



## **FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN**

Programa de Doble Titulación en Publicidad, Relaciones Públicas y Turismo

**Curso 2022-2023**

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**La promoción del turismo gastronómico: El caso de la provincia de Segovia**

**Propuesta creativa**

Presentado por Marina Puentes Moreno

Tutelado por Jesús Cordobés Puertas

Segovia, junio de 2023

<b>CAPÍTULO 1- INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
1.1 INTRODUCCIÓN .....	6
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO.....	7
1.3 METODOLOGÍA .....	8
1.4 OBJETIVOS.....	9
<b>CAPÍTULO 2 - MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>11</b>
2.1. <i>El turismo gastronómico</i> .....	12
2.1.1. El turismo gastronómico de Segovia .....	13
2.1.1.1. Características del Turismo Gastronómico de Segovia.....	14
2.1.1.2. Principales Productos Ofertados .....	15
2.1.1.3. Marcas de Garantía y Denominaciones de Origen .....	17
2.2. <i>El Perfil del Turista del Turismo Gastronómico</i> .....	20
2.3. <i>Promoción del Turismo Gastronómico</i> .....	21
2.3.1. Beneficios de la promoción del turismo gastronómico.....	21
2.3.2. Promoción del Turismo Gastronómico de Segovia .....	22
2.4. <i>La Guía Gastronómica</i> .....	25
2.4.1. Concepto .....	25
2.4.2. Elementos que Comprenden la Guía Gastronómica.....	26
2.4.3. Beneficios de la Guía como Herramienta de Promoción Turística .....	27
<b>CAPÍTULO 3 - EXPLICACIÓN PROPUESTA CREATIVA .....</b>	<b>29</b>
3.1. Conclusiones acerca de la investigación (limitaciones de la promoción del turismo gastronómico en la provincia de Segovia) .....	30
3.2. Explicación y justificación de la propuesta creativa.....	31
3.3. Elaboración de la propuesta creativa .....	33
3.3.1. Análisis del folleto de promoción gastronómico actual .....	33
3.3.2. Contenido de la propuesta creativa Seg It's Gastro.....	35
<b>CAPÍTULO 4 -PRESENTACIÓN PROPUESTA CREATIVA .....</b>	<b>45</b>
<b>CAPÍTULO 5 -CONCLUSIONES .....</b>	<b>49</b>
<b>CAPÍTULO 6 -BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>53</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1 Folleto promocional Turismo Gastronómico Segovia - Español .....	33
Figura 3.2 Folleto promocional Turismo Gastronómico Segovia – Inglés.....	34
Figura 3.3 Bao de Cochinillo de Segovia .....	36
Figura 3.4 Arroz de Secreto con Chuletillas de Cochinillo de Segovia .....	37
Figura 3.5 Pata de Cochinillo de Segovia asado .....	37
Figura 3.6 Cúpula de Ponche Segoviano .....	38
Figura 3.7 Bolsa Alimentos de Segovia.....	39
Figura 3.8 Bolsa de Judión de la Granja.....	39
Figura 3.9 Pata de Lechazo Asado.....	40
Figura 3.10 Copa de vino Blanco Verdejo .....	41
Figura 3.11 Tabla de Quesos de Oveja de Segovia.....	42
Figura 3.12 Ravioli de carrillera de cerdo y trufa negra.....	43



**CAPÍTULO 1**  
**INTRODUCCIÓN**

## 1.1 Introducción

Son múltiples las motivaciones por las que el turista elige un destino en lugar de otro. La decisión se toma en base a una serie de preferencias y aspectos personales que incitan a elegirlo. Generalmente, una de estas preferencias suele ser, independientemente del tipo de viaje o destino de que se trate, la gastronomía.

La gastronomía es una parte esencial del viaje y podría considerarse incluso inevitable, es por ello por lo que una de las principales referencias de las que dispone el viajero antes de llegar al destino es la cultura culinaria del territorio que va a visitar.

La gastronomía comprende una parte importante de la identidad de un territorio ya que es un factor fundamental tanto de su historia como de su tradición tal como informa el segundo informe sobre Turismo Gastronómico de la Organización Internacional del Turismo (2017). Un claro ejemplo de su importancia en materia turística es el caso de Segovia. La gastronomía Segoviana está plenamente arraigada a la identidad del territorio, es por ello por lo que el Cochinillo, más allá del Acueducto, se encuentra entre las principales referencias que tiene el visitante de esta provincia.

Ciertamente, el turismo gastronómico de la provincia está centrado en la cocina tradicional, siendo un producto clásico y homogéneo. La oferta culinaria hacia el turista es aparentemente limitada, pero en realidad son múltiples las opciones gastronómicas que se ofertan en la provincia, aunque debido a una falta de visibilidad, no son representativas en materia de turismo gastronómico.

Siendo la gastronomía uno de los factores esenciales que influyen en el turista a la hora de elegir Segovia como destino, tal como expone Vacas (2017) y teniendo en cuenta la clara tendencia al alza del turismo basado en las experiencias (Beltrán, 2019, p.5) “el turista viaja en busca de sensaciones y experiencias únicas del lugar” puede existir un gran potencial en la oferta culinaria segoviana, más allá de lo tradicional. Es por ello por lo que, apostar por este atractivo turístico a través de un nuevo enfoque puede convertirse en un nuevo factor sustancial del turismo segoviano.

Este trabajo propone promocionar el turismo gastronómico desde una perspectiva renovada y moderna, mediante la creación de una propuesta de folleto promocional, que será el equivalente al resumen de una guía gastronómica de la provincia de Segovia que apuesta por el desarrollo local y de proximidad como herramienta de promoción turística.

### **1.2 Justificación del tema elegido**

Al iniciar la búsqueda de una temática para el Trabajo de Fin de Grado, únicamente tenía clara una cosa: necesitaba que tratara sobre un tópico en el que realmente encontrara una motivación. Entonces lo tuve claro: la gastronomía.

Desde que tengo uso de razón he sido una apasionada del arte culinario y de descubrir nuevos sabores. Es por ello por lo que, cuando decidí estudiar turismo encontré un vínculo entre mi pasión personal y mis estudios, el turismo gastronómico y el turismo rural. Es fascinante lo que la cultura del comer puede llegar a transmitir, descubrir lugares a través de su cultura culinaria, el encanto del entorno rural y todo lo que puede llegar a ofrecer.

Al llegar a Segovia, esta inquietud de conocer lugares a través de la gastronomía se vio claramente afectada, ya que aparentemente Segovia solo ofrecía tres cosas: judiones, cochinillo y ponche segoviano. Esa misma inquietud fue la que generó una insatisfacción a la que he intentado dar respuesta durante estos años recorriendo la provincia a la búsqueda de restaurantes y nuevos productos. La conclusión ha sido diáfana: su oferta culinaria va mucho más allá de lo tradicional.

Tras explorar las diferentes zonas de la región, he comprobado que son múltiples las propuestas que existen y además muy interesantes. Sin embargo, me he dado cuenta del gran problema existente: no hay exposición ni visibilidad de esta realidad gastronómica. Justo ahí fue donde encontré exactamente el tema que estaba buscando..

El ámbito que me resulta más llamativo dentro del mundo del turismo es la promoción turística de un territorio. Un aspecto que creo fundamental para esta promoción en la provincia de Segovia es la gastronomía. Aunando estos dos conceptos he hallado un modo

de verter mis conocimientos creando una herramienta de promoción turística desde una visión más fresca y renovada.

Todos los factores expuestos, sumados a mi otra faceta más creativa, la de ser también estudiante del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, han hecho que encuentre un hilo que une tres ámbitos que me fascinan: la promoción turística, la gastronomía y la creatividad.

### **1.3 Metodología**

La elaboración de este trabajo consistirá en la aplicación de una serie de conocimientos, que serán adquiridos mediante una investigación previa, en la creación de una herramienta de promoción turística de la gastronomía segoviana. Estará dividido en capítulos que permitirán organizar y darle un mayor sentido al trabajo.

Inicialmente, con la finalidad de conocer cuál es el punto de partida y analizar el panorama actual en materia de promoción del turismo gastronómico, tanto a nivel nacional como a nivel provincial, se procederá a la realización de una base teórica a través de la recopilación de información extraída de artículos, documentos y estudios extraídos tanto de repositorios académicos como de archivos online.

Una vez expuestos los fundamentos teóricos y elaborada una base consolidada que aborde diferentes aspectos relevantes para la futura elaboración de la propuesta creativa, se planteará cuál es la herramienta de promoción más acorde con las necesidades halladas en la investigación.

Tras definir la herramienta que más encaja, se realizará un estudio analizando la herramienta de promoción ya existente, de forma que se podrá identificar de manera visual y real las limitaciones que presenta la promoción de la gastronomía segoviana.

La fase final será la creación la propuesta creativa de elaboración personal. Primeramente, encontraremos la documentación que se va a incluir en la propuesta, además de definir los diferentes apartados que la conformaran. Y seguidamente, se procederá al diseño de la propuesta.

El método de trabajo que se seguirá durante todo el proceso de elaboración del trabajo consistirá en un redactado por capítulos que será enviado al tutor académica para que éste proceda a la corrección del documento.

Asimismo, tras la elaboración de cada capítulo, y una vez modificadas las correcciones, el proceso será complementado con tutorías que guiarán la evolución del trabajo.

Este sistema permitirá una mejor organización entre alumno y tutor, además de generar una línea de trabajo basada en la continuidad y progreso.

### **1.4 Objetivos**

El presente Trabajo de Fin de Grado está elaborado con la finalidad de lograr una serie de objetivos que giran en torno a un tópico general: la promoción del turismo gastronómico en la provincia de Segovia.

El primero de ellos es investigar acerca de la importancia de la promoción del turismo gastronómico, plasmar sus beneficios y explicar por qué este aspecto puede ser un factor significativo en materia de promoción del destino turístico en la actualidad.

El segundo objetivo que me planteo es conocer en profundidad la promoción gastronómica existente hoy en día, cómo es el producto turístico ofertado en materia de restauración, es decir, conocer las características del turismo gastronómico de la provincia de Segovia e investigar acerca de las herramientas de promoción empleadas para dar a conocer el territorio desde su cultura culinaria.

El tercer objetivo es proponer una visión renovada y fresca de la gastronomía segoviana, rompiendo con los límites de la cocina tradicional. Plantear una promoción gastronómica adaptada a las tendencias actuales con la finalidad de mantener el posicionamiento entre los

competidores nacionales en materia de turismo gastronómico y ampliar los perfiles de turistas potenciales.

