

Conversación con María Ritter: entre la raíz y la vanguardia, el futuro de la gastronomía española

Conversar con [María Ritter](#), Directora de la Guía Repsol, es adentrarse en un discurso lúcido, apasionado y profundamente comprometido con la evolución de la gastronomía. Su forma de entender la cocina trasciende lo puramente sensorial; para ella, es una expresión cultural, un reflejo de la identidad de un pueblo y una herramienta de transformación que conecta el pasado con el futuro.

Confieso que le di muchas vueltas intentando resumir el contenido de este diálogo con **María**, pero cada intento me parecía cada vez más injusto. Su discurso es una combinación de pasión, claridad y un conocimiento profundo que no admite atajos. Cada palabra suya lleva consigo un matiz, una visión precisa de la gastronomía que no podía permitirme simplificar.

Más que una entrevista, fue una conversación llena de energía, de esas que te envuelven y te hacen repensar la manera en que entendemos la cocina. Su manera de expresarse no es solo informativa, sino inspiradora y no podía privar al lector de esa riqueza, de esa autenticidad que transmite al hablar. Por eso, aunque traté de condensarlo, he decidido preservar la esencia '**casi intacta**'... porque hay diálogos que no solo deben leerse, sino sentirse.

Desde su llegada a la dirección de la [Guía Repsol en 2015](#), ha impulsado una nueva forma de reconocer y valorar la gastronomía, alejándola de etiquetas encorsetadas para acercarla a la gente. Hoy, ese cambio se manifiesta con más fuerza que nunca, y la elección de **Tenerife** como anfitriona de la **Gala de los Soles** es una prueba irrefutable de ello. La

isla, con su riqueza gastronómica diferenciada y su férrea voluntad de poner en valor su tradición, no solo recibe un reconocimiento, sino que asume un rol protagonista en el panorama gastronómico nacional.

La conversación con **María** fluye con espontaneidad y entusiasmo, su energía es contagiosa y su emoción palpable, especialmente ante la inminente celebración del evento. **“Estoy como loca”**, confiesa entre risas. **“Ya queda muy poquito y, cuando lo vivas, entenderás que lo que va a pasar es realmente emocionante. Piensa que la gente viene aquí a encontrarse, hay un sentimiento de unión precioso. Son días de convivencia, de compartir, de celebrar juntos”**. Para **Ritter**, la clave del evento está en esa conexión que trasciende lo profesional y se convierte en una experiencia humana genuina.

Uno de los cambios más significativos ha sido la evolución del concepto de la gala en sí misma. **“Siempre se ha llamado gala, pero esa palabra se asocia con algo elitista”**, reflexiona. **“Y la Guía Repsol no camina en esa dirección. Queremos que la gastronomía sea un disfrute accesible, abierto, donde todos puedan participar”**. Por eso, el evento ha adoptado la forma de un auténtico **festival gastronómico**, con actividades en mercados, bares y distintos puntos de la ciudad. **“Es fascinante ver a chefs con tres Soles, como Begoña Rodrigo, sirviendo desayunos en una barra junto a un Solete. Eso rompe cualquier barrera que alguien pueda imaginar. No hay distancias; hay cercanía, hay interacción, hay autenticidad”**.

Un modelo gastronómico centrado en el comensal



Leonor.- ¿Cómo han cambiado los hábitos de consumo en los últimos años y qué está haciendo la **Guía Repsol** para adaptarse a estas nuevas expectativas del comensal?

María Ritter.- Sí, efectivamente, lo has expresado muy bien. Cuando nos propusimos redefinir la estrategia de la **Guía Repsol**, lo hicimos con una visión digital, con un modelo centrado en el usuario, lo que llamamos **user-centered design**. El comensal es el eje de todo porque creemos que nuestra función es ayudar a la gente a encontrar lugares donde ser feliz. La Guía tiene un impacto real, dirige a la gente hacia los restaurantes y dinamiza el sector.

