

Nombre y apellidos del estudiante

“León: Capital Española de la Gastronomía 2018”



Criterios de evaluación

La quinta prueba de evaluación continua evaluará:

- La comprensión y aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en los módulos 1 a 6 de nuestra asignatura.
- La búsqueda de información y su correcta referenciación en el texto según los criterios de citación.

NOTA IMPORTANTE: Todas las aportaciones y respuestas han de estar razonadas y argumentadas.

Se valorará la adecuación de las respuestas a las preguntas propuestas que aparecen en cada módulo. Se trata de llevar a cabo la aplicación de conceptos a las situaciones concretas planteadas en la actividad. Por tanto, no serán valorados aquellos textos que reproduzcan literalmente el contenido del módulo.

Es positivo la claridad y concisión en vuestras respuestas. Estas tienen que tener la extensión adecuada y ajustada a lo que se solicita.

Es importante consultar las direcciones de las páginas web que os facilitamos. En especial, para esta PEC se recomienda consultar el Blog de los Estudios de Economía y Empresa (<http://economia-empresa.blogs.uoc.edu/category/marketing/>) y la entrada específica relacionada con esta PEC.

También es interesante alguna consulta a otras fuentes de información. Procurad facilitar las fuentes y la información consultadas en forma de referencia bibliográfica a pie de página. Recordad en este sentido, tal y como se indica en el plan docente, que en vuestras respuestas en las PEC's está totalmente prohibido hacer una copia literal (“copiar y pegar”) o una traducción de contenidos extraídos de fuentes de información de Internet, o de cualquier otro tipo de fuente.

Formato y fecha de entrega

El documento que contiene la actividad de evaluación continua 5 debe cumplir los siguientes requisitos formales:

PEC5. León: Capital Española de la Gastronomía 2018

- vuestra respuesta no puede exceder las 4 páginas. Debéis presentar vuestra propuesta de solución en este mismo archivo Word prescindiendo del enunciado del caso práctico. En este documento figurarán sólo los enunciados de las preguntas en negrita y vuestras respuestas a las preguntas en texto normal.
- La fuente debe ser arial de 10 puntos, con párrafos justificados e interlineado sencillo.
- Las páginas del documento han de estar numeradas. También deberá constar el número de páginas totales del documento (4 en este caso).
- Las imágenes, los cuadros y los gráficos se habrán de proporcionar en páginas adicionales al final del documento. Su extensión no contará a efectos del número máximo de páginas que se ha fijado.
- El propio sistema se encarga de asignar un número a los ficheros enviados al Registro de Evaluación Continua (REC). Sin embargo, es importante indicar en el pie de página del documento la PEC y los apellidos. Así, para esta asignatura y esta prueba será PEC1_apellido1_apellido2.

La entrega se debe realizar como máximo en la fecha tope señalada en el plan docente: **28/12/2017**. Así, se considerarán como “no entregados” todos aquellos ejercicios enviados en una fecha posterior.

Enunciado



Elección de la Capital Española de la Gastronomía 2018 (Foto: © Guía gastronómica de León).

La ciudad de León ha sido designada como **“Capital Española de la Gastronomía”** para el año 2018, tras vencer en la final de este galardón a la ciudad de Cuenca.

Cuenca, en su segundo intento por obtener el título, había presentado un dossier con atractivas iniciativas y que cuenta con importantes apoyos sociales y políticos: Emiliano García-Page, presidente de la Junta de Castilla-La Mancha, el ministro de Justicia, Rafael Catalá; de ciudades: el alcalde de Miami y el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España; de deportistas: equipo de balonmano Liberbank Ciudad Encantada, Vicente del Bosque, José Antonio Camacho y celebridades como Tico Medina o José María Cruz Novillo.

Por su parte, León centraba su candidatura bajo el título de **“Manjar de reyes”** y cuenta con un sólido apoyo social (más de 1.500 adhesiones), con el respaldo de importantes personalidades políticas: José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero o Ana Pastor; de cocineros como los hermanos Roca, Juan Mari Arzak o Martin Berasategui o de celebridades como Carlos Herrera, Jesús Calleja o Café Quijano.