El cuarto objetivo es dar visibilidad a la oferta culinaria de la provincia, más allá de la capital con el fin de promover el turismo rural y potenciar las economías locales. Mostrar las propuestas de restauración, los productos locales y las actividades existentes en el entorno rural de la provincia.

El quinto y último objetivo es aplicar mis conocimientos en materia de promoción y emplear la creatividad para la creación de una propuesta de folleto promocional, que será el equivalente al resumen de una guía gastronómica. Dicho folleto actuará como herramienta de promoción del turismo gastronómico de la provincia desde una perspectiva moderna y con matices personales. En relación con este punto, aprovechar el proyecto para dar a la oferta culinaria segoviana la importancia que se merece exponiendo su versatilidad y potencial.

## **Capítulo 2**

# **MARCO TEÓRICO**

## **2.1. El turismo gastronómico**

El turismo gastronómico es una de las tendencias que más está creciendo en el sector. Cada vez son más los viajeros interesados en conocer un territorio desde su cultura culinaria y hay un aumento considerable en la demanda del turismo gastronómico. La Organización Mundial del Turismo (2019, p.6) señala que “El interés por el turismo gastronómico ha crecido en los últimos años junto con su promoción intrínseca de la identidad regional, el desarrollo económico y el patrimonio tradicional”.

Según informa Hosteltur (2023) a partir de los datos extraídos de la encuesta sobre turismo gastronómico realizada por la consultora turística Dinamiza, el 86,5% de los viajeros españoles afirma haber realizado al menos un viaje o escapada de carácter gastronómico en los dos últimos años<sup>1</sup>.

Son múltiples los motivos por los que esta modalidad turística está en tendencia y por los que un destino decide apostar por la promoción turística de su gastronomía. Antes de exponer estos factores es conveniente conocer la definición de turismo gastronómico y en qué se fundamenta esta actividad.

El Comité de Turismo y Competitividad (CTC) de la Organización Mundial del Turismo, define el turismo gastronómico como “un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines” (s.f.).

El turismo está estrechamente relacionado con la gastronomía. En los últimos años esta forma de hacer turismo ha conseguido posicionarse como una de las principales modalidades turísticas practicadas a nivel nacional, esto es debido principalmente a la oportunidad que ofrece la gastronomía a los viajeros de explorar y descubrir la cultura de un territorio a través de su comida.

---

<sup>1</sup> [https://www.hosteltur.com/155417\\_informe-del-turismo-gastronomico-en-espana-2023.html](https://www.hosteltur.com/155417_informe-del-turismo-gastronomico-en-espana-2023.html)

Asimismo, la promoción de la cultura culinaria permite revitalizar el turismo y además contribuye al desarrollo de la economía del territorio. Según Granado, Gómez y Rueda (2022, p.18), apostar por el turismo gastronómico es una forma efectiva de otorgar competitividad al destino, siendo la gastronomía “una fuente de promoción y un motor para la conservación de la identidad local”.

La predisposición de los viajeros por apostar por la cultura culinaria al visitar un territorio es debida a varios motivos:

El primero de ellos es el vínculo entre la gastronomía y la modalidad del turismo cultural de un lugar. La tradición culinaria pertenece a la identidad cultural y es por ello que aquellos visitantes interesados en los recursos patrimoniales suelen integrar la cultura culinaria en su visita.

En relación con este motivo, otra causa que justifica la tendencia es el interés por la cultura local. Los viajeros apuestan por el turismo rural y de proximidad con la finalidad de conocer y experimentar la gastronomía local como parte de la cultura de un territorio.

El tercer motivo está relacionado con la búsqueda de nuevas experiencias. Una de las principales motivaciones del turista en la actualidad es apostar por nuevas actividades y escenarios y uno de ellos es el interés en explorar la cultura culinaria. Descubrir platos desconocidos, nuevos sabores, nuevas bebidas, etc.

El cuarto motivo es la interacción con la comunidad local, la gastronomía es una forma efectiva de acercar al viajero a los productores y al proceso de elaboración de los productos, es decir, de descubrir una región desde una perspectiva más cercana.

#### 2.1.1. El turismo gastronómico de Segovia

Una de las principales atracciones turísticas de la provincia de Segovia es su gastronomía. El turismo gastronómico es de gran importancia debido a la rica tradición culinaria, tanto por la variedad de platos tradicionales y locales elaborados con productos de gran calidad como por las múltiples propuestas y experiencias gastronómicas ofertadas, tal y como exponen Mínguez y Velasco (2011). Estos hechos han propiciado que Segovia sea una provincia

tradicionalmente asociada a la gastronomía y es por ello que su oferta de restauración es amplia y de gran relevancia.

Una característica para destacar de esta modalidad turística en la provincia es su carácter local. Buena parte de la oferta y de los productos gastronómicos de la provincia se identifican por su gran calidad y su origen de proximidad. Tal y como expone García (2019), el turismo gastronómico local es uno de los principales tipos de turismo que se practican en la región.

#### 2.1.1.1. Características del Turismo Gastronómico de Segovia

La oferta gastronómica y de restauración de la provincia se asocia directamente a la cultura culinaria tradicional y local, convirtiéndose en un reclamo turístico para el tipo de turista que visita el territorio. Conforme a Mínguez y Velasco (2011, p.103), “son excursionistas que pasan el día en la ciudad y que hacen el mayor desembolso económico de la visita en la comida”.

Asimismo, la gastronomía segoviana se encuentra posicionada como una de las más potentes de toda Castilla y León. Siguiendo a Vacas (2013), dispone de multitud de platos tradicionales, como pueden ser los judiones de la Granja, la sopa castellana, el asado y la caldereta de cordero a la pastora, los guisos de caza, entre otros. Todos hechos a base de productos locales que se expondrán en los siguientes puntos.

Resulta crucial mencionar el papel del producto por excelencia de la provincia: el cochinillo asado y los mesones, el reconocido establecimiento de restauración de Segovia. Basado en lo expuesto por Vacas (2013), estos productos turísticos han conseguido crear una marca turística, convirtiéndose en un elemento diferenciador y en una ventaja competitiva respecto a otras regiones que tienen unas características similares a las de la provincia. Este dato nos lleva a destacar que una de las características más representativas de esta modalidad turística es que existe una fuerte asociación entre el cochinillo y la provincia.

En relación con este punto y tal y como se ha venido exponiendo, la gastronomía está arraigada a la identidad de este territorio, conformando el espíritu de la provincia. Es por ello por lo que una propiedad que la identifica es la capacidad de preservar sus productos manteniendo en el tiempo su tipología de cultura culinaria, lo que ofrece mucha riqueza

cultural y folclórica y a la vez puede, en cierto modo, limitar la evolución o innovación en la cocina segoviana.

Por último, cabe mencionar que los platos y recetas ofertados son claros defensores del producto local, siendo estos los protagonistas de las propuestas culinarias. Esto deriva en otra propiedad: es una gastronomía que contribuye al desarrollo económico y local.

#### 2.1.1.2. Principales Productos Ofertados

Tal y como se ha expuesto en el punto anterior, la gastronomía de la provincia tiene un fuerte componente tradicional y así se ve reflejado en sus productos. La oferta de productos gastronómicos es amplia y generosa. Según se presenta en la página *web*<sup>2</sup> de Prodestur, podemos clasificar los principales productos de cocina tradicional ofertados en diferentes categorías:

En primer lugar, las carnes, que podemos considerar como la parte más significativa dentro de los productos que comprenden la gastronomía del territorio. Como bien defiende García (2019), hablar de cultura culinaria segoviana implica hablar de su tradición de asados, como son el cochinillo y el lechazo<sup>3</sup> en horno de leña. Ambas carnes mencionadas con marcas de garantía, que serán expuestas en el siguiente punto de este trabajo.

Acerca del lechazo, existe “La Ruta del Cordero Asado”, una experiencia que compone uno de los elementos más importantes que comprenden el turismo gastronómico. Consiste en un recorrido por pueblos como pueden ser Torrecaballeros, Pedraza, Sepúlveda, Cuéllar, Sacramenia, Coca, Riaza, entre otros, con la finalidad de degustar su plato por excelencia: el cordero asado.

Además de lo anterior, aunque también tienen un peso significativo importante las carnes de vacuno, el otro producto estrella son las carnes de caza. Por una parte, en relación con los productos de caza menor, destacan la liebre, la perdiz, el conejo y la paloma, entre otros.

---

<sup>2</sup> [www.segoviaturismo.es](http://www.segoviaturismo.es)

<sup>3</sup> Cordero que se ha alimentado única y exclusivamente de la lecha materna.

Mientras que, por otra parte, los productos de caza mayor más significativos son el jabalí y el venado, entre otros.

En segundo lugar, los embutidos componen una importante parte de la propuesta culinaria de Segovia. Siendo la carne del cerdo el ingrediente principal para su elaboración, son múltiples los productos que se obtienen, entre los que destacamos el lomo, el salchichón el jamón, la morcilla y sobre todo el Chorizo de Cantimpalos, éste con marca protegida propia que se expondrá a continuación.

Vinculado con los embutidos se realizan eventos denominados “Fiestas de la Matanza”, que reflejan la importancia y la calidad de estos productos reconocida internacionalmente.

En tercer lugar, las legumbres y hortalizas son otros de los productos que abarca la oferta del territorio. Debemos hacer hincapié en los judiones de La Granja de San Ildefonso, también con marca de calidad propia. También destacan las lentejas de Armuña y los garbanzos de Valseca, estos último también con sello de calidad.

En cuanto a los productos de la huerta, aunque la oferta es múltiple, debemos hacer especial mención a la achicoria y a Cuéllar como principal productor nacional.

En cuarto lugar, están los quesos. Pese a que su reconocimiento no es muy extenso, son de una calidad considerable. Destacando entre ellos los quesos de leche de oveja cruda, vaca y cabra.

En quinto lugar, las setas. Son un producto que encontramos en abundancia en la provincia, especies micológicas como los boletus, el champiñón y los niscalos son el ingrediente protagonista en algunas recetas tradicionales y también se utilizan para la elaboración de platos más innovadores.

En sexto lugar, las bebidas también juegan un papel importante en la oferta gastronómica de la zona. Centrándonos en las de mayor relevancia, el vino de Denominación de Origen está ganando cada vez un reconocimiento mayor.