No quisimos posicionarnos como críticos gastronómicos porque entonces la perspectiva cambiaría por completo. Nosotros no hacemos críticas, sino recomendaciones. Buscamos generar felicidad. A veces nos cuestionan por el número de **Soles** que otorgamos, y yo digo: ¿pero qué más queremos que tener muchos Soles? En este país hay talento de sobra, hay una gastronomía dinámica y en constante evolución. Cuantos más Soles haya,

mejor, porque además contribuimos a otro aspecto esencial: generar actividad económica tanto en la hostelería como en el turismo. Un Sol tiene un impacto directo en el negocio de un restaurante.

Tenerife, epicentro de la gastronomía

Leonor.- Ahora, enfocándonos en **Tenerife**, desde **Canariasgourmet** nos llena de ilusión que este gran festival –no vamos a llamarlo ‘gala’– se celebre por primera vez en la Tenerife. Este evento representa un reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional para la isla como destino gastronómico y turístico. ¿Cómo ha sido este proceso y qué significa para la **Guía Repsol** que este evento tenga lugar aquí?

María Ritter.- Pues mira, la relación entre la Guía y los territorios se da de manera muy natural. Es curioso, porque en algún momento decidimos que, tras tres años en **Donosti**, había llegado el momento de hacer la maleta y recorrer **España**. **San Sebastián** es un lugar con una carga emocional brutal para nosotros, es un epicentro de la gastronomía, pero queríamos ampliar la visión, **España** es mucho más que un solo punto neurálgico.

Hoy recorres el país y encuentras talento en todas partes. La **cocina vasca** y la revolución de **elBulli** en **Cataluña** marcaron una época, pero ahora el panorama está mucho más diversificado. Cada comunidad autónoma tiene su sello, expresa su cultura gastronómica con gran personalidad y eso es maravilloso. Estamos en un momento distinto, en otra etapa de la historia de la gastronomía.



Leonor.- Sí, y en ocasiones nos centramos demasiado en las grandes potencias gastronómicas, dejando en segundo plano regiones con una riqueza gastronómica bárbara e inexplorada.

María Ritter.- Exacto, y esa es precisamente una de las funciones de la **Guía Repsol**. Nos encargamos de poner el foco en todo el país, en esos rincones que muchas veces quedan fuera del radar. Un ejemplo claro es cómo distintos territorios han ido postulándose para albergar el festival. Primero **Valencia**, luego **Murcia** y ahora **Tenerife**.

Cuando seleccionamos una sede, analizamos múltiples factores: la capacidad hotelera, la infraestructura, el número de Soles en la región y, sobre todo, la historia que podemos contar. En el caso de **Tenerife**, todo encajaba. La isla ha experimentado un posicionamiento gastronómico impresionante en los últimos años, con un crecimiento estructurado y bien planificado. Además, es clave la apuesta institucional; sin el respaldo de

las instituciones, es difícil que una gastronomía evolucione. En este caso, la sinergia ha sido evidente, **Tenerife** tenía que ser la elegida porque tiene mucho que contar. Creo que **Canarias** ya está en el imaginario de todo el mundo, de todos los comensales y con muchísima calidad

Leonor.- Ha sido un trabajo de muchos años, en el que han intervenido instituciones, sector público, medios de comunicación y, sobre todo, la unión del sector primario con la restauración. Canarias tiene una despena privilegiada y cada vez más cocineros están apostando por una cocina de producto, una cocina de raíces que conecta directamente con el territorio.

María Ritter.- Totalmente. Aquí hay un discurso muy sólido, hay identidad. Lo que nosotros hacemos desde la **Guía Repsol** es sacar una fotografía de lo que está pasando en la gastronomía española en cada momento. Y lo que estamos viendo ahora es una vuelta a las raíces.

