

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial
turístico referido al producto gastronómico en la
ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Alejandra Fenollosa Gallardo

Tutor/a:

Enrique Sigalat Signes

GANDÍA, 2015

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Resumen

El gastroturismo es un término hoy día todavía poco utilizado. Gandía es una ciudad turística que recibe cada año miles de turistas procedentes de todas partes y que cuenta con una materia prima gastronómica única.

Este trabajo tiene como finalidad, a través del análisis de una serie de entrevistas realizadas a varios agentes clave tanto de la localidad como de la gastronomía, un estudio exploratorio de la viabilidad de un proyecto tanto empresarial como turístico basado en la gastronomía, elemento que atrae a muchos turistas a elegir un destino.

Gandía ofrece muchas actividades para los turistas como cines de verano en la playa, visitas nocturnas a monumentos, conciertos, etc. ¿por qué no aprovechar la gastronomía?

Palabras clave: Gandía, Gastroturismo, comarca, producto.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Abstract

The gastro-tourism is a term today still little used Gandia is a tourist city that receives every year thousands of tourists from all over and has a unique dining feedstock.

This work has a purpose, across the analysis of a series of interviews realized to several key agents both of the locality of the gastronomy , the study of viability of a both managerial and tourist project based on the gastronomy, element that attracts many tourists to choosing a destination.

Gandia offers many activities for tourists as summer cinemas on the beach, night visits to monuments, concerts, etc. Why not to take advantage of the gastronomy?

Keywords: Gandia , Gastroturism , region, product.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Índice

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Introducción y justificación.....	6
Objetivo.....	9
Metodología.....	9
Localización.....	11
Cuestionario.....	13
Análisis.....	17
Análisis de la Dimensión 1. Gastronomía en General.....	17
Análisis de la Dimensión 2 Gastronomía y turismo.....	19
Análisis de la Dimensión 3. Turismo gastronómico como producto.....	26
D.A.F.O.....	31
Conclusiones.....	32
Propuestas.....	34
Rutas y clases de cocina para extranjeros.....	34
Apoyo al sector.....	35
Promoción.....	35

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Promoción 3.0	36
Bibliografía	37

Introducción y justificación.

España, según los datos recogidos por Turespaña, recibió en el año 2014 casi 65 millones de turistas y sólo la Comunidad Valenciana 6 millones siendo la quinta comunidad autónoma que más turistas recibió. (Ver tablas 1 y 2 Anexo).

Hoy en día las costumbres cambian, los gustos, todo está en constante evolución y por eso hemos de adaptarnos a las nuevas tendencias. Hace ya algunos años, se conocía a España en materia turística principalmente por ser un destino de sol y playa el cual recibía millones de visitas cada año. Desde hace relativamente poco la tendencia turística hacia nuestro país ha cambiado. Hoy día España recibe un tipo de turista más exigente que no solo se conforma con tener buen tiempo y playas de calidad sino que va más allá. El turista busca introducirse en la cultura española a través de motivaciones de tipo cultural como las festividades o el patrimonio y a través de la gastronomía; uno de los aspectos más valorados de nuestro país. España cuenta con alrededor de 200 Denominaciones de Origen y casi 70 Indicaciones Geográficas protegidas. (ver anexo 2)

Actualmente visitan nuestro país, más de 7 millones y medio de turistas internacionales movidos por la gastronomía con un gasto medio por persona de 1.170 euros, según datos de Turespaña.¹ España tiene un largo recorrido en materia gastronómica, se encuentra presente en la lista de los mejores restaurantes del mundo que realiza *The Diners Club World's 50 Best Restaurants Academy*, situándose 3 restaurantes nacionales entre los 10 primeros del ranking. Nuestro país también cuenta con 183 establecimientos galardonados con el premio francés Estrella

¹ <http://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-turismo-gastronomico-atrae-74-millones-visitantes-internacionales-20140216095937.html> < consultado el 11 de junio 2015 >

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Michelin², 8 de ellos con 3 distinciones, y 262 con el premio Bib Gourmand.³ Este año 2015 el Celler de Can Roca ha recuperado la primera posición como mejor restaurante del mundo que ya obtuvo en 2013.

Y ¿qué es gastroturismo?

El gastroturismo no tiene una definición consensuada pero principalmente podemos entender por gastroturismo todo aquel turismo que tiene como principal motivación la gastronomía. De éste fenómeno surgen conocidas rutas gastronómicas que podemos encontrar a lo largo de la geografía española. En la Comunidad Valenciana, por ejemplo, existen⁴:

- La Ruta de la chufa de Valencia
- La ruta del turrón de Jijona y Alicante
- La ruta del langostino de Vinaroz
- La ruta del arroz de Valencia

En la Safor, existe una gran tradición en torno a la gastronomía y una de las formas que existen de conocer la cultura de un país es a través de ésta por lo que se puede considerar un elemento muy importante para un territorio. Por esto y por todo lo nombrado anteriormente he querido centrar mi trabajo en el gastroturismo. Consideramos que el turismo y la gastronomía de la mano pueden aportar mucho a nuestro país siempre y cuando se le dé la importancia que tiene y se trabaje en su promoción y mejora.

² Distinción que se otorga a un restaurante por el trabajo, la comida, el servicio, etc. bajo criterios de la guía Michelin

³ Distinción que se otorga por la gran valoración por parte de los inspectores y con el que se remarca la excelente relación calidad-precio que ofrecen los restaurantes.

⁴ Fuente: www.gastrotourspain.es

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

La idea inicial del trabajo final de grado surge a través del evento realizado en la Universitat Politècnica de València, Campus de Gandía, *Gastroturismo*⁵. Gastroturismo nace con la intención de consolidarse como un foro de encuentro para profesionales y responsables del sector turístico que ven en la gastronomía un importante elemento dinamizador. En este evento se quiso potenciar la gastronomía de la Comunidad Valenciana a través de la pregunta: *¿es la Comunidad Valenciana un destino gastronómico?*

A este evento acudieron como ponentes: Pablo Lozano (gerente de Valencia Club Cocina) quien participa en el desarrollo de este trabajo, Manuel Mata (gerente de Mata Fruit), Javier Solsona (director del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas, INVAT.TUR) y Manuel Alonso (Primera estrella Michelin de la Safor, restaurante Casa Manolo), además de Celia Seguí, una gandiense emprendedora que reside en Viena y que distribuye productos españoles a través de su empresa (Vinos Majoma).