La elección ha corrido a cargo de un jurado de relevantes profesionales: turismo (Turespaña, FITUR, Confederación Española de Agencias de Viajes, Confederación Española de Hoteles, Instituto de Calidad Turística Española, Paradores Nacionales), hostelería (FEHR, Saborea España, Asociación Restaurantes de la Buena Mesa, Euro-Toques Comunidad Europea de Cocineros, Círculo de Restaurantes Centenarios y

Jóvenes Restauradores), comunicación (periodistas turísticos de FEPET) e instituciones (representantes institucionales del Ministerio de Agricultura y de Turespaña).

Introducción

El galardón “**Capital Española de la Gastronomía**” está promocionado por dos organizaciones profesionales (restauradores/hosteleros y periodistas de turismo): Federación Española de Hostelería (FEHR) y la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo (FEPET).

FEHR (está formada por 74 asociaciones empresariales de hostelería repartidas por toda España, y es la única organización empresarial que representa a nivel estatal al conjunto de más de 360.000 empresas de restaurantes, bares, cafeterías y otros establecimientos que constituyen el sector de la restauración. Este conjunto empresarial da trabajo a 1,3 millones de personas y tiene un volumen de ventas de 120.000 millones de euros, lo que equivale al 7% de PIB de la economía española.

Por su parte, FEPET es una entidad profesional sin ánimo de lucro que pertenece a la Federación Internacional de Periodistas y Escritores de Turismo, y por tanto, está vinculada a la UNESCO a través de esta última entidad con el estatuto de miembro asociado y forma parte de la organización Fórum Iberoamericano de Periodistas de Turismo. Reúne a 200 periodistas y escritores de turismo y gastronomía que residen o trabajan en España y están representados todos los sectores de la actividad periodística: prensa diaria, suplementos y revistas de turismo dirigidas a profesionales o al público en general, periodismo electrónico, emisoras de radio y de televisión, productoras de vídeo, conferencias, “freelance”, autores de libros y guías de turismo y profesores que realizan una labor divulgadora relacionada con el turismo y la gastronomía.



León: “Manjar de Reyes”

León, bajo el lema “Manjar de Reyes” ha diseñado un atractivo dossier de 250 páginas, ilustrado con extraordinarias imágenes y en el que disecciona su identidad gastronómica. Cecina, botillo, carnes, quesos, frutas, verduras y legumbres constituyen la despensa leonesa que brilla por sus extraordinarias materias primas: 3 denominaciones de Origen (Vinos del Bierzo, Vinos Tierra de León y Manzana Reineta), 9 Indicaciones Geográficas Protegidas (Cecina, Botillo, Alubia de la Bañeza, Lenteja de Tierra de Campos, Pimiento asado del Bierzo, Pimiento del Fresno, Queso de Valdeón, Queso de Beyos y Mantecadas de Astorga), 6 Marcas de Garantía (Castaña del Bierzo, Cecina de chivo, Puerro de Sahagún, Cereza del Bierzo, y Pera Conferencia del Bierzo) y 1 Marca Colectiva (Chorizo de León).

La propuesta de León presenta un programa de **155 actividades** distribuidas por los 12 meses del calendario. León figura en primer lugar en el ranking nacional de número de bares. Es la primera provincia de España en oferta gastronómica: 5,03 bares por cada 1000 habitantes y cuenta con 1.198 restaurantes (socios de Eurotoques, de la Buena Mesa y Cocinandos 1 estrella Michelin, el restaurante estrellado con el precio más asequible de España); 2 centros de formación en cocina y hostelería y una escuela de pastelería. El tapeo se convierte en rito sagrado en el barrio del Húmedo o del Romántico. Ferias, fiestas, mercados y romerías completan un apasionante panorama para desarrollar el turismo gastronómico.





Presentación de la candidatura de León a Capital Española de la Gastronomía (Fotos: © iLeón).

Huelva rentabiliza el tirón publicitario de la capitalidad gastronómica

La ciudad de Huelva ostenta durante todo 2017 el título de “Capital Española de la Gastronomía”, que recibió a principios de año. En este sentido, el destino ha vuelto por segundo año consecutivo a la World Travel Market (WTM) de Londres, una de las ferias turísticas más importantes del mundo, en la que las autoridades han expuesto los atractivos de la capital con la intención de fidelizar el turismo británico y adquirir un espacio propio en el mercado turístico.

