



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

LA GASTRONOMÍA COMO RECLAMO TURÍSTICO EN SEVILLA

Trabajo Fin de Grado presentado por Beatriz Garrido Ocaña, siendo el tutor del mismo el profesor D. Joaquín José Fernández Domínguez.

Vº. Bº. del Tutor

Alumna:

D. Joaquín José Fernández Domínguez

Dña. Beatriz Garrido Ocaña

Sevilla. Mayo de 2023



**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2022-2023]**

TÍTULO:

LA GASTRONOMÍA COMO RECLAMO TURÍSTICO EN SEVILLA

AUTOR:

BEATRIZ GARRIDO OCAÑA

TUTOR:

D. JOAQUÍN JOSÉ FERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ

DEPARTAMENTO:

FILOLOGÍA INGLESA (LENGUA INGLESA)

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

FILOLOGÍA INGLESA

RESUMEN:

El siguiente trabajo tiene como objetivo investigar de qué manera la oferta culinaria de la ciudad puede ser utilizada como un factor atractivo para los turistas, investigando la relación entre la gastronomía y el turismo en la ciudad de Sevilla y cómo esta puede contribuir al plan de desarrollo económico de la ciudad. Se tratará de determinar qué establecimientos turísticos son los más populares entre los turistas y profesionales del sector, así como los más masificados, a través de encuestas para obtener una visión más completa de cómo la oferta culinaria puede ser mejorada con vistas a atraer a más turistas de origen extranjero y españoles. Se intentará demostrar que la gastronomía es un factor importante en la elección de un destino turístico y que la oferta culinaria de Sevilla es valorada positivamente. Se propone la creación de una ruta gastronómica para fomentar el atractivo turístico de la ciudad.

PALABRAS CLAVE:

Gastronomía ; Riqueza gastronómica ; Turismo gastronómico; Atractivo turístico; Oferta culinaria.

ÍNDICE

1 CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	9
1.2. OBJETIVOS.....	9
1.3. METODOLOGÍA.....	10
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 LA RELACIÓN DE GASTRONOMÍA Y TURISMO.....	11
2.2 PRINCIPALES ESPACIOS GASTRONÓMICOS.....	15
2.3. IMPORTANCIA DEL INGLÉS EN LA GASTRONOMÍA.....	19
2.4. TIPOS DE TURISTAS GASTRONÓMICOS.....	22
2.5 EVOLUCIÓN DEL GASTO MEDIO DIARIO DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES EN SEVILLA.....	25
CAPÍTULO 3. EVOLUCIÓN DE LA OFERTA GASTRONÓMICA EN SEVILLA.....	27
3.1 ANÁLISIS DE LA OPINIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE LA OFERTA GASTRONÓMICA DE SEVILLA.....	27
3.2 EL MOVIMIENTO SLOW FOOD.....	32
3.3. PROMOCIÓN DE LA CIUDAD COMO DESTINO GASTRONÓMICO.....	33
CAPÍTULO 4. PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN SEVILLA.....	37
4.1. CRITERIOS DE LA RUTA.....	37
4.2 RESTAURANTES INTEGRADOS EN LA RUTA.....	38
4.3 PRINCIPALES TURISTAS DE INTERÉS.....	41
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES.....	43

CAPÍTULO 6. BIBLIOGRAFÍA.....45

ÍNDICE DE FIGURAS

Tabla 2.1. Turismo gastronómico: ventajas y desventajas.....	13
Figura 2.2: Comercio gastronómico del Mercado de Triana.....	16
Figura 2.3: Las Setas de la Encarnación.....	17
Figura 2.4: Mercado Puerta de la Carne.....	18
Figura 2.5: Interior del Mercado Lonja del Barranco.....	19
Tabla 2.6.Llegada de turistas internacionales según su país de residencia.....	20
Figura 2.7: Trilogía English for International Tourism (Pearson, 2013).....	21
Figura 2.8: Diferentes tipos de inglés para el turismo.....	22
Figura 2.9: Evolución del gasto medio diario (euros) en Sevilla.....	25
Tabla 3.1: Origen de la nacionalidad de los encuestados.....	27
Tabla 3.2: Platos más reconocidos por los encuestados.....	29
Tabla 3.3: Tradiciones más destacadas para los turistas.....	30
Imagen 3.4: Desayuno de La Mala Brunch.....	31
Figura 3.5: Rutas que parten desde Sevilla para recorrer pueblos cercanos.....	36
Figura 4.1: Yincana Gastronómica señalada en el mapa por barrios de Sevilla.....	39

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La investigación que aquí se presenta tiene su origen en la intención de identificar las necesidades y expectativas del turista con relación a la oferta gastronómica, lo que permitirá desarrollar estrategias para mejorar la competitividad del destino y aumentar el atractivo turístico de la ciudad, tanto para turistas españoles como extranjeros. Además de ser una herramienta para atraer turistas, el estudio de la gastronomía como reclamo turístico en Sevilla puede ayudar a identificar oportunidades de desarrollo y mejora en el sector, así como contribuir a la planificación y promoción de la oferta gastronómica en la ciudad.

La gastronomía es un elemento fundamental dentro del ámbito del turismo, ya que es un factor crítico que puede influir en la satisfacción del viaje y en el deseo del visitante de volver a repetir la experiencia en el lugar. La oferta culinaria que ofrece Sevilla es rica y variada, con platos tradicionales que son muy valorados por los turistas. Visitar Sevilla representa una oportunidad inmejorable para conocer la cultura y las tradiciones de Andalucía, dado que muchos de sus platos típicos son fiel reflejo de la historia y la geografía de esta región. En los últimos tiempos, el sector gastronómico se ha convertido en un importante segmento económico dentro de la industria turística, ya que los turistas están dispuestos a pagar un precio elevado por una experiencia gastronómica única y de calidad.