Son tres las principales zonas vitivinícolas que encontramos en la provincia, cada una con sus denominaciones correspondientes: La D.O. Rueda, la D.O.P. Valtiendas y la D.O. Ribera del Duero, que se expondrán con mayor detalle en el siguiente apartado.

A su vez, cada vez es mayor la presencia de las cervezas artesanales, posicionándose en el mercado con productos de sabores y matices muy exclusivos. Entre otras, podemos destacar la Cerveza San Frutos, Octavo Arte, Goose y 90 Varas.

En séptimo y último lugar, se debe hacer mención especial a los dulces y postres, que son los encargados de dar el broche final a las comidas. El protagonista es el Ponche Segoviano, una tarta hecha a base de crema y mazapán tostado, disponible prácticamente en todos los establecimientos de restauración y obradores. Por otro lado, y tal y como menciona García (2019), otros de los dulces protagonistas de la oferta segoviana son los elaborados artesanalmente por las monjas de clausura en algunos conventos de la provincia. Entre otros podemos citar las rosquillas, soplillos, leche frita, tortas y yemas.

#### 2.1.1.3. Marcas de Garantía y Denominaciones de Origen

Con el objetivo de dar reconocimiento y a la vez de proteger los productos originarios del territorio y producidos en la provincia de Segovia, existen varias certificaciones que garantizan la procedencia y la calidad de los principales productos que conforman la gastronomía segoviana. A continuación, se exponen las marcas y denominaciones presentadas por Prodestur Segovia Turismo en su página *web* ya citada en el epígrafe anterior.

##### - Alimentos de Segovia, Diputación de Segovia

Es una marca de calidad creada por la Diputación Provincial de Segovia, que la propia institución define como “un signo distintivo protegido como una marca de garantía que permite identificar en el mercado productos agroalimentarios de calidad diferenciada producidos en la provincia de Segovia”. Con el objetivo de promocionar y proteger los productos agroalimentarios locales, artesanales y de calidad de procedencia segoviana, lleva desde 2004 impulsando iniciativas que fomentan el desarrollo económico y turístico mediante la gastronomía local y que además protejan el medio ambiente (Granado, Gómez y Rueda, 2022).

##### - Cochinillo de Segovia

Siendo el cochinillo de Segovia el producto gastronómico por excelencia, “en febrero de 2002 consiguió la protección de calidad bajo la Marca de Garantía: Cochinillo de Segovia”,

García (2019). Esta asignación garantiza que el producto ha sido criado exclusivamente en la provincia y que además ha pasado todos los controles de calidad correspondientes, asegurando así su calidad y origen.

- IGP Lechazo de Castilla y León y Segolechal

El consejo regulador del Lechazo de Castilla bajo su IGP<sup>4</sup>, pretende otorgar el reconocimiento de calidad al lechazo de raza autóctona criado en territorio castellanoleonés. En Segovia, se creó Segolechal, una asociación formada por productores, mataderos, restaurantes y comercializadores, con el objetivo de promocionar, proteger y comercializar el lechazo en nuestra provincia.

- Judi3n de la Granja

Seg3n se ha mencionado en el apartado anterior, los judiones de La Granja de San Ildefonso son un producto turístico de relevancia gracias a su calidad. Desde 2013, la legumbre cuenta con una Marca de Garantía, “Judi3n de la Granja”, que hace la funci3n de distintivo para referirse a la judía blanca y seca de la variedad Phaseus Coccineus que se cultiva en esta zona de la provincia de Segovia. Con la Marca se pretende dar a conocer el producto y apostar por su conservaci3n y recuperaci3n, convirtiéndolo así en un producto que contribuya al desarrollo provincial y local.

- Garbanzo de Valseca

Marca de garantía encargada de proteger y promover un garbanzo de alta calidad y algo lechoso producido en los municipios del noreste de la provincia de Segovia, como son Bernuy de Porreros, Valseca y Valverde del Majano entre otros, tal y como informa el Instituto Tecnol3gico Agrario (s.f.) en su *web*<sup>5</sup>.

- Ajo de Valleado

---

<sup>4</sup> Indicaci3n Geogr3fica Protegida

<sup>5</sup> [www.itacyl.es](http://www.itacyl.es)

Ajo de Valledado es una marca colectiva que pretende promocionar, comercializar y dar el reconocimiento oportuno de las cualidades del ajo cultivado en la zona de Valledado. Es una variedad de ajo blanco, brillante y de textura crujiente que se distingue por su uniformidad y el tamaño de sus dientes. Esta asociación lleva desde 2008 trabajando en esta labor para conservar su variedad y dar a conocer el producto.

- IGP Chorizo de Cantimpalos

La IGP (Indicación Geográfica Protegida) Chorizo de Cantimpalos es una marca que tiene como objetivo proteger el producto típico producido en la comarca de Cantimpalos. Con esta distinción se pretende, además de promover y promocionar el chorizo de la zona a nivel nacional, fomentar los hábitos de consumo tradicionales.

- D. O. Ribera del Duero

Denominación de origen vitivinícola de los vinos producidos en el extremo norte de la provincia. La variedad predominante es el tempranillo, aunque también se producen variedades de cabernet-sauvignon, merlot, malbec, garnacha y albillo. Esta denominación representa el símbolo de calidad y de un riguroso proceso de elaboración y control. Las bodegas de Aldehorno y de Montejo de la Vega de la Serrezuela son las dos de la provincia que producen vinos con la D.O. Ribera del Duero.

- D. O. Rueda

Denominación de origen vitivinícola de los vinos producidos en el noroeste de la provincia, en la Campiña Segoviana. Especializada en la producción de vinos blancos elaborados a partir de la variedad autóctona uva verdejo, es la denominación más antigua de Castilla y León. Las bodegas de Aldeanueva del Codonal, Montejo de Arévalo, Nieva y Santiuste de San Juan Bautista pertenecen a esta D.O.

- D.O.P. Valtiendas

La Denominación de Origen Protegida Valtiendas, es la más joven y engloba los vinos elaborados en los extremos norte de la provincia a partir de la misma variedad y empleando las mismas técnicas que la D.O. Ribera del Duero, mencionada anteriormente. Podemos encontrar vinos con esta D.O.P en las bodegas de Navalilla, Sacramenia y Valtiendas.

## **2.2. El Perfil del Turista del Turismo Gastronómico**

Al turista que practica esta modalidad de turismo se le conoce como viajero gastronómico.

Según el estudio Dinamiza Asesores (2017, p.17) consideramos viajeros gastronómicos a aquellos turistas en los que “la gastronomía influye en gran medida en la elección del destino de sus viajes, siendo uno de los motivos por los que se realiza el desplazamiento”.

La principal característica de los viajeros gastronómicos es la búsqueda de experiencias con la finalidad de conocer la cultura de un territorio. Generalmente son personas interesadas en el arte de la cocina y la alimentación y se desplazan con el objetivo de probar nuevos productos, recetas y sabores. Otra característica que está intrínsecamente relacionada con este punto es la búsqueda de la autenticidad y de la calidad, tanto en los servicios como en los productos que consumen. Es por ello por lo que les gusta probar platos locales con productos frescos y de proximidad.

Tomando como referencia los datos extraídos del estudio de Dinamiza Asesores (2017), el perfil del viajero gastronómico desde una perspectiva más cuantitativa podemos definirlo como un turista con estudios superiores, que dispone de una situación laboral estable y un poder adquisitivo medio o medio-alto.

Concretando en datos, se ha identificado que el 52,3% de los turistas son mujeres, respecto al 47,7 % que son hombres.

Asimismo, el rango de edad predominante oscila entre los 36 y los 45 años con un 38,2% sobre el total. Es importante señalar que hay un cambio en la demanda de turismo, con una tendencia hacia un público más joven que antes se asociaba más comúnmente con turistas mayores. Podemos verlo reflejado en el porcentaje de personas de entre 26 a 35 años que realizan viajes con motivos gastronómicos, que es de un 21,9 %.

Acerca del nivel de estudios de los viajeros gastronómicos se ha identificado que la demanda corresponde mayoritariamente a personas con una formación superior, poseyendo más del 52% estudios universitarios o superiores. En cuanto a situación laboral, predominan las personas en activo.

### **2.3. Promoción del Turismo Gastronómico**

Siendo la gastronomía uno de los principales factores de atracción turística, este interés gastronómico es un elemento clave en materia de promoción del destino turístico. El sector es cada vez amplio y competitivo y aprovechando el atractivo turístico que tiene, fomentar el desarrollo de estrategias de marketing y promoción puede resultar muy beneficioso (Fusté, 2017, como se citó en Cabrera, 2013).

El turismo gastronómico es un factor crucial en la promoción turística y se está convirtiendo cada vez más en un elemento significativo dentro del abanico de experiencias turísticas. En la actualidad, es esencial para una amplia gama de productos y servicios turísticos que se ofrecen en los principales destinos del mundo (Folgado, Hernández y Duarte, 2014).

En ocasiones, el producto culinario puede llegar a ser el principal o incluso el único atractivo de un destino turístico, alrededor del que se llevan a cabo campañas de marketing, promocionando exclusivamente su potencial gastronómico y que terminan resultando propuestas turísticas rentables y exitosas (Hernández, Di y López, 2015).

#### **2.3.1. Beneficios de la promoción del turismo gastronómico**

Son múltiples los beneficios que ofrece esta modalidad turística y todos ellos se interrelacionan entre sí.

En primer lugar, uno de los principales beneficios que ofrece la promoción de esta tipología de turismo es que, como hemos mencionado anteriormente, la cultura culinaria forma parte de la identidad local y cultural de un territorio y, por ende, la economía local está directamente involucrada. Es decir que su promoción da mayor visibilidad tanto a los productores locales y a sus productos como a los servicios de restauración y actividad turística local.

En relación con este punto, cabe mencionar la relevancia de promocionar los productos con etiqueta de diferenciación, como pueden ser marcas de garantía, de calidad o de origen ya que son productos directamente relacionados con la gastronomía de un territorio y un atributo crucial en la formación de la imagen del destino turístico (Fusté-Forné, 2017, como se citó en Royo, 2011).

