



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

El turismo gastronómico en Conil de la Frontera. Propuesta de una ruta gastronómica veggie.

Trabajo Fin de Grado presentado por Marta Fuentes Sánchez, siendo la tutora del mismo la profesora Francisca Ruíz Rodríguez

Vº. Bº. de la Tutora:

Alumna:

Dña. Francisca Ruíz Rodríguez

Dña. Marta Fuentes Sánchez

Sevilla. Junio de 2022



GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2021-2022]

TÍTULO:

El turismo gastronómico en Conil de la Frontera. Propuesta de una ruta gastronómica veggie.

AUTOR:

MARTA FUENTES SÁNCHEZ

TUTOR:

Dra. D^a. FRANCISCA RUIZ RODRÍGUEZ

DEPARTAMENTO:

GEOGRAFÍA FÍSICA Y ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

RESUMEN:

El turismo gastronómico es una de las tipologías más importante dentro de la industria del turismo. El presente trabajo tiene como objetivo el análisis de este turismo en Conil de la Frontera y la propuesta de una ruta gastronómica diferente a las ya existentes en el municipio, y dedicada a un grupo de personas en especial, el de las personas veggies (veganos, vegetarianos y flexitarianos). Esta localidad es el destino ideal para realizar una ruta gastronómica porque abarca una variedad de recursos (pesqueros, ganaderos y agrícolas) que contribuyen a ofrecer platos gastronómicos únicos respecto a otros lugares. Tras un análisis bibliográfico y estadístico, junto con unas entrevistas-encuestas realizadas, tanto a la demanda como a la oferta conileña e, información facilitada por la Oficina de Conil, se propone una ruta, con duración de un mes, con la posibilidad de degustar los platos específicos en los restaurantes inscritos en ella, junto con la opción de participar en una excursión. Conil de la Frontera, con esta ruta gastronómica, sería capaz de promocionar los productos de la huerta que posee y de satisfacer a un segmento de clientes muy relevante en la actualidad.

PALABRAS CLAVE:

Turismo; Veganismo; Flexitarianismo; Vegetarianismo; Gastronomía.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	5
2.1. OBJETIVOS	5
2.2. METODOLOGÍA	5
3. MARCO TEÓRICO	7
3.1. ANTECEDENTES DEL TURISMO GASTRONÓMICO	7
3.2. ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO GASTRONÓMICO	8
3.2.1. El concepto de turismo gastronómico y tipos de turistas gastronómicos.....	8
3.2.2. Las rutas gastronómicas	11
4. RECURSOS Y GASTRONOMÍA EN CONIL DE LA FRONTERA.....	13
4.1. RECURSOS PESQUEROS Y LA RUTA DEL ATÚN DE ALMADRABA	13
4.2. RECURSOS GANADEROS Y RUTA DEL RETINTO.....	14
4.3. RECURSOS AGROALIMENTARIOS Y LA RUTA DE LA HUERTA	15
4.4. FOMENTO Y PARTICIPACIÓN EMPRESARIAL DE LAS RUTAS	17
5. OFERTA Y DEMANDA GASTRONÓMICA EN CONIL DE LA FRONTERA.....	19
6. PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN CONIL DE LA FRONTERA ..	23
6.1. Criterios de la ruta.....	23
6.2. Ruta Veggie en Conil de la Frontera.....	23
6.2.1. Restaurantes participantes en la ruta.....	23
6.2.2. Excursión cultural y gastronómica.....	25
7. CONCLUSIONES	31
8. Bibliografía.....	32
9. Anexos.....	38

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno económico y social a nivel mundial. Durante décadas, ha experimentado un continuo crecimiento hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles (UNWTO, 2022).

Este destacado volumen de negocio del turismo se ve reflejado, por tanto, en la economía de un país. Si tomamos como referencia España, la actividad turística alcanzó los 154.737 millones de euros en 2019, cantidad que equivale a un 12,4 % del PIB (INE, 2022). No obstante, en 2020, la pandemia de COVID-19, afectó a muchos sectores económicos en todo el mundo, y provocó numerosas pérdidas económicas al sector turístico. A continuación, se puede apreciar ciertos indicadores de demanda turística, de ingresos y de empleo, originados por la Covid-19 (Gago-García, C. et .al., 2021):

- En 2020, más de 300.000 empleos fueron destruidos en España, por lo que el país cerró su economía con más de 3 millones de parados (El Economista, 2021).

- Durante 2020, los ingresos en el sector turístico tuvieron una reducción de 116.402 millones de euros en el PIB y, añadir que, más de 800.000 empleos turísticos estuvieron afectados por ERTES (Expediente de Regulación Temporal de Empleo).

- Hasta septiembre de 2021, España recibió un 70% menos de turistas internacionales que en el tramo prepandemia de 2019. Este porcentaje equivale a 67 millones de viajeros.

No obstante, se espera una recuperación ligada al turismo creativo con estrategias turísticas que lleven a previsiones optimistas (Gago-García, C., et. al, 2021). A continuación, datos numéricos para obtener una previsión futura:

- En el año 2022, la economía española empieza a recuperarse de los efectos pasados y muestra una recuperación muy positiva.

- En porcentajes, el empleo en el sector turístico español experimentará un avance del 7,1 %, respecto a los niveles pre-COVID (Hosteltur, 2022).

En este contexto, una de las tipologías más afianzadas dentro de la industria del turismo es el turismo gastronómico. Este tipo de turismo puede conformar una parte muy importante de la identidad de un destino turístico, destacando aquellos alimentos que se convierten por sí mismos en un recurso turístico para el desarrollo regional, al enfatizar sus valores de autenticidad, posicionamiento y diferenciación (Henderson, 2009). La motivación principal de este tipo de turismo está en el disfrute de los alimentos y, los sujetos primordiales para su realización son los turistas gastronómicos (Hernández Rojas, R. y Dancausa, M., 2018). Éstos pueden estar únicamente interesados en la comida o, en el vino (enoturismo). No obstante, se encuentran casos donde la promoción de los recursos vino y comida es conjunta y desarrolla el denominado turismo de gastronomía y vino (Díaz Rodríguez, P., 2022).

En España, los turistas gastronómicos muestran una satisfacción del 8,8 sobre 10. Y, entre las CC.AA. que cuentan con un mayor porcentaje de estos turistas sobre el total que perciben, se encuentra nuestro punto de estudio, Andalucía, con un 26,1% junto con La Rioja, con un 28,2%. Además, hay que mencionar que Andalucía cuenta con un 16% de la variable del gasto turístico, ligado únicamente a productos alimenticios. No obstante, existen comunidades autónomas que poseen unos porcentajes superiores. Es el caso de Cataluña (21%), Islas Baleares (17,7%) e Islas Canarias (17,2 %) (Díaz Rodríguez, P., 2022).

En definitiva, Andalucía es un destino turístico de relevancia respecto a la gastronomía y, según el informe “Futuro, tendencias, investigación y experiencias de turismo gastronómico” elaborado por la Organización Mundial del Turismo en 2017, la oferta cultural, la naturaleza y la gastronomía son los principales motivos que llevan a los turistas a visitar un destino. Andalucía cuenta con grandes atractivos, ya que ofrece más de 1000 km de costa, buen clima, la existencia de parques nacionales y de espacios naturales protegidos, un patrimonio histórico y artístico único, una gastronomía con productos de total calidad y un número importante de rincones para perderse y disfrutar de lugares emblemáticos (Junta de Andalucía, 2022). Cada provincia posee productos característicos de la zona. De ahí que, el turismo gastronómico está ligado a motivaciones culturales (comida como vía de conocimiento de la cultura de un lugar), interpersonales (comida como acto de socialización), así como de estatus y prestigio (comida y lugares asociados con la élite, experiencias vinculadas a clases altas) (Fields, K., 2002).

En la provincia de Cádiz, el municipio de Conil de la Frontera (comarca de la Janda y Costa de la Luz), destaca por su oferta gastronómica. Según EPICSA (2022), Conil cuenta con una extensión superficial de 8.645 km y ocupa un 4,93% de la proporción comarcal y un 1,17% de la proporción provincial. Respecto a los atractivos de esta localidad, hay que hacer especial mención los 14 km de sus hermosas playas, entre las que destacan: los “Bateles”, “Fuente del Gallo” y “Castilnovo”. Además, destacar la existencia de calas paradisíacas y solitarias que logran alcanzar plena tranquilidad en un entorno natural, perfecto para su disfrute, como la “Del Aceite” o “La Encendía”. La mayoría de los turistas visitan las playas y las calas, atraídos por sus condiciones climáticas y sus buenas instalaciones, que hacen que Conil de la Frontera sea un destino de sol y playa por excelencia. Además, este municipio cuenta con llamativos edificios de interés como la “Capilla del Espíritu Santo”, la “Parroquia de Santa Catalina de Alejandría”, la “Torre de Guzmán”, o la “Puerta de la Villa”, también conocida como “Puerta de Vejer”, ya que era el inicio del recorrido que conectaba Conil y Vejer, municipio vecino. Esta puerta era uno de los puntos de entrada y salida de Conil, de ahí que es la entrada principal a la famosa Plaza de España, ubicada en el centro histórico de la localidad. Además, Conil posee atractivas muestras de arquitectura defensiva como las Torres Vigías, para la defensa ante combates que tenían lugar durante la Edad Media. No obstante, esta localidad posee otros atractivos importantes, la gastronomía y las fiestas, que son influyentes en la singularidad característica de Conil. Respecto a las fiestas cabe mencionar la “Romería de San Sebastián”, en honor al patrón del pueblo y, respecto a su gastronomía decir que, Conil al tratarse de un pueblo envuelto en historia pesquera, gracias a su posición estratégica en la Costa de la Luz, y, que además cuenta con una gran variedad de productos autóctonos de la huerta, siempre ha sostenido su economía en la agricultura y en la pesca. Conil de la Frontera ha logrado enriquecerse y lograr un atractivo turístico, a través de su propia gastronomía que incluye, distintas variedades de pescados, mencionar el famoso pescado frito de la zona de Cádiz, guisos tradicionales o un sinfín de platos elaborados con recursos de Conil, entre ellos, la carne de retinto y, sin olvidar, la importante Huerta conileña, que atrae tanto a turistas como a residentes, para su disfrute. Esta potencia gastronómica es uno de los principales motores para la economía de la zona (Ayuntamiento de Conil de la Frontera, 2005).

En este contexto, este trabajo tiene por objetivo proponer una ruta gastronómica dedicada, en especial a los veganos, vegetarianos y flexitarianos. Estos colectivos están aumentando considerablemente con los años, por ejemplo, las personas veganas han crecido un 60% en el periodo de 2019 a 2021 (Vegconomist, 2021). El motivo por el que se elige una ruta gastronómica para estos colectivos es porque, estas personas suelen encontrarse muchos problemas al realizar turismo, entre ellos, la falta de sostenibilidad en los alojamientos o, la escasez de opciones de comida regidas por la dieta que ellos siguen (Vegconomist, 2021). Así esta propuesta contribuye no sólo a que los turistas veganos puedan tener una mayor oferta gastronómica, sino también a diversificar la oferta gastronómica que Conil dispone en su famosa huerta y que puede lograr que este municipio logre ser un boom turístico gastronómico, junto con promocionar otros recursos, de índole diversa, que son de gran importancia para los turistas de Conil. Además, esta localidad ofrece ya una serie de rutas gastronómicas que tienen gran relevancia y que atraen a un relevante público pero que, ninguna de ellas, tienen este carácter único e innovador, ya que todas, están relacionadas al público en general.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVOS

El objetivo general de este Trabajo Fin de Grado es la propuesta de una ruta gastronómica dedicada, en especial, a los veganos, vegetarianos y flexitarianos en Conil de la Frontera. Para poder alcanzar el objetivo general, se plantean una serie de objetivos específicos:

- Estudiar la demanda turística que recibe el municipio de Conil de la Frontera (volumen de turistas, gasto turístico, perfil del turista gastronómico).
- Analizar la oferta turística gastronómica y las rutas existentes de la zona en la que se incluyen los productos gastronómicos locales, reclamo de los turistas que lo visitan.
- Examinar los distintos recursos turísticos que, aunque no sean gastronómicos, influyen en él para promocionar el destino.