Sevilla cuenta con una gran variedad de restaurantes y bares que ofrecen una amplia gama de opciones gastronómicas, desde la cocina tradicional hasta las últimas tendencias en cocina. La ciudad sabe hoy sacar partido de la fuerza de la tradición y del talento de los cocineros, así como aprovechar al máximo el privilegio de contar con materias primas de calidad inigualable.

1.2. OBJETIVOS

Los objetivos principales que se marca la presente investigación son los que se exponen a continuación:

- Analizar la oferta gastronómica actual en Sevilla y su nivel de impacto en la economía local.
- Evaluar la promoción de la gastronomía sevillana a nivel local e internacional.
- Estudiar la percepción de los turistas y profesionales sobre la gastronomía sevillana y su influencia en la elección de destino.
- Investigar la relación entre la gastronomía y la riqueza cultural de Sevilla.

-Desarrollar una propuesta detallada para la creación de una nueva especie de ruta Gymkana gastronómica en Sevilla, incluyendo la selección de restaurantes integrantes, platos y el principal segmento de mercado turístico al que va dirigido.

-Practicar los conocimientos del inglés como lengua extranjera en el sector turístico y gastronómico de Sevilla.

1.3. METODOLOGÍA

Para desarrollar la presente investigación se ha llevado a cabo una recopilación de datos a través de diferentes fuentes, como encuestas a turistas españoles y extranjeros que hayan visitado Sevilla para conocer su experiencia gastronómica y cómo influyó en su elección como destino turístico. Por otra parte, se ha obtenido información del Instituto Nacional de Estadísticas y la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), para conocer la relevancia del turismo gastronómico y ver su evolución en los últimos años, así como conocer el país de residencia de los principales turistas emisores. Por otra parte, se ha contado con la ayuda proporcionada por la Oficina de Turismo de Sevilla en la recopilación de información e imágenes.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA RELACIÓN DE GASTRONOMÍA Y TURISMO

En los últimos años, la experiencia culinaria ha sido un aspecto crucial en la calidad de la experiencia turística. La gastronomía es una parte integral de las costumbres, tradicionales y cultura de un lugar, y puede ser un factor motivador para muchos turistas a la hora de elegir un destino.

A lo largo de los siglos, la gastronomía ha experimentado una gran evolución. De acuerdo con Ortiz Garcia (1999), después de la Revolución Industrial, la comida adquiere una relevancia significativa en los barcos y trenes de lujo como símbolo para mostrar el estatus social de los viajeros. Con el paso de los años, el concepto de “comer con elegancia” se extendió a los grandes hoteles de las principales ciudades y en los destinos más importantes para los viajeros de la aristocracia y alta burguesía. Fue en el siglo XX, con la popularización del automóvil, cuando muchas personas tuvieron la oportunidad de descubrir la gastronomía regional, comenzando a asociar la visita a distintos lugares con la gastronomía. Según Torres Bernier (2003), la comida está indiscutiblemente asociada al turismo, ya sea como forma de alimentarse fuera del lugar de residencia habitual, o por el simple hecho de visitar un sitio por la comida que ofrece.

La gastronomía de un destino turístico constituye pues un referente primordial en la memoria de los turistas al recordar las experiencias de sus viajes. Por lo tanto, contar con un buen plan de oferta gastronómica es fundamental para el éxito de cualquier destino.

En el caso concreto de Sevilla, hablamos de un lugar que cuenta con una rica cultura gastronómica, siendo numerosos los turistas que buscan experiencias culinarias auténticas en la ciudad. Además de ser un destino turístico con muy buen clima y gozar de fama internacional como una de las cunas del flamenco, Sevilla destaca también por la gran creatividad de los profesionales del sector que llevan a cabo un trabajo excepcional en sus cocinas y restaurantes.

En general, se define el turismo gastronómico como “un tipo de actividad turística que se caracteriza por la experiencia de los visitantes vinculada a la comida y a los productos y actividades relacionados con ella durante el viaje. Además de las experiencias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede implicar otras actividades relacionadas, como visitar a los productores locales, participar en festivales gastronómicos y asistir a clases de cocina. El enoturismo es un subtipo del turismo gastronómico que se refiere al turismo cuyo objetivo es visitar viñedos, bodegas, catas, consumir y/o comprar vino, a menudo en

la fuente o cerca de ella”. (UNWTO; World Tourism Organization and Basque Culinary Center, Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism, 2019).

En el presente, el turismo gastronómico sevillano se ha convertido en un motor para la economía local, destacando en particular por su amplia oferta de restauración y por el prestigio de la dieta mediterránea. Se atraen perfiles de consumidores diferentes que realizan un gasto mayor que el turista tradicional y que, además, contribuyen a desestacionalizar el turismo. Cuando de turismo gastronómico se trata, no sólo se generan beneficios para una ciudad, sino también para la agricultura, pesca, restaurantes y proveedores. Ninguna ciudad de ningún país tiene un recurso gastronómico igual que el otro. Sin embargo, cuando el turista hace turismo interior en España, suele adentrarse en las zonas con más riqueza patrimonial e histórica, así como con mayor oferta gastronómica. Esto hace que el flujo de visitantes se concentre fundamentalmente en el centro o casco histórico de las poblaciones, fenómeno que se conoce como “turistificación o masificación gastronómica”. Por este motivo, los centros históricos de las principales ciudades en España se han visto colapsados por una oferta gastronómica que promete sabores únicos y españoles, menús caros, con filas de turistas esperando para probar por primera vez los productos de la zona, muchos de ellos persuadidos por los medios de comunicación y las redes sociales.

