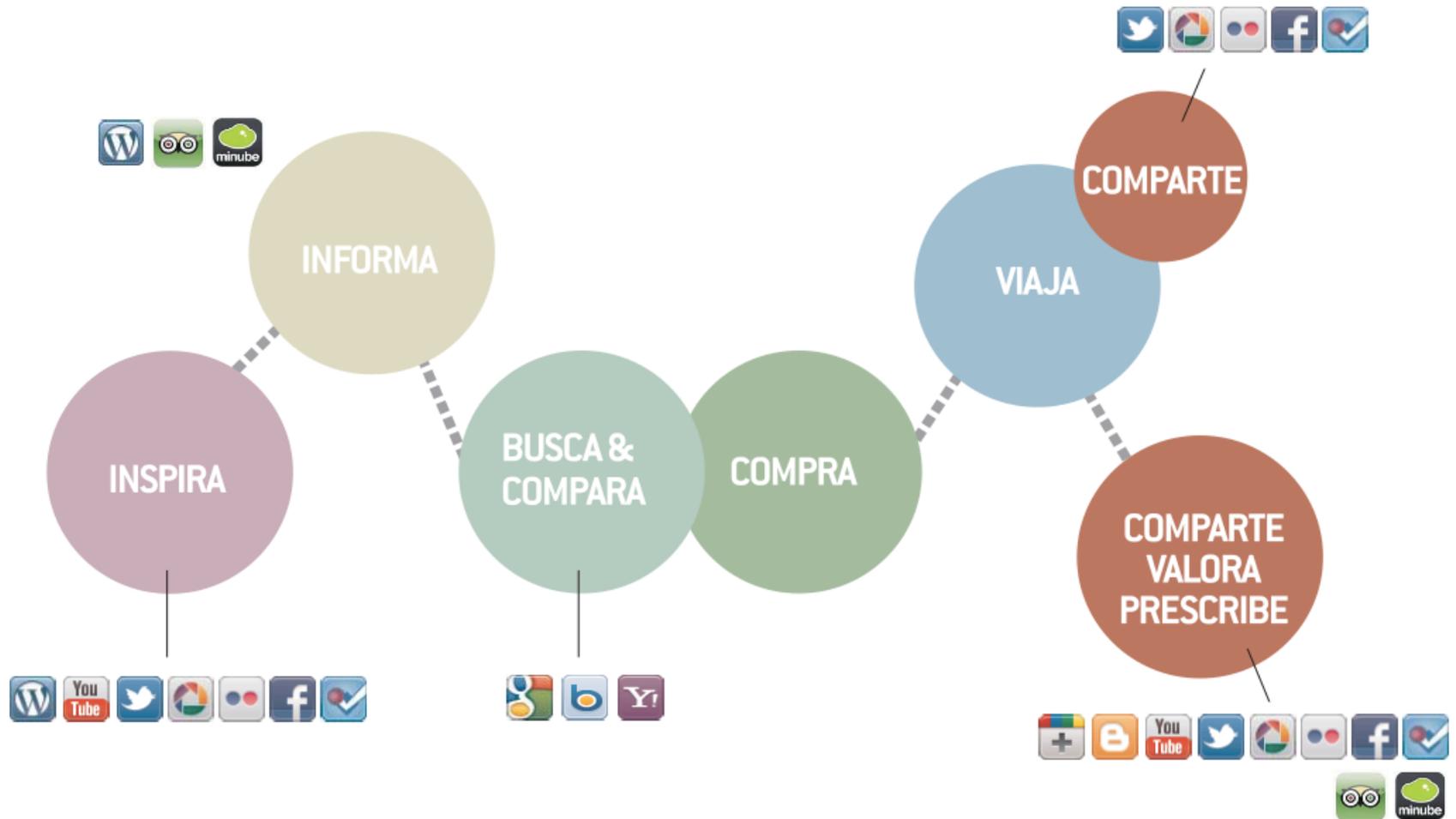
AGENDA 2030  
ODS de la ONU  
Sostenibilidad, cambio  
climático economía  
circular,..