2.2. METODOLOGÍA

Para la consecución de los objetivos antes propuestos, se analizan las características que posee Conil como destino turístico y, la importancia que tiene el turismo gastronómico en él. Para ello, se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica de artículos y manuales sobre el tema tratado.

Además, para poder hacer el análisis de la demanda turística y de la oferta gastronómica y proponer una nueva ruta gastronómica se:

a) realizan encuestas-entrevistas a las empresas que ofertan productos gastronómicos, y a la demanda turística, a partir de dos modelos de cuestionarios adaptados a cada uno de ellos (Anexo 1):

-El primero, dedicado exclusivamente a la oferta gastronómica en la localidad. Se realizan un total de 13 cuestionarios, de los que 7 son restaurantes y el resto, establecimientos de alojamientos, oficina de turismo o museos. Gracias a ellos, se obtiene información y datos acerca del perfil de turista, de los meses más demandados en la localidad, de la variabilidad en el empleo debido a la estacionalidad y, otros datos relevantes para aprender acerca de la oferta conileña.

-El segundo modelo trata sobre la demanda turística en Conil. Se realizan a un total de 41 personas no procedentes de la localidad, para obtener datos exclusivamente turísticos. De este cuestionario, se obtiene información muy variada acerca del perfil del turista que visita Conil durante todo el año, para conocer cuál es el principal recurso gastronómico que le atrae a la localidad, las actividades que le gusta realizar en la localidad, su estancia media en el destino, así como su valoración de Conil como destino turístico por excelencia.

b) emplea la siguiente documentación facilitada por la Oficina de Turismo de Conil:

- Datos de las visitas y consultas al monumento de la Torre de Guzmán de 2019 a 2021.
- La procedencia de los visitantes de la Oficina de Turismo y de la Torre de Guzmán en 2019 y en 2021.
- Listado acerca de la oferta turística en el municipio de Conil.
- Información acerca de los restaurantes y bares conileños.
- Estadísticas y encuestas realizadas por la Oficina de Turismo con información acerca de la edad, procedencia y otra serie de factores de los turistas.

c) interpretan los datos suministrados por algunas páginas web oficiales públicas o y privadas, así como los obtenidos de revistas o artículos periodísticos. A continuación, una serie de páginas web usadas para la elaboración del trabajo:

- Instituto de Turismo de España (Turespaña).
- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- OSTELEA- Escuela de Turismo.
- Hosteltur.
- Organización Mundial del Turismo (OMT- UNWTO)
- Página Oficial de la Junta de Andalucía.
- Conserjería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural- Junta de Andalucía.
- Ayuntamiento de Conil.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. ANTECEDENTES DEL TURISMO GASTRONÓMICO

El turismo gastronómico está formado por dos conceptos claves: turismo y gastronomía, que hacen resaltar el motivo principal de este tipo de turismo. El turismo se define como un fenómeno que implica el desplazamiento de las personas fuera de su entorno de residencia por ciertos motivos, ya sean de índole personal, profesional o de negocios (UNWTO,2022).

En el caso de que el turismo esté ligado a la alimentación, se hace referencia al turismo gastronómico y, su aparición se debe a la preocupación de las personas por buscar restaurantes y lugares públicos dónde comer bien en el destino turístico. Aunque, no únicamente la preocupación está ligada a la pregunta de dónde comer, sino que, además, se preocupan por aprender sobre los platos típicos de una región, de su historia, de sus museos, de sus costumbres y de otras atracciones que también son de interés para estos visitantes. Tras esta afirmación, se puede decir que la alimentación, ha estado siempre, ligada a la cultura de una sociedad (Oliveira, S., 2007).

El concepto de turismo gastronómico surgió en el momento en el que se consideró el comer no sólo una necesidad básica, sino que, el acto de comer se transformó en una actividad placentera, mediante la cual se intenta destacar lo nuevo o desconocido para innovar en su sabor y lograr que la cocina sea un arte (López et al., 2011). Siguiendo a Solla Falcón C., (2014) anotar que, “la gastronomía ha evolucionado hasta lograr ser una experiencia para cualquier persona”.

Este concepto no es nuevo ya que, por ejemplo, un griego llamado Archestreatus realizó viajes por el Mediterráneo y, por cada región que visitaba, apuntaba todo lo que comía y bebía. Era una manera de dar a conocer todo lo relacionado con los aspectos culinarios que podía disfrutar en sus viajes. Estos apuntes se detallaron en un libro y, otros viajeros, gracias a este libro, recorrían lugares del Mediterráneo para probar la gastronomía citada en él (Santich, 2004).

También hay que añadir que, en la Europa del siglo XIII, se empezaron a crear las primeras guías gastronómicas. Éstas estaban realizadas por los famosos “gourmets” o “gastronomers”, personas aficionadas a la gastronomía, que se dedicaban a viajar para aprender sobre su principal afición, la gastronomía. Si se hace referencia a los “gourmets”, hay que mencionar al “príncipe de los gastrónomos” o también reconocido como “el inventor del turismo gastronómico”. Él es Curnonsky, y durante toda su vida (1872- 1956) se dedicó a viajar por diversos lugares de Francia, y a escribir columnas periodísticas o libros acerca de este recurso, la gastronomía (Larousse,2006).

Si se observa como referencia España, se puede apreciar que el interés por la gastronomía viene desde hace siglos, a través de la prensa periodística. A continuación, unos ejemplos de columnas periodísticas cuyo argumento principal es la gastronomía (Esteban Curiel et al., 2015):

- La gastronomía y la cocina española era conocida desde el siglo XVIII y, esto se debe a que en este siglo, aparecían recetas en publicaciones de Francisco Mariano José de Nipho (1758).
- En el siglo XIX, aparecieron publicaciones de revistas de lujo, por ejemplo, la revista Alcampo, en las que incluía una sección llamada Noticias Gastronómicas, donde se encontraba información relevante para promocionar la gastronomía.
- En el siglo XX, el escritor Luis Araujo Costa escribió artículos sobre gastronomía donde aparecía la mención de un nuevo género periodístico, la crítica gastronómica.

- En este mismo siglo, en El País, reconocido por ser la figura principal de la prensa española, se incluyó crítica gastronómica.
- Con el ingreso de España en la Comunidad Económica Europea (1986), el protagonismo gastronómico aumentó debido al movimiento proveniente de capitales o de profesionales.

Como se ha podido comprobar, la importancia gastronómica española se ha percibido durante muchos años gracias a la prensa. Pero, es justo en el siglo XX, concretamente en los años 90, cuando España logra iniciar su imagen como destino gastronómico de primer nivel. Este logro estuvo propiciado, en parte, por la aparición de la figura de Ferrán Adrià y el Restaurante El Bulli (Solla Falcón C., 2014). Ferrán Adrià es uno de los cocineros más famosos de todo el mundo y, entre sus técnicas en la cocina se puede mencionar: la deconstrucción, la esterificación y el uso de nitrógeno líquido (López et al., 2011). Era el chef de El Bulli, restaurante de tres estrellas Michelin, que ha logrado considerarse el mejor restaurante del mundo durante varios años (López, et al., 2011). Respecto a dicho restaurante decir que, el 30 de julio de 2011, tuvo lugar el último servicio de él mismo en relación a la restauración. Y, actualmente El Bulli, es una fundación privada con el fin de promocionar la innovación y creatividad de la cocina y generar contenido de calidad a través de proyectos, sectores profesionales u otros ámbitos (elBullifoundation, 2022).

3.2. ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO GASTRONÓMICO

3.2.1. El concepto de turismo gastronómico y tipos de turistas gastronómicos

El turismo gastronómico se define como “un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimenta durante su viaje, actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina (Ostelea, 2020).

Se trata de un tipo de turismo cuyo motivo principal es la degustación de alimentos y realizar toda la experiencia que se encuentre unida a ella” (Oliveira, S., 2011).

En referencia a la definición anterior de turismo gastronómico, Fields (2002) identifica cuatro tipos motivaciones gastronómicas asociadas al turismo:

-En primer lugar, la motivación física: comer para sobrevivir, algo natural en los seres vivos. Pero, se puede añadir que el comer sirve para despertar sensaciones, para conocer nuevos sabores o para aprender de hábitos.

-En segundo lugar, mencionar la motivación cultural: la relación que hay entre la gastronomía y la cultura de una población.

Si se entra en más profundidad sobre esta característica, se llega a la conclusión de que el turismo que estudia la cultura de un destino es el turismo cultural, pero, dentro de él mismo, hay personas que sienten la motivación de hacer turismo gastronómico, a la vez que tienen la inquietud para conocer la cultura de allí y, aprender también sobre ese ámbito.

-En tercer lugar, se encuentra la motivación interpersonal: la sociabilización en el destino. Aquella por las que los visitantes disfrutan gracias a relacionarse con otros, en restaurantes, en ferias gastronómicas o en otros lugares.

-Y, la última motivación, pero no menos importante, es la de status y prestigio. El turismo gastronómico estaba ligado a la nueva clase media y, una manera de prestigiarse actualmente puede ser, acudir a algunos restaurantes muy reconocidos, por la asistencia a ellos de personas con un alto poder adquisitivo y con una posición económica superior.

Una vez señaladas las distintas motivaciones, hay que mencionar una serie de consecuencias directas que tiene el turismo gastronómico según el medio en el que actúe, ya sea en el ámbito económico como en la sociedad, en el medioambiente o en las tecnologías. Siguiendo a Fandos Herrera, C. y Puyuelo Arilla, J.M. (2013), se pueden destacar los siguientes impactos:

- Desde el punto de vista económico:

El turismo gastronómico es un motor primordial para el desarrollo económico local y, además, potencia las actividades que son de importancia en esa localidad, aumentando la estancia del visitante en el destino. Por otro lado, respecto a la temporada turística, el turista puede viajar durante todo el año y, obtener productos más frescos y de calidad, ya que no suele haber intermediarios por lo que forja una estrecha relación entre productores locales y consumidores. Por último, el turismo gastronómico mejora la imagen del destino y ayuda a potenciar su economía.

- Desde el punto de vista cultural:

El turismo gastronómico supone un reencuentro con las tradiciones y técnicas de cocina que se encuentran en el destino, siempre y cuando se respete la elaboración tradicional. Dicho producto está ligado a la cultura del destino y, por tanto, hace que sea percibido como único respecto a otros.

- Desde el punto de vista social:

El turismo gastronómico sociabiliza la región y, ésta tiene especial importancia en el turismo, debido a que se encuentra en constante conexión con los turistas de la localidad. Además, ligada a una esperada productividad, se encuentra la ocupación de los necesarios puestos de empleo que son primordiales para el desarrollo turístico. Adicionalmente, una manera de generar un reclamo turístico en el destino, es la realización de rutas gastronómicas, ya que su promoción no será sólo para la gastronomía, sino que abarcará otro tipo de recursos del destino, como las playas, los monumentos o los edificios históricos.

- Desde el punto de vista medioambiental:

El turismo gastronómico tiene como finalidad: "Conseguir que todas las fases de la cadena agroalimentaria, desde la producción de materias primas hasta el consumo pasando por la restauración y la distribución, se comprometan para mejorar la economía sin dañar el medio ambiente" (Fandos Herrera, C. y Puyuelo Arilla, J., 2013).