En segundo lugar, este tipo de turismo es capaz de crear un atractivo turístico que gira en torno al concepto de la sostenibilidad ya que según lo expresan Loya y Fusté-Forné (2021): “Este turismo integra a todos los actores de la cadena productiva de la alimentación y, además, contribuye al desarrollo sostenible de los destinos por medio de la producción y consumo responsables”. Por ese motivo, apostar por su promoción es una estrategia efectiva para incentivar el turismo sostenible y por tanto de contribuir a la conservación del destino y del medioambiente.

En tercer lugar y en relación con la sostenibilidad, la promoción de experiencias gastronómicas orientadas al desarrollo sostenible contribuye a realzar los productos, la sociedad y su cultura, lo que resulta en el fomento de la preservación del patrimonio haciendo visibles aquellos productos y actividades sostenibles en los que se promueve la responsabilidad ambiental y que contribuyen a mantener la identidad de los bienes patrimoniales a nivel gastronómico, cultural y medioambiental.

En cuarto y último lugar, es una modalidad con un gran potencial para contribuir al desarrollo social, así como para la crear de empleo y generar oportunidades de desarrollo económico para la comunidad local ya que, debido a su transversalidad, tiene la capacidad de maximizar la distribución de los beneficios del turismo en los destinos. Además, permite salvaguardar la identidad de éste porque empodera a todos los que forman parte de la cadena de valor gastronómica, en especial a las comunidades locales y a sus trabajadores de forma que su promoción da paso a reforzar la identidad y el sentido de pertenencia al territorio (Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center, 2019).

### 2.3.2. Promoción del Turismo Gastronómico de Segovia

El turismo gastronómico, tal y como se ha ido mencionando anteriormente siendo la cultura gastronómica uno de los principales activos, compone una de las partes más significativas en materia de promoción turística tanto de la ciudad como de la provincia, ya que es un elemento esencial en la creación de la imagen de Segovia como destino turístico.

Son múltiples las campañas y acciones en materia de comunicación que se realizan con la finalidad de promocionar y promover la gastronomía local, utilizándola como elemento

distintivo frente a otros destinos ya que el territorio español dispone de un amplio abanico culinario (Granado, Gómez y Rueda, 2022).

Los organismos e instituciones públicas o privadas del Estado son las encargadas de llevar a cabo este conjunto de acciones en materia de promoción, y todas ellas tienen un objetivo común: la innovación en la cocina y dar visibilidad a la cultura culinaria de un lugar.

Es importante mencionar que las competencias en materia del turismo son gestionadas por las comunidades autónomas, en este caso recaen sobre la Junta de Castilla y León. De esta forma, es más factible realizar acciones de promoción ceñidas a las características del territorio. No obstante, hay un organismo encargado de la promoción turística a nivel nacional: Turespaña, que se encarga de promocionar la Marca España en el exterior. Dentro de sus estrategias de comunicación, existen acciones concretas con el objetivo de dar a conocer la gastronomía española a nivel global.

A continuación, expondremos las principales entidades públicas que llevan a cabo acciones de comunicación en materia de promoción gastronómica de la provincia de Segovia.

- Prodestur, Diputación de Segovia

La promoción turística, y por tanto la gastronómica de la provincia de Segovia es gestionada por Prodestur, la Sociedad de Promoción de la Diputación Provincial de Segovia. La entidad lleva a cabo múltiples iniciativas con el objetivo de visibilizar y dar a conocer la oferta gastronómica de la provincia.

En primer lugar, ha propuesto varias Rutas Gastronómicas, que permiten que los viajeros descubran la provincia mediante su riqueza culinaria, es decir, visitas a restaurantes, bodegas y zonas en los que se ofrecen productos típicos de la zona. Dos de las más destacadas son las Rutas de Tapas, como por ejemplo la de Nava de la Asunción “Navatapas” y la Ruta del Vino de Segovia, para dar a conocer la oferta vitivinícola de la provincia.

En segundo lugar, están las campañas de promoción gastronómica, con las que la diputación pretender impulsar esta modalidad turística en los pueblos de la provincia. Una de las campañas a destacar fue “Reinvéntate, ven a Segovia”, realizada en 2021 para reactivar el

turismo tras la pandemia, compuesta por cinco paquetes turísticos, uno de ellos dedicado a la gastronomía.

En tercer lugar, como se ha expuesto anteriormente, una de las principales labores de promoción de la Diputación se realiza a través de la marca de calidad “Alimentos de Segovia”, que permite dar visibilizar y poner en valor los productos de proximidad y de calidad.

En cuarto lugar, otra de las labores en materia de promoción son los diversos eventos gastronómicos ofertados en diferentes localidades de la provincia, que además de promover la cultura culinaria, incentivan la economía de los pueblos. Uno de los más significativos son las Jornadas Gastronómicas, que se celebran en diferentes restaurantes y tienen diferentes temáticas, como por ejemplo sobre tapas, queso etc. Otro de los eventos destacados son las Fiestas Gastronómicas de la Matanza que se realizan en varias localizaciones, como por ejemplo la de Ortigosa del Monte o la de La Lastrilla.

- Turismo de Segovia, Ayuntamiento de Segovia

El Ayuntamiento de Segovia, desde el departamento de promoción turística de Segovia Capital, “Turismo de Segovia”, se encarga de promocionar y visibilizar la oferta culinaria de la ciudad. El Ayuntamiento, en colaboración con organizaciones y empresas del sector, realiza varias acciones para promover la gastronomía en la ciudad.

En primera instancia, una de las iniciativas más significativas son las experiencias gastronómicas, que presentan una variedad de opciones, desde menús degustación, visitas guiadas, catas de vino en espacios singulares, talleres de repostería segoviana, *escape room* sobre gastronomía segoviana etc.

En segunda instancia, son múltiples las campañas de promoción realizadas por el Ayuntamiento de Segovia en las que se incluye la gastronomía como uno de los principales activos turísticos de la ciudad. Un ejemplo de éstas es la nueva campaña promocional de la ciudad “Segovia se vive”, creada en 2023 para impulsar el turismo de la capital y en la que uno de los principales referentes es la cultura culinaria.

En tercera instancia, encontramos los eventos gastronómicos, organizados por temáticas y que promueven la cocina Segoviana. Entre ellos destacamos, “Los Cinco Días del Dorado”, o como se describe en la página web de la institución *turismodesegovia.com*, “la fiesta del cochinillo”, en los que, en colaboración con los restaurantes de la ciudad, el cochinillo se ofrece a mitad de precio, incentivando así el consumo y degustación del producto culinario por excelencia.

Una vez expuestas las principales instituciones públicas que llevan a cabo la promoción de esta modalidad turística, es importante destacar el papel de “Saborea Segovia”, una iniciativa integrada en la entidad privada sin ánimo de lucro “Saborea España”, que se dedica a la promoción turística de la gastronomía segoviana a nivel nacional e internacional. Según define el portal web de Prodestur Segovia, se erige como un Club de Producto con proyección internacional en el que puede participar todo el entorno empresarial dedicado a la gastronomía de Segovia y su provincia<sup>6</sup>.

De acuerdo con lo expuesto en el portal web de Prodestur *segoviaturismo.es*, “forman parte de Saborea Segovia el Ayuntamiento de Segovia, la Empresa Municipal de Turismo, Prodestur Turismo, Alimentos de Segovia, estos dos últimos pertenecientes a la Diputación de Segovia y la Agrupación de Industriales Hosteleros” (s.p.).

Este club pretende potenciar el turismo mediante la gastronomía transformando los productos gastronómicos de un territorio en experiencias turísticas.

## **2.4. La Guía Gastronómica**

### **2.4.1. Concepto**

La Real Academia Española define guía como una “lista impresa de datos o noticias referentes a determinada materia”. Al mismo tiempo, Domínguez (2019, p.17, como se define

---

<sup>6</sup> <https://segoviaturismo.es/ven-a-segovia/gastronomia-y-enoturismo/saborea-segovia>

en el Diccionario “Le Robert”) defiende que también puede definirse como "Descripción de una región, de un país para uso de viajeros”.

Si orientamos el concepto al enfoque del turismo gastronómico, una guía es un libro o documento que ofrece indicaciones, datos e información detallada referente a la oferta gastronómica de un territorio. Concretamente, incluye información relacionada con los productos culinarios, restaurantes, regiones, etc., orientada a los amantes de los viajes y la cultura culinaria (Vivanco, 2016).

La guía gastronómica, más allá de informar, tiene como objetivos, entre otros, ofrecer información acerca de los establecimientos recomendados, dar visibilidad a los productos tradicionales de un territorio, recomendar los mejores platos de los bares y restaurantes, informar acerca de las experiencias gastronómicas y rutas ofertadas, es decir, intentar orientar al paladar de los comensales (Vivanco, 2016).

#### 2.4.2. Elementos que Comprenden la Guía Gastronómica

En el proceso de elaboración de una guía gastronómica se debe tener en consideración lo que pretende el consumidor al leerla. Este busca poder disfrutar de una buena experiencia gastronómica ayudándose de las opiniones y recomendaciones que han sido previamente valoradas por diferentes expertos en la materia. Concretar unas opiniones y unos gustos coincidentes entre dichos expertos encargados de redactar la guía puede suponer bastante complejidad. A su vez, es importante que esté redactada con claridad en la expresión y que se expongan las características desde una perspectiva objetiva y realista. (A Fuego Lento, s.f.)

Son múltiples perfiles de especialistas del sector gastronómico los encargados de elaborar una guía gastronómica. Entre ellos se encuentran periodistas y críticos gastronómicos, inspectores de restauración que visitan de forma anónima los establecimientos, agrupaciones de aficionados e incluso amantes de la gastronomía. (Vivanco, 2016).

Tras analizar varias guías gastronómicas nacionales e internacionales, presentamos los elementos y apartados principales que generalmente comprenden la estructura de una guía gastronómica.

- **Introducción:** se describe el propósito del documento y se hace una breve sinopsis para captar la atención del lector.
- **Presentación del territorio:** se da a conocer el territorio de una manera concisa, resaltando los principales atractivos de los que dispone y exponiendo su potencial en materia de gastronomía.
- **Exposición de los principales productos, platos típicos y marcas de calidad y garantía del país o región.**
- **Recomendación de zonas, restaurantes y productores locales** en los que se encuentran las mejores experiencias gastronómicas y en los que conocer la cultura culinaria. Asimismo, en ocasiones se incluye un mapa de la zona donde se muestran las ubicaciones de los productos, restaurantes y servicios.
- **Información práctica para los lectores**, como pueden ser consejos, recomendaciones, curiosidades etc. que puedan ser de utilidad para exprimir el potencial gastronómico del territorio.
- **Material gráfico.** Una característica común es la inclusión de fotografías sobre el territorio y su cultura culinaria aportando un mayor atractivo visual.