La conclusión del debate fue que tenemos en la comunidad una gastronomía de muy buena calidad y que hemos de comenzar a aprovecharla con los recursos adecuados. Cada vez la gente pide productos más naturales y ecológicos y por lo tanto surge la necesidad de utilizar los productos y proveedores locales.

⁵ Evento celebrado el 11 de Diciembre de 2014, en el Campus de Gandía.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Objetivo.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía a través de agentes clave del sector.

Alrededor de 7 millones de personas visitan cada año España sólo por su gastronomía. Además de contar con 7 restaurantes en la lista de los 50 mejores restaurantes del mundo, uno de ellos en segunda posición del ranking de los 50 mejores restaurantes del mundo realizado por *The Diners Club World's 50 Best Restaurants Academy*

Metodología.

En la elaboración del trabajo final de grado se han utilizado tanto fuentes primarias (entrevistas semiestructuradas) como fuentes secundarias de información (revisión documental).

Una entrevista cualitativa o semiestructurada es un mecanismo de aproximación que permite profundizar sobre un tema concreto, el resultado de una conversación que ha sido provocada por un individuo (entrevistador) que esta dirigida hacia otro u otros individuos específicos sujetos con anterioridad a un plan de investigación y que tiene una finalidad, conocer. Es una conversación guiada por el entrevistador y basada en un esquema flexible.

Por lo que respecta al análisis de fuentes estadísticas de organismos y entidades públicas, las principales fuentes de información secundaria utilizadas han sido las siguientes:

- Turespaña. DATATUR 2010-Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos.
- Observatorio Socioeconómico de Gandía y comarca de la Safor
- Instituto nacional de Estadística (INE)

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

El trabajo final de grado, consta de una primera parte en la cual analizaremos los datos obtenidos de las entrevistas a partir de la elaboración de un cuestionario. Las entrevistas estuvieron dirigidas a profesionales, por una parte, al gerente de la empresa Valencia Club Cocina Pablo Lozano, por otra parte el punto de vista del técnico/a responsable de la-Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Safor (ASEMHTSA), y por último a un profesor de la Universidad Politécnica de Valencia coordinador de la Jornada de Gastroturismo, Bernat Roig Merino. Finalmente, señalar que se quiso entrevistar a Manuel Alonso, ganador de una estrella Michelin pero fue imposible organizar una cita debido a la afluencia de trabajo que tiene antes y durante los meses estivales.

Para la realización de la entrevistas se ha decidido tratar las cuestiones por dimensiones para que a la hora de analizarlas estén bien estructuradas y organizadas para poder tratarlas de forma más clara durante su análisis. Las dimensiones consideradas son las siguientes:

- Gastronomía en general
- Gastronomía y turismo
- Turismo gastronómico como producto

En la primera parte del trabajo se identifica a los entrevistados por sectores, dando a entender a cada uno de ellos como representantes del mismo:

- Sector público. Bernat Roig Merino. (E1)
- Sector Publico-privado ASEMHTSA. (E2)
- Sector Privado Pablo Lozano, gerente de Valencia Club Cocina. (E3)

Por último, se pondrán de manifiesto las conclusiones obtenidas, tras el análisis de los datos y las propuestas realizadas. En esta última fase, se realizará, asimismo, la

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

maquetación definitiva del proyecto de investigación, así como una última revisión de posibles faltas, erratas, errores de diseño, etc. y la elaboración de anexos.

Localización

Gandia es una localidad perteneciente a la provincia de Valencia y capital de la comarca de la Safor, cuenta con un total de 76.497 habitantes, un 2,6% inferior al año anterior⁶. Se trata de un destino de costa que forma parte del litoral valenciano de la costa mediterránea y que cuenta con una superficie de 60,8 km² repartidos en dos zonas, Ciudad de Gandia y Grao y Playa de Gandia.

Valencia Club Cocina es un nuevo concepto de escuela de cocina ubicada en la Plaza San Felipe Neri, 6 en la ciudad de Valencia. Realiza diferentes cursos de cocina tanto para mayores como para niños, además realiza interesantes conferencias sobre la alimentación. En relación con el turismo organiza y ejecuta cursos para extranjeros llevándolos desde el mercado directamente a los fogones ofreciendo una experiencia única.

ASEMHTSA, la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Safor. Se trata de un asociación importante tanto a nivel local y comarcal como de la Comunidad Valenciana quienes como en su web indican entre sus funciones se encuentran:

- El defender, respetar y fomentar los intereses económicos, sociales y profesionales de los miembros.
- La creación de todo tipo de servicios propios y de interés común para los asociados
- El informar y asesorar a sus miembros sobre todo lo relacionado con sus empresas.

⁶ Datos recogidos en 2014 por el IVE, Instituto Valenciano de Estadística.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

- El velar por el prestigio de la asociación
- Ser representante del sector e interlocutor ante la administración pública.

En el marco de la experiencia de Gastroturismo se ha creído conveniente profundizar en la opinión de quién es el máximo representante del sector gastronómico en la comarca: la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Safor (ASEMSTHA). Por lo que atañe a experiencias del sector privado, se ha considerado conveniente entrevistar a la empresa Valencia Club Cocina pionera en proyectos como la *paella experience* dónde los turistas participan y aprenden la elaboración de la paella de la mano de un cocinero. La UPV, como promotora del evento Gastroturismo, y del profesor Bernat Roig que fue quien coordinó, juntamente con los alumnos de la asignatura estrategias de comunicación para destinos turísticos de cuarto curso del grado en gestión turística, el evento Gastroturismo.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Cuestionario

El cuestionario a través del cual se entrevistó a los participantes en este estudio es el siguiente:

Cuestionario trabajo final de grado.

Gastronomía en General

1. ¿En qué situación cree que se encuentra ahora mismo la gastronomía española?
2. ¿Y qué hay de poner en valor la gastronomía como un tipo de "recurso de atracción turística"?

Gastronomía y turismo

1. El turismo en España es una de las principales fuentes de divisas e ingresos y la gastronomía española uno de los grandes atractivos actuales de nuestro país ¿Cree que se puede considerar España un destino gastronómico? ¿y las comarcas mas cercanas como la safor o la marina alta?
2. No existe una definición consensuada del concepto turismo gastronómico o gastroturismo ¿Qué le sugiere esta palabra?
3. ¿Cómo cree que influiría en su negocio esta modalidad turística? (si no tiene negocio: ¿Cómo cree que influiría en la economía local/regional este tipo de negocios basados en el 'gastroturismo'? (sería positivo, negativo... ¿Por qué?)