Fíjate, el año pasado una de las tendencias que hemos identificado es el regreso a las casas de comida. Volvemos a los orígenes. El año pasado, por ejemplo, detectamos otra tendencia interesante: muchos jóvenes cocineros se estaban trasladando a las afueras de las grandes ciudades, ya sea por costes o por el deseo de volver a sus pueblos de origen y la gente los sigue, viaja para visitarlos. Esto demuestra que la gastronomía está viva, en constante evolución. No se trata solo de entregar Soles, sino de entender qué está ocurriendo en el sector.

Un comensal más consciente y exigente



Leonor.- Claro, efectivamente, la gastronomía, nos guste o no, al igual que evoluciona, también sufre una involución. Es decir, volvemos a recuperar esos sabores de siempre, esas casas de siempre...

María Ritter.- Sí, y es ahí donde ves otra cosa muy interesante: todo cuadra con otros conceptos sociales, con otras manifestaciones culturales que van en paralelo. La gastronomía es una expresión de lo que está ocurriendo a nivel social. Hay una traslación de tendencias, valores y estilos de vida a través de lo que comemos, de lo que nos gusta, de lo que estamos valorando.

Por ejemplo, hace poco hicimos un estudio a nivel digital para analizar qué estaba buscando la gente respecto a la gastronomía y cómo la asociaba con la sostenibilidad. Lo que encontramos es que la sostenibilidad ya no es un factor marginal para el comensal cuando va a un restaurante. Antes podía ser una tendencia, pero ahora es un criterio decisivo, especialmente entre los más jóvenes, que están dispuestos a

pagar más por una experiencia sostenible y alineada con sus valores.

Leonor.- Sí, efectivamente, más allá de la propuesta gastronómica en sí misma, lo que buscan es una experiencia. La gastronomía es ese momento que se comparte alrededor de una mesa, bien sea con amigos, con familia...

María Ritter.- Exactamente. Para comer hay que parar. Y cada vez se revalorizan más esos espacios y establecimientos que apuestan por el momento en sí, por la calidez de la sala, por un servicio cercano y humano.

Leonor.- Y ahí es donde entran en juego esos restaurantes que han sabido recuperar esa esencia.

María Ritter.- Sí, y esto es muy interesante porque además, sucede en **España**. Es maravilloso porque se está consolidando una identidad propia, un lujo español. **España**, tradicionalmente, ha sido más *“middle”*, más accesible en cuanto a su oferta gastronómica, pero si te fijas en cómo ha evolucionado la hostelería en los últimos años, en ciudades como **Madrid**, ves que ya está absolutamente internacionalizada. Y este posicionamiento no es exclusivo de **Madrid**, sino de toda **España**. La gastronomía española ha subido de nivel y ha sabido trasladar este crecimiento a su propuesta global.

Leonor.- Absolutamente, **María**. Me encanta escucharte porque, como periodista, veo constantemente guías, rankings, clasificaciones... y muchas veces parece que son solo una más, pero al hablar contigo descubres la visión que hay detrás de la **filosofía de Repsol**.

María Ritter.- Sí, sí. Lo que ocurre es que el posicionamiento de la **Guía Repsol** es diferente al resto, pero cuesta que esa diferenciación filtre al público. La gente nos compara con **Michelin** constantemente, pero la realidad es que tenemos filosofías completamente diferentes.

Leonor.- Eso es algo que se percibe cuando analizas su funcionamiento.

María Ritter.- Exacto. Y también hay que entender que la **Guía Repsol** pertenece a **Repsol** y la **Guía Michelin** a **Michelin**. Son compañías con visiones y aproximaciones distintas. **Repsol**, en nuestro caso, no tiene una guía de negocios detrás, sino que la **Guía Repsol** pertenece a su área de comunicación, es un vínculo con los usuarios. Queremos que vivan una experiencia diferente con **Repsol**, que entiendan que la carretera une, que el viaje une. Por eso, nuestra labor es de apoyo al sector y, al mismo tiempo, de servicio a los comensales.