Por otra parte, el término antes referido también engloba aquellas franquicias fast food que cada vez se extienden más por los lugares considerados más atractivos por el turista. Sin embargo, para que el turista pueda conocer la verdadera gastronomía de la zona debe también adentrarse en sus núcleos de alrededor. En el caso de Sevilla, el casco antiguo de la ciudad está lleno de bares y restaurantes de comida rápida. Muy pocos turistas suelen desplazarse hasta los núcleos de alrededor de la ciudad, como pueden ser pueblos con una gran tradición culinaria e histórica, depositarios de los verdaderos sabores de la provincia.

En otro orden de cosas, la unión de cocina y ecología ha dado lugar a distintos métodos para disminuir el impacto ambiental y concienciar sobre la importancia del reciclaje de alimentos y envases, fortaleciendo a un tiempo el vínculo de las empresas gastronómicas con la economía local en general. En este sentido, la gastronomía representa una importante fuente de empleo, ya que en Sevilla existen numerosas escuelas internacionales de gastronomía, como por ejemplo la Escuela de Hostelería y Turismo, la cual está asociada a la Federación de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE), cuyo objetivo es aumentar las competencias profesionales tanto de los docentes como de los futuros profesionales en el sector de la hostelería, así como elevar su reconocimiento a nivel internacional.

Por último, conviene señalar aquí que es en las ciudades más pobladas del territorio español donde se acusan con más intensidad las consecuencias de la gentrificación alimentaria. Un claro ejemplo de ello es el madrileño Mercado de San Miguel, en pleno centro de la capital; en él hay una gran variedad de puestos de degustación y de comida preparada, que tienen mucho más éxito que los productos frescos ya que se venden a precios desmesurados. Así, son numerosos

los residentes de la ciudad de Madrid que se encuentran en su día a día con espacios gastronómicos cuyos precios no pueden pagar. Sin embargo, la gentrificación gastronómica recibe con entusiasmo a los turistas con motivaciones culinarias, los llamados foodies (turistas con elevado poder adquisitivo), al tiempo que excluye a los residentes que acusan el evidente desequilibrio económico.

A modo de resumen y conclusión de todo lo anteriormente expuesto con relación al turismo gastronómico, se ofrece a continuación una tabla comparativa de sus principales ventajas y desventajas:

TURISMO GASTRONÓMICO	
Ventajas	Desventajas
La Gastronomía como herramienta de desestacionalización turística.	Posible conflicto medioambiental con la sostenibilidad; se establecen medidas para hacerlo viable.
Fortalecimiento de la economía local.	Hay competencia entre productores.
Enriquecer de conocimientos culinarios a los turistas con rutas gastronómicas o visitas a bodegas.	Turistificación gastronómica.
Aumento del consumo de productos ecológicos de calidad certificada.	Insuficiente formación turística en las empresas del sector.
Dar a conocer la riqueza gastronómica y costumbres tradicionales.	La gentrificación alimentaria.
Fuente de trabajo y generador de empleo.	Puede generar saturación desde el punto de vista histórico y patrimonial.
Diversificación de la oferta turística.	Elevado capital requerido.

Tabla 2.1. Turismo gastronómico: ventajas y desventajas

Fuente: elaboración propia

Como derivada de la anterior definición del turismo gastronómico, se pueden establecer diferentes tipos de tendencias del turista gastronómico, asociadas a las diferentes motivaciones a la hora de tomar la decisión de visitar un destino concreto:

-En primer lugar, van en aumento los viajes de aprendizaje culinario, conocidos también como Cooking Class, que son cada vez más solicitados por los turistas extranjeros. Se centran en la

enseñanza culinaria a través de cursos de cocina, ofreciendo la oportunidad de comprender las raíces de la cultura local; así, este tipo de turismo permite a los visitantes adquirir más conocimientos sobre la gastronomía local y sus influencias culturales. Además, esta forma de turismo puede tener un impacto positivo en la estructura económica regional, al promover la contribución de productores y emprendedores locales, así como el apoyo a los pequeños negocios locales que ofrecen experiencias gastronómicas únicas.

-En segundo lugar, la innovación adaptada al turismo foodie. Este tipo de turismo se enfoca en una mezcla de innovación e imaginación en la cocina, pero sin olvidar la esencia de los productos gastronómicos tradicionales. Este segmento de mercado experimenta un notable crecimiento en la actualidad, ya que permite a los turistas descubrir recetas, nuevos sabores y restaurantes mientras aprenden sobre la cultura y la tradición de la comunidad local.

-Por otra parte, existe un importante atractivo turístico en el turismo de profesionales culinarios o chefs; la presencia de chefs de reconocido prestigio es un elemento clave para atraer a turistas gastronómicos. Los restaurantes con reconocimiento Michelin de estos chefs están asociados con la calidad, la imaginación culinaria y la fusión de lo tradicional y lo innovador. En Madrid, por ejemplo, hay 24 restaurantes galardonados con estrellas Michelin, lo que resalta la calidad de la oferta gastronómica de la capital, estando su segmento de clientes caracterizado por un perfil de turistas con un poder adquisitivo medio-elevado.

