

# TONY GARCÍA

CHEF DE TONY GARCÍA ESPACIO GASTRONÓMICO

## «Nuestra cocina está basada en el producto de Almería y en la creatividad»

TEXTO Y FOTO: MIGUEL BLANCO



*A Tony García, el amor por la cocina le viene de familia. De su madre y abuelo aprendió la base y la importancia del producto de la tierra, clave en su propuesta gastronómica. Asentado como uno de los chefs más prestigiosos de Almería al frente de Tony García Espacio Gastronómico, sigue buscando cómo sorprender al cliente sin olvidar la tradición culinaria de la provincia.*

*Este año, habéis anunciado un plan estratégico de sostenibilidad para el hotel y el Espacio Gastronómico. ¿Cuáles son sus objetivos?*

La palabra sostenibilidad es abrumadora, casi que queda demasiado grande al decirla. En esto de la sostenibilidad hay muchos puntos y nosotros hemos estado trabajando en ellos durante todos estos años y ahora nos hemos dado cuenta, porque nos lo han dicho, de que eran prácticas sostenibles. De hecho, estamos muy avanzados, porque trabajamos con productos kilómetro cero, de aquí, con empresas de aquí, con ONG. Hay una serie de factores que llevamos muy adelantados, porque sostenibilidad no solo es reciclar, es mucho más. Nosotros llevábamos algo hecho, por nuestra forma de ser, pero no lo teníamos cuantificado ni valorado. Y vinieron unos auditores, La Buena Huella, nos auditaron y estamos en un nivel muy alto, creen que podemos certificarnos como establecimiento sostenible. Creemos en esto porque ya lo hacíamos sin saber que lo estábamos haciendo. Y ahora que empezamos a entender un poco de qué va esto, nos lo hemos propuesto porque es el futuro. Si no, ¿qué vamos a dejar?

**¿Cuál es vuestra seña de identidad?**

La seña de identidad de Tony García Espacio Gastronómico es el producto de Almería, con el que me he criado. Es nuestra imagen. Es apostar por el producto de Almería, que toda nuestra oferta gastronómica sea esa. Estaremos entre un 80% y un 90% de productos y elaboraciones almerienses. Nuestra apuesta es verde y sostenible, las verduras para nosotros son importantes. Y nuestro objetivo es que cada día tengamos más productos de Almería. *Y ofrecer una propuesta original...*

No cabe duda. Uno puede tener unos principios muy básicos de los productos de la tierra, pero luego hay que elaborarlos y ponerlos en la mesa. También tenemos productos que no son de Almería, como el atún de Barbate y otros, pero evidentemente nuestra cocina está basada en el producto de Almería y en la creatividad, con un enfoque desde la tradición que ha evolucionado al momento en el que estamos. Emplatamos el producto para expresárselo al cliente de la manera más natural, evolucionada y creativa que sea posible.

**¿Cómo se consigue que las propuestas de un chef destaquen entre todas las demás?**

Eso deberían responderlo siempre los clientes, pero como punto de partida, creo que es creer mucho en ti y en lo que haces y ser muy honesto, tener la honestidad como bandera, decir esto es lo que soy y lo que hago, y me puedo equivocar pero no te voy a engañar. La honestidad es el mayor éxito de cualquier persona, sea cocinero o de cualquier profesión, porque cuando uno es honesto, el tiempo le da la razón, aunque haya cometido errores.

**¿Con qué piensa sorprender a los clientes en adelante?**

Nosotros hemos llegado a un punto en el que las verduras son el punto de inflexión. Y ahora estamos en una evolución continua de nuestros productos, intentando ir un poquito más allá. Estamos haciéndonos preguntas. Antes del fruto, viene la semilla. Qué podemos hacer con esa semilla, cómo podemos avanzar, con la flor, el brote... Estamos en esa evolución. Estamos negociando un acuerdo de colaboración con Cellbtec, una fundación que está en el PI- TA, que ha conseguido obtener aceite de semilla de tomate, de pepino, de albahaca... Tenemos también harinas de muchos tipos de semillas. Estamos investigando qué podemos hacer con eso. Queremos trabajar un poquito más la verdura, investigar y divertirnos.

**¿Está valorada en Almería la cocina de autor?**

Ahora, cada plato y producto está cogiendo su lugar. Antes era un poquito más complicado,

pero hoy en día está bastante implantada y en crecimiento. No todo va a valer a partir de ahora, los clientes van a pedir frescura, ya lo están haciendo, y las copias, que hasta ahora habían valido, ya no van a ser tan válidas.

**¿Aparecer en guías como la Michelin se nota?**

Todas las guías son importantísimas pero sobre todo la de Michelin, porque es la más antigua del mundo. Nosotros hemos apreciado que el turismo, no tanto el interior pero sí el que viene de fuera, si se fija mucho en las guías. Estamos muy contentos porque nos ha visitado mucha gente que ha venido por la Guía Michelin.

**La pandemia golpeó mucho al sector. ¿Cómo hicisteis para superarlo?**

Como todos, hemos tenido que reinventarnos un poco. Pero tuvimos suerte de que aunque la pandemia nos afectó, no nos ha hundido. El primer año lo pasamos muy complicado pero el segundo ha sido muy bueno, quizás porque la gente seleccionaba más dónde iba y lo que comía. Nos hemos dado cuenta de que estamos de paso y queremos disfrutar.

**¿Qué expectativas hay ahora, tras el fin de las restricciones?**

De momento, nos toca coger de nuevo el rumbo y fortalecerlo. No vamos a cambiar nuestra filosofía, porque nos ha ido bien. Producto, creatividad y siempre mirando hacia delante. Vamos a intentar hacernos preguntas que no nos hacíamos y las respuestas veremos adónde nos llevan. Yo estoy convencido de que nos van a llevar a un buen sitio y a ser mucho mejores.

**¿Por qué te dedicas a la cocina?**

Porque me viene de familia. Mi madre es cocinera y hemos tenido bares, en la pedanía donde yo he vivido, Topares, y en Contador, en la comarca de Los Vélez. Mi abuelo y mi madre tuvieron un teleclub, que eran los bares que se abrían en los pueblos para que tuvieran una televisión. Yo me he criado ahí y de ahí me viene. Mi madre es muy buena cocinera y siempre ha estado vinculada a la gastronomía. Siempre hemos tenido un restaurante como punto de ubicación, tanto para comer como para trabajar.