Además, relacionado con el medioambiente, destacar el concepto de eco-gastronomía. Este concepto defiende el movimiento "Slow Food". Se basa en tres pilares: gastronomía de calidad, con productos destacables que hagan que sea un producto único junto con un comercio justo, gastronomía respetuosa con el medio ambiente, sin dañar los elementos naturales y, una gastronomía respetuosa con los animales.

- Desde el punto de vista tecnológico:

El turismo gastronómico fomenta el uso de tecnologías. Estas tecnologías pueden ser el uso de la plataforma de Internet, redes sociales o aplicaciones, para mejorar el servicio y lograr la atención de los turistas.

Según Oliveira S., (2011), el turista gastronómico puede ser de dos tipos, según su manera de percibir la gastronomía de un lugar:

- Turista que se alimenta. Este tipo de turista es el que más abunda, y se caracteriza porque no percibe la calidad y la importancia gastronómica, sino que se conforman con la opción de alimentarse para sobrevivir. No tiene como principal motivación del viaje el aprovechamiento turístico de lo culinario, sino que, se centra en otras motivaciones, ya sean culturales u otras.
- Turista que viaja para comer. Este tipo de turista tiene como principal motivación del viaje, la comida. Durante todo su viaje quiere degustar y probar nuevos sabores o alimentos y, aprender acerca de las diferencias gastronómicas que hay en cada destino.

Por otra parte, existe un número de individuos que, actualmente se encuentra en crecimiento y se trata de aquellos que se alimentan de manera diferente a la del resto de personas. Se trata del colectivo de los veganos, vegetarianos y flexitarianos. En España, desde 2018 a 2021, un total de 2,1 millones de personas cambiaron su alimentación a una dieta vegetal. El informe denominado The Green Revolution, creado por Lantern 2021, contiene que el 7,8% de la población residente en España, realiza cualquiera de las dietas citadas anteriormente, contando actualmente con 5,1 millones de veggies (personas veganas, vegetarianas o flexitarianas) (Vegconomist, 2021).

Una persona vegana es aquella que en su doctrina excluye todas las prácticas de explotación y crueldad animal, ya sea para obtener alimentos o para cualquier otro fin, como es la obtención de tejido para vestimentas. Se centra en el beneficio humano, animal y medioambiental (Vegan Society, 2022). La principal diferencia entre un vegano y un vegetariano es que una persona vegana consume únicamente productos de origen vegetal, nada de origen animal y, sin embargo, un vegetariano no consume ni pescado ni carne, pero puede consumir productos de origen animal, tal como leche o miel. Existen distintos tipos de vegetarianismo, dependiendo de los productos que consuma (Super Veggie, 2022). Respecto a España, ésta se encuentra entre los 10 países con más personas que practican vegetarianismo del mundo (Vallés, R., 2020). Y, por último, una persona flexitariana. Es aquella persona que basa su alimentación en una dieta conocida como vegetariana, pero, en determinados momentos, consume carne o pescado (Super Veggie, 2022).

Las personas veggies no consumen ciertos alimentos y que, sin embargo, son muy característicos en la población. Existen distintas explicaciones acerca de esta dieta, dependiendo desde el punto de vista del que se estudie (Casero Álvarez, S., 2019):

1. Desde el punto de vista medicinal: la dieta vegetariana se percibe como peligrosa para la salud, por una falta de nutrientes importantes que hacen aportar energía a las personas. No obstante, esta dieta es saludable y adecuada para el tratamiento de ciertas enfermedades. Por ejemplo, las enfermedades cardiovasculares, ya que mediante esta dieta, se eliminan todos los factores de riesgo que hacen padecerlas (Martín, E., 2013).
2. Desde el punto psicológico: esta forma de alimentarse tiene relación con una concepción de vida de estilo naturista. Por tanto, personas que realizan dieta vegetariana, poseen características completamente distintas a las de una persona omnívora.

3. Desde el punto de vista social: las personas que practican esta forma de alimentación sienten disgusto al consumir carne animal por ciertas razones, entre ellas, por el maltrato animal ocasionado.

4. Desde el punto de vista político: existen partidos de izquierdas, entre ellos el Partido Animalista Contra el Maltrato Animal (PACMA), que se identifica con este colectivo.

Finalmente, hay que añadir que los turistas gastronómicos suelen realizar actividades que ayudan a dinamizar la economía y a distribuir los flujos turísticos, al igual que los beneficios que son resultados del propio turismo (Dinamiza, 2017). Dentro de esas actividades, es posible mencionar, por ejemplo, visitar bodegas, asistir a eventos gastronómicos o participar en rutas gastronómicas (Falcón, J., 2014).

La realización de estas rutas gastronómicas es una manera de potenciar la gastronomía vegana o vegetariana y de beneficiar, tanto a aquellos que trabajan en la obtención y venta de las materias primas, como al personal en los restaurantes. Estas iniciativas gastronómicas generan un gran impacto turístico en la localidad ya que se desarrolla, tanto para los turistas como para los habitantes (Mantilla Aldana, J. y Mauricio Santamaría, N., 2020).

3.2.2. Las rutas gastronómicas

Según Barrera (1999), una ruta gastronómica es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional y, por tanto, permite reconocer la “identidad cultural” de cualquier territorio. Este autor distingue tres tipos de rutas gastronómicas:

RUTAS GASTRONÓMICAS POR PRODUCTO	Basadas en un determinado producto. Producto propio de la localidad donde se ubicará la ruta. Ejemplos: pescados, vinos..
RUTAS GASTRONÓMICAS POR PLATO	Basadas en un determinado plato ya elaborado. El objetivo de esta ruta es obtener una amplia variedad del mismo. Ejemplo: ruta del plato típico de una localidad.
RUTAS ÉTNICO-GASTRONÓMICAS	Se trata de una ruta cuyo objetivo en ella es apreciar la presencia de la nacionalidad inmigrante en el lugar.

Tabla 3.1. Tipos de rutas gastronómicas

Fuente: Elaboración propia a partir de Pardellas, X. (2009)

A la hora de crear una ruta gastronómica hay que tener en cuenta una serie de elementos, de vital importancia, que son claves para el desarrollo de la misma (Pardellas, X., 2009):

- La ruta debe contar con los servicios turísticos de alojamiento, restauración, ocio y establecimientos agropecuarios (Establecimientos ligados al producto característico de la ruta).

- La ruta puede ofrecer la posibilidad al turista de participar en el proceso de elaboración del producto, siempre y cuando se asegure la seguridad y la salud.
- Los restaurantes de la zona deben ofertar platos elaborados con productos de calidad de la zona. El plato debe contener el producto por el que se elabora la ruta y del que los turistas quieren aprender.
- Los turistas deben adquirir conocimientos acerca del producto en cuestión, ya sea a través de historia, anécdotas, o curiosidades acerca de él.
- Incluir la posibilidad de realización de catas durante la ruta. Su objetivo sería que el turista deguste e identifique las cualidades básicas del producto agroalimentario básico de la ruta.
- Los turistas deben percibir el producto de mayor calidad procedente de la zona turística en cuestión.

Además, hay otros elementos característicos de las rutas gastronómicas (Navarrete Torres M. y Muñoz Aparicio, C., 2018):

- La producción del servicio que se ofrece tiene que ser distinta de otra región.
- El itinerario de la ruta tiene que estar desarrollado sobre una red vial.
- Son importantes para una ruta, los establecimientos adheridos a ella, tal como restaurantes.
- Hay que conocer el número mínimo de integrantes que justificará la realización de la misma.
- Conocer las normas de funcionamiento de la ruta.
- Un punto importante puede ser la existencia de una organización local, asociación u oficina de turismo que ofrezcan información sobre la ruta.
- Mapa que represente el recorrido de la ruta y la señalización.

Si recopilamos más información acerca de estas rutas, debemos mencionar que estas rutas cuentan con una serie de ventajas y desventajas para el destino turístico en el que se encuentre (Jeambey, Z., 2016).

Desventajas:

- No involucrar a la comunidad local del territorio puede ser un posible riesgo.

Ventajas:

- Fomentar el mantenimiento del paisaje agrícola.
- Contribuir a fijar el destino en la memoria del visitante.
- Incitar al desplazamiento turístico.
- Generar rendimientos económicos.
- Contribuir al desarrollo local.
- Estimular la creación de puestos de trabajo.
- Promocionar identidad y cultura local tanto dentro como fuera del territorio.

4. RECURSOS Y GASTRONOMÍA EN CONIL DE LA FRONTERA

Conil de la Frontera cuenta con dos recursos principales, el clima y las playas, en los que se sostiene su modelo turístico y le dan identidad a este municipio. No obstante, Conil cuenta con otros recursos y atractivos, por ejemplo, la gastronomía, que influye para ampliar el número de sus productos turísticos (Ayuntamiento de Conil de la Frontera, 2018).

Si nos centramos en la gastronomía, Conil cuenta con tres recursos principales: el atún, la carne de raza retinta y los productos de la Huerta conileña.

4.1. RECURSOS PESQUEROS Y LA RUTA DEL ATÚN DE ALMADRABA

La provincia gaditana es, en su totalidad, la que más valor económico genera gracias a la pesca, debido a su enclave estratégico en la costa de la Luz. A su vez, genera empleo directo, contabilizándose en 2021 un total de 2.358 puestos de trabajo relacionados con la pesca (Morales, A., 2021).

Centrándonos en Conil de la Frontera, en 2014, el sector pesquero empleaba unas 264 personas, de las que únicamente 5 eran mujeres. Mayoritariamente, la gran parte de los trabajadores en este sector son hombres (Conserjería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, 2016).

Al estar situado en la costa gaditana y con unas condiciones muy favorables, concentra la existencia de una gran diversidad de especies, tanto de pescados (por ejemplo, lenguado, dorada, urta, bocinegro, salmonete, borriquete, corvina o pargo), como de moluscos (choco, pulpo, calamar) o crustáceos. La captura de estas especies de Conil se produce gracias a artes de pesca, como son, por ejemplo: trasmallo, solta, rastro, potera, palangre y tablilla (Alba, E. et al., 2014)

Además, la flota artesanal de Conil se caracteriza por la existencia de una marca: Pescado de Conil. Esta Marca, gestionada por La Organización de Productores 72 de Conil, creada en 2007 y destaca porque es una de las primeras Marcas Colectivas gestionada por una asociación de pescadores de la Península Ibérica. Su objetivo es conseguir la diferenciación de la calidad de los pescados de esta localidad y, entre sus iniciativas, hay que mencionar la mejora de la trazabilidad gracias a un sistema dedicado a la trazabilidad de productos pesqueros (O.P.P Artesanales Lonja de Conil, 2022).

Finalmente, hay que hablar acerca del producto más conocido por su calidad, en relación a la pesca en Conil de la Frontera. Se trata del Atún de Almadraba. Según información facilitada por el Museo del Atún de la Almadraba (2022), ubicado en el recinto de la Chanca en Conil de la Frontera, el atún rojo del atlántico es un pez con unas características físicas alucinantes y con el reconocimiento de ser uno de los animales más rápidos del planeta, de ahí que es capaz de alcanzar los 65 km/h. Realiza grandes migraciones para alimentarse y reproducirse. Para su pesca, un lugar privilegiado es el Estrecho. Existen dos temporadas: la del derecho, en la que se pescan atunes que van hacia el Mediterráneo y, la del revés, en la que se pescan atunes que van hacia el Atlántico. Y, esta captación se realiza a través de almadrabas, tradición o técnica que forma parte del Patrimonio Histórico de Andalucía. A día de hoy, existen 4 en la provincia de Cádiz. Están situadas en los pueblos de Tarifa, Zahara, Barbate y Conil” (Blue, M., 2020).

Según Pérez Rodríguez, E. (2015), las almadrabas se pueden dividir en tres tipos:

1. Almadraba de tiro a la vista: arrojar las redes en el fondo del mar, y eran arrastradas por los barcos hacia la orilla, que es donde se golpeaban los atunes para capturarlos. Actualmente, esta almadraba está en desuso a pesar de ser la almadraba con más años de antigüedad.