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

4. ¿Cree que el turismo gastronómico está bien aprovechado por la economía española? ¿O hay que mejorar la calidad de la gestión del sector público en el ámbito de esta tipología turística?
5. ¿Cree que los turistas pueden llegar a elegir como destino España principalmente por su Gastronomía.? ¿Y Gandía?
6. Nuestras escuelas de cocina ahora que tan de moda están nuestros cocineros ¿Están preparadas para cambiar o ya lo han hecho? ¿Y los hosteleros? En todo caso: Justifique su respuesta (¿Por qué?)

Turismo gastronómico como producto

1. ¿Debemos reforzar nuestra imagen turística con más eventos como Madrid Fusión?
2. ¿Qué opina de profesionalizar algunas fiestas aprovechando los recursos existentes de cada zona?
3. ¿Y si enseñáramos de primera mano a nuestros turistas a cocinar como hacen empresas como Valencia Club Cocina?
4. En general ¿Qué cuestiones importantes debería tener presente una iniciativa empresarial basada en el producto gastronómico (gastroturismo)? por ejemplo, en cuanto a:

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

- Canales de promoción
 - Ayuda sectorial y convenios con distintas administraciones
 - La diversidad en productos locales (autóctonos)
 - ¿Cooperación público-privada?
 - Formación dual? (dirección empresarial – centros formación – cocina..
Formación especializada.
5. ¿Qué opina de eventos como el I Foro Mundial de Turismo Gastronómico cuyo principal objetivo es mejorar la calidad de la gestión del sector público en el ámbito del turismo gastronómico? ¿Se podría considerar y ser de ayuda realizar este tipo de encuentros a nivel nacional incluso comarcal?
6. Hace unos meses celebramos en el campus de Gandia de la Universitat Politècnica de València la primera jornada de Gastroturismo, un foro realizado por los estudiantes del grado en Gestión turística el cual tuvo gran acogida. Se habló de como en la safor existe un gran producto local, buena materia prima, buenos cocineros y hosteleros, incluso una estrella Michelin. Tras todo ello surge una pregunta ¿Es viable pensar en un turismo gastronómico en Gandia y/o comarca con lo que tenemos actualmente?

Retos y desafíos

Oportunidades y desafíos del producto gastronómico- turismo gastronómico. En base a las percepciones de los entrevistados.

Muchas gracias por la colaboración

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Datos de clasificación.

Nombre _____

Contacto _____

Cargo _____

Ocupación profesional _____

Provincia _____

Empresa/ institución _____

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Análisis

A continuación se va a proceder al análisis de los cuestionarios realizados a los agentes clave.

Análisis de la Dimensión 1. Gastronomía en General

Actualmente la gastronomía es uno de los principales motivos por los que los turistas repiten España como destino, siempre claro, después del clima. Todos los entrevistados están de acuerdo en que actualmente hay un mayor nivel gastronómico y que se encuentra en pleno auge y con muy buena salud. Del sector privado se han ofrecido una lista de razones las cuales justifican esta situación.

Se ha introducido de forma invasiva la gastronomía en los hogares gracias a los medios de comunicación. Esto crea un efecto dominó no solo de forma directa a la industria hostelera sino a todos aquellos que de alguna manera depende de ella, turismo, hoteles, cultura...

Forma ya parte y cada vez en nuestra educación, cultura, salud, deporte. Esto va a permitir que en un medio plazo exista un elevado conocimiento y desarrollo en todas las dimensiones relacionadas con la gastronomía, incluida la potente industria alimentaria de la que decimos cada vez más a nivel nacional e internacional. Nuestros jóvenes, seguidores incondicionales de las modas se empiezan a volcar en esta corriente tan cultural, didáctica y práctica.

La cultura gastronómica cada vez se paga mejor, los grandes cocineros cada vez son más empresarios (véase ejemplos cercanos como los de Ricard Camarena o los De Andres), y entorno gastronómico como el de las bebidas, jamones, embutidos, productos gourmets, etc. generan cada vez mayores volúmenes de negocio.

Gracias a todo esto en medio plazo y trabajando bien nos crearemos y valoraremos lo que hacemos (como los franceses con su cultura gastronómica.) (E3).

El turista gastronómico no solo busca probar platos nuevos sino experimentar una serie de sensaciones y a través de ellas conocer más de la cultura del país. Como

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

señala Aduriz (2010), la gastronomía no es patrimonio de los cocineros, sino de la sociedad, desde la parte vinculada a las tradiciones y su identidad hasta lo que va a ser la alimentación mañana y su vinculación con el medio ambiente y las nuevas formas de comer que se están planteando ya como reto.

El planteamiento anterior del chef Andoni Aduriz apuntala que, la gastronomía es un camino a través del cual una persona puede llegar a conocer la cultura de un país. Muestra de ello son las rutas gastronómicas que se organizan a lo largo de toda España como pueden ser la ruta de la Fideuà⁷ (a través de guía Repsol) la cual nos lleva a conocer la ciudad de Gandía y pueblos de alrededor lo cual hace que el turismo de la zona se incremente. El problema de este tipo de rutas, en el caso de Gandía en concreto, es que no se promocionan desde el área de turismo del propio Ayuntamiento por lo que si no buscamos desde internet desconoceríamos ésta y muchas otras rutas gastronómicas existentes. Como bien explica el sector publico: *La gastronomía ya se esta poniendo en valor, simplemente hace falta mejorarlo. (E1)*

⁷ <http://www.guiarepsol.com/es/turismo/rutas/rutas-con-los-mejores-sabores/fideua/>

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Análisis de la Dimensión 2 Gastronomía y turismo

España es una gran potencia en cuanto a turismo se refiere. Según un estudio de la OMT España es el tercer país más visitado precedido por Francia y Estados Unidos.