Y ahí hay una diferencia muy grande, porque hemos conseguido formar parte de la comunidad gastronómica. Hablamos con cocineros, con productores, entendemos lo que está pasando en el sector porque estamos ahí. La **Guía Repsol** es un proyecto con alma.

Leonor.- Realmente hay un hilo conductor, una historia detrás de cada elección que hacen.

María Ritter.- Sí, hay un análisis profundo. La profesionalización que ha experimentado el sector de la hostelería también se ha trasladado a la **Guía**. Antes se tenía una visión de los restaurantes como simples negocios que podían funcionar o no. Ahora hay una conciencia de comunidad, de industria. Y desde la **Guía** hemos intentado reflejar eso en nuestras recomendaciones.

Sostenibilidad: Un pilar fundamental en la valoración gastronómica





Leonor.- Antes, **María**, habíamos la sostenibilidad, que cada vez cobra más protagonismo. Desde la perspectiva del comensal y, naturalmente, en el sector gastronómico ¿hasta qué punto

influye este factor en la concesión de un Sol por parte de la Guía Repsol?

María Ritter.- Es un aspecto crucial, sin duda. Te cuento, el sistema de calificación de la **Guía Repsol** lo rediseñamos hace unos seis años porque nos dimos cuenta de que estábamos evaluando los restaurantes bajo un modelo tradicional y algo limitado. Antes nos basábamos en tres aspectos: la sala, la bodega y la cocina. Sin embargo, nos dimos cuenta de que este enfoque no ponía al comensal en el centro, y la gastronomía ha cambiado radicalmente. Más que una crítica gastronómica, queríamos ofrecer una recomendación realista basada en la experiencia completa de quien visita un restaurante.

Para entender bien este cambio, nos fuimos al **Basque Culinary Center** y analizamos lo que llamamos el **user journey**, es decir, el viaje del usuario cuando vive una experiencia gastronómica. Y ahí descubrimos aspectos esenciales que hasta ese momento no se estaban evaluando con suficiente profundidad.

Por ejemplo, la experiencia empieza mucho antes de sentarte a la mesa. Desde la gestión de la reserva hasta cómo funciona la web del restaurante, todo influye. ¿Te piden la tarjeta para reservar? ¿Tienes que esperar seis semanas para conseguir mesa? ¿Cómo has descubierto el restaurante, en redes sociales, en una recomendación de confianza? Todo esto es parte de la experiencia gastronómica.

Luego está la experiencia dentro del restaurante: ¿la música está demasiado alta? ¿La iluminación es adecuada? Un detalle que no entiendo, es cómo hay restaurantes de altísimo nivel donde las fotos de los platos salen oscuras. ¿Por qué no se cuida ese aspecto? Es una tontería, pero en la era digital, la imagen es fundamental.

Leonor.- Totalmente, como periodista me pasa igual. A veces veo imágenes de platos espectaculares, pero la iluminación es tan mala que no hacen justicia a la propuesta gastronómica.

María Ritter.- Exacto. Esas son cosas que también evaluamos en la **Guía** porque sabemos que influyen en la experiencia del comensal. Y luego está la parte posterior ¿cómo te sientes después de haber comido allí? ¿Te quedas con la sensación de haber vivido algo memorable?

Leonor: Y en todo este proceso, la sostenibilidad juega un papel clave...







María Ritter.- Desde luego. La sostenibilidad es un eje transversal dentro de nuestro sistema de evaluación. No te puedo decir exactamente qué peso tiene en la puntuación final porque hay muchas variables, pero sí te aseguro que está incluida en cada categoría que evaluamos.

Además, en la **Guía** hemos desarrollado la **Comunidad Sostenible**, donde colaboramos con diversos actores del sector para fomentar prácticas más responsables. Por ejemplo, en **El Cenador de Amós** instalamos puntos de recarga para vehículos eléctricos, paneles solares y sistemas de eficiencia energética. Lo increíble es que la energía generada por estos paneles no solo abastece al restaurante, sino que también se ha convertido en una comunidad energética que suministra energía a otros establecimientos cercanos.