2. Almadraba de monteleva: fijar con anclas en el fondo del mar. Y, cuando llegase la temporada del paso de los atunes, se recogían junto con aquellos atunes capturados.

3. Almadraba de buche: la más utilizada en la actualidad y aquella que obtiene mayor rendimiento. Consiste en montar una serie de redes haciendo un laberinto para los atunes para llevarle a la zona final. En una almadraba suratlántica, trabajan aproximadamente setenta pescadores y, en un día rentable, se puede capturar entre 100 y 200 atunes, con un peso de alrededor 200 kilogramos cada uno.

El origen de estas técnicas remonta a 3000 años de antigüedad, y representa un modelo sostenible de explotación del atún rojo. Consiste en instalar un laberinto de redes en el paso del atún rojo, cuando éste se dirige desde el Atlántico al Mediterráneo. Se trata de un laberinto que obligan a los atunes a dirigirse a una única zona, que es donde se lleva a cabo “la levanta de atunes” (Blue, M., 2020), una de las dos actividades con más interés desde el punto de vista turístico. La otra actividad es la del despiece manual del atún (Galbarro, F., 2022).

Las piezas obtenidas del ronqueo o despiece del atún rojo son las siguientes: morrillo / solomillo / lomo/ cola negra / cola blanca / tarantelo / ijar, barriga o ventresca / parpatana/ mormo/ facera. Como se puede apreciar, el atún rojo es el animal del que mayor aprovechamiento se realiza. Su carne roja es muy valorada para la salud, por su alto contenido en Omega 3.

Desde hace décadas, es un producto muy importante en la cocina, no únicamente gaditana, sino que existen rutas comerciales exportadoras hacia el exterior de este producto. Las almadrabas gaditanas realizan exportaciones a más de 25 países, y un 30-35% de ellas, pertenecen a Japón (Galbarro, F., 2022). Este interés e importancia, lleva a la celebración de numerosas ferias, fiestas y concursos gastronómicos.

Este año, en Conil de la Frontera tiene lugar el 25 aniversario de la Ruta Gastronómica de Atún Rojo Salvaje de Almadraba, la más antigua del mundo, la Ruta del Atún de Conil (Guía de Turismo y Ocio de la Provincia de Cádiz, 2022). Su duración es de un mes y, para inaugurar el evento, el primer día de la ruta tiene lugar una muestra gastronómica.

Este año 2022, la muestra gastronómica reunió los siguientes puntos (Ayuntamiento de Conil de la Frontera, 2022):

-Se diseñó y se decoró el lugar de la celebración para que estuviese ligado plenamente el ambiente con el objetivo de la ruta.

-Tuvo lugar la teatralización de diferentes personajes de la almadraba, como por ejemplo, una saladera, el duque, un almadrabeto o el pícaro, con el objetivo de explicar la historia de Conil.

-En esta muestra gastronómica fueron vendidas más de 10.000 tapas de la ruta del atún rojo de almadraba, de ahí la gran importancia que tienen las rutas gastronómicas para la economía de un pueblo turístico.

4.2. RECURSOS GANADEROS Y RUTA DEL RETINTO

En el apartado anterior de los recursos relacionados con la gastronomía en esta localidad, se ha desarrollado una ruta gastronómica: La ruta del Atún de Almadraba. Además, es de importancia citar otra ruta gastronómica de esta localidad denominada La Ruta del Retinto, donde se intenta potenciar la ganadería vacuna que se considera una especie exclusiva en la comarca de la Janda. Destaca:

1. El toro de lidia o toro bravo.

2. La raza retinta. Esta raza es propia de la zona suroccidental de la Península Ibérica y, se trata de un elemento imprescindible dentro de la familia de las razas autóctonas españolas. La carne que se obtiene de ella es la carne de retinto, destacable por su máxima calidad (Cote E., et al., 2012), de ahí que, la Asociación de Ganado Retinto ha constituido la Marca de Garantía denominada Carne de Retinto. Ésta se distingue por ser una de las mejores carnes de vacuno que se puede encontrar en el mercado (Asociación Nacional de Raza Retinta, 2022). Tras esto, se puede apreciar la importancia que tiene este producto para nuestra localidad y el distintivo que puede suponer tener, en un municipio perteneciente a la comarca de la Janda, una ruta denominada la Ruta del Retinto, en conmemoración a este producto.

Respecto a este año 2022, la ruta del Retinto en Conil, se desarrollará del 2 al 11 de diciembre y tendrá lugar su IX edición. En ella, participarán los restaurantes que se han inscrito e, indudablemente, ellos dispondrán de cartas específicas con esta exquisita carne como ingrediente principal (Guía de Turismo y Ocio de la Provincia de Cádiz, 2022).

4.3. RECURSOS AGROALIMENTARIOS Y LA RUTA DE LA HUERTA

La tierra y el agua de Conil, las horas de sol y la labor de los agricultores conileños, hacen que este municipio sea un referente en verduras y hortalizas, a nivel nacional e internacional, y que su huerta cuente con más de sesenta variedades de productos hortofrutícolas (López, G., 2018).

Todos estos productos hortofrutícolas pueden ser ofertados por la Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes que tiene sus orígenes en el año 1963 como un lugar dedicado a la comercialización entre un grupo de agricultores y, finalmente tras años de experiencia, esta empresa ha crecido de tal manera que, actualmente cuenta con más de 500 socios. En 1999, se le concedió medalla de plata de la provincia de Cádiz debido a la labor y al avance tecnológico que esta tiene en la provincia. Además, la cooperativa cuenta con un certificado de calidad ISO 9001 desde el 2005 (Ramírez, B., 2006).

En la tabla 4.1 se aprecian algunos de los productos más destacados de la huerta ofertados por la Cooperativa, con su disponibilidad anual. Entre ellos, necesita especial mención, los tomates de Conil, que están ligados a una productividad de 12 y 13 millones de tomates al año (Camacho, E., 2021).

Esta agricultura tan rica y variada se puede degustar en los restaurantes y, además en jornadas gastronómicas que incentivan al turismo y al movimiento en la localidad. El Ayuntamiento de Conil celebra anualmente tres rutas gastronómicas, dos de ellas explicadas en los apartados anteriores y la restante, la Ruta de la Huerta de Conil, que es la primera de las rutas que organiza el Ayuntamiento y que, en el año 2022, ha tenido lugar la onceava edición de las Jornadas Gastronómicas de la Huerta de Conil. En esta jornada han participado, entre otros, restaurantes con platos donde se ha podido propiciar el valor de la materia prima procedente de la tierra conileña (Ayuntamiento de Conil, 2022). Debido a que los establecimientos compiten para lograr el mejor plato de la jornada, se puede apreciar un gran trabajo de parte de ellos. Entre los platos ganadores de este año se pueden mencionar estas dos recetas denominadas así: “Alcaucil en escabeche suave sobre crema de chícharos y habas tiernas” o “Lasaña de verduras de la huerta” (Ruíz, J., 2022).

Por tanto, como se puede apreciar, se trata de una ruta donde se propicia principalmente los productos de la huerta conileña pero, normalmente, estos productos se ligan con otros recursos propios de la zona tal como, pescados o carnes, para poder potenciar más el sabor del plato. Debido a esto, las personas veganas o vegetarianas ya no

tendrían seguridad en el consumo de esta ruta ya que no se garantiza que estos platos se cocinen únicamente con productos de la huerta. Además, hacer hincapié en que estos productos procedentes de la tierra conileña, como aquellos que proceden de la pesca, hacen que Conil de la Frontera tenga su propia cocina (Ayuntamiento de Conil de la Frontera, 2005).

PRODUCTOS	MAYOR DISPONIBILIDAD	MENOR DISPONIBILIDAD
Acelga	Enero-febrero-marzo-noviembre-diciembre	Julio
Apio	Enero-febrero-marzo-abril-junio-noviembre-diciembre	Agosto-septiembre
Calabacín	Enero-febrero-junio-julio-agosto-septiembre-octubre	Abril
Cebolleta	Enero-febrero-marzo-abril-mayo-junio-diciembre	Julio-agosto-septiembre-octubre
Col	Enero-febrero-marzo-abril-mayo-junio-noviembre-diciembre	Agosto-septiembre
Coliflor	Enero-febrero-marzo-diciembre	junio-julio-agosto
Lechuga	Marzo-abril-mayo-junio	Agosto-septiembre-octubre
Fresa	Marzo-abril	Julio-agosto-septiembre-octubre
Patata	Enero-abril-mayo-junio-julio-diciembre	Octubre
Puerro	Enero-febrero-marzo-abril-diciembre	Julio-agosto-septiembre-octubre
Tomate	Mayo-junio-julio-agosto-noviembre-diciembre	Marzo
Zanahoria	Enero-febrero-noviembre-diciembre	Junio-julio-agosto-septiembre

Tabla 4.1. Productos hortofrutícolas

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes (2022)

4.4. FOMENTO Y PARTICIPACIÓN EMPRESARIAL DE LAS RUTAS

Para finalizar con estas tres rutas gastronómicas, comentar una serie de cuestiones:

1. El primer día, estas rutas disponen de una muestra gastronómica, en un lugar habilitado para ello. Por ejemplo, la muestra equivalente a la ruta gastronómica de la Huerta se desarrolló en los alrededores de la Torre de Guzmán (Reyes F., 2022). Esta torre es uno de los monumentos históricos más importantes de esta localidad y fue declarado Bien de Interés Cultural (BIC) con la tipología de monumento en 1985 (Guía digital del Patrimonio Cultural de Andalucía, 2022). Este monumento recibe anualmente una gran cantidad de turistas. Si se toma de referencia información adquirida por la Oficina de Turismo de Conil, se obtiene el siguiente gráfico:

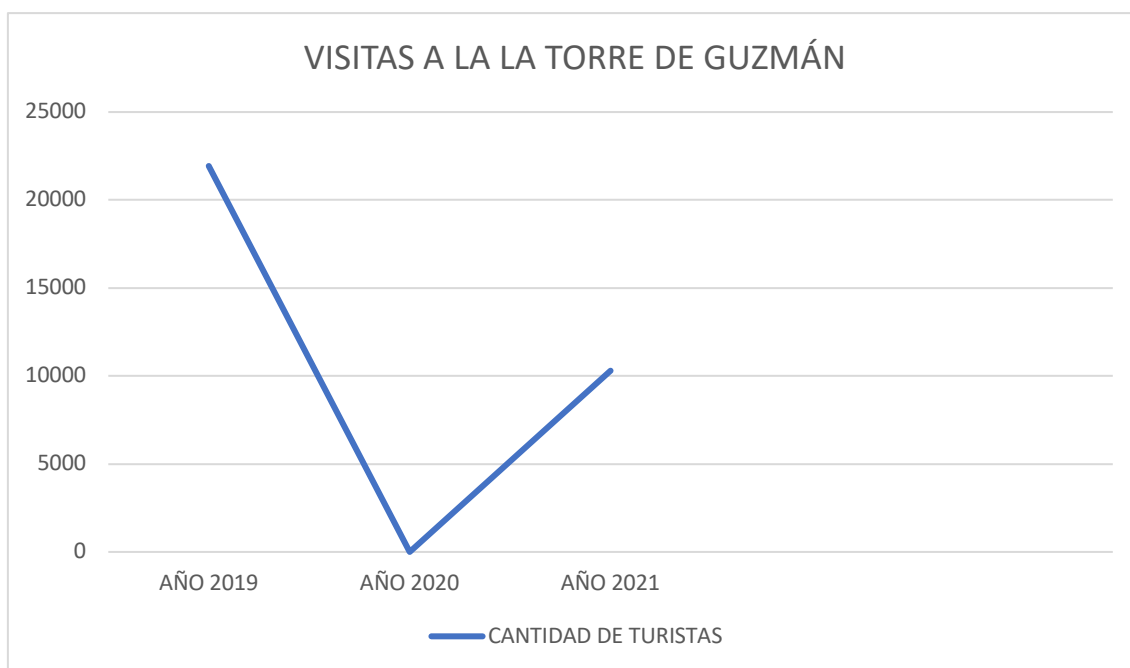


Gráfico 4.1. Cantidad de visitas a la Torre de Guzmán.