Se ha explicado que el regreso de la capital onubense a esta feria, con una presencia destacada en el expositor de la Junta de Andalucía, “obedece a la ambición de posicionar a Huelva en el mercado como un referente turístico, aprovechando el impulso de la capitalidad, y ofreciendo una propuesta más diversa en la que tiene está presente su naturaleza, su cultura, la playa, el clima y la gastronomía”, recordando que el pasado año la capital llegó a esta feria con la concesión del título de Capital Española de la Gastronomía para 2017 y este año “se repite la experiencia ultimando el ejercicio de una capitalidad que nos ha abierto una oportunidad única de proyección y difusión de sus fortalezas en el mundo”.

Huelva es un destino emergente, que despierta a un mercado internacional y vuelve este año al World Travel Market para dar un paso más y presentar una oferta integral con los muchos atractivos que ofrecemos al turismo internacional. Huelva tiene el liderazgo gastronómico, pero destaca en muchas otras vertientes que la convierten en única y especial (Capital Gastronómica de España, 2017).



Documentos utilizados:

- Capital Gastronómica de España (2017): Revista extraordinaria, nº 3, octubre.
- Clemente-Ricolfe, J. S. (2017): “La experiencia del turista en el consumo de paella en las arrocías de Valencia mediante netnografía”, International journal of world of tourism, vol. 4, nº 7 (junio), págs. 27-34.
- Di Clemente, E. (2017): “Las variables experienciales como determinantes de la calidad de vida, la satisfacción y la lealtad del turista en el contexto del turismo gastronómico”, Tesis doctoral, Universidad de Extremadura, disponible en [Dehesa](#).



- Di Clemente, E.; Hernández-Mogollón, J. M. y López-Guzmán, T. J. (2014): “La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura”, Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura, Educación, nº 9, págs. 817-833.
- Hernández-Mogollón, J. M.; Di Clemente, E. y López-Guzmán, T. J. (2015): “El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España)”, Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, nº 68, págs. 407-428.
- León Noticias (2017): Las Capitales Gastronómicas logran un impacto directo de 4 millones de euros y un 10% más de turistas. Disponible en: <http://www.leonoticias.com/leon/capitales-gastronomicas-logran-20170822184427-nt.html>

Websites:

- <http://economia-empresa.blogs.uoc.edu/category/marketing/>
- <https://capitalespanoladelagastronomia.es>
- <http://www.leon.es>
- <http://turisleon.com/es>

Nota importante:

El presente enunciado se completa con la entrada “Marketing experiencial: nuevas oportunidades del turismo gastronómico” del [Blog de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC](#), cuya lectura se recomienda para finalizar la Prueba de Evaluación Continua.

Preguntas

1. El turismo gastronómico es un segmento de mercado dentro de una demanda turística cada vez más amplia, que está motivado mayoritariamente por diferentes experiencias sensoriales de los consumidores. León se enfrenta en 2018 al reto de posicionarse como destino de turismo gastronómico: define qué entiendes por posicionamiento e identifica de forma argumentada cuál es el método de posicionamiento que consideras más adecuado en el caso del ejemplo de la Capital Española de la Gastronomía.
2. Para conocer al consumidor, es preciso desarrollar un proceso de investigación de marketing: analiza las fases del proceso, aplicándolas al ejemplo de una investigación de marketing en la que León quiera conocer el perfil del turista gastronómico que visitará la ciudad en 2018.
3. El entorno de marketing puede condicionar la planificación estratégica de una empresa o de cualquier entidad. Explica qué factores del macro y microentorno pueden condicionar el comportamiento de un turista, justificando tu argumentación.
4. Si tuvieras que desarrollar un plan de marketing para la candidatura de una ciudad como Capital Española de la Gastronomía, ¿qué proceso seguirías? Argumenta tu respuesta.
5. En el análisis del comportamiento del consumidor, encontramos que el proceso de decisión de compra está influido por diversos factores que podemos agrupar en varios grupos: variables del marketing mix de la empresa, factores internos del individuo, factores externos al individuo y, por último, variables situacionales. Enuméralos brevemente y selecciona razonadamente cuál sería –según tu opinión– el grupo de factores que más influye en la decisión de compra de un consumidor turístico.