Legadas de turistas internacionales						
Rango	Series ¹	Millones		Variación (%)		
		2012	2013*	12/11	13*/12	
1	Francia	TF	83,0	..	1,8	..
2	Estados Unidos	TF	66,7	69,8	6,3	4,7
3	España	TF	57,5	60,7	2,3	5,6
4	China	TF	57,7	55,7	0,3	-3,5
5	Italia	TF	46,4	47,7	0,5	2,9
6	Turquía	TF	35,7	37,8	3,0	5,9
7	Alemania	TCE	30,4	31,5	7,3	3,7
8	Reino Unido	TF	29,3	31,2	-0,1	6,4
9	Federación de Rusia	TF	25,7	28,4	13,5	10,2
10	Tailandia	TF	22,4	26,5	16,2	18,8

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO)

*= Cifra o dato provisional; =cifra o dato (aún) no disponible.

La industria del turismo además contribuye en un 10'5% al PIB del país (Cuenta Satélite del Turismo en España, INE 2010) y España se sitúa en segundo lugar en el ranking de los países que mas ingresos reciben por turismo internacional.

Ingresos por turismo internacional							
Rango	\$EEUU				Monedas locales		
	Miles de millones	Variación (%)	2012	2013*	12/11	13*/12	
1	Estados Unidos	126,2	139,6	9,2	10,6	9,2	10,6
2	España	56,3	60,4	-6,3	7,4	1,5	3,9
3	Francia	53,6	56,1	-2,2	4,8	6,0	1,3
4	China	50,0	51,7	3,2	3,3	0,8	1,4
5	Macao (China)	43,7	51,6	13,7	18,1	13,2	18,1
6	Italia	41,2	43,9	-4,2	6,6	3,8	3,1
7	Tailandia	33,8	42,1	24,4	24,4	26,7	23,1
8	Alemania	38,1	41,2	-1,9	8,1	6,3	4,5
9	Reino Unido	36,2	40,6	3,3	12,1	4,8	13,2
10	Hong Kong (China)	33,1	38,9	16,2	17,7	15,8	17,7

(Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, mayo 2014)

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Como ya se ha nombrado anteriormente actualmente visitan nuestro país más de 7 millones y medio de turistas internacionales movidos por la gastronomía con un gasto medio por persona de 1.170 euros, según datos de Turespaña.

El sector privado está de acuerdo en la existencia de la idea de una revolución en torno a la gastronomía y su relación con el turismo.

España va siendo cada vez un país más de playa, en el que poco a poco se va conociendo también por su turismo, sobretodo es conocido mundialmente el país Vasco, la gente que visita España sabe que en el Norte de España hay un sitio que se llama País Vasco y ahí esta concentrado el mayor número de estrellas Michelin por cápita del mundo. Pero poco a poco si que se va extendiendo más la idea de que en España hay una revolución en torno a la gastronomía y a la cocina, se va viendo que algunos de nuestros grandes promotores como Ferrán Adrià y otros muchos que poco a poco han cruzado el charco y están por ahí trabajando hacen ver que en España hay un fuerte I+D por decirlo de alguna forma en lo que es la gastronomía culinaria. En ese sentido creo que estamos los número 1 y eso es algo que empieza a sonar, que las administraciones empiezan a aprovechar pero aun queda rodaje para que España se identifique cómo Francia, no solo por su arquitectura o playas sino también por su gastronomía. (E3)

En ello todos los entrevistados están de acuerdo al igual que en que las comarcas quizá aun tengan trabajo por hacer para poder convertirse en destino gastronómico por sí solas. Todos han destacado el modelo de la Marina Alta, en concreto Denia, marcado como un referente.

Las comarcas según mis punto de vista creo que tienen aún un trabajo que realizar más potente que las propias ciudades grandes de España en el sentido gastronómico, al final el turismo interesa centralizarlo mucho entonces se destinan menos recursos a estas zonas y más a las playas, donde se centra el turismo. [...] Denia tiene ya mucha fama, gastronómicamente hablando juega en primera división. Modelos como el de Denia, un gran chef que va reuniendo poco a poco una industria alimentaria, gastronómica trabajando también muy bien el tema del

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

pescado, marisco y esto es un aliciente a la hora de trabajar bien. Recomendaría aplicar un modelo como el de Denia siempre que tengas esas cualidades, buena atracción turística, en cuanto a barcos, ocio de vela, viviendas, apartamentos, con el Montgó cerca, todo eso ayuda. (E3)

Si buscamos la palabra gastroturismo o turismo gastronómico en el diccionario de la Real Academia Española (RAE), encontramos que no existe una definición en torno a este término. El prefijo “gastro” viene relacionado con el estómago por lo que podemos deducir que la palabra gastroturismo se refiere a un turismo de “estómago” y con ello relacionamos el comer, la alimentación.

Los entrevistados del sector público entienden el término como *Cuando la actividad gastronómica es el motivo principal del viaje (visitas a bodegas, industrias, fincas y degustaciones de platos elaborados en la zona). (E1)*

Asimismo, el sector público-privado está de acuerdo en que es una experiencia culinaria del viaje.

La experiencia culinaria del viaje, un elemento clave para el turista que visita nuestro país. (E2)

El sector privado en cambio muestra su discrepancia entre ambas palabras optando por gastroturismo y no turismo gastronómico.

No me despierta inquietud una palabra frente a la otra, me gusta más el gastroturismo porque empieza con el “gastro” y quizás llegue a diferenciar más que turismo gastronómico. Pienso que es muy importante que palabra va delante. (E3)

A la hora de convertir el gastroturismo o turismo gastronómico en negocio Valencia Club Cocina es un gran referente para ellos, según nos cuenta Pablo Lozano como representante del sector privado, el gastroturismo o turismo gastronómico ha sido su fuente principal de ingresos.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

El turismo esta al alza, cada vez tiene mas sensibilidad a la gastronomía española y quiere participar de ella. Nosotros tenemos contratos mas con tour operación, algunas empresas, centros que son quienes nos contratan para los cursos gastronómicos que ofrecemos para extranjeros. (E3)

Desde el sector público se muestra un apoyo a que el gastroturismo o turismo gastronómico influirá de forma positiva al 100% ya que hay mucho que ofrecer tanto en gastronomía, comercio y turismo sin dejar de lado, en el caso de Gandía, la playa.