Fuente: Elaboración propia, a partir de información suministrada por la Oficina de Turismo.

En la tabla se aprecia, en los meses de abril a diciembre, la cantidad de turistas que recibe este monumento. En el año 2020, debido al COVID-19, el turismo se paró y, por tanto, este monumento estuvo cerrado hasta que, en el año 2021, lógicamente, con la reactivación del turismo, este número de turistas aumentó.

2. Los restaurantes inscritos a la ruta, con sus platos creados para la jornada, competirán para poder alcanzar el mejor puesto de todos. Por ejemplo, la celebración de la ruta del Atún, ha acogido a 35 establecimientos y, de ahí, 6 han sido premiados, gracias a este concurso gastronómico. Estos premios han sido divididos entre categoría cocina innovadora y cocina tradicional. Y, en cada una de estas categorías, son 3 los premiados. Es una manera de agradecer la gran labor de los restaurantes por participar en estos eventos y, por engrandecer cada vez más la gastronomía conileña (Noticias Viva Conil, 2022)

3. Para fomentar estas rutas, se realizan iniciativas para los consumidores. Por ejemplo, una de las iniciativas propuestas en la ruta del atún es que aquellas personas que vayan mínimo a tres establecimientos diferentes, para degustar sus platos, participarán en sorteos de productos cedidos por los colaboradores de las rutas (Guía de Turismo y Ocio de la Provincia de Cádiz, 2022).

4. Se realizan otras actividades cuyo elemento principal es promover el producto destacable en ésta. Por ejemplo, ligada a la ruta del Atún, la localidad ofrece una variada programación de actividades, tanto artísticas como culturales, relacionadas con el atún rojo de almadraba (Cabralés, J., 2021).

Por otra parte, mencionar otra ruta gastronómica existente en Conil, la ruta de la Tapa. Su última edición, en 2021 y es organizada por la Asociación de Empresarios de Conil, con objeto de promocionar el sector hostelero. Esta asociación, para fomentar que las personas participen, realiza un sorteo de un viaje rellenando un documento en su llegada al establecimiento, para canjear así su consumo y poder votar la tapa. Pero, el cliente, para poder estar incluido en el sorteo, debe de acudir al menos a un establecimiento ubicado en cada zona, ya que existe un mapa con zonas diferenciadas y colores asignados a ella, para poder realizar la ruta de la manera más cómoda posible (Asociación de empresarios de Conil, 2021).

Cada establecimiento de la ruta dispone de una tapa para ofrecer, por lo que se puede encontrar una gran variedad para todos los gustos. En 2021, en esta ruta participaron 46 establecimientos, de diversa índole, tanto bares y restaurantes, como cafeterías y heladerías (Guía de Turismo y Ocio de la Provincia de Cádiz, 2022).

5. OFERTA Y DEMANDA GASTRONÓMICA EN CONIL DE LA FRONTERA

Conil de la Frontera es un lugar con una gran cantidad de establecimientos de hostelería. Es una cantidad difícil de medir, pero según el Plan Estratégico de Turismo de Conil de la Frontera 2019-2025, cuyo autor es el Ayuntamiento de Conil: en 2017, de 1778 establecimientos empresariales en Conil de la Frontera, 300 pertenecían a la Hostelería y, se podían dividir en:

- 80 servicios de alojamientos
- 220 servicios de comidas y bebidas, siendo 40 registrados como restaurantes

Tras la realización de una entrevista a siete restaurantes de la localidad e información proporcionada por el Ayuntamiento, se ha podido obtener la siguiente información desde el punto de vista de la oferta de restaurantes:

- Los establecimientos con mayor afluencia en Conil se sitúan en el centro histórico, debido a la gran concentración de establecimientos turísticos en esta zona, desde aquellos relacionados con la gastronomía, hoteles, heladerías, hasta otros establecimientos como tiendas de souvenirs o de otras temáticas, que hacen captar la atención de los turistas. No obstante, existe una gran cantidad de restaurantes, no situados en esta zona que reciben una gran cantidad de turistas debido a su calidad, a su cocina innovadora o, a sus platos caracterizados por su relación calidad precio.
- La plantilla de trabajadores cambia de verano a invierno. De ahí que, Conil sufre una estacionalidad en su empleo turístico: de 1.586 empleos turísticos de media en 2017, esta localidad concentró un total de 2.673 empleos de media en el periodo veraniego (Ayuntamiento de Conil, 2018).
- Debido a esta estacionalidad, en la mayoría de los establecimientos, los precios suben en verano. De los siete restaurantes encuestados, únicamente dos restaurantes, mantienen precios estables durante todo el año.
- Los restaurantes suelen ofertar tapas y platos típicos de la localidad, entre ellos podemos citar: distintas variedades de pescado (por ejemplo, atún encebollado, atún mechado, pez espada a la plancha, marrajo a la plancha...), guisos (por ejemplo, el característico guiso de cochino conileño o el menudo), gran variedad de pescado frito (cazón, calamares, puntillitas, acedías, las típicas tortillitas de camarones), distintas variedades de arroz (arroz negro, paella, arroz con carabineros..), distintos tipos de platos cuyo ingrediente principal es la carne (solomillo al roquefort, solomillo a la pimienta, carne al toro), elaboraciones frescas típicas del verano como el salmorejo o elaboraciones que propician el potencial de la huerta (berenjena rellena), junto con muchos platos más, en los que cada restaurante decide si, mantener su receta tradicional o, innovar con ella para así, descubrir nuevos sabores.

Por otra parte, la demanda turística de Conil, tomando como referencia los visitantes de la Oficina de Turismo de Conil en 2019, alcanza la cifra de 1.856.537. Esta demanda, suele ser superior en el verano, debido al buen tiempo y a que las personas suelen elegir como destino de vacaciones, un lugar de playa. La mayor cantidad de visitantes se da en agosto con un total de 470594 y la menor cantidad en enero, con un total de 39798 visitantes.

Si se hace distinción entre visitantes nacionales e internacionales en estos meses se obtiene lo siguiente:

ENERO: procedencia nacional (37241 visitantes) y procedencia internacional (2557 visitantes).

AGOSTO: procedencia nacional (457125 visitantes) y procedencia internacional (13469 visitantes).

A continuación, la tabla 5.1. para poder comparar, porcentualmente, todos los meses en el año 2019 y para poder apreciar como los meses de mayor demanda, tomando como referencia los visitantes de la Oficina de Turismo de Conil, corresponden a junio, julio y agosto.

MESES (AÑO 2019)	%TOTAL	% DEMANDA NACIONAL (SOBRE EL TOTAL)	%DEMANDA INTERNACIONAL (SOBRE EL TOTAL)
Enero	2,14	93,58	6,42
Febrero	2,98	95,55	4,45
Marzo	3,67	94,26	5,74
Abril	4,99	93,84	6,16
Mayo	7,19	91,96	8,04
Junio	12,62	93,21	6,79
Julio	19,70	95,96	4,04
Agosto	25,35	97,14	2,86
Septiembre	10,96	93,87	6,13
Octubre	4,46	89,18	10,82
Noviembre	2,68	94,32	5,68
Diciembre	3,25	94,59	5,41

Tabla 5.1. Demanda y procedencia de los turistas en Conil en el año 2019

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por la Oficina de Turismo.

En cuanto a 2021, y debido a las restricciones que afectaron tanto al turismo, los meses que mayor demanda recibieron respecto al total 12.896 visitantes, fueron julio, agosto, septiembre y octubre. Los datos de los visitantes fueron de 1966, 2406, 2698 y 2733, respectivamente, siendo por tanto el mes de mayor afluencia octubre. Según este mes, la demanda nacional (1933 visitantes) era superior a la demanda internacional (800 visitantes). Y, los meses que menor demanda fueron enero y febrero con 21 y 22 visitantes. Respecto a estos meses, los visitantes nacionales fueron 11 (enero) y 2 (febrero) y, los visitantes internacionales fueron 10 (enero) y 20 (febrero) (tabla 5.2).

MESES (AÑO 2021)	%TOTAL	% DEMANDA NACIONAL (SOBRE EL TOTAL)	%DEMANDA INTERNACIONAL (SOBRE EL TOTAL)
Enero	0,16	52,38	47,62
Febrero	0,17	9,09	90,91
Marzo	0,19	68,00	32,00
Abril	0,60	71,43	28,57
Mayo	3,48	89,09	10,91
Junio	10,38	91,18	8,82
Julio	15,25	94,91	5,09
Agosto	18,66	94,56	5,44
Septiembre	20,92	74,80	25,20
Octubre	21,19	70,73	29,27
Noviembre	5,34	57,17	43,83
Diciembre	3,66	80,93	19,07

Tabla 5.2. Demanda turística y procedencia en Conil de la Frontera, año 2021.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por la Oficina de Turismo.

Según esta fuente, la Oficina de Turismo de Conil, la nacionalidad de los visitantes en 2021:

1. Demanda Internacional (18,07%): los turistas procedentes del extranjero provienen mayoritariamente de Alemania (70%) y de Francia (11%). De un total de 2.330 turistas extranjeros recibidos en 2021, 1.639 eran alemanes y 266 eran franceses.
2. Demanda Nacional (81,93): los turistas procedentes de España, la mayoría de ellos coinciden que provienen de la comunidad autónoma donde se encuentra nuestro punto de estudio, de Andalucía (24%). En segundo lugar, turistas que provienen de Madrid (20%) y, en tercer lugar, turistas del País Vasco (16%). En valores absolutos, de un total de 10.566 turistas nacionales: 2.587 procedían de Andalucía, 2.063 de Madrid y, 1.675 del País Vasco.

Siguiendo con la información adquirida a través de la Oficina de Turismo (2021), respecto a la edad, el 55,9% de los turistas tienen una edad entre 36 y 65 años, y según los atractivos que les hacen elegir Conil como destino turístico: el sol y la playa (88% de los turistas) lo señalan como el principal y, en segundo puesto, la gastronomía (48%).

Y en base a la información proporcionada por las entrevistas propias realizadas:

- De 41 personas, el 68% eran mujeres. Esto puede resumir que el género con mayor afluencia turística en la localidad es el femenino.
- De esta cantidad de personas, el 37% tiene un gasto medio diario entre 31 y 50€. Siguiéndole un 30% con un gasto de más de 51€.
- Respecto a dónde gastan mayoritariamente los turistas diariamente, el 70% gasta la mayor cantidad en compras de alimentación y en comida en los restaurantes, por lo que el turismo gastronómico es importante en la localidad.

- Respecto a los establecimientos ligados a la gastronomía, hay que hacer especial referencia a las rutas gastronómicas. Según las entrevistas, el 30% ha participado en ellas, y les gustaría repetir. El resto, tienen interés por participar en estos eventos. Sin embargo, en los establecimientos no ligados a la gastronomía, hay que destacar las rutas guiadas de diversa índole, por Conil de la Frontera o sus alrededores y, la visita a museos, entre ellos, el Museo de "La Chanca" (sobre el Atún Rojo de Almadraba) o, el Museo de "Raíces Conileñas" (sobre antigüedades de Conil).
- De 41 personas, la mayoría de ellas, aproximadamente el 66%, ya sea por su propia experiencia o por opiniones externas, indican que el producto gastronómico más degustado en Conil es el pescado, en especial el atún de almadraba. No obstante, existe un porcentaje inferior, aproximadamente el 34%, que mencionan los productos de la huerta. Estos productos son más desconocidos para los turistas, pero cuando los degustan, son capaces de reconocer la gran calidad que estos productos contienen, en especial, los tomates de Conil.