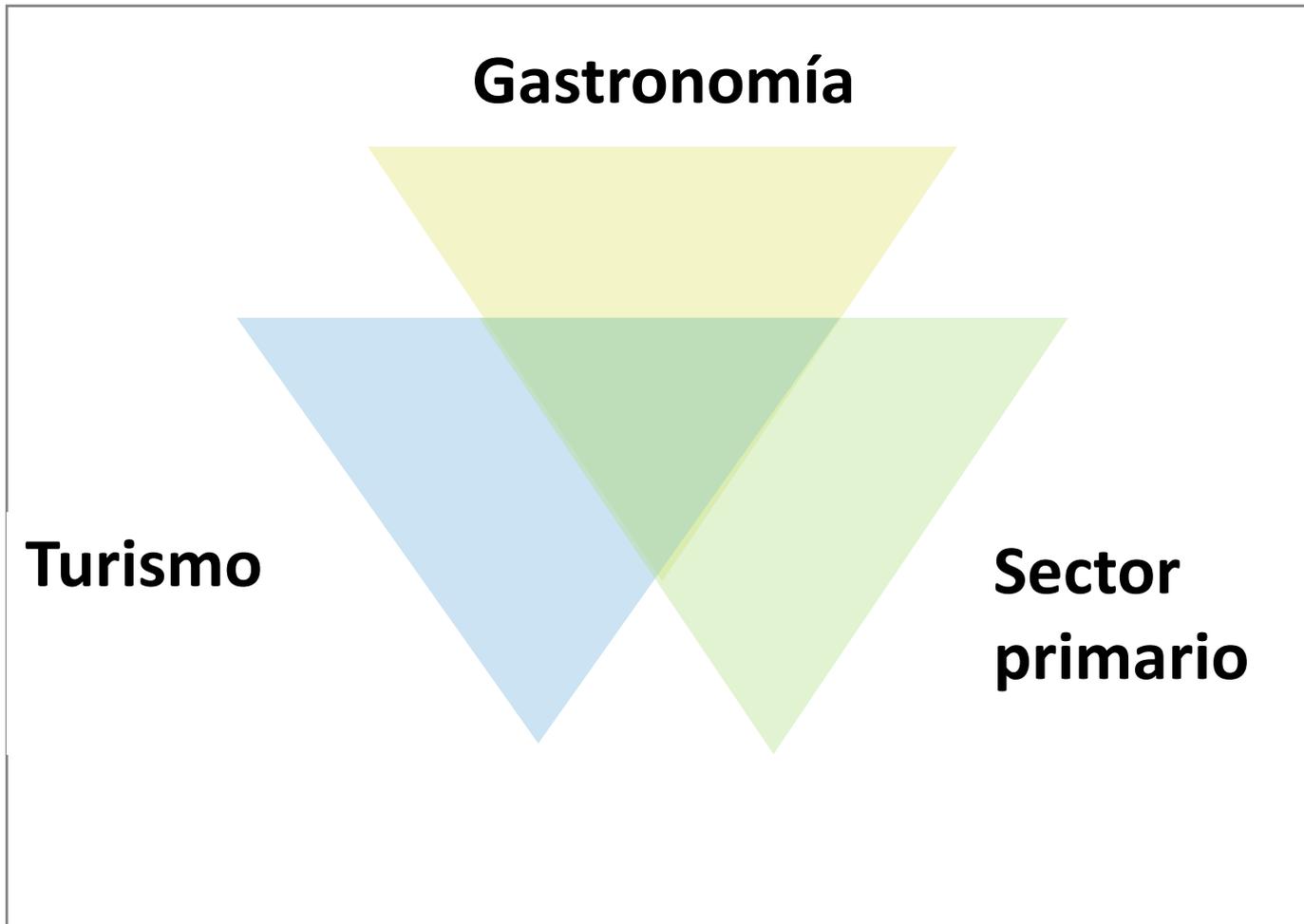
# Conceptos clave

## EL CICLO DE LA EXPERIENCIA DEL VIAJE PROCESO



# Conceptos