En España parte de nuestras riquezas vienen gracias al turismo por lo que hay una importante influencia en la economía española sin duda alguna relacionada con la gastronomía a través del turismo. El turismo y el turismo gastronómico van de la mano, ya sea un medio o un fin. (E1)

Estas palabras del sector público son comparables a las del sector público-privado que señala que existe un buen potencial pero hacen falta más apoyos. No obstante, señalar que existen numerosas instituciones decididas a dar un impulso a la gastronomía unida al turismo como son la Real Academia de Gastronomía o la plataforma Saborea España la cual tiene por objetivo transformar los productos gastronómicos en experiencias turísticas de gran valor, únicas y especializadas. Cabe destacar que la Real Academia de Gastronomía fue la impulsora de la iniciativa de la aprobación de una nueva ley, la Ley de Salvaguardia del Patrimonio Cultural⁸ con el objetivo de salvaguardar, difundir y promover el patrimonio cultural gastronómico la cual fue aprobada el pasado 26 de Mayo de 2015. En esta nueva ley se reconocen la gastronomía, elaboraciones culinarias y la alimentación como parte del patrimonio cultural inmaterial.

Según el último informe anual de Hábitos de los Turistas Internacionales (HABITUR) 2011 el grado de satisfacción de los turistas con respecto a la gastronomía es de 8,00 puntos como se puede ver en la siguiente tabla:

⁸ BOE, N°126, Sec. I. Pág. 45285. 27/05/2015

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Grado de satisfacción de los turistas internacionales por producto. Año 2011.
Valoración sobre 10.

Productos	
Alojamiento	7,9
Gastronomía	8,0
Ocio (oferta cultural, deportiva, nocturna)	7,6
Entorno turístico (belleza, tranquilidad, seguridad, limpieza, etc.)	8,0
Uso de transportes en destino (tren, bus, taxi, etc.)	8,2
Infraestructuras (carreteras, telecomunicaciones, aeropuertos, etc.)	8,1
Grado de Satisfacción general	8,5

Elaboración propia. Fuente: ITE. Hábitos de los turistas internacionales (Habitur).

Si lo analizamos por motivo de viaje son los turistas que llegan a España a visitar familiares y amigos los que mejor puntúan la gastronomía:

Grado de satisfacción de los turistas internacionales por motivo del viaje y por producto. Año 2011. Valoración sobre 10.

Productos	Ocio, recreo, vacaciones	Negocios	Estudios	Visita familiares o amigos	Compras, servicios personales
Alojamiento colectivo	7,9	7,9	7,7	7,9	8,0
Gatronomía	8,0	8,1	7,9	8,3	8,1
Ocio	7,9	5,5	8,4	7,6	7,8
Entorno turístico	8,1	7,6	8,0	8,0	8,1
Uso de transportes en destino	8,3	8,0	8,6	8,3	8,2
Infraestructuras	8,1	7,9	8,2	8,1	8,0
Grado de Satisfacción General	8,6	8,0	8,9	8,7	8,8

Elaboración propia. Fuente: ITE. Hábitos de los turistas internacionales (HABITUR).

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Después de esto surge una pregunta: ¿Los turistas podrían elegir España como un destino gastronómico?

El sector público y el sector privado están de acuerdo en que elegir España como destino por su gastronomía como primera opción es difícil ya que el motivo sol y playa en nuestro país es difícil de desbancar.

La Capital Española de la Gastronomía⁹, en el artículo *La cocina española cruza fronteras "sin complejos"* (EUROPA PRESS, 18 febrero 2015) aseguran que la cocina española ha cruzado fronteras "sin complejos" y que la gastronomía es valor seguro por ser cultura. Es muy difícil que un turista no se enganche a nuestra oferta gastronómica. Además, un 10% de los turistas que visitaron España en 2013 reconocieron que viajaron atraídos por la variada y rica oferta de la cocina española según un estudio realizado por Turespaña.

Para que España goce de una buena gastronomía nacional es necesario tener excelentes cocineros y buena formación. Existe el *Basque Culinary Center*, una facultad gastronómica que nace de una fundación que como explica a través de su web tiene como objetivo principal el garantizar la continuidad de la cocina como polo de innovación en el futuro lo que implica el obtener un alto nivel de conocimientos y formación.

El director general del *Basque Culinary Center*, José Mari Aizega, en el artículo mencionado anteriormente *La cocina española cruza fronteras "sin complejos"* (EUROPA PRESS, 18 febrero 2015), confirma que la gastronomía nacional debe ser considerada una gran palanca de promoción turística. En este sentido, señala la

⁹ La Capital Española de la Gastronomía es un evento anual que promueven la Federación Española de Hostelería (FEHR) y la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo (FEPET), con el objetivo de promover, a nivel nacional e internacional, la gastronomía como uno de los principales atractivos para el turismo en España.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

importancia de continuar impulsando la calidad de la gastronomía tradicional a todos los niveles, al tiempo que se debe apoyar a los chefs y las entidades de formación e investigación para transmitir al mundo una imagen de vanguardia.

El sector público y el sector público privado con respecto a este tema están de acuerdo en que tanto los hosteleros como las escuelas de cocina ya están cambiando y preparados para formar parte del turismo gastronómico adecuando instalaciones y servicios.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Análisis de la Dimensión 3. Turismo gastronómico como producto

Una de las formas más utilizadas hoy en día entre profesionales para dar a conocer la gastronomía, tanto a nivel local como nacional incluso internacional, son las ferias o congresos gastronómicos. Uno de los más importantes a nivel nacional es Madrid Fusión, un evento donde se dan a conocer cocineros que marcan tendencias y técnicas vanguardistas las cuales sirven de referencia para todos, tanto para chefs, profesionales y aficionados.

El sector privado opina acerca de estos eventos que son una herramienta muy útil para la promoción.

Deben de haber grandes encuentros que puedan acoger como Madrid fusión, mantenerse esos encuentros y potenciarlos para que sirvan como altavoz cara a internacionalizar el trabajo que estamos haciendo eco también hacen falta pequeños encuentros locales que recobren mas fuerza. [...] Madrid fusión hace de altavoz a nivel internacional pero otro tipo de evento como pueda ser un Valencia Fusión serviría de altavoz a nivel nacional. (E3)

El sector público considera que son campañas de promoción que van muy bien, al igual que el sector privado que estima que sirven de unión y hacen de altavoz más fuerte, eso sí, remarca que hace falta la ayuda de las administraciones. A nivel de la Safor, se celebra el concurso internacional de Fideuà de Gandía, este año 2015 la edición 41. El sector público, y también el sector privado, reconocen de forma unánime que todavía hay un largo recorrido de mejora en la promoción de los eventos gastronómicos que se realizan.