-Las tapas se consideran un referente internacional y son tenidas por un bien o patrimonio cultural inmaterial. Las tapas representan un símbolo de las costumbres sociales de Sevilla, y no sólo se trata de una forma de comer fuera de casa, sino que también permiten desarrollar la comunicación oral en los bares y restaurantes de la ciudad, hecho por el cual atraen a un buen número de turistas internacionales.

Los países deben contar con un plan estratégico de desarrollo del turismo culinario a nivel local, nacional e internacional, con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas, llevar a cabo análisis de la demanda e investigaciones para poder entender las motivaciones y el comportamiento del consumidor. En Andalucía, a nivel regional, la gestión y planificación del turismo son competencia de la Junta de Andalucía. En la actualidad, por su parte, el turismo en Sevilla se delega en una agencia externa denominada "CONTURSA" (Congreso y Turismo de Sevilla). En un futuro próximo, se llevará a cabo el denominado "Plan Turístico de Grandes Ciudades (2024)", con los objetivos principales de promover la actividad turística de Sevilla e incrementar el número de visitantes, el gasto turístico, la disminución de la estacionalidad en el sector y, sobre todo, la estancia media del turista. Este plan incluye todos los modelos tipológicos del turismo (Turismo MICE, Turismo Cultural, Turismo Gastronómico, Turismo Familiar, Turismo Halal, etc).

Aparte de Sevilla, se aprecia en el informe global de turismo gastronómico de la OMT (2012), el caso singular del País Vasco. Dicho informe sostiene que la gastronomía es el principal atractivo turístico de Euskadi, donde se viene desarrollando en los últimos tiempos un plan estratégico focalizado en el turismo culinario, con el propósito de posicionar a la comunidad autónoma como una fuerte potencia en el ranking de los principales destinos europeos con gran crecimiento turístico. Para que este plan de desarrollo del turismo culinario sea eficaz, las organizaciones educativas y colegios profesionales deben preparar a hosteleros altamente cualificados, ya que la competencia de los profesionales tiene un gran impacto en el nivel de servicio, que a su vez influye en el grado de satisfacción del cliente. Por lo tanto, como se desprende del informe, se hace necesario un gran esfuerzo coordinado para promover de manera efectiva el turismo gastronómico.

2.2 PRINCIPALES ESPACIOS GASTRONÓMICOS

El Mercado de Triana

Es un lugar representativo de la ciudad de Sevilla, situado en el centro del barrio de Triana, muy cerca del famoso Puente de Triana que lo conecta con el resto de la ciudad. Es un punto de encuentro en el que se cruzan las calles más típicas del barrio, como San Jacinto, Betis y Castilla. En los bajos del mercado se encuentran los restos del Castillo de San Jorge, que fue sede de la Inquisición desde 1481 a 1626. Actualmente, es posible visitar estos restos y conocer la historia de este castillo que fue declarado Bien de Interés Cultural en el año 1985. El Mercado de Triana ofrece una amplia variedad de productos frescos y de calidad. Es posible encontrar en él frutas, verduras, carnes, pescados, mariscos, y otros productos naturales elaborados de forma artesanal como panadería, pastelería, zumería, precocinados, y comida para llevar, entre otros. También hay varios puestos dedicados a la restauración. Se puede encontrar desde platos tradicionales de la cocina andaluza hasta opciones vegetarianas e internacionales. Todo ello en un ambiente acogedor y muy transitado por los turistas que visitan la ciudad, que refleja la riqueza cultural y gastronómica de la ciudad de Sevilla.



Figura 2.2: Comercio gastronómico del Mercado de Triana

fuentes: elaboración propia

El Mercado de la Encarnación

El Mercado de la Encarnación es un espacio moderno localizado dentro del complejo del edificio Metropol Parasol, también conocido como "Las Setas"; se trata de una zona muy transitada por turistas nacionales y extranjeros, considerada en la actualidad como una de las paradas obligatorias al visitar Sevilla. Hablamos aquí de uno de los mercados de abastos más modernos y a la vez el más antiguo de la ciudad. Se encuentran distribuidos en él un total de 40 puestos que ofrecen una amplia variedad de productos frescos y de calidad, entre los que destacan frutas y verduras, mariscos, carnes y chacinas, así como recova y congelados. Además, el mercado cuenta con varios bares donde los visitantes pueden disfrutar de una gran variedad de platos y tapas típicas, así como de un mirador que ofrece una vista panorámica del casco antiguo de la ciudad. El mercado de la encarnación es un lugar ideal para disfrutar de un ambiente animado y lleno de vida.



Figura 2.3: Las Setas de la Encarnación

Fuente: elaboración propia

Puerta de la Carne

La Puerta de la Carne era una de las puertas de entrada y salida de la antigua ciudad amurallada de Sevilla. Hoy en día, es un mercado de abastos ubicado en un espacio histórico en el centro de la ciudad. Este mercado cuenta con un total de 29 puestos comerciales que ofrecen una amplia variedad de productos frescos y de calidad. El mercado se encuentra en un entorno privilegiado, muy cerca del Barrio de Santa Cruz y de los Jardines de Murillo, lo que lo convierte en un lugar ideal para aquellos que quieran disfrutar de la riqueza cultural y gastronómica de la ciudad a la vez. En definitiva, la Puerta de la Carne es un espacio lleno de historia que ofrece a los visitantes una experiencia auténtica de las plazas de abastos.