clave

## EL TRIÁNGULO



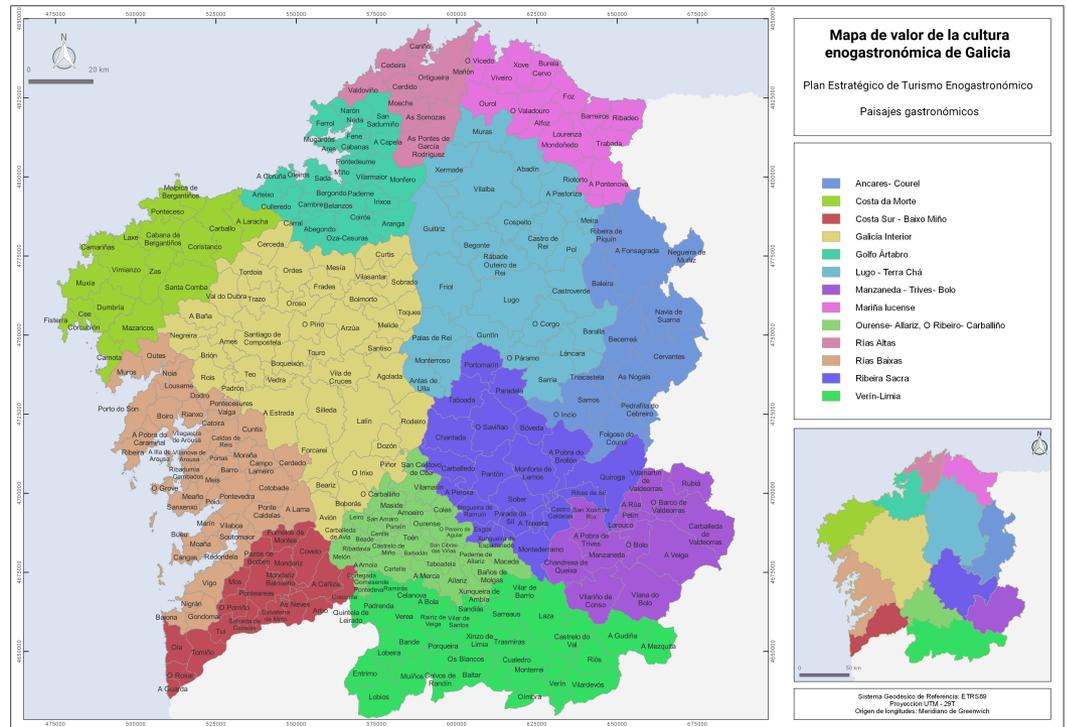
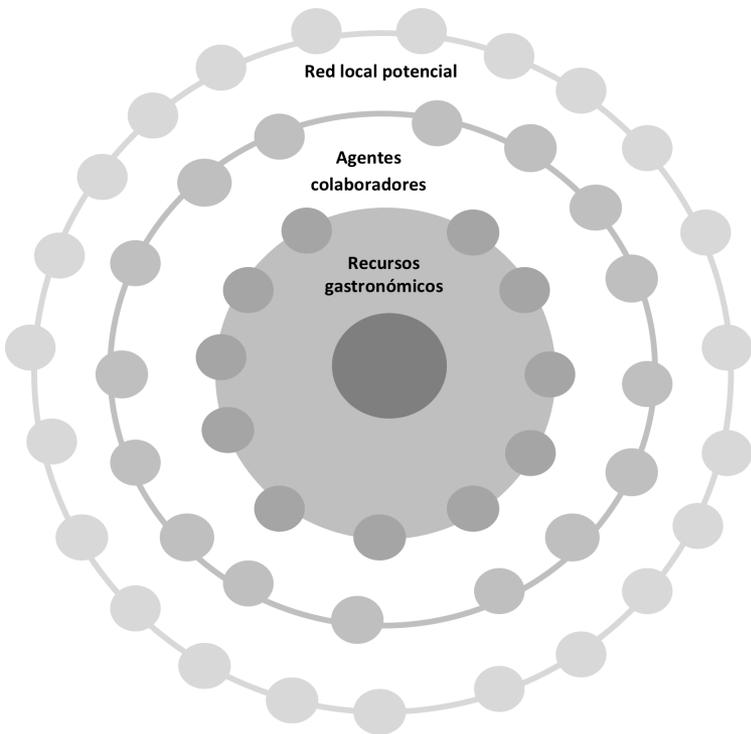
# Conceptos clave