El evento de la Fideuà tiene que renovarse un poquito, está muy focalizado en lo mismo pero no tiene la repercusión que debería tener en lo que ellos pretenden que es traer más turistas a Gandía y situar Gandía como destino de turismo gastronómico como puede ser Denia. Hace más Quique Dacosta con su restaurante que lleva turismo gastronómico a Denia que el evento de la Fideuà de Gandía. (E1).

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Centrándonos ya en Gandía, municipio en el cual en el año 2013 existían 274 restaurantes - según datos recogidos en el anuario económico de España 2013 realizado por la Caixa -, el sector público privado remarca de la importancia de conjugar el producto gastronómico como valor en la oferta turística.

Gandía está ofreciendo actividades varias, todo tipo de eventos, hay ofertas atractivas y eso el turista lo agradece y si además ofrecemos buena gastronómica, podemos ofrecer packs de turismo gastronómico, ¿por qué no? (E2)

El sector privado apoya la idea de un turismo gastronómico en Gandía sin dejar de sostener que lo que hace falta es la ayuda y colaboración de la administración. Y señalan como ejemplos otros municipios en los que la colaboración entre los agentes públicos y privados en materia de productos turísticos como el gastronómico, es un factor clave.

Tiene un trabajo avanzado, se esta haciendo mucho, tiene un altavoz por parte de la Universitat Politècnica de València que puede hacer mucho ahí, tiene 1 estrella Michelin en la comarca, materia prima buena. Es ese modelo de estas ciudades emergentes que está empezando a pegar fuerte y que cuando un hostelero de Gandía vaya ganando fuerza si apuesta por la vez un gusto más grande (...) el modelo de Denia funciona por que aquellos que están en Denia defienden lo suyo. La gastronomía en Denia no falla, el turismo lo cuidan. (E3)

Por lo que atañe a la capital de la comarca de la Safor, los establecimientos dedicados a la hostelería como son restaurantes y cafeterías se encuentran en cuarto y quinto lugar en la tabla de “Valoración de diferentes aspectos referidos a la oferta turística del municipio de Gandia” (Anexo1. Tabla nº3), y son puntuadas con un 7,7 y un 7,5 sobre 10 respectivamente¹⁰ por parte de los turistas que visitan la Playa de Gandia.

¹⁰ Datos pertenecientes al estudio “Análisis de la demanda turística (año 2007), realizados por el Observatorio de Información Socioeconómica de Gandia y la Safor .

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Gandía es un destino turístico maduro de sol y playa por lo que sufre bastante el fenómeno de la estacionalidad como se puede comprobar en la tabla de “Índice de presión turística de Gandía por temporadas” (Anexo1. Tabla nº4)

Tras analizar las preguntas de las tres dimensiones consideradas nos surgen dos cuestiones en forma de pregunta: ¿qué se debería tener presente para una iniciativa empresarial basada en el producto gastronómico (gastroturismo)?, ¿y si enseñáramos de primera mano a nuestros turistas a cocinar?

En cuanto a la primera cuestión, el sector público privado concreta en que es necesaria mucha promoción y colaboración con centros de formación. El sector privado da una opinión mas extensa remarcando la importancia de la diferenciación y de ofrecer una formación de calidad, diferenciada y a medida. A su vez remarca como elemento clave el tener buenos canales de comunicación. Se adentra también en el tema de las ayudas sectoriales en las que: *(...) no cabe duda que cualquier ayuda a las empresas que se dedican a promocionar la gastronomía sería clave.* (E2)

Abarcando ya por último la formación dual, el sector público esta totalmente de acuerdo con ella, *es un tema muy importante para España y es un poco lo que vamos intentando hacer* (E1). En cambio el sector privado lo resume de la siguiente forma: *si tienes que vender un producto lo vendes y se entiende. Si tienes que vender dos sigues siendo tú vendiendo dos productos. Entonces la dualidad te permite por un lado tener apoyos, pilares por si te falla uno tener otro pero por otro lado te impide que puedas alcanzar mejor aquel público al que te diriges porque las fuerzas se dividen.* (E3)

En España existen numerosos cursos de formación profesional relacionados con la hostelería pero sólo un grado a precio público en todo el país relacionado con ella *grado en ciencias gastronómicas* impartido a partir del próximo curso 2015-2016 por la Universidad de Valencia. Hace ya varios años se imparte este grado en el *Basque*

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Culinary Center pero de coste privado. Este grado según se encuentra en el sitio web de dicha universidad quiere formar profesionales con una buena base de conocimientos científicos, tecnológicos, de salud y de gestión empresarial, capaces de diseñar proyectos y gestionar servicios gastronómicos en los campos profesionales de la alta cocina, de la restauración comercial y colectiva y de la industria alimentaria. Además, el grado capacita para desarrollar y fomentar la creatividad, la innovación y la investigación en el mundo de la gastronomía, de gran impacto económico y social, dando respuesta a los cambios que se producen en el ámbito de la alimentación, en la percepción de la cocina y en las nuevas formas de consumo¹¹.

Por último, ¿y si enseñáramos de primera mano a nuestros turistas a cocinar? De esta pregunta prácticamente nace la idea de Valencia Club Cocina de ofrecer cursos de cocina para extranjeros. Tras hablar con Pablo Lozano (identificado como Sector Privado a lo largo del trabajo) se da a conocer que de una necesidad actual como es el comer sano y el interés relativamente reciente por la gastronomía y su tirón mediático de los últimos años aparece la demanda, ya no solo por parte de turoperadores u agentes privados sino de los propios turistas, de viajar para aprender a cocinar platos típicos del país de visita.

La idea nace de un concepto general, de una demanda creciente del público particular queriendo poco a poco formarse y aprender entonces al final son muchos caminos los que han ido derivando a esto, el comer sano por ejemplo, son vertientes que han ido concentrando a que al final la gente se preocupe por la cocina de su casa llegando a algo que era impensable, que un gran cocinero te enseñara sus trucos y ese modelo se ha llevado a todos los sectores a los niños, a los extranjeros por que acopla bien, no deja de ser una experiencia que es lo que la gente ahora busca, tener experiencias de mano de profesionales que bueno no son fáciles de tener en tu día a día. (E3)

¹¹ www.uv.es

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

El sector público apoya la idea emprendedora de la empresa Valencia Club Cocina ya que según explica ha sabido aprovechar el tirón mediático que esta teniendo hoy día la gastronomía como ya se ha dicho y cuenta con unos grandes profesionales tanto de la cocina como de la animación. *Es ser bueno y tener el viento a favor. (E1)*

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

D.A.F.O

El D.A.F.O es un análisis empleado para conocer la situación, en este caso, de un proyecto basado en el gastroturismo en la ciudad de Gandía a través de sus características tanto internas (debilidades y fortalezas) como externas (amenazas y oportunidades).