El compromiso con la sostenibilidad es una prioridad para la **Guía Repsol**, y proyectos como **Cocinas de Excelencia Energética** reflejan esta apuesta. Un ejemplo es el **Cenador de Amós**, que, en alianza con **Repsol Solmatch**, ha creado la primera comunidad solar en un restaurante en **España**, generando su propia energía

renovable y compartiéndola con hogares cercanos. Además, el establecimiento combina distintas fuentes energéticas y ha instalado puntos de recarga para vehículos eléctricos, reforzando su modelo de negocio sostenible. Esta visión se enmarca dentro de un esfuerzo más amplio por fomentar la eficiencia y la reducción de la huella de carbono en la restauración.

Leonor.- ¡Qué maravilla!

María Ritter.- Sí, es que trabajar dentro de una gran compañía como **Repsol** te da la capacidad de hacer cosas a gran escala. Y además, tenemos la obligación de hacerlo. **Repsol** se ha comprometido a alcanzar la neutralidad de emisiones en 2050, y esa responsabilidad también se traslada a la gastronomía.

Por eso certificamos la **Cocina Sostenible** junto con **AENOR**. Mandamos inspectores que analizan la huella ambiental de cada restaurante, certifican en qué punto está y les ofrecen una hoja de ruta para mejorar.

Leonor.- Claro, porque la sostenibilidad no es solo un concepto, sino un proceso de mejora continua...

María Ritter.- Exactamente. No se trata solo de cumplir con ciertos requisitos, sino de avanzar poco a poco hacia una gastronomía más sostenible. Además, hemos creado el **Sol Sostenible** en colaboración con **Alimentos de España**, que es una distinción especial para aquellos restaurantes que hacen un esfuerzo extraordinario en este ámbito.

Pero más allá del **Sol Sostenible**, la sostenibilidad es una parte integral de cada evaluación que hacemos. Cada inspector que visita un restaurante tiene que rellenar una plataforma digital con innumerables criterios, y uno de ellos es el impacto ambiental. Todo esto nos permite tener una trazabilidad y transparencia total en nuestro sistema de calificación.

Leonor.- Está claro que la sostenibilidad ha pasado de ser un

valor añadido a convertirse en un elemento determinante dentro del sector gastronómico.

María Ritter.- Así es. El comensal ya no solo busca excelencia culinaria, sino que también quiere saber qué hay detrás de cada plato: ¿de dónde vienen los ingredientes?, ¿se está apoyando a los productores locales?, ¿qué medidas toma el restaurante para reducir su impacto ambiental? Todo esto pesa cada vez más en la decisión final de los comensales, y nosotros, como Guía, debemos reflejarlo en nuestras recomendaciones.

El papel de la mujer en la alta gastronomía



Leonor.- María, una pregunta obligada, sobre todo entre nosotras que somos mujeres. Durante años la alta cocina ha estado dominada por figuras masculinas, aunque cada vez vemos a más mujeres liderando proyectos gastronómicos de primer

nivel. ¿Cómo ves este cambio y qué crees que falta todavía para lograr una representación más equitativa?

María Ritter.- Son muchas cosas a analizar aquí. Desde la **Guía Repsol**, hemos tenido claro desde el principio que debíamos poner el foco en el talento femenino y visibilizarlo. No solo porque es justo, sino porque había muchas mujeres con un trabajo excepcional que estaban en la sombra. Creo que aún hay camino por recorrer, pero sin duda hemos avanzado.

Para mí, el gran reto está en reconocer el papel de la mujer más allá de la cocina, sobre todo en la sala, donde las profesionales han jugado un papel clave en la evolución de la restauración. Hay que darles voz, hacerles reportajes, visibilizarlas en redes sociales, porque son una parte fundamental de la experiencia gastronómica.