#### 2.4.3. Beneficios de la Guía como Herramienta de Promoción Turística

Este punto está relacionado con el apartado de beneficios de la promoción del turismo gastronómico, ya que la guía gastronómica puede ser utilizada como herramienta de comunicación debido a que en ella se incluyen las potencialidades del territorio en materia gastronómica.

En primer lugar, dado el atractivo visual del documento, tiene una capacidad de atracción de turistas y visitantes, lo que permite visibilizar el sector gastronómico y consecuentemente generar un impacto positivo en las economías locales.

En relación con este punto, al incluir recomendaciones de establecimientos, productos y servicios gastronómicos, es una estrategia efectiva para fomentar el desarrollo económico y turístico de la zona.

## CAPÍTULO 2

En segundo lugar, es una herramienta muy eficaz para la difusión de conocimientos y de información sobre los productos e ingredientes locales, así como de los platos tradicionales de un territorio y, por consiguiente, promover la cultura y riqueza culinaria de una región o país.

Y, por último, es un instrumento que facilita a los viajeros la toma de decisiones mediante los consejos y la información expuesta, lo que permite que puedan planificar y experimentar el viaje gastronómico y que les resulte satisfactori

## **Capítulo 3**

# **EXPLICACIÓN PROPUESTA CREATIVA**

### **3.1. Conclusiones acerca de la investigación (limitaciones de la promoción del turismo gastronómico en la provincia de Segovia)**

Tras la investigación realizada en el marco teórico del trabajo, se han extraído una serie de conclusiones acerca de la promoción del turismo gastronómico en la provincia de Segovia.

En primera instancia, es necesario exponer, tal y como se ha venido repitiendo en el Capítulo 2, que la gastronomía es uno de los principales activos en materia de turismo en la provincia de Segovia. Por esa razón, la cultura culinaria es presentada como un gran atractivo turístico y, por ende, se elaboran estrategias de promoción turística enfocada en la gastronomía Segoviana.

En segunda instancia, y en relación con el punto anterior, dichas actividades y estrategias de promoción de la tipología de turismo gastronómico, presentan ciertas limitaciones que contribuyen a la proyección de una gastronomía arraigada a la tradición. Desde una perspectiva personal, una promoción turística ciertamente estancada en una cultura culinaria clásica, sin variables ni modificaciones y limitada a ciertos platos y productos.

Siguiendo con las limitaciones halladas en la investigación, la gastronomía de la capital de Segovia tiene un mayor impacto y visibilidad en comparación con la de la provincia. Esta situación deriva en que el potencial de esta última quede, en parte, invisibilizada, por la oferta de la cultura culinaria existente en la capital.

A su vez, existe una limitación en la demanda turística, ya que una de las necesidades o deseos que desean complacer los visitantes, es la de degustar los platos de la gastronomía tradicional a causa de su reconocimiento internacional. Esta gastronomía está compuesta principalmente por tres productos: el Cochinillo de Segovia, los Judiones de La Granja y el Ponche Segoviano.

En relación con este punto, las acciones de promoción gastronómica giran en torno a este concepto clásico, ya que es una estrategia poco arriesgada, según mi criterio propio, que garantiza las visitas, pero no apuesta por captar nuevos perfiles de turistas.

Pasando a los aspectos positivos, tal y como hemos podido comprobar, existen múltiples productos gastronómicos de calidad producidos en la zona, que, además cuentan con certificaciones y marcas de calidad propia. Este aspecto tiene beneficios positivos que ayudan a conseguir la promoción del turismo gastronómico sea efectiva ya que, además de permitir la diferenciación en el mercado frente a otros productos similares, promueven la mejora del sector turístico apostando por ofrecer servicios de alta calidad que generan seguridad y confianza en los viajeros.

En definitiva, la promoción gastronómica de la provincia de Segovia se caracteriza por ofrecer una cultura culinaria arraigada a la tradición y un producto local de alta calidad. La imagen que transmite gira entorno a los platos más icónicos, sin apostar por alternativas más novedosas.

### **3.2. Explicación y justificación de la propuesta creativa**

Con la finalidad de responder a los objetivos tres, cuatro y cinco planteados en el capítulo 1, en el que se plantea proponer una visión renovada de la gastronomía segoviana, además de dar visibilidad a la oferta culinaria de la provincia mediante la creación de una herramienta de promoción, voy a realizar una propuesta creativa innovadora que aborde las limitaciones expuestas en el punto anterior y que de una imagen renovada de la cultura culinaria.

Esta propuesta creativa consiste en la creación de un cuadríptico promocional de la gastronomía de la provincia de Segovia que resuma y exponga los principales contenidos de una guía gastronómica, es decir un folleto informativo acerca de los productos, servicios y experiencias gastronómicas para descubrir el territorio desde su cultura culinaria.

El formato ha sido elegido tras investigar el contenido existente en materia de promoción gastronómica llevado a cabo por Prodestur Turismo Segovia, disponible en el apartado de folletos turísticos de la página web Segovia Turismo<sup>7</sup>. Se ha optado por mantener el formato,

---

<sup>7</sup> <https://segoviaturismo.es/rutas/folletos-turisticos>

ya que por un lado permite mantener la línea de herramientas promocionales disponibles y por otro lado nos ofrece la posibilidad de visualizarlo en línea o bien imprimirlo para que esté disponible como material informativo turístico en las Oficinas de Turismo de la ciudad o en los puntos de información de la provincia.

El cuadríptico se va a realizar con el propósito de ofrecer una visión renovada de la cultura gastronómica de la provincia de Segovia tratando de dejar atrás la concepción clásica de lo que el turista asocia a la cocina segoviana. Esto se traduce en que va a ser una propuesta que trate de romper la barrera tradicional, yendo más allá del cochinillo, el lechazo, los judiones y el Ponche Segoviano.

Del mismo modo, otra de las propiedades que presentará el cuadríptico es que mostrará la gastronomía provincial, sin limitarse únicamente a la oferta culinaria de la capital de Segovia. Tiene como objetivo dar mayor visibilidad a los productos y servicios turísticos del entorno rural, favoreciendo a los productores locales y por ende generando nuevas oportunidades de crecimiento y potenciando las economías rurales.

Además, tal y como se plasma en los objetivos de este trabajo, mi intención es enfocarlo desde una perspectiva personal, por ese motivo el contenido incluido en el cuadríptico estará orientado en base a mi criterio personal, fusionando la información objetiva con matices propios extraídos a partir del recorrido que he realizado durante estos cinco años por la provincia explorando la cultura gastronómica, una de mis grandes pasiones.

Acerca del aspecto que presentará el folleto, también tendrá la intención de romper con la estética que presentan los folletos actuales, que se presentaran en el siguiente apartado, optando por una imagen fresca y minimalista con la finalidad de que se asocie a un concepto de gastronomía renovado.

Desde mi concepción, y tal y como he expresado al inicio de este capítulo, es necesario abarcar la promoción gastronómica desde otro enfoque, apostando por nuevas ideas y visiones diferentes como símbolo de evolución, tal y como se hace en otros ámbitos dentro de la promoción turística de la provincia, como podría ser el caso del turismo sostenible, entre otros.

### 3.3. Elaboración de la propuesta creativa

#### 3.3.1. Análisis del folleto de promoción gastronómico actual

Antes de empezar a ejecutar la propuesta creativa, es importante tener en cuenta el punto desde el que se parte, es decir, cómo se ha afrontado y gestionado la promoción gastronómica hasta el momento para, con la nueva propuesta, salir del patrón existente y conseguir plasmar los propósitos mencionados en el punto anterior, ya que el objetivo final es crear una herramienta de promoción que capte la atención de los turistas potenciales. Asimismo, debe ser de utilidad para dotar a la provincia de Segovia de un recurso eficiente en materia de información en lo referente a gastronomía del territorio.

A continuación, se presentan dos folletos sobre gastronomía elaborados por Prodestur Segovia Turismo. Estos folletos serán funcionales para diseñar una nueva imagen y contenido renovado e innovador, ya que de esta forma se comprueba de manera más visual como ha sido presentada hasta el momento actual promoción gastronómica. Uno de ellos es el cuadríptico en español y el otro en inglés, este último con el fin de explorar si la imagen promocional varía para el público extranjero, pese a que nuestro folleto se creará con la intención de dirigirnos principalmente a turistas nacionales.

Figura 3.1 Folleto promocional Turismo Gastronómico Segovia - Español



*Los fogones de Segovia, el equilibrio entre la cocina tradicional y la nueva cultura gastronómica*

Fuente:

[https://prodestursegovia.es/images/folletos\\_descargas/20150310001900f813086d8634ad97a31ab899c2735b72.pdf](https://prodestursegovia.es/images/folletos_descargas/20150310001900f813086d8634ad97a31ab899c2735b72.pdf)

Figura 3.2 Folleto promocional Turismo Gastronómico Segovia – Inglés



Cocina Tradicional- Alimentos de Segovia – Nueva Cocina

Fuente:

[https://segoviaturismo.es/images/folletos\\_descargas/201205291528152c8edf698c8479226559b95307d88b67.pdf](https://segoviaturismo.es/images/folletos_descargas/201205291528152c8edf698c8479226559b95307d88b67.pdf)

Tal y como se aprecia a simple vista, tanto la imagen 1 como la 2 presentan la misma estética y siguen la misma línea: muestran el lado tradicional de la gastronomía segoviana como principal característica de la cultura culinaria del territorio.

Los protagonistas de ambos carteles son los productos clásicos de Segovia: los asados, los embutidos y los judiones. Las imágenes incorporadas en los folletos muestran las tradiciones culinarias. Tal es la importancia que se le otorga al Cochinillo de Segovia, que en ambos incluyen un apartado dedicado a la receta para cocinarlo.

Acotando el análisis al cuadríptico en español, uno de los aspectos que más me ha sorprendido es que el folleto se presenta bajo el título: “Los Fogones de Segovia: El equilibrio entre la cocina tradicional y la nueva cultura gastronómica”, ya que muestra una clara

intención de apostar por una concepción renovada de la cultura culinaria. Sin embargo, en el momento de plasmar esa intención en el folleto, según mi perspectiva personal, existe un problema en el contenido, y es que tanto las imágenes y la estética como los apartados y textos no son representativos de la pretensión del folleto.