Debilidades

- Falta de promoción
- Escasa oferta de gastroturismo
- Estacionalidad del destino

Amenazas

- Falta de ayudas por parte de la administración
- La gastronomía llega a todos los sectores
- Centralización del turismo

Fortalezas

- Buena materia prima y producto local
- Introducción de forma masiva de la gastronomía
- Dieta mediterránea

Oportunidades

- Altas posibilidades de promoción
- Reconocimiento a nivel mundial de la gastronomía española
- 1 estrella Michelin en la Safor. Modelo Denia como referencia

Conclusiones

Tras la realización del presente trabajo se puede concluir que es viable la realización de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía debido a la escasa oferta de este tipo de proyectos en la zona y a los abundantes recursos que posee la ciudad que cuenta con grandes cualidades como son una buena atracción y afluencia turística además del clima y como no una materia prima de calidad gastronómicamente hablando. Además de instituciones como ASEMHTSA y la Universitat Politècnica de Valencia las cuales pueden ser de gran ayuda y apoyo. El trabajo aquí presentado no deja de ser un estudio exploratorio, una aportación humilde a un tema que consideramos de gran importancia para el turismo y la economía regional, por tanto, somos conscientes que necesitará del trabajo y colaboración de perspectivas diversas y del concierto de miradas para llevarse a cabo. No obstante, los ingredientes – productos gastronómicos - y el capital humano, Gandía y la Safor lo tienen.

La idea es dar a conocer la ciudad de Gandía, disfrutar de los placeres de la vida, sobre todo de la buena mesa y de la hospitalidad de los gandiense; y, justamente el clima, es una de las mejores excusas para visitar la ciudad. Gandía lo tiene todo para triunfar si se hace una buena oferta para ello. No sólo tiene su extensa playa, también sus montañas y sierras al norte de la ciudad, con el Montdúver. Tan sólo falta una buena organización para sacar el mejor partido de estas joyas que no se están explotando. Y, una buena excusa, para atraer más visitantes es la gastronomía.

Cabe destacar que aunque Gandía es muy conocida por su Fideuà, la variedad gastronómica es muy grande (la gamba amb bleda, los figatells los pebres farcits, el all i pebre, los embutidos), y debemos darla a conocer de las forma más variada posible y, una gran alternativa es el DIY (Do It Yourself). Nuestra misión, no es sólo la de dar a conocer los platos; es que aprendan a cocinar esos manjares y transmitan el nombre de Gandía por la mayor variedad de lugares posibles. Sacar al visitante de la

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

monotonía de “lo de siempre”. Darle a conocer nuestros cultivos, nuestra tierra y, cómo entendemos que se deben hacer las cosas en el aspecto gastronómico.

Este proyecto no puede partir únicamente de una iniciativa privada. La complicidad de los organismos públicos debe estar garantizada; sobre todo la del Ayuntamiento. El Consistorio debería aprobar un Plan de Formación para garantizar una buena cualificación profesional y crear el soporte necesario para nuevos emprendedores y empresas que inicien su andadura en este proyecto. Queremos generar actividad económica y empleo en el ámbito del turismo de La Safor desarrollando nuevos productos turísticos. Se podrán crear Talleres para la formación de jóvenes (dónde el empleo está más castigado) e, incluso un Observatorio, que vigilara por el buen hacer de las empresas involucradas en el proyecto.

La gastronomía cada vez más esta siendo uno de los principales motivos a la hora de elegir un destino y es un elemento clave a través del cual se puede llegar a conocer la cultura de un territorio y que mejor forma de conocer la comarca de la Safor y Gandía que a través de su gastronomía.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Propuestas

A continuación se ha considerado correcto establecer una serie de propuestas en torno al producto gastronómico en la ciudad de Gandía.

Rutas y clases de cocina para extranjeros.

Muchos de los visitantes que visitan la ciudad de Gandía no se van sin probar el plato típico de la ciudad como es la “Fideuà de Gandía”, servida en el 99% de los establecimientos hosteleros, de ahí ¿por qué no enseñar a nuestro turistas el proceso de cocinar la verdadera “Fideuà de Gandía” ? Desde la lonja ubicada en el puerto del Grao de Gandía hasta que se sirve en la mesa. Siguiendo el modelo de Valencia Club Cocina.

O crear rutas por la zona enseñando otro de los productos típicos ya no solo de Gandía sino de la Safor como puede ser el cultivo de la naranja. Se pueden llegar a crear rutas y mostrar tanto el proceso de recogida como las utilidades del cítrico que no sólo sirve para hacer zumo o tomar de postre sino por ejemplo para la realización de jabones, así no solo incrementaríamos el turismo gastronómico en Gandía sino en los pueblos de alrededor y de esta forma se podría ir reduciendo la estacionalidad del destino. Me gusta recordar una frase en la cual señala el ilicitano Santiago Orts (2013), un cocinero que no sepa trabajar con cítricos está cojo. Para él los cítricos son en la cocina como el color blanco en la paleta de un pintor, un color que por cierto dominaba a la perfección el artista Sorolla.

Gandía, y la Safor también son muy conocidas a nivel local por la multiplicidad de “coques” y dulces” que se elaboran. Visitar los obradores para ver cómo se realizan estos platos y, comprar los ingredientes para luego enseñar a elaborarlos y, sobre todo disfrutarlos es otra de las ofertas que podemos incorporar, no sólo la Fideuà.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Actualmente se realiza el llamado “Destapa’t”, una ruta de tapas que transcurre por los bares y restaurantes del centro histórico de Gandia, zona Prado y Zona Corea, en la que se ha querido impulsar el consumo en los locales durante el Jueves o Viernes, dependiendo de la zona, durante todo el año. En esta ruta se pueden encontrar tapa más bebida a partir de tan sólo 2€. Se trata de una buena iniciativa a la cual, sin embargo, le hace falta promoción ya no sólo para los turistas sino para la propia población local dónde aún hay ciudadanos que desconocen esta actividad.