Figura 2.4: Mercado Puerta de la Carne

fuentes: imagen recopilada del Mercado de la Puerta de la Carne

Mercado del Arenal

Es un mercado ubicado en uno de los barrios más antiguos de Sevilla, junto a la célebre plaza de toros de la Maestranza. Este mercado siempre ha estado relacionado con el puerto de la ciudad y desempeñó un papel destacado en el comercio con las Indias en el pasado. Construido en 1947 por el arquitecto Juan Talavera y Heredia, se observa en el Mercado del Arenal una mezcla de puestos tradicionales, como las recovas y las pescaderías, y de otros más modernos e innovadores que ofrecen productos ecológicos y veganos. En definitiva, es un lugar donde se funden la tradición y la modernidad, enriqueciendo así la oferta de productos que se pueden allí adquirir.

Lonja del Barranco

La Lonja del Barranco es un edificio simbólico de Sevilla, siendo su diseño arquitectónico una valiosa muestra del único edificio de arquitectura de hierro en la ciudad que se ha conservado hasta la actualidad. Fue construida entre 1876 y 1883, se encuentra ubicada en el barrio del Arenal y originalmente funcionó como lonja de pescado. Hoy en día cuenta con 20 puestos que ofrecen más de 150 opciones culinarias diferentes, además de terrazas que dan al río y proporcionan un espacio único para disfrutar de las preciosas vistas. Se pueden celebrar en ella eventos en cualquier época del año, concediendo a los visitantes una experiencia acogedora y gastronómica única en la ciudad de Sevilla.



Figura 2.5: Interior del Mercado Lonja del Barranco.

fuente: imagen recopilada de la página web del Mercado Lonja del Barranco

2.3. IMPORTANCIA DEL INGLÉS EN LA GASTRONOMÍA

English has established itself as the leading language in the tourism sector worldwide, ahead of Mandarin Chinese, Hindi, Spanish and Arabic. Most of the culinary concepts used in cookbooks by great authors, recipes and television programs are in English, which makes the command of this language paramount for professionals in the restaurant industry to ensure a satisfactory tourist experience for international visitors.

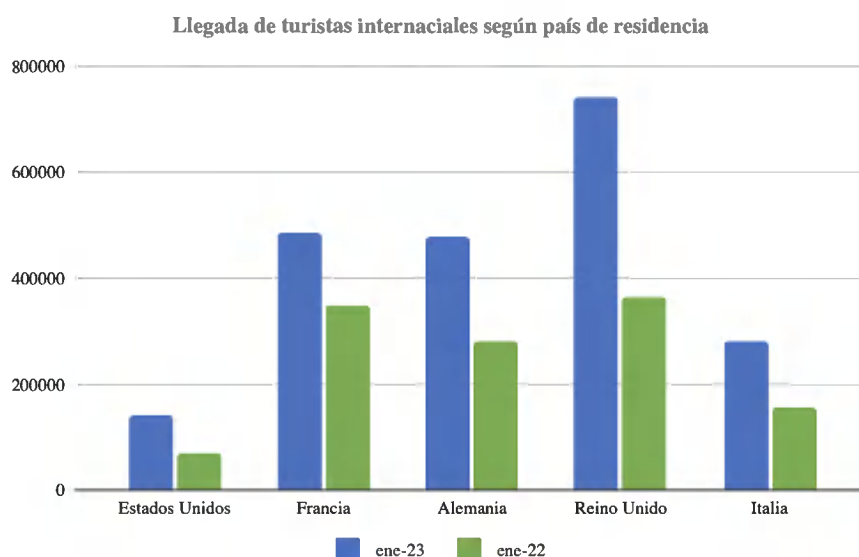


Tabla 2.6. Llegada de turistas internacionales según su país de residencia

Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE

Drawing a comparison by means of a graph at the national level of the main issuing countries visiting Spain, it can be seen that the beginning of this new year has witnessed a large influx of international tourists compared to January 2022.

According to INE data (2023), the United Kingdom is the main country of residence, which shows an increase of 103.6% compared to January 2022, which is statistically very significant. When professionals in the sector analyze the main country of origin of international tourism in Spain, they highlight the importance of the UK as the main tourist source in communities such as Andalusia, the Canary Islands and the Valencian Community. As for France, an increase of 39.6% can be observed compared to January 2022, a large number of French tourists being concentrated in Catalonia, with the Costa Brava as the most influential destination. With respect to Germany, a large growth in the number of tourists can be seen, specifically a 69.6% increase over the previous year, with the Balearic Islands being its main attraction. Finally, it is worth noting the annual growth of tourists from Italy (78.6%), the vast majority of Italian tourists choosing Catalonia as the main destination when visiting Spain: the ease of connection between Barcelona and Italian cities makes landing in Catalonia relatively easy and the most sought after.

Nowadays, knowledge and mastery of English in the tourism sector is a mandatory requirement for any job in the industry. Both in the Tourism Degrees of the different universities in Spain and in the Professional Training related to this sector, there are subjects focused on English for Tourism and numerous books used by professionals in the tourism industry such as the one called "English for International Tourism" (Pearson, 2013), which addresses dealing with spontaneous situations that

develop in different tourist areas, as well as facing the most difficult problems with respect to international passengers and tourists. It consists of three blocks ranging from beginner to advanced level. One of the objectives of these books is to improve communication skills in English, use customer service techniques for the future, learn specific vocabulary that are common in the tourism industry, as well as becoming aware of the customs and cultural background of English-speaking tourists worldwide.

