

Alicante es gastronomía: claves para emprender con éxito en restauración.

En el marco de la capitalidad española de la Gastronomía, que este año 2025 ostenta Alicante, la cátedra de “turismo ciudad de Alicante”, promovida por el Ayuntamiento de la ciudad y la UA, organiza una serie de seminarios dirigidos tanto a profesionales como a estudiantes de grado y postgrado universitario, así como de FP, interesados por el sector turístico como salida profesional y oportunidad de emprendimiento.

Así, el pasado 13 de octubre de 2025 se desarrolló en el Salón de Grados de la Facultad de Económicas de la UA, el encuentro “*Alicante es gastronomía: claves para emprender con éxito en restauración*”, moderado por el director de Gastrouni, Oscar Carrión, con la participación de Raquel Perramón, fundadora de “inFraganti pizza bar”: Pablo Montoro, fundador del *Grupo Montoro*; y David Ariza, fundador de *Rice&Bones*.

La apertura de la jornada corrió a cargo de catedrático de Organización de Empresas y director de la cátedra “turismo ciudad de Alicante”, profesor Juan Llopis, que puso en valor estos seminarios, en tanto que permiten a los estudiantes pasar de la teoría a la práctica de la mano de profesionales muy acreditados y con trayectorias muy amplias en el mundo de la empresa; y a los profesionales en activo, para los que resulta muy útil el contraste de ideas con líderes tan consolidados como los participantes en esta sesión.

Y esto en el marco de la Cátedra y de la Universidad, haciendo énfasis en las dos variables que necesita cualquier oficio para desarrollarse correctamente: *vocación + formación (gestión)*.

Tras la apertura, el coordinador de la jornada, Oscar Carrión, enmarcó los objetivos: gestión, innovación, sostenibilidad, digitalización y aprendizaje a partir del error en hostelería, muy focalizados en Alicante.

El turismo gastronómico, junto a congresos y shopping, -decía- atrae a turistas con elevada capacidad de gasto en su desplazamiento, con un elemento importante a considerar en esta ciudad: la desestacionalización del turismo, en ocasiones buscada y en otras impulsada por los propios turistas por las modificaciones del clima mediterráneo motivado por el cambio climático que es ya una evidencia, con veranos muy calurosos, y primavera/otoño muy confortables.

Vivimos, opinaban nuestros ponentes, un buen momento en hostelería, aunque no desprovisto de episodios que la hacen en ocasiones impredecible, como el COVID, las DANA's, gotas frías, el Brexit, apertura y seguridad en mercados emergentes, etc.

Con todo, el turismo, para Alicante, es un motor económico, cultural y social que la ha convertido en una ciudad abierta, cosmopolita y tolerante.

Pero es un lobo con piel de cordero. Es un negocio complicado que exige máxima atención, pasión, capacidad y entrega, aunque está lejos de la saturación porque con las nuevas generaciones cada vez se cocina menos en las casas y las personas necesitan comer, si es saludable mucho mejor.

Los tres ponentes están, dentro de la hostelería, en negocios diferentes pero con muchos rasgos comunes: todos han sido emprendedores, algunos de manera reiterada (en ocasiones, tras errores graves que les han llevado a abandonar negocios y empezar de nuevo); todos creen firmemente en la formación continua, en itinerarios internacionales de aprendizaje, en el trabajo al lado de los mejores profesionales, en la innovación y la calidad (no solo en el producto, también en la gestión) como vías de

diferenciación en un mercado que estaba dominado en gran medida por operadores multinacionales para los que la eficiencia y el marketing eran casi las únicas premisas.

Los tres apuestan por hacer algo diferente que mejore la oferta del mercado y por una comunicación eficaz a través de todos los canales a los que acceden sus clientes potenciales, a los que están adaptando permanentemente su oferta.

Cuidan a sus plantillas porque creen en las personas, en sus carreras profesionales, en la importancia de los equipos. Decían *“no somos cocineros y camareros; somos actores que cada día representamos una obra distinta para clientes frecuentemente diferentes”*, capaces de adaptarse a las expectativas de cada uno de sus visitantes.

Los tres, además, confían plenamente en la tecnología y específicamente en la inteligencia artificial, como vía no solo de mejorar la eficiencia de sus negocios, sino el servicio al cliente, que son dos de los elementos que configuran experiencias de éxito a medio plazo.

Y consideran importante la conciliación familiar, que en el caso de empresarios y directivos de hostelería pasa necesariamente por un sistema claro de delegación y control, con disponibilidad para atender a problemas que puedan exceder de esa delegación; y en negocios con este nivel de clientes diferentes cada día, esos problemas se pueden producir en cualquier momento.

Un sector, por tanto, con futuro para el que son necesarios pasión, vocación, capacidad, innovación, calidad y equipo.