Apoyo al sector

Una empresa dedicada al gastroturismo serviría de apoyo y altavoz a los hosteleros y ciudadanos. Se podrían crear cursos de cómo atraer turistas a los locales a través de la buena gastronomía y servicio, se podría formar a hosteleros en conceptos como normativas relativas a alérgenos o promoción. Todo esto de la mano junto con ASEMHTSA y el Centro de Turismo (CDT) de l’Alqueria del Duc el cual ya imparte junto con ASEMHTSA cursos de formación tanto en higiene alimentaría como de *community manager* en el sector alimenticio.

Promoción

Se podría también, ya no implantar el concurso de la Fideuà a nivel turístico pero sí abrirlo quizás más al público, de esta forma se podría llegar a obtener una mayor promoción. Empezar a inculcar la cultura del buen comer y la dieta mediterránea a los niños a través de cursos o talleres.

Además, la ciudad cuenta con el apoyo de la Universitat Politècnica de Valencia, a través de su campus en Gandía, que cada año, gracias a su programa Erasmus, acerca estudiantes procedentes de otros países los cuales también ayudan a promocionar la ciudad una vez vuelven a sus países de origen. No hemos de olvidar que el apoyo por

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

parte de las administraciones tanto públicas como privadas es un factor importante para el desarrollo y promoción de este tipo de iniciativas.

Promoción 3.0

La promoción del turismo gastronómico en Gandía es ínfima. De la mano de los empresarios junto con asociaciones y el ayuntamiento se podría crear algún tipo de portal web o App; hoy en día muy utilizados, tipo buscador, es decir, un lugar dónde poder especificar tus gustos alimentarios o qué te apetece comer en ese momento y que esta aplicación o web te remita a una serie de establecimientos acorde a tus gustos.

En temas de promoción también es muy importante la promoción a través de páginas web o redes sociales por parte de cada restaurador y hostelero ya que la mayoría no tiene en el año 2015 una cuenta de correo electrónico o no le saca el provecho que debería. Esta promoción 3.0 hoy en día es esencial para poder llevar un buen servicio, el poder reservar a través del correo electrónico o leer opiniones de usuarios o en este caso clientes en portales de búsqueda.

Existen multitud de posibilidades para la implantación de un modelo empresarial basado en el gastroturismo sólo hace falta ser constante y optar por la diferenciación e innovación.

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

Bibliografía

ANUARIO LA CAIXA. Anuario económico de España 2013.

<<http://www.uv.es/uvweb/universidad/es/estudios-grado/oferta-grados/oferta-grados/grado-ciencias-gastronomicas-1285846094474/Titulacio.html?id=1285937583859&plantilla=UV/Page/TPGDetaill>>
[Consultado: 2 Agosto 2015]

ASEMHTSA. Asociación de Empresarios de Hostelería y de Turismo de la Safor.

<<http://www.asemhtsa.es/inicio>> [Consultado 13 Agosto 2015]

BASQUE CULINARY CENTER

<<http://www.bculinary.com/es/home>> [Consultado 18 Julio 2015]

BOE. Ley de Salvaguardia del patrimonio cultural. Edición N°126, Sec. I. Pág. 45285. 27/05/2015 [Consultado 23 Julio 2015]

EUROPA PRESS. La cocina española cruza fronteras "sin complejos" MADRID, 18 Feb. 2015

<<http://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-turismo-gastronomico-atrae-74-millones-visitantes-internacionales-20140216095937.html>> [Consultado: 13 Mayo 2015]

FRONTUR. Encuesta de movimientos turísticos en fronteras Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos.

<[http://www.iet.tourspain.es/esES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20\(Frontur\)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20\(Egatur\)%202012.pdf](http://www.iet.tourspain.es/esES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20(Frontur)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20(Egatur)%202012.pdf)> [Consulta: 10 Julio 2015]

GASTRO TOUR SPAIN

<<http://www.gastrotourspain.es/portal/es/comunidad-valenciana.html>> [Consultado 18 Julio 2015]

GUÍA repsol.

<http://www.guiarepsol.com/es/turismo/rutas/rutas-con-los-mejores-sabores/fideua/>>
[Consultado 22 Julio 2015]

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

HABITUR. Encuesta de hábitos turísticos. Informe anual 2011.

<<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/habitud/anuales/Informe%20Habitur%202011.pdborrador.docx>> [Consulta: 10 Julio 2015]

IET. Instituto de Estudios Turísticos.

<<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/Paginas/default.aspx>> [Consultado 17 Junio 2015]

INE. Instituto Nacional de Estadística. Hostelería y turismo.

<http://www.ine.es/inebmenu/mnu_hosteleria.htm> [Consulta: 2 julio 2015]

IVE. Instituto Valenciano de Estadística.

<<http://www.ive.es>> [Consultado: 17 Junio 2015]

INVATTUR. Instituto Valenciano De Tecnologías Turísticas. <<http://invattur.gva.es/>>

[Consulta: 2 de Julio 2015]

L'OBSERVATORI. Información socioeconómica de Gandía y la Safor.

<<http://www.observatorigandia.org/htm/home.php?idi=2>> [Consulta: 20 Agosto 2015]

MINISTERIO de agricultura, alimentación y medio ambiente. Denominaciones de origen.

<<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidadagroalimentaria/calidad-diferenciada/dop/default.aspx>> [Consultado 03 Junio 2015]

TURISMO gastronómico: estrategias de marketing y experiencias de éxito/ Carlos Flavián Blanco y Carmina Fandos Herrera (Coordinadores).- Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2011. ISBN 978-84-15031-83-3

UNIVERSIDAD de Valencia. Grado en ciencias gastronómicas.

<<http://www.uv.es/uvweb/universidad/es/estudios-grado/oferta-grados/oferta-grados/grado-ciencias-gastronomicas->

Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. Una apuesta por el gastroturismo.

1285846094474/Titulacio.html?id=1285937583859&plantilla=UV/Page/TPGDetaill>

[Consultado: 10 Agosto 2015]

VALENCIA club cocina.

< <http://www.valenciaclubcocina.com/es> > [Consultado: 20 Mayo 2015]