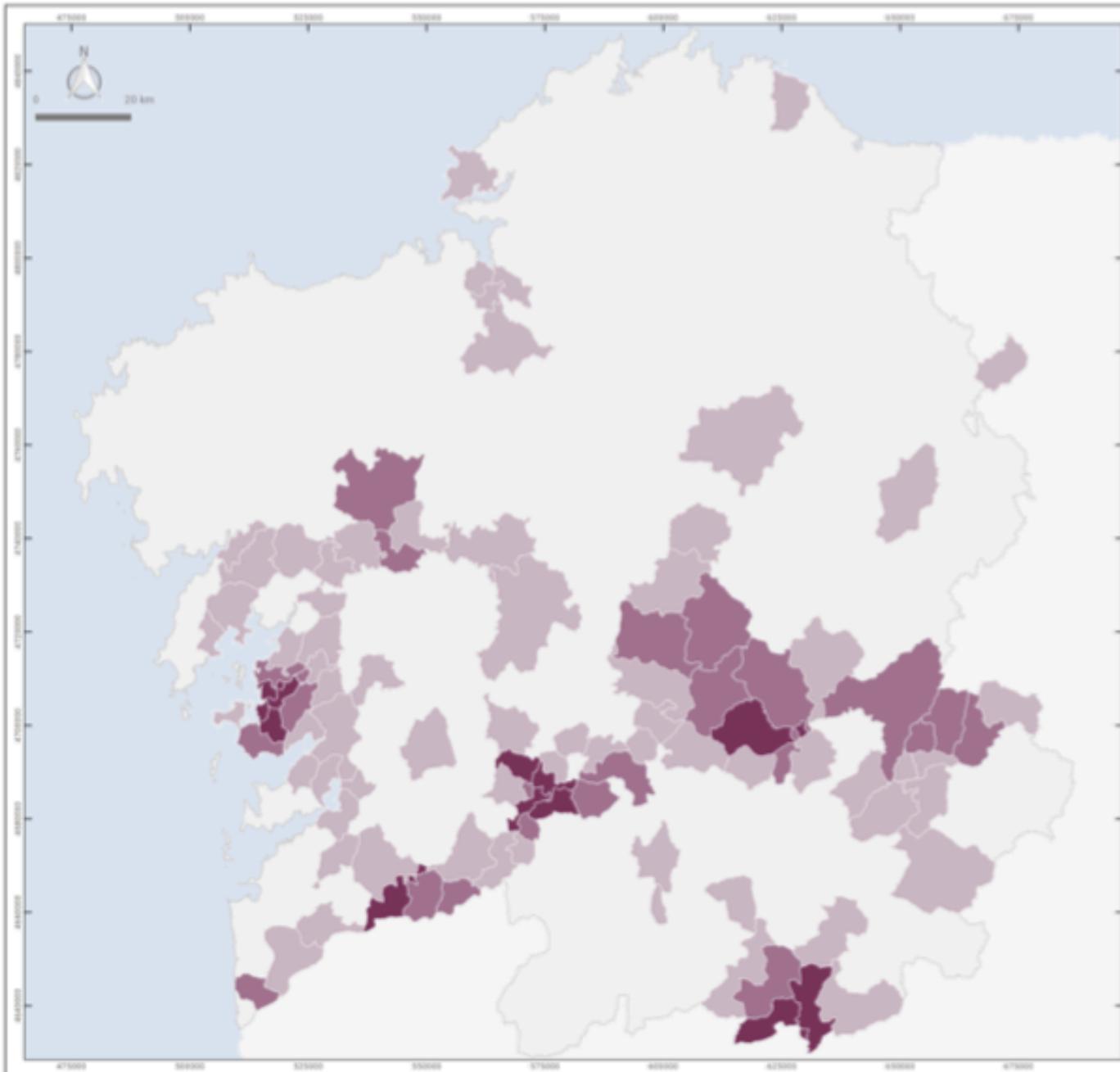
## EL MAPA DE SABORES



# Conceptos clave

## EL MAPA DE VALOR DE LA GASTRONOMÍA





## Mapa de valor de la cultura enogastronómica de Galicia

Plan Estratégico de Turismo Enogastronómico

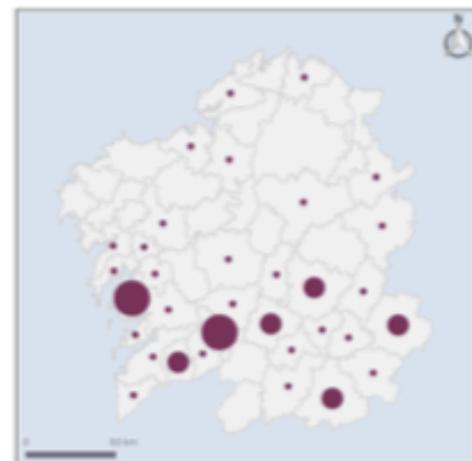
Vinos (incluye licores y espirituosas)