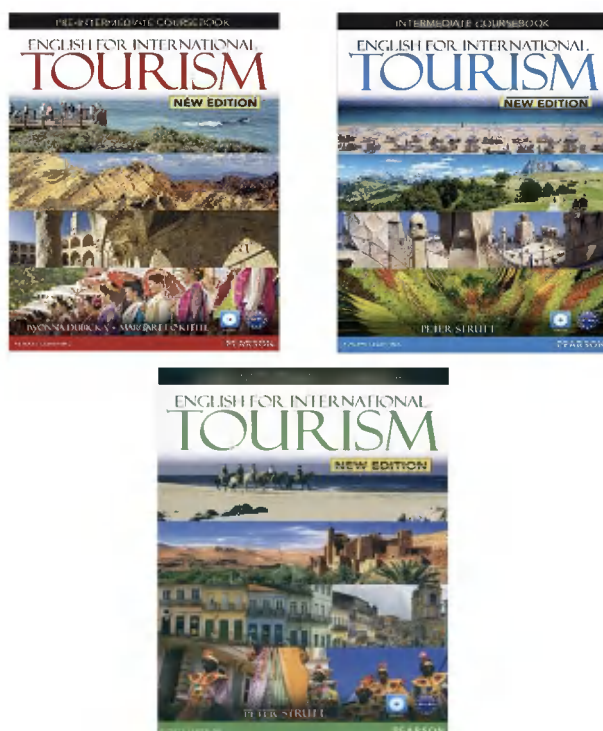


Figura 2.7: Trilogía English for International Tourism (Pearson, 2013)

Fuente: Pearson Education Limited

If we analyze the different job portals both to look for work in Spain and outside the country, in all the jobs related to the tourism sector they ask for a command of English, and it can also be an added bonus to speak a second language, but the English language stands as an indispensable requirement. There are many British centres (Cambridge University Press, British Council, Aptis) to test the different levels of the English language and to test listening skills, written comprehension, spoken interaction, etc., from A1 basic level to C2 proficiency level. In turn, one of the most studied branches with its own array of official examinations to test your knowledge is Business English, and fortunately, more and more publishers are making an economic investment in methods of English for tourism.

According to Varela Mendez (2007), there are different types of English found in the tourism industry. On the one hand, the sub-language used by tourism professionals is technical and is designed to convey accurate and effective information. There are many terms used in the sub-language, such as Rack Rate (known as the standard rate for a hotel room), Yield Management (known as a pricing strategy carried out by large hotels) and finally, the Half-Board (tour package that includes breakfast and dinner in the price of the room). General English/ EGP focuses on learning language skills useful for everyday life (shopping, talking to family or friends, presentations), and is thus essential for anyone interested in learning English for use in everyday situations. Finally, Business English is a type of English that focuses on language skills to be developed in a business environment and focuses mainly on commercial and financial issues.

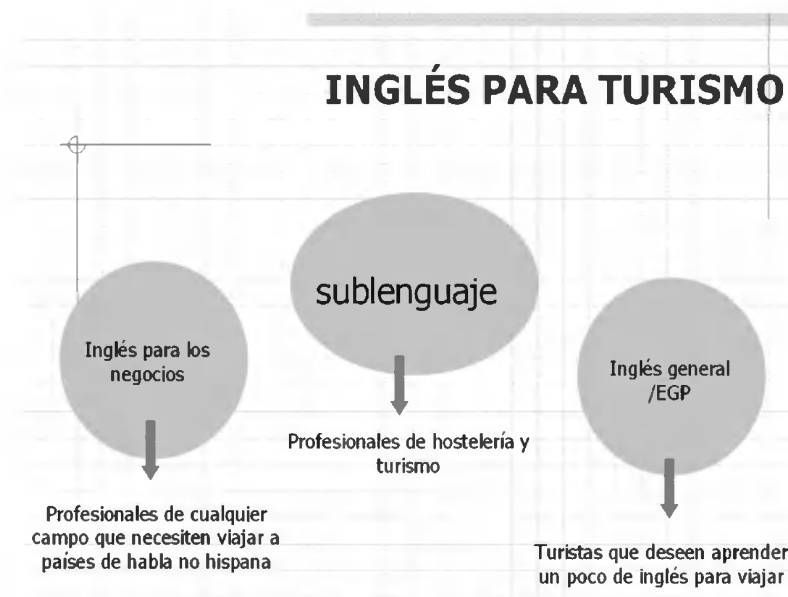


Figura 2.8: Diferentes tipos de inglés para el turismo

Fuente: Varela Méndez (2007)

2.4. TIPOS DE TURISTAS GASTRONÓMICOS

Cada persona posee gustos, hábitos y preferencias culinarias distintas, además de tener motivaciones diferentes en sus viajes. Existen muchos perfiles de turistas interesados por la gastronomía, lo que refleja la diversidad de necesidades que puede caracterizar a los viajeros en cuanto a su experiencia culinaria.

El rico y variado patrimonio gastronómico de España constituye un importante criterio para poder definir los diferentes tipos de turistas gastronómicos que visitan un destino, ya que cada turista motivado por la gastronomía de un lugar suele exhibir preferencias, hábitos y comportamientos alimenticios diferenciados.