En contraste con esos elementos que podrían abordarse de otra forma, hay otros aspectos que conforman una parte importante del folleto y que considero que son todo un acierto. Por ese motivo se van a mantener en la elaboración de la nueva propuesta.

Estos aspectos son: exponer la calidad de los productos como una de las principales propiedades de la gastronomía segoviana; presentar las diferentes experiencias gastronómicas que se llevan a cabo en la provincia, yendo más allá de la oferta de restauración; exponer los vinos y D.O. de la zona, para darlos a conocer y posicionarse frente a otras denominaciones nacionales; la composición del folleto y su organización según los grupos y tipologías de productos gastronómicos por el orden y la claridad que aportan; y mantener los logotipos de las diferentes instituciones participantes.

### 3.3.2. Contenido de la propuesta creativa Segovia It's Gastro

#### **Título: Segovia It's Gastro!**

El nuevo folleto promocional irá bajo el título "Segovia It's Gastro". Se ha optado por dejar atrás el título del anterior folleto, apostando por un nombre más vanguardista, acorde al concepto que vamos a crear. Para la selección de dicho título he planteado una serie de características que debe cumplir para conseguir que se ajuste a la pretensión de la propuesta creativa: que sea corto y conciso, que incluya la palabra "gastro", que se asocie a Segovia y a la vez que rompa con el nombre anterior, mostrando así una modernización en la promoción gastronómica.

El resultado de este planteamiento ha sido Segovia It's Gastro, que, en base a mi criterio, puede ser adaptable a otras acciones de comunicación, generando la posibilidad de unificar las estrategias en materia de promoción gastronómica bajo un mismo nombre.

Figura 3.3 Bao de Cochinillo de Segovia



*Plato de la carta del restaurante La Golondrina, en la Granja de San Ildefonso*

*Fuente: <https://lagolondrinarestaurante.com/homepage-2/>*

## **Introducción**

Sabores, Tradición y Vanguardia

Basada en la alta calidad de sus productos y en la excelencia de sus platos, la oferta gastronómica de la provincia de Segovia se ha convertido en una de las referentes del panorama nacional.

Desde la cocina más tradicional, hasta la más vanguardista. Porque además de los emblemáticos mesones con la cocina más tradicional, también apuesta por la innovación con los restaurantes de cocina creativa. La combinación de ambas, hacen que Segovia sea sinónimo de evolución y arte culinario. Sumérgete en este viaje de sabores y pasión y déjate sorprender por una experiencia gastronómica llena de matices que no te dejarán indiferente.

Figura 3.4 Arroz de Secreto con Chuletillas de Cochinillo de Segovia



*Plato de la carta del restaurante La Perretosa*

Fuente: <https://www.roadgarms.com/la-perretosa-brasas-y-arroces-es>

### **Tradición y mesón**

Porque sabemos que no puedes irte de Segovia sin antes haber degustado las joyas de la gastronomía tradicional. Es parada obligatoria ir a un mesón tradicional a deleitarse con unos Judiones de La Granja, seguir con un asado, ya sea Cochinillo de Segovia o Lechazo, ambos con Marca de Garantía y culminar con un delicioso postre, bien tarta de queso de oveja de la provincia de Segovia, bien leche frita o el clásico Ponche Segoviano.

Te recomendamos la visita por la zona de la Costa del Cordero, un paseo por los asadores de la provincia, descubriendo los mejores asados de Lechazo.

Figura 3.5 Pata de Cochinillo de Segovia asado



*El plato estrella de la gastronomía segoviana, el Cochinillo de Segovia asado*

Fuente: <https://www.expansion.com/fueradeserie/gastro/2023/06/02/64706b0e468aeb4e368b45ab.html>

### **Reversionando los clásicos**

Déjate llevar por la innovación y la creatividad de la cocina segoviana con los platos clásicos reversionados, creando nuevas propuestas con matices contemporáneos que han revolucionado la cultura culinaria de Segovia.

Te sugerimos una variedad de platos vanguardistas hechos a base de productos de calidad de Segovia que te sorprenderán en cada bocado.

Para abrir boca... Hummus de Garbanzo de Valseca y Judiones de la Granja con Setas y Trufa Negra

Seguimos con los principales... Bao de Cochinillo de Segovia y Hamburguesas de Segolechal

El final perfecto... Ponche Segoviano de Chocolate y Helado de vino tinto de Valtiendas.

Figura 3.6 Cúpula de Ponche Segoviano



*Reversión del clásico postre de Ponche Segoviano, creada por los maestros pasteleros de Dawn Foods.*

*Fuente: <https://www.dawnfoods.com/es/recetas-old/cúpula-de-ponche-segoviano>*

### **La calidad que nos define**

Si algo define a la cultura gastronómica de Segovia es la alta calidad y variedad de sus productos. El clima y la diversidad paisajística son el dúo perfecto para conseguir materia prima de primera calidad que, combinada con el arte culinario segoviano, hacen que se consigan platos extraordinarios, desde los más tradicionales hasta los más *gourmet* e innovadores.

La amplia gama de recursos de alta calidad de Segovia incluye productos de la tierra, como legumbres, verduras cultivadas en las huertas de la Tierra de Pinares y la gran variedad de setas de temporada. Además, también destaca por sus carnes, que van más allá de los clásicos asados, destacando las carnes de caza, vacuno y ternera. Esta alta calidad está respaldada por múltiples Marcas de Garantía de Segovia que sustentan la procedencia de los productos.

Estas marcas son: Alimentos de Segovia, el Cochinitillo de Segovia, Segolechal, Judi3n de la Granja, el Ajo de Vallelado y el Garbanzo de Valseca.

Figura 3.7 Bolsa Alimentos de Segovia



*Bolsa promocional de la campa1a "Nuestro Alimento"*

Fuente: <https://www.agenciaincosenidos.com/trabajos/campana-de-comunicacion-alimentos-de-segovia/>

Figura 3.8 Bolsa de Judi3n de la Granja



*Muestra del producto "Judi3n de La Granja", Marca de Garant3a*

Fuente: <https://www.agenciaincosenidos.com/trabajos/packaging-labeling-la-criba-de-valseca-judion-de-la-granja-m-g/>

Figura 3.9 Pata de Lechazo Asado



*Pata Asado de Lechazo con etiqueta IGP Lechazo de Castilla y León*

*Fuente: <https://carcuredondo.com/blog/lechazo-asado>*

### **Es tierra de buen vino:**

La provincia de Segovia es territorio de tesoros enológicos y sus Denominaciones de Origen así lo demuestran. Adéntrate en una experiencia sensorial, llena de sabor, historia y sobre todo mucha pasión por el buen vino producido en tierras segovianas.

Déjate sorprender por los vinos D.O. Ribera del Duero, en el extremo norte de la provincia. Una de las más reconocidas del país gracias a su exigente elaboración y a sus matices distintivos. Descúbrelos en una visita por las bodegas de Aldehorno y de Montejo de la Vega de la Serrezuela y vive la experiencia de un sabor que es sinónimo de calidad.

Siguiendo en la zona norte, encontrarás la D.O.P. Vinos de Calidad de Valtiendas, la denominación más joven. Similar a la D.O Ribera del Duero en características, es la única que se extiende solo por la provincia de Segovia. Déjate sorprender por la Ruta del vino de Valtiendas que comprende seis bodegas en un entorno natural excepcional.

Para aquellos amantes del buen vino blanco, la D.O. Rueda presenta una selección de vinos blancos excepcionales. Elaborados en el noroeste de la provincia a base de uva Verdejo, te conquistarán por su frescura y carácter aromático. Los encontraras en la Campiña Segoviana,

concretamente en Aldeanueva del Codonal, Nieva, Santiuste de San Juan Baustita, y en Montejo de Arévalo.

Figura 3.10 Copa de vino Blanco Verdejo



*Vino Flor de Vetus , Verdejo de Segovia*

*Fuente: <https://www.indisa.es/novedades-del-mercado/flor-vetus-verdejo-segovia>*

### **El broche de Oro más goloso**

Bien sabido es que siempre hay hueco para el postre y en la tierra segoviana, conquistarán los corazones de los más golosos.

Una degustación de quesos de las queserías segovianas artesanas, como son La Quesería de Sacramenia, El Molinero de Espirido, La Quesería Celestino, la Quesería Artesanal de Armuña o la de Moncedillo, o una tarta de queso de oveja autóctono, pueden ser una alternativa a los postres tradicionales, y el broche perfecto para culminar la comida.

No podíamos dejar de mencionar en este apartado al protagonista de los postres por excelencia, el Ponche Segoviano, un bizcocho de textura suave, relleno de crema pastelera y cubierto una capa de mazapán tostado, que encontrarás en todos los obradores...

Y si te quedas con ganas de más, recomendamos la gran variedad de pastas y galletas, rosquillas, soplillos, yemas, etc. Entre la variedad, destacamos los Dulces de Cuéllar, que en 2017 fueron reconocidos con el premio de Alimentos Artesanos de Castilla y León. Muchos de estos dulces son elaborados artesanalmente y con mucho cariño en los conventos de la provincia.

Figura 3.11 Tabla de Quesos de Oveja de Segovia



Figura 3.11. Tabla de Quesos de Oveja de Segovia

*Plato de la carta del restaurante La Golondrina, en La Granja de San Ildefonso*

*Fuente: <https://lagolondrinarestaurant.com/portfolio/degustacion-de-quesos-de-oveja-segovianos/>*

### **Vive la experiencia del sabor**

Descubre la gastronomía desde las múltiples experiencias culinarias que ofrece la provincia. Cada mes se organizan diferentes eventos en los que la gastronomía segoviana es la protagonista. A continuación, te presentamos los principales acontecimientos que no te puedes perder si quieres llevar tu experiencia al siguiente nivel...

Enero: Jornadas del Puchero, comarcas del Noroeste de Segovia.

Febrero: Festival Gastronómico del Arroz, Collado Hermoso. Cinco días de El Dorado, Cochinillo de Segovia a mitad de precio. Concurso de tapas del Judión de La Granja, La Granja de San Ildefonso.

Marzo: Jornadas Gastronómicas de la Trufa Negra. Segovia Capital. Jornadas del Lechazo de Sacramenia, Segovia Capital.