### Establecimientos por municipio

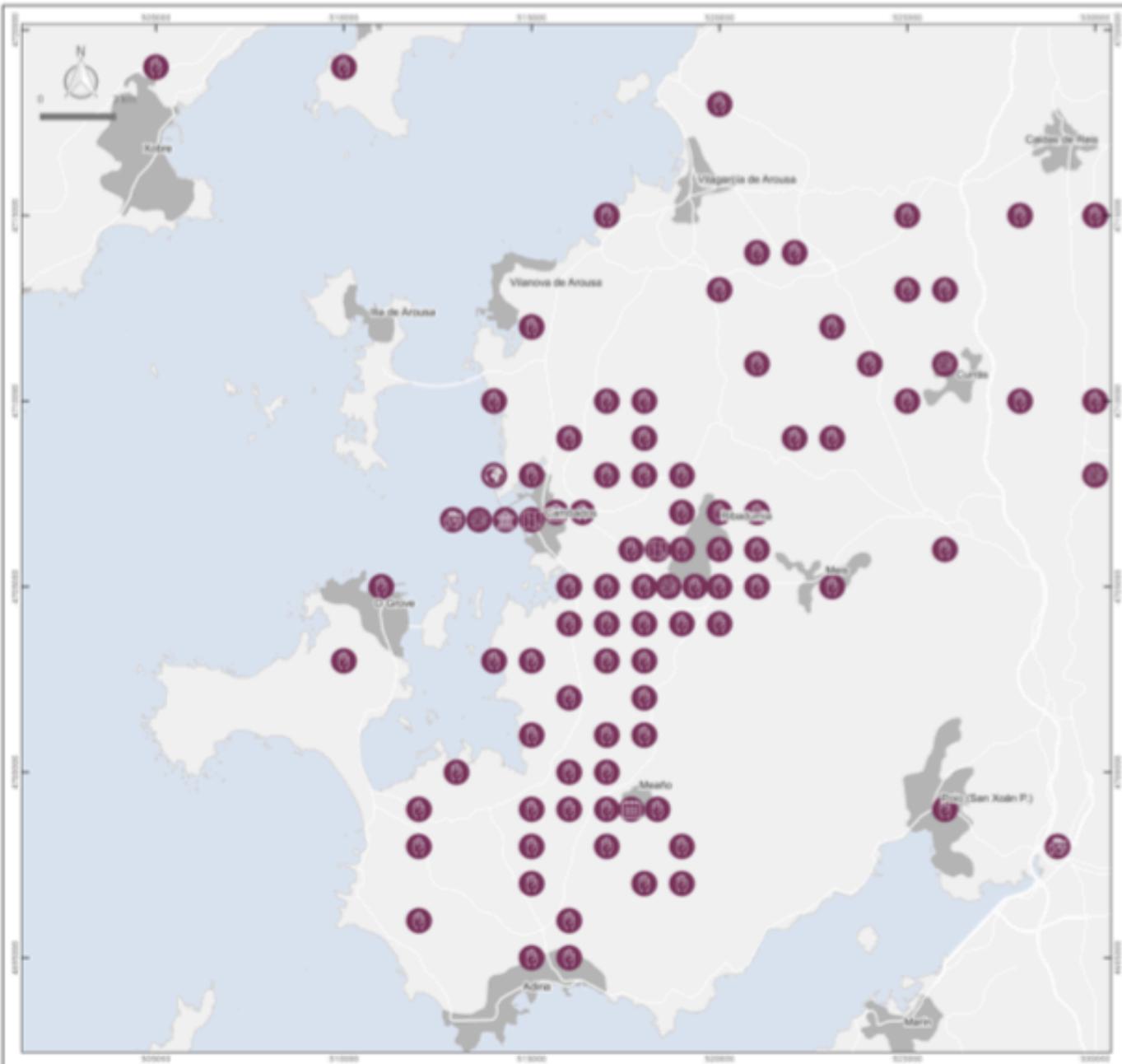
- 1 - 5
- 6 - 15
- 16 - 35

### Establecimientos por comarcas

- 1 - 25
- 26 - 75
- 76 - 120



Sistema Geodésico de Referencia: ETRG85  
Proyección UTM - 29T  
Origen de longitudes: Meridiano de Greenwich

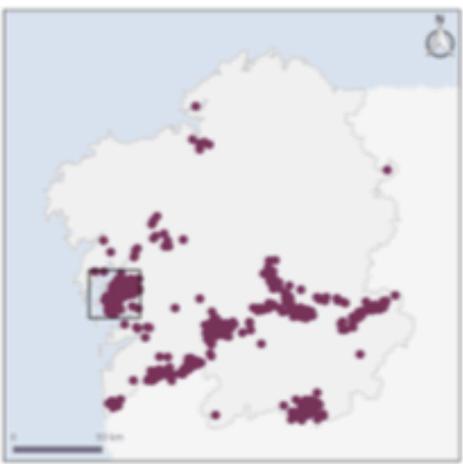


## Mapa de valor de la cultura enogastronómica de Galicia

Plan Estratégico de Turismo Enogastronómico

Vinos

-  Actividad turística
-  Alimento/producto elaborado
-  Alimento/producto natural
-  Distribuidor
-  Espacio de degustación/restaurante
-  Feria, muestra o evento
-  Museo/Centro de interpretación
-  Patrimonio inmaterial (festa/tradición)
-  Patrimonio inmueble
-  Productor
-  Ruta/Itinerario



Sistema Geodésico de Referencia: ETRS89  
 Proyección: UTM - 29T  
 Origen de longitudes: Meridiano de Greenwich

# Conceptos clave

## El papel de la gastronomía en el turismo

La gastronomía proporciona **argumentos sólidos para responder a los retos actuales de los destinos y elaborar una propuesta de turismo sostenible:**

- Un crecimiento que favorece la **inclusión social, el empleo y la reducción de la pobreza**
- Un uso eficiente de los recursos, una **producción y un consumo responsable** (ODS de la ONU)
- La **protección ambiental y la lucha contra el cambio climático**
- La protección de los **valores culturales, la diversidad y el patrimonio**
- Y el **entendimiento mutuo, la paz y la seguridad.**

# Conceptos clave

## El papel de la gastronomía en el turismo

La gastronomía se ha convertido en **una de las principales motivaciones de viaje a nivel mundial.**

El lugar que ocupa la gastronomía en un destino turístico puede tener una importancia variable:

- La gastronomía puede ser **el motivo o la experiencia principal de la actividad turística. TURISMO GASTRONÓMICO**
- La gastronomía puede ser una experiencia o motivación de viaje secundaria, es decir, como un complemento relevante que aporta valor añadido significativo al viaje.
- La gastronomía puede ser parte de la rutina del turista. Es un hábito diario con poca relevancia.