6.PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN CONIL DE LA FRONTERA

6.1. Criterios de la ruta.

Conil de la Frontera, con una gran cantidad de restaurantes de todos los estilos, que hacen a esta localidad ofertar una amplia gama gastronómica y con una rica agricultura, puede lograr conseguir una ruta turística de interés, cuyo objetivo principal sea ofertar unos platos basados en la dieta de las personas veggies que complementa a las ya existentes.

Se trata de una ruta gastronómica por producto, debido a que su producto principal será aquel procedente de la huerta conileña. Conil de la Frontera contiene una gran cantidad de variedades hortofrutícolas de buena calidad que, lograrán satisfacer a los turistas que tienen esta dieta como forma de alimentación.

Respecto al perfil de turista al que se va a centrar la ruta, será el turista veggie (vegano, vegetariano o flexitariano). Actualmente, estos turistas están en crecimiento y, no tienen la posibilidad de acudir a una ruta gastronómica ideal para ellos en Conil de la Frontera. No obstante, cualquier persona, de cualquier edad, incluso procedente de Conil, podrá acudir para adquirir conocimiento de esta dieta y de los productos en cuestión.

Gracias a la información suministrada por el cuestionario a 41 personas, la ruta se enfocaría a que los turistas aprendan acerca de la gastronomía en la localidad, ya sea a través de participar en rutas gastronómicas o de visitar museos o establecimientos agropecuarios ligados a ella. Por tanto, la ruta debería discurrir por otros establecimientos que, estarán ligados a la gastronomía, directa o indirectamente.

De este modo, la ruta se desarrollará gracias a disponer de los siguientes apartados:

- Acceso a un establecimiento público, donde se puede apreciar de primera mano las distintas variedades hortofrutícolas de las que dispone Conil de la Frontera.
- Posibilidad de comprar productos hortofrutícolas de la zona, tras acudir a una tienda especializada en ello.
- Existencia de un punto de información de la ruta localizado en un lugar estratégico.
- Visita a monumentos turísticos de Conil de la Frontera.

6.2. Ruta Veggie en Conil de la Frontera

La ruta propuesta tendrá la denominación de “Ruta Veggie en Conil de la Frontera”, debido a su principal mercado objetivo, las personas veggies.

6.2.1. Restaurantes participantes en la ruta.

En base a la oferta de hostelería de Conil, la ruta podría estar formada por 10 restaurantes repartidos por la localidad (Figura 6.1). Estos restaurantes estarían localizados por distintas zonas: 5 de ellos en pleno casco histórico de la localidad y los restantes, más alejados, pero fácilmente accesibles a pie. Ofrecerán sus tapas durante un mes, exactamente el mes de agosto, ya que es el mes que Conil de la Frontera recibe mayor aglomeración turística.

Tras la entrevista realizada, se puede apreciar que alrededor de un 80% de los entrevistados están interesados en participar en una ruta gastronómica por lo que esta ruta podría tener mucha afluencia



Figura 6.1. Restaurantes señalados en el callejero de Conil.

Fuente: Elaboración Propia a partir de Comarca de la Janda (2022)

Las tapas de estos restaurantes podrían tener un precio de 3€ (similar al precio de las tapas de otras rutas en el municipio) y, ahí está incluida la bebida. Cada tapa es única en el restaurante por lo que, el turista inscrito en la ruta gastronómica dispondrá de un listado con el nombre de la tapa que oferta cada bar, para que así, pueda acudir al que más le llame la atención. Un turista, de promedio, debido al tamaño de la tapa, consumiría aproximadamente 4 tapas. Por lo que, en total, el turista tendría un gasto medio diario de 12€ respecto a las tapas, no obstante, cada uno podrá gastarse más o menos, según las tapas consumidas.

Las tapas potenciarán los productos hortofrutícolas de la huerta y darán a conocer las distintas variedades que más se producen en las tierras conileñas, por lo que todos los ingredientes usados son propios de Conil de la Frontera. A continuación, en la tabla 6.1, en base a los productos y la oferta existente actualmente en los restaurantes, una propuesta de tapas sería la siguiente:

1. Fideos de arroz con una ligera base de crema de coliflor.
2. Ensalada tropical conileña con fresas.
3. Pincho de calabacín con láminas de cebolleta.
4. Ensalada de lechuga y tomates de Conil.
5. Paella veggie.
6. Patatas en salsa de col y zanahoria.
7. Lasaña de acelgas.
8. Sopa de apio.
9. Salteado de puerro conileño.
10. Arroz frito a las tres verduras.

Tabla 6.1. Platos participantes en la ruta Veggie.

Fuente: Elaboración Propia.

6.2.2. Excursión cultural y gastronómica

Esta excursión se desarrollaría cada jueves del mes de agosto debido a que, tras la realización del cuestionario a 41 turistas, se obtiene la siguiente información:

- El 21 % de los turistas entrevistados señalan que suelen permanecer 7 días en la localidad, debido a que es el día que mayor porcentaje recibe, la estancia media de los turistas en Conil de la Frontera se encontraría en 7 días. Por este motivo, se elige el jueves para su realización ya que se encuentra en un punto intermedio, para aquellos que lleguen durante la semana o aquellos que lleguen en el fin de semana.
- La excursión, de carácter voluntario, tendría un precio de 10€ por persona. Si un turista decidiese contratar esta excursión, deberá acudir al punto de información para apuntarse, ya que existiría un límite de participantes. Sería un total de 50 participantes. Por lo que, el beneficio que se obtendría por la excursión sería de 500€ el día.
- Aquel turista que decidiese apuntarse a la excursión, tendría un gasto medio diario de 22€ (incluido el gasto medio por las tapas en los restaurantes, antes calculado). Esta cifra se adecua al gasto medio del turista en Conil, que según el cuestionario se encuentra entre 31 y 50€. No obstante, a aquel que no le interese la excursión, podría realizar únicamente la degustación de las tapas, en los diferentes restaurantes inscritos en la ruta.

A continuación, los agentes que van a ser primordiales para el buen desarrollo de la ruta:

- El trabajador de un punto de información turístico, concretamente podría ser un quiosco de fácil montaje, con atención al público durante todo el día (de 9h a 22h). Funciones a desempeñar por este trabajador:

1. Todo aquel turista que esté interesado en participar en la excursión, es aquí dónde debe abonar la cantidad correspondiente a ella (12€). Se le informa del horario del día de la excursión y del punto de encuentro.
 2. Entrega de un mapa de la ciudad señalados los restaurantes participantes en la ruta (tanto a los que vayan a realizar la excursión como a aquellos que únicamente regirán la ruta a la degustación en los restaurantes.
 3. Ofrecer un listado de los platos que cada restaurante (10 en total) oferta.
 4. Atender las peticiones de los clientes.
- Los trabajadores de los establecimientos inscritos en la ruta que, en este caso, únicamente serán restaurantes, y que serán los encargados de ofertar los platos a los turistas con la condición de los puedan degustar las personas veggies. Cada restaurante dispondrá de un plato diferente, pero todos coincidirán en lo mismo, estarán elaborados con variedades de la huerta conileña.
 - El guía que acompañará durante todo el recorrido al grupo, para explicarles todo lo que vayan visitando y que los turistas puedan aprender de esta ruta.
 - El conductor de autobús que será primordial para el acceso a un establecimiento que se encuentra a las afueras de la localidad.

A continuación, figura 6.2, el itinerario de la excursión (todos los jueves del mes de agosto). Esta tendrá comienzo a las 9 de la mañana y finalización a las 13 horas. Entre los puntos de su visita se encuentran: La Torre de Guzmán, el Arco de la Villa, la Parroquia de Santa Catalina y la Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes. No obstante, al tratarse de una excursión caminando, excepto para el acceso a la Cooperativa que sí se usa un autobús particular, se podrá apreciar las estrechas y bonitas callejuelas y plazas del centro histórico de Conil. Ésta tendría una duración de 4 horas y, se encontraría guiada, gracias a la señalización de los puntos claves siguientes:

1. Torre de Guzmán y ubicación del punto de información.
2. Arco de la Villa.
3. Parroquia de Santa Catalina.
4. Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes. El número relacionado con ella, ubicado fuera del mapa, debido a que se encuentra a las afueras de Conil de la Frontera, tal que así, se acudirá en el autobús.



Figura 6.2. Excursión señalada en el callejero de Conil

Fuente: Elaboración Propia a partir de Comarca de la Janda (2022).

Recorrido y horario:

9h. Punto de encuentro en el punto de información. Ahí, los participantes tomarán una cata ambientada en el objetivo de la ruta: un batido de fresas casero con un pincho, pequeña rebanada de pan, cuyo ingrediente principal será el tomate de Conil, para degustar su máxima calidad.

10h. Visita y subida a la Torre de Guzmán para apreciar desde las alturas la localidad de Conil de la Frontera.



Figura 6.3. Torre de Guzmán.

Fuente: Carrillo E. (2022)

10:30. Ver el Arco de la Villa.



Figura 6.4. Arco de la Villa.

Fuente: Raschert, A.,(2019)

11h. Visita a la Parroquia de Santa Catalina.



Figura 6.5. Parroquia de Santa Catalina de Alejandría.

Fuente: Contero, J. (2014)

11:30h. Recogida del autobús en la Parroquia para la siguiente visita.

11:50h. Visita a la Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes, donde los clientes podrán apreciar de primera mano la calidad de las frutas y verduras que se cultivan en las huertas de Conil.



Figura 6.6. Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes.

Fuente: Elaboración Propia



Figura 6.7. Tomates de Conil en la Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes.

Fuente: Elaboración Propia

12:30h. Acceso a una tienda exclusiva para comprar productos hortofrutícolas.



Figura 6.8. Tienda de frutas y verduras.

Fuente: Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes (2022)

13:00h. Recogida del autobús para la vuelta a la localidad. Final del itinerario en la Parroquia Santa Catalina, punto cercano a todos los restaurantes inscritos en la ruta para que, de esta manera, todos los participantes puedan empezar a degustar las tapas.

7. CONCLUSIONES

El turismo en Conil de la Frontera se sostiene por grandes pilares: playas, monumentos, su buen tiempo y una variada gastronomía, que implica que esta localidad sea un lugar ideal para realizar turismo gastronómico. Conil cuenta con productos gastronómicos de diversa índole, desde aquellos relacionados con la pesca conileña a aquellos procedentes de su huerta, pasando por otros obtenidos gracias a la raza retinta famosa en la zona.

En este contexto de importancia del turismo gastronómico en Conil, se propone la realización de una ruta gastronómica veggie. Las personas veganas, vegetarianas y flexitarianas, a pesar de que cada vez son más, no encuentran en esta localidad ninguna iniciativa en la que los principales clientes, sean ellos mismos. Debido a esto, se pretende realizar una ruta cuyo principal segmento de clientes, sean las personas veggies y cuyo principal objetivo, sea la degustación de los productos hortofrutícolas procedentes de la huerta conileña.

Se trata de una propuesta de ruta gastronómica, complementaria a las existentes actualmente en la localidad (la Ruta del Atún, la Ruta del Retinto, la Ruta de la Huerta o la Ruta de la Tapa), que servirá para potenciar el turismo gastronómico junto con la oportunidad de conocer, gracias a una excursión, los lugares emblemáticos de Conil. Además, esta propuesta se ajusta a aquellos elementos o características que debe tener una ruta gastronómica, según autores como Pardellas, X. (2009) o Navarrete, M. y Muñoz, C. (2018). Es una ruta que se adecua a la demanda turística de Conil, incluso a sus propios residentes, para degustar platos y productos conileños, principalmente derivados de su rica huerta y de una importante oferta hostelera. Además, se complementa con una excursión que permite conocer no solo los productos de la huerta, sino también su patrimonio y cultura.