Leonor.- Es responsabilidad de todos, medios de comunicación, guías, instituciones...

María Ritter.- Exacto. Pero te diré algo, cuando hablo con los cocineros que forman parte de nuestra comunidad de **Soles**, no percibo un ambiente machista. En la gastronomía hay una gran camaradería y respeto. Es cierto que la representación de mujeres aún es baja en ciertos niveles, pero eso está cambiando rápidamente.

Leonor.- Lo importante es que la evolución ya está en marcha.

María Ritter.- Sí, estamos en un buen camino. Lo crucial es seguir impulsando y apoyando a las mujeres para que ocupen el lugar que merecen.

La identidad gastronómica de España









Leonor.- Para cerrar, más allá de la **Guía Repsol**, a nivel personal, si tuvieras que definir la gastronomía española con una sola palabra o concepto, ¿cuál sería?

María Ritter.- Si tuviera que hacerlo con un gesto, sería una sonrisa. La gastronomía española es alegría, es compartir, es hospitalidad. Pero si tuviera que definirla con un concepto, diría que es una **identidad en evolución**. Hemos pasado de tener una cocina tradicional arraigada en la historia a ser una potencia culinaria reconocida a nivel global. Y lo más importante es que hemos aprendido a valorar lo que tenemos sin complejos, sin necesidad de imitar a nadie.

Estamos en un momento dulce, pero también de reflexión. Crecemos a un ritmo vertiginoso, estamos de moda y eso conlleva una gran responsabilidad. Debemos asegurarnos de que esta evolución sea sostenible y que el éxito no solo se mida en términos económicos, sino también en la conservación del entorno, el bienestar del sector y la calidad de la experiencia gastronómica en su conjunto.

Las administraciones han entendido el potencial de la gastronomía como motor económico y cultural, y eso está ayudando mucho. Pero la clave está en trabajar unidos, en que cada territorio reivindique su identidad sin caer en la competencia innecesaria.

Leonor.- Estoy completamente de acuerdo. Creo que este momento tan especial que estamos viviendo también nos invita a sincerar lo que es nuestra propuesta gastronómica como país.

María Ritter.- Exactamente. Y es curioso, porque si analizas las distintas regiones de **España**, cada una tiene su propio lema gastronómico: Saborea Tenerife, Murcia, mil y un sabores, Euskadi Gastronomika... Si juntáramos todas esas frases, obtendríamos la mejor definición de lo que es la gastronomía española.

Es hora de actuar en conjunto. Ya no estamos en una etapa de rivalidad entre territorios, sino de complementariedad. **España** no es un solo destino gastronómico, es un conjunto de experiencias diversas, cada una con su historia, su producto y su identidad.

Leonor.- Claro, cada región es un universo en sí mismo. Y es que no tiene sentido competir cuando cada una es rica en su propio territorio...

María Ritter.- Y con la demanda actual, la competencia interna ya no es necesaria. Los comensales buscan autenticidad, conocer la historia detrás del plato, descubrir productos locales, experimentar la gastronomía desde su raíz, ahí es donde radica nuestra fortaleza.

Mira **Canarias**, por ejemplo. No solo tiene una cocina de producto impresionante, sino que su entorno la hace única. Es una gastronomía con influencias atlánticas, con ingredientes y sabores que no encuentras en la península. Y lo más valioso es que hay una reivindicación del sector primario: los cocineros están volviendo al producto local, a trabajar con los

productores, a fortalecer la cadena de valor desde la tierra hasta la mesa.

Leonor.- Sí, completamente diferente al resto de España.

María Ritter.- Totalmente, en algunos casos, con matices casi tropicales. **Canarias** es como viajar a otro país.

Leonor.- Y sin salir de España...

María Ritter.- Y eso, en el escenario gastronómico global, es un valor diferencial enorme. La clave está en seguir construyendo sobre esa identidad sin perder la esencia.