# Tendencias actuales del turismo gastronómico

- La **ampliación del concepto** de turismo gastronómico
- La **cadena de valor** de la gastronomía
- **Experiencias poliédricas**
- El ***glocalismo***
- La preocupación por la **autenticidad, el terroir y la sostenibilidad**
- Una oferta cada vez **más variada y compleja**
- Basada en **productos locales, de temporada y sostenibles**
- **Oferta casual:** comida de buena calidad a precios moderados, servida en un ambiente moderno y exclusivo. ***Entre la buena mesa y la comida rápida.***
- **Nuevas cocinas y destinos emergentes:** Norte de Europa (Nordic Food), América Latina (Perú, México,.), Asia (Tailandia, Korea,.) y el ***mestizaje***
- **Una nueva forma de consumir (experiencial) y de relacionarse:** internet+redes sociales
- Food Halls, Street Food, etc.

# *Las recetas: guía para el destino gastronómico*



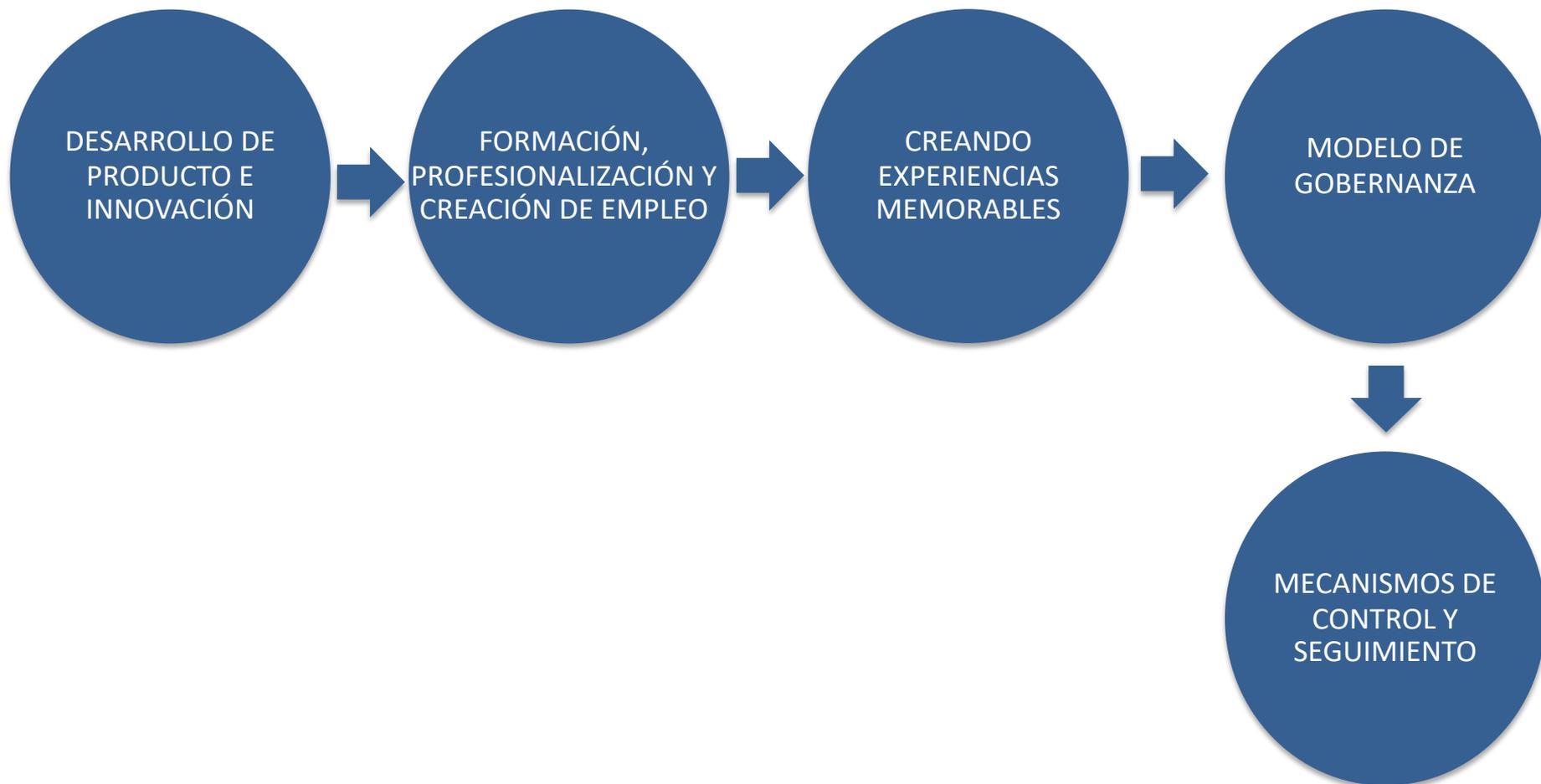
# Las *recetas*: guía para el **destino gastronómico**