La ruta estaría formada por unos 10 restaurantes que ofertarían unos platos, totalmente naturales de la huerta conileña, sin ningún producto de origen animal, para que las personas veggies puedan realizarla. El mes elegido para su realización podría ser el mes de agosto ya que suele recibir la mayor cantidad de turistas de todo el año y hay una buena oferta de productos de la huerta conileña.

No obstante, esta ruta es una propuesta, que debe ser mejorada, ya que requiere un mayor análisis, tanto de la demanda como de la oferta. Hay que tener en cuenta que este trabajo tiene limitaciones: las encuestas-entrevistas realizadas, tanto a las empresas que ofertan productos gastronómicos (13) como a la demanda turística (41), no son lo suficientemente representativas estadísticamente, sobre todo teniendo en cuenta que la mayor afluencia turística se da en los meses de verano, y las encuestas se han realizado en el mes de marzo. Por tanto, para estudiar la viabilidad de la ruta, se tendrían que realizar más encuestas-entrevistas, junto con la realización de estudios, para apreciar exactamente los beneficios que esta ruta aportaría.

Por último, la propuesta de la ruta sería una manera de dar a conocer las variedades hortofrutícolas de las que Conil de la Frontera dispone y de apoyar al colectivo veggie. Igualmente, podría llamar también la atención a futuros turistas que se sentirán atraídos por esta iniciativa innovadora y que percibirán el destino Conil como diferente frente a otros.

8. Bibliografía

Alba, E., Sánchez Romero, J., Basallote, M., Caro, L., Calderón, J., Requejo, J., Macías Vivero, J., García Guillén A., Orduña, V., Rodríguez Franco, R., Miralles, P., Alonso Blanco, Á. y Sierra Pindado, L. (2014). Plan Estratégico Conil 2025. Documento de análisis del Capital Natural.

Asociación de empresarios de Conil (2021). Ruta de la Tapa 2021. Recuperado el 12 de mayo de 2022, de <http://www.aeconil.com/es/ruta-de-la-tapa-2021>

Asociación Nacional de Raza Retinta (2022). Raza Retinta. Recuperado el 11 de mayo de 2022, de <https://retinta.es/carne-de-retinto/>

Ayuntamiento de Conil [@ayto_conil].(24 de marzo de 2022). Conil presenta las XI Jornadas Gastronómicas de la Huerta de Conil 2022. [Actualización de Instagram]. https://www.instagram.com/p/CbfYhSgAkj-/?utm_source=ig_web_copy_link

Ayuntamiento de Conil de la Frontera [@ayto_conil]. (7 de mayo de 2022). Más de 10.000 tapas vendidas en la muestra gastronómica de la ruta del atún rojo de almadraba [Actualización de Instagram]. https://www.instagram.com/p/CdQxTqoNrS5/?utm_source=ig_web_copy_link

Ayuntamiento de Conil de la Frontera (2018). Plan Estratégico de Turismo de Conil de la Frontera 2019-2025. Análisis y Diagnóstico.

Ayuntamiento de Conil de la Frontera (2005). Guía de la Industria y el Comercio. Publigades Bahía, S.L.

Barrera, E. (1999) *Las rutas gastronómicas. Una estrategia de desarrollo rural integrado*. <https://docplayer.es/25820726-Las-rutas-gastronomicas-una-estrategia-de-desarrollo-rural-integrado.html>

Blue, M. (2020). *La pesca del atún y las almadrabas gaditanas*. Recuperado el 27 de abril de 2022 de <https://marinablue.es/la-pesca-del-atun-almadrabas-gaditanas/>

Cabrales, J. (9 de mayo 2021). Disfruta de las actividades de la ruta del Atún de Conil. Cope. https://www.cope.es/emisoras/andalucia/cadiz-provincia/cadiz/provincia-de-cadiz/noticias/disfruta-las-actividades-ruta-del-atun-conil-20210509_1279805

Camacho, E. (23 de julio de 2021). La cuna del tomate conileño: por la Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes de la localidad pasan unos 13 millones de kilos de esta verdura que en verano alcanza su mejor momento. Andalucía Información. <https://andaluciainformacion.es/barbate/987334/la-cuna-del-tomate-conileno/>

Carrillo, E. (2022). Andalucía Simple. [Fotografía]. <https://www.andaluciasimple.com/descubre-conil-de-la-frontera/>

Casero Álvarez, S., (2019). Vegetarianismo y veganismo en España. (Trabajo Fin de Máster). <https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/59482/Vegetarianismo%20y%20veganismo%20en%20Espa%C3%B1a.pdf?sequence=4>

Comarca de la Janda (2022). Conil de la Frontera. Mapas [Fotografía]. <https://comarcadelajanda.wordpress.com/mapas-maps/>

Conserjería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural (2016). Dirección General de Pesca y Acuicultura. Puertos Pesqueros de Andalucía. Conil.[PDF]. <https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/CONIL-2016-FEBRERO.pdf>

Contero, J. (2014). Parroquia de Santa Catalina: una bonita construcción para el espíritu religioso de Conil. [Fotografía] <https://academia.andaluza.net/rincones/page/12/>

Cooperativa Nuestra señora de las Virtudes (2022). Documento: Calendario de Disponibilidad de Productos. Recuperado el 22 de abril de 2022, de <https://www.coagrico.com/productos.html>

Cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes (2022). Tienda Coagrico. [Fotografía]. Recuperado el 6 de junio de 2022 de <https://www.coagrico.com/tienda.html>

Cote, E., Gañán, V., y López, S. (2012). Informe final. Fase 3. Zona 2. La Janda (Cádiz). Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía. [PDF]. https://repositorio.iaph.es/bitstream/11532/332061/1/ATLAS_FASE3_COMARCA_12_LAJANDA_INFORME_COMARCAL_FINAL.pdf

Dinamiza Asesores (2017). II Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España.[PDF]. <http://dinamizaasesores.es/www/wp-content/uploads/2017/12/Informe-completo-II-Estudio-de-la-demanda-de-turismo-gastronomico-en-Espana.pdf>

El Economista (5 de enero de 2021). *La pandemia destruyó 360.105 empleos en 2020: España cerró el año pasado con cerca de 3,9 millones de parados*. El Economista. Recuperado el 3 de marzo de 2022 de <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10974476/01/21/La-pandemia-del-coronavirus-destruyo-360105-empleos-en-2020-Espana-cerro-el-ano-pasado-con-cerca-de-39-millones-de-parados-.html>

EIBullifoundation (23 de marzo de 2022). Feeding creativity. Recuperado el 23 de marzo de 2022, de <https://elbullifoundation.com>

EPICSA (2022). Comarca de la Janda. La Janda: mancomunidad de municipios. Recuperado el 28 de abril de 2022 de <https://www.comarcalajanda.org/index.php/mancomunidad/comarca-de-la-janda>

Esteban Curiel, J., Sánchez, V. y Antonovica, A. (2015). Turismo gastronómico y enológico. Dykinson. <https://elibro-net.us.debiblio.com/es/ereader/bibliotecaus/58117?page=74>

Falcón, J. (2014). Tendencias Globales de Desarrollo del Turismo Gastronómico aplicadas al caso de Argentina. RedMarka Uima. 12(1), 35-67. [PDF]. https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/22934/Redmarka_12_2014_art_2.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Fandos Herrera, C. y Puyuelo Arilla, J.M. (2013). La generación de lealtad a un destino de turismo gastronómico como factor clave en el desarrollo rural. *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 23 (1-2), 47-73. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4276866>

Fields, K. (2022). Demand for the gastronomy tourism product. Motivational factors. In: *Tourism and Gastronomy*. Hjalager, A. M; Richards, G. (editors). Routledge, London, pp-36-50.

Gago- García, C., González-Relaño, R., Serrano Cambroner, M. y Babinger, F. (2021). Impact of the Covid-19 crisis on labor in the tourism sector in Spain: territorial and gender perspectives. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (91). <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/3162>

Galbarro, F. (14 de mayo de 2022). Atún, marketing e I+D: Cádiz da brillo al arte de pesca más antiguo del mundo. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/espana/andalucia/2022-05-14/atun-cadiz-almadrabas-i-d-marketing_3424431/

Guía de Turismo y Ocio de la Provincia de Cádiz (2021). VIII Ruta de la Tapa de Conil. Recuperado el 12 de mayo de 2022, de <https://www.guiadecadiz.com/es/agenda/octubre/2021/viii-ruta-tapa-conil#>

Guía de Turismo y Ocio de la Provincia de Cádiz (2022). IX Ruta Gastronómica Retinto Conil 2022. Recuperado el 11 de mayo de 2022, de <https://guiadecadiz.com/es/agenda/diciembre/2022/ix-ruta-gastronomica-retinto-conil-2022#>

Guía de Turismo y Ocio de la Provincia de Cádiz (2022). XXV Ruta Gastronómica del Atún de Conil 2022. Recuperado el 11 de mayo de 2022, de <https://www.guiadecadiz.com/es/agenda/abril/2022/xxv-ruta-gastronomica-del-atun-conil-2022#>

Guía digital del Patrimonio Cultural de Andalucía (2022). Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico: Conserjería de Cultura y Patrimonio Histórico. Castillo de Guzmán el Bueno. Recuperado el 11 de mayo de 2022, de <https://guiadigital.iaph.es/bien/inmueble/19652/cadiz/conil-de-la-frontera/castillo-de-guzman-el-bueno>

Gurmé (24 de marzo de 2022). Las rutas gastronómicas de Conil ya tienen fecha: la primera, la de la huerta, se celebrará del 1 al 9 de abril. *La Voz Digital*. https://www.lavozdigital.es/gurme/cadiz/lvdi-rutas-gastronomicas-conil-tienen-fecha-202203241217_noticia.html

Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal* 111(4), 317-326

Hernández Rojas R. y Dancausa Millán, M. (2018). Turismo gastronómico. La gastronomía tradicional de Córdoba (España). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322018000200012

Hosteltur (2022). WTTC: España podría superar los tres millones de empleos en turismo en 2022. https://www.hosteltur.com/150011_wttc-espana-podria-superar-los-tres-millones-de-empleos-en-turismo-en-2022.html

INE (2022). Cuenta Satélite del turismo de España. Últimos datos. Recuperado 31 de marzo de 2022, de <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t35/p011/rev19/serie/I0/&file=03001.px&L=0>

Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo Local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.*, 14 (5), 1187-1198.[PDF]. http://www.pasosonline.org/Publicados/14516/PS516_09.pdf

Junta de Andalucía (2022). Destinos turísticos de Andalucía. Recuperado el 31 de marzo de 2022 de <https://www.juntadeandalucia.es/temas/cultura-ocio/vacaciones/destinos.html>

Larousse (2006). Larousse gastronomique (en español).

López Alonso A., Díaz Paniagua E. y Carabias Muñoz, L. (2011). Ofertas gastronómicas. Paraninfo.