Abril: Feria del Vino y Queso Segoviano, Collado Hermoso. Feria del Chorizo, Cantimpalos.

Mayo: Ruta de Tapas y Pinchos de Castilla y León, alrededor de la provincia. Jornadas del Jamón Ibérico Eresma, Coca.

Junio: Certamen del Pincho y la Tapa Medieval, Pedraza

Julio: Feria del Ajo, Vallelado. Feria de Cerveza Artesana, Sebúlcór

Agosto: Judiada de la Granja de San Ildefonso. Mercado de la Miel, Tejares de Fuentidueña

Septiembre: Feria del Jamón, Segovia Capital. Fiesta de la Vendimia, Valtiendas.

Octubre: Feria Gastronómica de la Matanza, en La Lastrilla y Ortigosa del Monte

Noviembre: Jornadas de Tapas Micológicas, en Villa de Sepúlveda y Chatún. Concurso de Tapas de Otoño, El Espinar. Jornadas Gastronómicas de Caza, Collado Hermoso.

Diciembre: Gran Cocido, La Granja de San Ildefonso. Jornada de Tapas Navideñas, Sepúlveda.

Figura 3.12 Ravioli de carrillera de cerdo y trufa negra



*Plato de las VIII Jornadas de la Trufa en el restaurante Maracaibo Casa Silvano, en Segovia*

Fuente: <https://www.albertogranados.com/planetaenconserva/trufa-restaurant-maracaibo-segovia>



## **Capítulo 4**

# **PRESENTACIÓN PROPUESTA CREATIVA**

A continuación, se expone la propuesta creativa final. En ella, se encuentran todos los contenidos e imágenes expuestas en el último apartado del capítulo anterior.

Como se puede comprobar, se ha tratado de mantener, en cierta parte, la estructura del folleto de promoción gastronómica actual, expuesto en los anteriores apartados, pero presenta una estética renovada, tanto en contenido como en forma.

Por un lado, se ha optado por una gama cromática basada en tres colores: el color tierra, apelando así a los productos de la tierra segoviana, el color azul marino para aportar un punto de exclusividad y elegancia, y por último el blanco, como tono clave para transmitir orden y claridad al cuadríptico

Por otro lado, el diseño, tanto del folleto como el logo, siguen una línea estética moderna, con líneas rectas que contrastan con una tipografía de letra creativa, que, junto con las imágenes y textos, se obtiene un resultado que refleja la innovación y el toque vanguardista.

# PRESENTACIÓN PROPUESTA CREATIVA



Porque sabemos que no puedes irte de Segovia sin antes haber degustado las joyas de la gastronomía tradicional. Es parado obligatorio ir a un mesón tradicional a deleitarse con unos Judiones de La Granja, seguir con un asado, ya sea Cochinitillo de Segovia o Lechazo, ambos con Marra de Jabardina y culminar con un delicioso postre, bien farta de queso de oveja de la provincia de Segovia, bien lechazo frito o el clásico Panche Segoviano.

Te recomendamos la visita por la zona de la Costa del Corbero, un paseo por los asadores de la provincia, descubriendo los mejores asados de lechazo.

TRADICIÓN Y MESÓN



—REVERSIONANDO LOS CLÁSICOS—

Déjate llevar por la innovación y la creatividad de la cocina segoviense con los platos clásicos reversionados, creando nuevos propuestas con matices contemporáneos que han revolucionado la cultura culinaria de Segovia.

Te sugerimos una variedad de platos vanguardistas hechos a base de productos de calidad de Segovia que te sorprenderán en cada bocado. Para abrir boca, humus de Garbanzo de Valdeca y Judiones de la Granja con Seta y Trufa Negra Segovina con los principales, Baco de Cochinitillo de Segovia y Hamburguesas de Segolichal. El final perfecto, Panche Segoviano de Chocolate y Herado de vino tinto de Valdeca.





SEGOVIA  
IT'S  
GASTRO

SABORES. TRADICIÓN Y VANGUARDIA

Basado en la alta calidad de sus productos y en la excelencia de sus platos, la oferta gastronómica de la provincia de Segovia se ha convertido en una de las referentes del panorama nacional. Desde la cocina más tradicional, hasta la más vanguardista. Porque además de los emblemáticos mesones con la cocina más tradicional, también apuesta por la innovación con los restaurantes de cocina creativa. La combinación de ambos, hacen que Segovia sea sinónimo de evolución y arte culinario.

Sumergete en este viaje de sabores y pasión y déjate sorprender por una experiencia gastronómica llena de matices que no te dejarán indiferente.



SEGOVIA  
GASTRO



NUESTRO ALIMENTO

El siglo define a la cultura gastronómica de Segovia en la alta calidad y variedad de sus productos. El clima y la diversidad paisajística son el ideal perfecto para conseguir materias primas de primera calidad que, combinadas con el arte culinario segoviano, hacen que se corrijan platos, antaño comunes, desde los más tradicionales hasta los más gourmet e innovadores.

La amplia gama de recursos de alta calidad de Segovia incluye productos de la Sierra, como Segoviano, variadas cultivares en las huertas de la Tierra de Medina y la gran cantidad de cordero de temporada. Además, también destacan por sus carnes, que van desde cordero de la Sierra de Guadalupe, hasta el cerdo de la Sierra de Guadalupe y Terroso.

LA CALIDAD QUE NOS DEFINE



Judión de la Granja



Esta alta calidad está respaldada por múltiples Marcos de Garantía de Segovia que sustentan la procedencia de los productos. Estos marcos son: Alimentos de Segovia, el Cochinitillo de Segovia, Segolichal, Judión de la Granja, el ajo de Valdeca y el Garbanzo de Valdeca.

ES TIERRA DE BUEN VINO

La provincia de Segovia es territorio de bodegas enológicas y sus Denominaciones de Origen así lo demuestran. Adéntrate en una experiencia sensorial, llena de sabor, historia y sobre todo mucha pasión por el buen vino producido en tierras segovianas.

Desde sorprender por los vinos D.O. Ribera del Duero, en el extremo norte de la provincia, uno de los más reconocidos del país gracias a su exigente elaboración y a sus matices distintivos. Descubren en una visita por las bodegas de Astelero y de Monago de la Vega de la Sierra, la experiencia de un sabor que es sinónimo de calidad.

Seguiente en la zona norte, encontrarás la D.O.P. Vinos de Castilla de Valladolid, su denominación más joven. Dentro de la D.O. Ribera del Duero en castellano, es la única que se extiende solo por la provincia de Segovia. Destaca por la fama del vino de Valdeca que confiere a las bodegas un entorno natural excepcional.

Para aquellos amantes del buen vino blanco, la D.O. Rueda presenta una selección de vinos blancos excepcionales. Elaborados en el noroeste de la provincia a base de uva Verdejo, se caracterizan por su frescura y carácter aromático. Los encontramos en la Compañía Segoviana, concretamente en Adarveval del Codorno, Nevo, Sanluis de San Juan Bravero, y en Monago de Astero.



RIBERA DEL DUERO

RUEDA

Bien sabido es que siempre hay hueco para el postre y en la tierra segoviana, conquistarán los corazones de los más golosos. Una degustación de quesos de los queseros segovianos artesanos, como son la Quesera de Sacramenia, El Molinero de España, la Quesera Calatiana, la Quesera Artesanal de Almuña o la de Moncedillo, o una tarta de queso de oveja tradicional, pueden ser una alternativa a los platos tradicionales, y el toque perfecto para cerrar la comida.

No podemos dejar de mencionar en este apartado al protagonista de los postres por excelencia, el Ronche Segoviano, un bizcocho de textura suave, relleno de crema pastisera y cubierto una capa de macarón tostado, que encontramos en todas las elaboradas.

Y si te quedas con ganas de más, recomendamos la gran variedad de pastas y galletas, requiliches, sigillos, yemas, etc. Entre la variedad, destacamos los Dulces de Quitar, que en 2017 fueron reconocidos con el premio de Alimentos Artesanos de Castilla y León. Muchos de estos dulces son elaborados artesanalmente y con mucho cariño en los conventos de la provincia.

EL BROCHE DE ORO — MÁS GOLOSO



VIVE LA EXPERIENCIA DEL SABOR



Jornadas del Puchero, comarcas del Noroeste de Segovia.

ENERO Festival Gastronómico del Arroz, Colabao Hermoso, 5 días de El Dorado, Cochinitillo de Segovia o millos de puerco, Concurso de Tapas del Judión de La Granja, la Granja de San Isidoro.

FEBRERO Jornadas Gastronómicas de la Trufa Negra, Segovia Capital, Jornadas del Lechazo de Sacramenia, Segovia Capital.

MARZO Feria del Vino y Queso Segoviano, Colabao Hermoso, Feria del Choto, Campamento.

ABRIL Ruta de Tapas y Pintado de Castilla y León, alrededor de la provincia del Jamón Ibérico Trema, Coca.

MAYO Certamen del Pincho y la Tapa Medieval, Pedraza.

JUNIO Feria del Ajo, Valdeca, Feria de Carnezo Artesano, Sebúlcor.

JULIO Juliada de la Granja de San Isidoro, Mercado de la Miel, Tapas de Fuencalduña.

AGOSTO Feria del Jamón, Segovia Capital, Fiesta de la Vendimia, Valladolid.

SEPTIEMBRE Feria Gastronómica de la Matanza, en La Lantilla y Orriosa del Monte.

OCTUBRE Jornadas de Tapas Micológicas, en Villa de Sepúlveda y Chantun, Concurso de Tapas de Oloro, El Espinar, Jornadas Gastronómicas de Coca, Colabao Hermoso.

NOVIEMBRE Gran Cocido, la Granja de San Isidoro, Jornada de Tapas Novedades, Sepúlveda.

DICIEMBRE



## **Capítulo 5**

# **CONCLUSIONES**

El presente estudio tenía como objetivo era investigar y dar visibilidad a la promoción del turismo gastronómico en la provincia de Segovia, mediante una visión renovada y fresca.

Tras realizar una investigación detallada sobre el papel de la gastronomía en materia de promoción turística, además de los motivos por los que esta modalidad está en tendencia y los beneficios que proporciona la promoción de esta tipología turística, he conseguido dar respuesta a los objetivos planteados al inicio de este trabajo.

Además de haber ampliado mis conocimientos en materia de turismo gastronómico, me ha permitido aportar mi perspectiva personal mediante la creación de una propuesta creativa como herramienta de promoción del turismo gastronómico de Segovia.