Turista Gourmet

Son personas con experiencia en el mundo de la gastronomía y los vinos, y tienen un paladar refinado y exigente. En su mayoría, se encuentran en el rango de edad de 36 a 45 años. En cuanto a la tipología de establecimientos turísticos en los que se alojan, suelen hospedarse en establecimientos hoteleros de categoría superior. En cuanto a la restauración, suelen ir a restaurantes de vanguardia, es decir, restaurantes modernos y creativos que la mayoría de turistas no se atreve a probar. Antes de elegir el destino de su viaje, suelen valorar el prestigio y la calidad de los establecimientos de ese destino, así como la influencia de los chefs. Cuando los turistas Gourmet visitan Sevilla pueden disfrutar del conocido “Gourmet Experience de Sevilla” ubicado en la Plaza del Duque, un espacio gastronómico que tiene una gran oferta de restaurantes y cocineros reconocidos que cumplen con los requisitos del turista Gourmet. En el Gastrobar Gourmet de ECI se puede encontrar una oferta culinaria excepcional para los turistas que buscan una experiencia gastronómica de alta calidad. Este restaurante cuenta con su propia bodega, que ofrece vinos nacionales e internacionales de primera calidad. Destacan en especial el jamón ibérico de alta calidad, el caviar y los quesos más destacados procedentes de diferentes partes del mundo, que se pueden disfrutar como tapas mientras se degusta un vino de su propia bodega.

Turista Wine-Lover

Este grupo de personas suele hacer turismo familiar y prefiere alojamientos temáticos y rurales. Les gusta participar en catas de vino, asistir a eventos gastronómicos y degustaciones, y rendir visita a gastrobares. En Sevilla como destino turístico para este tipo de turistas gastronómicos, destaca la segunda bodega más conocida de España, la famosa Bodega de Góngora, localizada en la comarca del Aljarafe. Posee una variada gama de vinos blancos, aromatizados y envejecidos. Se pueden realizar visitas guiadas y asistir a eventos gastronómicos en sus propias instalaciones.

Turista Cosmopolita

Para este tipo de turista, la gastronomía es un elemento único en la cultura y tradición de un lugar y, por lo tanto, es indispensable dentro de su experiencia turística. Este grupo de turistas suele visitar mercados y asistir a eventos gastronómicos en su destino. En cuanto a su perfil demográfico, suelen ser turistas de 36 a 45 años mayoritariamente. El perfil del turista Cosmopolita se asemeja al de aquellos viajeros que disfrutan de la riqueza cultural y a quienes les gusta explorar la gastronomía auténtica de cada lugar que visitan. Sevilla es una ciudad que atrae mucho a este perfil de turistas, especialmente el Barrio del Arenal, reconocido por ofrecer una amplia variedad de opciones gastronómicas. Después de deambular por este barrio, por el que

pasan frecuentemente infinidad de turistas, el turista Cosmopolita suele recalar en el Mercado del Arenal, construido sobre la vieja cárcel del Pópulo. De este modo, además de familiarizarse de primera mano con la interesante historia del barrio, el turista cosmopolita se sumerge en uno de los mercados más tradicionales e idiosincrásicos de Sevilla, que siempre estuvo ligado al puerto de la ciudad y jugó un papel muy importante en el comercio con las Indias, como ya se explicó con anterioridad. Los productos y platos más destacados de este mercado son el pescaíto frito, la carrillada y el jamón ibérico de alta calidad.

Turista Foodie

Se trata de personas aficionadas a la gastronomía en todos sus sentidos. Tienen un gran interés por acercarse al origen de los productos del destino, siendo turistas de 36 a 45 años mayoritariamente. Están al día de las últimas tendencias y suelen realizar escapadas para asistir a eventos o participar en tours gastronómicos. El turista Foodie suele utilizar las redes sociales en mayor medida, y además compra vinos y productos como recuerdos de su viaje. Existen muchos planes y lugares idóneos para turistas Foodies en Sevilla, entre los cuales destaca El Rinconcillo, el famoso restaurante de platos tradicionales en la calle Gerona, el bar más antiguo de Sevilla, en el que la mayoría de los días se forman largas colas de turistas deseosos de probar sus platos y tapas, que aún preservan el auténtico sabor de la ciudad de antaño. Se puede contemplar un tour virtual por su página web antes de visitarlo. Son miles los turistas que suben a sus redes sociales la degustación de platos y tapas de este local, lo que puede resultar una valiosa estrategia de márketing, al sentirse atraídos muchos otros a visitarlo por el simple hecho de ver una imagen atractiva del establecimiento culinario.

Turista Responsable

El turista Responsable o Ecoturista es un tipo de viajero que busca conocer y explorar el entorno natural de los destinos turísticos que visita, mostrando un gran interés por la sostenibilidad y el respeto al medioambiente. Además, su experiencia gastronómica se complementa con visitas a museos y excursiones por la naturaleza, ya que suelen practicar el turismo rural. Este tipo de turista suele tener edades entre los 46-55 años. En Sevilla, los Ecoturistas pueden contemplar la evolución de la gastronomía en el Museo de Artes y Costumbres Populares de Sevilla, ya que recoge y muestra los pasados hábitos de Andalucía. Desde mi propia experiencia al visitar el museo, pude comprobar cómo los objetos antiguos exhibidos allí han vuelto a estar de moda bajo el concepto vintage. Entre ellos, destacan los platos de cerámica que solían colgarse en las paredes, existiendo hoy en día muchos talleres de cerámica en los que se produce este tipo de artesanía con un toque más moderno. En la actualidad, muchos blogueros gastronómicos están recuperando estos objetos gracias a esta corriente vintage, y en el museo se pueden observar

distintos ejemplares de los mismos. (AEM Asociación Española de Museólogos. Museo de Artes y Costumbres Populares de Sevilla. (30 julio 2009) <https://www.youtube.com/watch?v=zdSZiSq6adM>)