López, G. (21 de marzo de 2018). La huerta de Conil y su triunfo en la mesa: La característica fundamental de la Huerta de Conil es la gran variedad de productos hortofrutícolas que se cultivan, en total más de sesenta variedades. *Andalucía información.* <https://andaluciainformacion.es/barbate/743612/la-huerta-de-conil-y-su-triunfo-en-la-mesa/>

Mantilla Aldana J. y Mauricio Santamaría N. (2020). Implementación de una ruta vegetariana en ciudad de Bucaramanga. [Tesis de un proyecto, Universidad Autónoma de Bucaramanga] https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/11824/2020_Tesis_Johan_Nicolas_Mantilla_Aldana.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Martín, E. (2013). ¿Por qué ser vegetariano? [PDF]. Recuperado el 2 de junio de <http://nicolasdiruscio.com.ar/archivos/%BFPor%20que%20ser%20vegetariano%20Una%20mirada%20cientifica.%20Beneficios%20ambientales,%20sanitarios%20y%20sociales%20del%20vegetarianismo.pdf>

Morales, A. (4 de octubre de 2021). A la cabeza de la pesca andaluza, Cádiz. Diario de Sevilla. https://www.diariodesevilla.es/suplementos/anuario-agricultura-alimentacion-2021/la-campana/cabeza-pesca-andaluza-cadiz_0_1616239567.html

Navarrete, M. y Muñoz, C. (2018). Journal of Tourism and Heritage Research: Culinary Tourism: taste and tradition. 1(3), 23-40.

Noticias Viva Conil [Viva Conil] (4 de mayo de 2022). ¿Quiénes son los ganadores del Concurso de la Ruta del Atún? Aquí puedes verlo en directo. [Vídeo] [Actualización de Facebook]. <https://www.facebook.com/vivaconil/videos/quiénes-son-los-ganadores-del-concurso-de-la-ruta-del-atún-aquí-puedes-verlo-en-526181895628655/>

O.P.P Artesanales Lonja de Conil (2022). *Pescado de Conil: la Marca Colectiva de la flota artesanal de Conil.* Recuperado el 27 de abril de 2022, de <https://www.bocinegro.com/pescado-de-conil/>

Oliveira, S. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada- Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(3), 261-280.

Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada- Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20 (3), 738-752.

UNWTO (2022). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. P-8. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>

Díaz Rodríguez, P. (2022). Turismo gastronómico y Enoturismo en España: gasto, distribución y perfiles. Ostelea. [Archivo PDF] https://www.ostelea.com/sites/default/files/2020-05/Informe_Turismo%20gastronómico.pdf

Ostelea (27 de mayo de 2020). Gastronomía en turismo, el mundo en bandeja de plata. [Mensaje en un blog]. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/gastronomia-en-turismo-el-mundo-en-bandeja-de-plata#:~:text=La%20OMT%20define%20el%20turismo,con%20la%20gastronom%C3%ADa%20del%20lugar>

Pardellas, X. (2009). *Turismo gastronómico: recursos e itinerarios*. Universidade de Vigo. Servicio de Publicaciones, ed.

Pérez Rodríguez, E. (2015). Atún de almadraza como atractivo turístico de la gastronomía gaditana (Trabajo Fin de Grado). https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/21865/EMPR_TFG.pdf?sequence=1

Ramírez, B. (2006). Actualmente ofrecemos la mayor variedad de productos hortofrutícolas del mercado. Diario El Mundo. [PDF]. <https://www.coagrigo.com/Publicaciones/ElMundo.pdf>

Raschert, A. (2019). De la pesca artesanal a la mesa. [Fotografía]. <https://viajar.elperiodico.com/gastro/conil-epicentro-ruta-atun-almadraba>

Reyes, F. (4 de abril de 2022). Gran éxito de asistencia a la muestra gastronómica de las XI Jornadas de la Huerta. Viva Conil. Recuperado el 11 de mayo de 2022, de <https://vivaconil.es/conil/1040551/gran-exito-de-asistencia-a-la-muestra-gastronomica-de-las-xi-jornadas-de-la-huerta/>

Ruiz, J. (29 de marzo de 2022). Entregados los galardones del III concurso de la Ruta de la Huerta de Conil: han participado siete recetas en la modalidad de cocina innovadora y cuatro en la de cocina tradicional. Diario de Cádiz. https://www.diariodecadiz.es/janda/Ruta-Huerta-Conil_0_1669635341.html

Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management*, 23(1), 15-24.

Solla Falcón, C. (2014). *El papel de las estrellas Michelin en el turismo gastronómico español. Análisis de la guía Michelin y comportamiento del turista*. (Trabajo Fin de Máster). https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/27987/TFM_Cecilia%20Solla%20Falcon.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Super Veggie (2022). ¿Cuáles son las diferencias entre vegano y vegetariano? Recuperado el 19 de mayo de 2022, de <https://superveggie.es/blog/diferencia-vegano-vegetariano/>

UNWTO (6 de julio de 2017). La Organización Mundial del Turismo. Presenta la encuesta sobre turismo gastronómico. Recuperado el 6 de junio de 2022, de <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2017-07-06/la-organizacion-mundial-del-turismo-presenta-la-encuesta-sobre-turismo-gast>

UNWTO (2022). *¿Por qué el turismo?*. OMT. Recuperado 9 de marzo de 2022, de <https://www.unwto.org/es/turismo>

UNWTO (2022). Glosario de términos de turismo. Recuperado el 18 de mayo de 2022, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Vallés, R. (19 de febrero de 2020). Entre los 10 países más vegetarianos del mundo. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/comer/20200219/473651185247/hip-2020-espana-paises-mas-vegetarianos-mundo-brl.html>

Vegan Society (2022). Definición de veganismo. Recuperado el 19 de mayo de 2022, de <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>

Vegconomist (1 de octubre de 2021). La revista de los negocios veganos. Informe especial: El número de personas veganas crece un 60% de 2019 a 2021 en España. Recuperado el 6 de junio de 2022 de <https://vegconomist.es/estudios-y-numeros/informe-especial-el-numero-de-personas-vegan-as-crece-un-60-de-2019-a-2021-en-espana/#:~:text=Estudios%20y%20Números-,Informe%20especial%3A%20El%20número%20de%20personas%20vegan-as%20crece%20un%2060,2019%20a%202021%20en%20España&text=En%20los%20últimos%20cuatro%20años,compuesta%2C%20principalmente%2C%20por%20vegetales>

Vegconomist (8 de marzo de 2021). La revista de los negocios veganos. Informe especial: Reporte Encuentra que el Veganismo tiene una influencia creciente en la Industria del Turismo (2021). Recuperado el 6 de junio de 2022 de <https://vegconomist.es/mercado-y-tendencias/reportes-encuentra-que-el-veganismo-tiene-una-influencia-creciente-en-la-industria-del-turismo/>

9. Anexos

CUESTIONARIO-ENTREVISTA (DEMANDA)

1. Edad.

Menos de 18 años

De 18 años a 29 años

Entre 30 y 44

De 45 a 64

Más de 65 años

2. Sexo.

Hombre

Mujer

Otro:

3. Procedencia.

Andalucía

Resto de España

Extranjero

4. Indique de cuál comunidad autónoma procede (En caso de que en la pregunta anterior haya señalado "resto de España")/ Indique de cuál país procede (En caso de que en la pregunta anterior haya señalado "Extranjero")/ Indique de cuál provincia procede(En caso de que en la pregunta anterior haya señalado "Andalucía")

5. Situación Laboral.

Trabajo

En paro

Estudiante

Retirado / Jubilado

Labores del hogar

Otras

6. Tipo de alojamiento durante su estancia en Conil de la Frontera.

Hotel / Hostal / Otro Alojamiento Hotelero

Camping

Vivienda de uso turístico

Vivienda propia, de familiares o de amigos

Otro:

7. Motivo principal del viaje: (Valore por importancia de 1 a 5).

Trabajo

Vacaciones / Ocio

Visitas a familiares y amigos

Otro:

8. Principales factores para elegir el destino Conil: (Marque aquellos que usted considere más importantes).

Relación calidad- precio

Clima

Gastronomía

Playa

Monumentos

Espacios deportivos

Otro:

9. En caso de que en la pregunta anterior haya marcado Gastronomía, ¿qué suele consumir y que lugares sueles frecuentar?

10. ¿Qué canal de información le permitió conocer Conil?

Experiencia propia

Recomendación de amigos y familiares

Recomendación de agencias de viajes

Por Internet: página web del destino.

Por redes sociales

Otro:

11. Gasto medio diario en el destino.

Menos de 10€

Entre 10 € y 30€

Entre 31€ y 50€

Más de 51€

12. ¿En qué concepto gasta más dinero en el destino?

Transporte en el destino

Alojamiento

Comidas en bares , restaurantes...

Discotecas o pubs

Compras de souvenirs

Compras de alimentación

13. Respecto a su gasto en comida en bares, restaurantes, ... Indique cuál es su gasto medio

14. Medio de transporte para acudir al destino.

Coche (particular, compartido, alquilado, autocaravana)

Bus

Otro:

15. Estancia media en el destino (días).

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

16. ¿Cuáles de las siguientes actividades realiza durante su estancia en Conil de la Frontera? Valore de 1 a 5.

Disfrutar de la gastronomía

Visitar espacios naturales

Disfrutar de la playa

Visitar puntos de interés en el pueblo

Conocer el arte y la cultura

Hacer rutas , excursiones ...

Disfrutar del ocio nocturno

17. En caso de que una de sus actividades en Conil de la Frontera sea disfrutar de la gastronomía: ¿qué producto gastronómico suele degustar? ¿Visita la Almadraba? ¿Acude a museos de la Almadraba?¿Consume productos de la huerta?

18. ¿Ha participado alguna vez en alguna ruta gastronómica? ¿En cuál? En caso de que no, ¿le gustaría?

19. Valoración del destino Conil como destino turístico por excelencia.

-

1

2

3

4

5

+

CUESTIONARIO-ENTREVISTA (OFERTA)

1.Tipo de establecimiento.

Establecimiento de alojamiento

Agencia de viajes

Hostelería (restaurante, bar, heladería, cafetería..)

Oficina de turismo

Museo

Otro:

2.¿Cuáles son los meses de mayor demanda?

ENERO

FEBRERO

MARZO

ABRIL

MAYO

JUNIO

JULIO

AGOSTO

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

3.¿Cuáles son los meses de menor demanda?

ENERO

FEBRERO

MARZO

ABRIL

MAYO

JUNIO

JULIO

AGOSTO

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

4.¿De dónde provienen mayoritariamente sus clientes? (Indique en porcentajes)

(Indique provincia en caso de Andalucía; CC.AA en caso de España; país en caso del Extranjero).

Andalucía

Resto de España

Extranjero

Población local

Otro:

5.¿Aumenta su plantilla de trabajadores en verano?

Sí (Indique en qué cantidad aumenta)

No

6.Relacionado con la gran cantidad de establecimientos de hostelería, ¿cree usted que todos reciben la misma cantidad aproximada de turistas en los meses de mayor demanda?

Sí

No

7. Si es que SI en la pregunta anterior: ¿Dónde se localizan los establecimientos de hostelería con mayor afluencia?

8.¿Qué elemento diferenciador tiene su negocio respecto a otros? (Hostelería).

Calidad- precio

Ubicación

Innovación en los productos

Ambiente del establecimiento

Otro:

9.En un día, en el mes de mayor demanda, ¿cuántas personas pueden acudir o alojarse en su negocio?

Menos de 20 personas

Entre 20 y 30 personas

Entre 31 y 50 personas

Entre 51 y 70 personas

Entre 71 y 100 personas

Más de 100 personas

10.¿Cuál es el servicio o producto más demandado?

11.¿Cuál es el precio medio en cada estación?

12. ¿Cómo acuden principalmente sus clientes?

En familia o en pareja

En solitario

Con una excursión

Con amigos

Otro:

13. ¿Se mantienen estables los precios en su establecimiento durante todo el año?

Sí

No

14. En caso de establecimiento ligado a la gastronomía. Señale:

Cocina tradicional

1

2

3

4

5

Alta cocina

15. ¿Ofrece tapas o menús?

Tapas

Menús

Ambos

Ninguno

16. ¿Ha participado en una ruta gastronómica alguna vez? ¿En cuál?

Sí

No

17. En caso del turista gastronómico en Conil: ¿Qué piensa usted que demanda más los clientes: productos de la huerta o productos de la almadraba (atún)?

Huerta

Almadraba.