Uno de los principales resultados destacados es la importancia de la gastronomía para un territorio, no solo porque comprende una gran parte de la identidad cultural y social de este, sino porque existe una clara tendencia hacia esta modalidad turística a nivel nacional.

Cada vez son más los viajeros que buscan nuevas experiencias en sus viajes, por ese motivo existe un claro auge en la tipología de turismo que permite explorar un territorio y su cultura a través de su comida.

Asimismo, el turismo gastronómico es un factor crucial en el desarrollo económico, social, medioambiental y para la conservación de los recursos, así como de la identidad social. Por consiguiente, apostar por la promoción de esta tipología turística genera numerosos beneficios y supone una estrategia efectiva para potenciar el destino turístico.

Los resultados concluyentes de la investigación acerca del turismo gastronómico de la provincia de Segovia han demostrado que la cultura culinaria es uno de los principales productos turísticos del territorio, y, por ende, uno de los principales activos económicos. Su oferta de restauración es amplia y se define mediante el carácter tradicional de sus platos, su fuerte vínculo con la cultura culinaria local, además de la alta calidad de sus productos de proximidad que se sustentan mediante las diferentes Marcas de Garantía.

La gastronomía segoviana se caracteriza por su arraigo a la tradición, y en esta misma línea, los principales productos ofertados, como son el cochinillo asado y los mesones, se convierten en el principal activo turístico de aquellos turistas interesados en descubrir el

territorio segoviano a través de su cultura culinaria.

Siendo la gastronomía uno de los principales atractivos, era esperable encontrar muchas estrategias de comunicación dedicadas a la promoción de esta tipología turística. Se puede concluir en que son múltiples las campañas, acciones de comunicación, eventos e iniciativas dedicadas a promocionar y dar visibilidad la cultura gastronómica del territorio.

Aunque todas estas acciones están principalmente gestionadas por dos entidades públicas, Prodestur (Diputación de Segovia) y Turismo de Segovia (Ayuntamiento de Segovia), es importante mencionar la labor de “Saborea Segovia”, una iniciativa integrada en la entidad privada sin ánimo de lucro “Saborea España”, dedicada a promocionar la gastronomía segoviana a nivel nacional e internacional.

Una de las conclusiones más relevantes que he extraído durante la investigación y que sido de gran utilidad para encontrar la perspectiva desde donde enfocar la propuesta creativa, son las limitaciones que presenta la promoción del turismo gastronómico de la provincia. La más significativa es que las estrategias empleadas giran principalmente entorno al concepto clásico de la gastronomía segoviana, proyectando, una cultura culinaria arraigada a la tradición. Esta falta de innovación y modificaciones derivan en que el turista conciba esta idea como la única oferta gastronómica disponible en el territorio, además de que la promoción exhaustiva de gastronomía en la capital invisibiliza las opciones gastronómicas del resto de la provincia.

La parte más significativa de este trabajo, desde mi concepción, ha sido todo el proceso de elaboración y creación de una herramienta de promoción del turismo gastronómico que fuera capaz de hacer frente a las limitaciones que presenta la estrategia actual.

Considerando que el folleto promocional, como resumen de una guía gastronómica, es una herramienta muy efectiva en materia de promoción de la cultura culinaria, ya que aporta información útil acerca de la oferta del territorio además de darle visibilidad a la oferta gastronómica, he optado por crear mi propia versión del cuadríptico existente.

Mediante la investigación realizada acerca de la productos, platos y servicios de restauración disponibles en la provincia y la experiencia y conocimientos acerca de la oferta gastronómica

presente en la provincia, que he ido adquiriendo a medida que he ido descubriendo la provincia de Segovia a través de su gastronomía, he conseguido elaborar un folleto que fusiona el lado más tradicional de la cultura culinaria con el más innovador, desde una perspectiva moderna y con mis matices personales.

Quisiera señalar que una de las dificultades que se ha presentado en el proceso de creación ha sido seleccionar aquellos recursos que, desde mi visión propia, fueran representativos y que expusieran el potencial y la versatilidad que caracteriza a la cocina segoviana. Pese a ello, ha sido muy gratificante poder emplear mi criterio y creatividad en este proceso.

En última instancia, me gustaría señalar que la realización de este trabajo me ha servido para hacer consciente mi objetivo futuro de dedicarme a la promoción del sector turístico. Por ese motivo, uno de mis propósitos a largo plazo es elaborar una guía gastronómica completa, siguiendo la misma línea que el folleto expuesto, dando así mayor visibilidad al potencial de la cultura gastronómica de la provincia de Segovia.

## **Capítulo 6**

# **BIBLIOGRAFÍA**

Beltrán, J. (2019). *Análisis de la motivación del turismo gastronómico en el destino cultural de la ciudad de Córdoba* [Tesis Doctoral]. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de: <https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/19243/2019000002023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cocina Tradicional. (s.f.). *Prodestur: Segovia Turismo*. Recuperado el 14 de mayo de 2023 de: <https://segoviaturismo.es/ven-a-segovia/gastronomia-y-enoturismo/cocina-tradicional>

Cultura corporativa. *Alimentos de Segovia*. Recuperado el 22 de abril de 2023 de: <https://www.alimentosdesegovia.es/descubre-alimentos-de-segovia/cultura-corporativa/>

Dinamiza Asesores (2017). “II Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España”. *Dinamiza Asesores*. Recuperado el 22 de marzo de 2023, de: <http://dinamizaasesores.es/www/wp-content/uploads/2017/12/Informe-completo-II-Estudio-de-la-demanda-de-turismo-gastronomico-en-Espana.pdf>

Domínguez Freire, I. A. (2019). *Diseño de una guía gastronómica con productos endémicos del cantón lago agrio, provincia de Sucumbíos para dinamizar el turismo gastronómico* [Trabajo de titulación]. Recuperado el 24 de abril de 2023 de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/14172>

Folgado, J., Hernández, J., & Duarte, P. (2014). El análisis exploratorio sobre el perfil del Turista de eventos gastronómicos. *Revista Turismo y desarrollo*, 2(21/22), 341- 350.

Fusté-Forné, F. (2017). *La gastronomía en el marketing turístico*. Recuperado el 24 de abril de 2023 de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6587378>

Garbanzo de Valseca. *Instituto Agrario Tecnológico* (s.f.). Recuperado el 14 de mayo de 2023 de: <https://www.itacyl.es/-/46214-1>

García Sebastián, A. (2019). *La importancia del turismo rural. Caso de la provincia de Segovia*. [Trabajo de Fin de Grado] Recuperado el 10 de abril de 2023, de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/36351>

Gastronomía. Prodestur, Segovia Turismo. Recuperado el 21 de abril de 2023 de: <https://segoviaturismo.es/ven-a-segovia/gastronomia-y-enoturismo>

## BIBLIOGRAFÍA

Granado Alonso, Á., Gómez García, C. y Rueda Álvarez P. (2022). *La gestión de la imagen de destino. Gastronomía como forma de diferenciación turística* [Trabajo de Fin de Grado]. Recuperado el 12 de abril de 2023, de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/54845>

Guía. *Real Academia Española*. Recuperado del 26 de abril de 2023 de: <https://www.rae.es/drae2001/gu%C3%ADa#>

Guías Gastronómicas para Comerse el Mundo. *Vivanco*. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://vivancoculturadevino.es/blog/2016/07/27/guias-gastronomicas/>

Hinojosa, V. (11 de diciembre 2012). “El turismo gastronómico, oportunidad para revitalizar y diversificar la oferta”. *Hosteltur*. Recuperado el 22 de marzo de 2023, de: [https://www.hosteltur.com/121860\\_turismo-gastronomico-oportunidad-revitalizar-diversificar-oferta.html](https://www.hosteltur.com/121860_turismo-gastronomico-oportunidad-revitalizar-diversificar-oferta.html)

Hosteltur Economía (4 de febrero 2023). “Informe del turismo gastronómico en España 2023”. *Hosteltur*. Recuperado el 22 de marzo de 2023, de:

[https://www.hosteltur.com/155417\\_informe-del-turismo-gastronomico-en-espana-2023.html](https://www.hosteltur.com/155417_informe-del-turismo-gastronomico-en-espana-2023.html)

Las Guías Gastronómicas. *A fuego Lento*. Recuperado el 26 de abril de 2023 de: <https://www.afuegolento.com/articulo/las-guias-gastronomicas/2592/>

Loya, M. M. y Fusté-Forné, F. (2021). *Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario: las rutas del vino en Girona (Catalunya, España) y Querétaro (México)*. *Turismo y patrimonio*, (17), 45-60. Recuperado el 24 de abril de 2023 de: <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/265>

Mínguez García, C. y Velasco Romera, I. (2011). *Análisis y tendencias del turismo en Segovia*. Recuperado el 12 de abril de 2023, de: [https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16451/analisis\\_minguez\\_velasco\\_TERAP\\_2011.pdf](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16451/analisis_minguez_velasco_TERAP_2011.pdf)

Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. (2019). “Guía para el desarrollo del turismo gastronómico”. *OMT*. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420995>

Reinventate, ven a Segovia: cinco destinos del turismo de la provincia. *El Adelantado de Segovia*. Recuperado el 22 de abril de 2023 de: <https://www.eladelantado.com/segovia/reinventate-ven-a-segovia-cinco-destinos-del-turismo-de-la-provincia/>

Saborea Segovia. *Prodestur Segovia Turismo*. Recuperado el 24 de abril de 2023: <https://segoviaturismo.es/ven-a-segovia/gastronomia-y-enoturismo/saborea-segovia>

Saborea Segovia. *Turismo de Segovia*. Recuperado el 22 de abril de: <https://turismodesegovia.com/es/saborea-segovia>

Segovia, Territorio Craft Beer en España. *Factoria de Cerveza*(2020).Recuperado el 20 de mayo de 2023, de: <https://factoriadecerveza.com/segovia-territorio-craft-beer-en-espana/>

Turismo Gastronómico y Enológico. *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 19 de marzo de 2023 de : <https://www.unwto.org/es/gastronomia-turismo-enologico>

Vacas, M<sup>a</sup> T. (2013). *Proyecto de análisis cualitativo de los tipos de turista, motivaciones de la demanda real y potencial e imagen turística de Segovia en 2012* [Trabajo de Fin de Grado]. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/3384>