## BLOQUE ESTRATÉGICO



# Las *recetas*: guía para el **destino gastronómico**

## BLOQUE ESTRATÉGICO



# Recomendaciones para la *carta del destino*



1. Gobernanza con liderazgo,  
transparente y participativo

## 2. Reconocimiento de la gastronomía local como patrimonio cultural

3. Mejora del escenario, entorno, espacio y sistema de acogida del turismo gastronómico

4. Creación y desarrollo de productos y experiencias de turismo gastronómico asociados al potencial endógeno del destino, innovadoras y singulares, diversas y variadas

5. Competitividad de los agentes de la cadena de valor - excelencia, conocimiento, gestión del talento, innovación y la cooperación

6. Inteligencia de mercado:  
cuantificar, conocer y caracterizar al  
turista gastronómico y analizar las  
dinámicas del destino

7. Relato auténtico y creíble de la gastronomía del destino como argumento de marca – branding gastronómico

8. Plan de promoción y apoyo a la comercialización del turismo gastronómico con la participación de los agentes del sector – marketing gastronómico

9. Maximizar el poder de la tecnología como motor para el desarrollo del turismo gastronómico

10. El turismo gastronómico como herramienta para avanzar en la sostenibilidad del destino y la contribución del turismo a los ODS

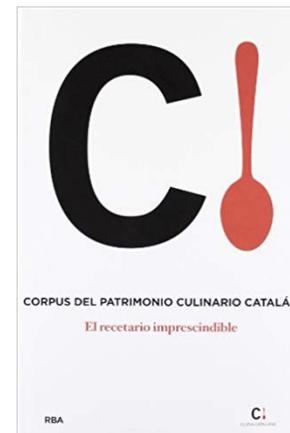
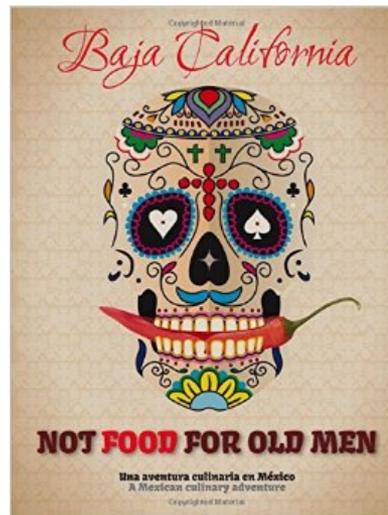
*Buenas prácticas*



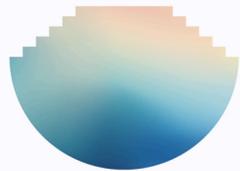
# PAÍSES



# REGIONES



# CIUDADES



**Donostia  
San Sebastián**



**SINGAPORE**  
**Passion Made Possible**



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization



**DÉNIA**  
CITY OF GASTRONOMY

Designated  
UNESCO Creative City  
in 2015



**ONLY LYON**

# PROYECTOS



Muchas gracias

Iñaki Gaztelumendi