2.5 EVOLUCIÓN DEL GASTO MEDIO DIARIO DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES EN SEVILLA

A continuación analizaremos la evolución del gasto promedio diario realizado por los turistas internacionales en los últimos cinco años en Sevilla a nivel provincial, mediante el empleo de una gráfica comparativa. Aunque no se ha observado una diferencia significativa desde el punto de vista estadístico, la media del gasto diario de los turistas extranjeros no ha disminuido significativamente en la mayoría de los trimestres, lo que indica una estabilidad en el gasto promedio diario de los turistas durante ese período.

Según los datos del ECTA (2022), cabe resaltar que el segundo trimestre de 2020 registró el menor gasto por parte de los turistas extranjeros en la provincia de Sevilla, lo cual se explica por la situación de la pandemia COVID-19 en ese momento y la reducción significativa de los viajes turísticos. Los trimestres en los que la provincia de Sevilla ha registrado un mayor gasto por parte de los turistas extranjeros se sitúan en los años previos a la pandemia, superando una media diaria de 75€.

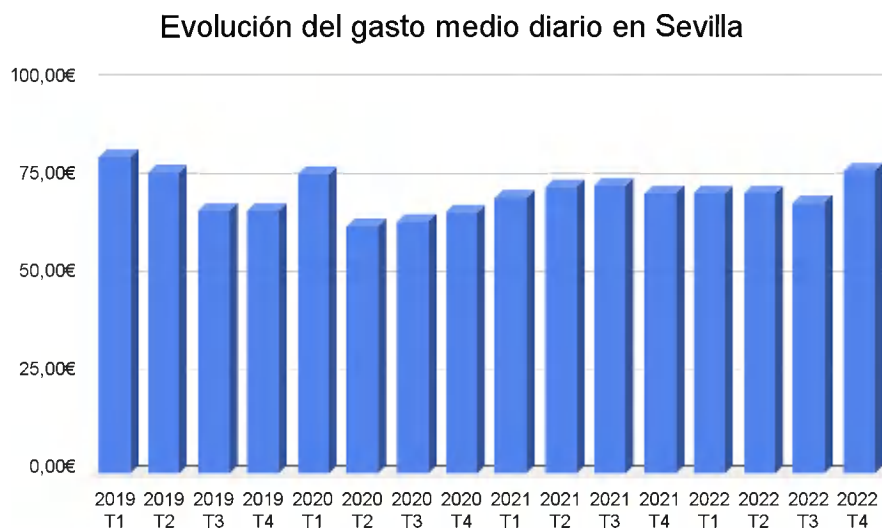


Figura 2.9: Evolución del gasto medio diario (euros) en Sevilla

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados de la (ECTA)

CAPÍTULO 3. EVOLUCIÓN DE LA OFERTA GASTRONÓMICA EN SEVILLA

3.1 ANÁLISIS DE LA OPINIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE LA OFERTA GASTRONÓMICA DE SEVILLA

El objetivo de este análisis ha sido el de tratar de conocer e investigar la calidad y variedad de los alimentos y bebidas disponibles en los establecimientos gastronómicos de la ciudad, así como la satisfacción de los turistas con respecto a la experiencia culinaria en Sevilla. También se considerarán el servicio y el precio de los productos ofrecidos. El análisis se ha llevado a cabo a través de una encuesta a un total de 60 turistas que hayan visitado alguna vez Sevilla y hayan tenido la oportunidad de probar la comida y bebida locales. Además, se incluyeron varias preguntas específicas para aquellos turistas de habla inglesa.

En primer lugar, se puede observar que el 69,1% de los turistas que han visitado Sevilla son de nacionalidad española, mientras que el 30,9% son estadounidenses. Esta diversidad de nacionalidades permite obtener una amplia gama de perspectivas y experiencia de los turistas en la ciudad hispalense.

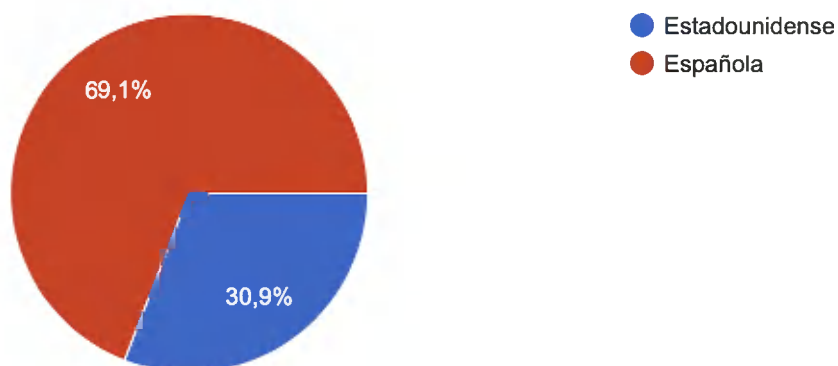


Tabla 3.1: Origen de la nacionalidad de los encuestados.

Fuente: elaboración propia a partir de encuesta realizada.

Por otra parte, con respecto a la motivación principal que han tenido a la hora de visitar Sevilla, la mayoría de los turistas han sido atraídos por el deseo de conocer y disfrutar la riqueza gastronómica (48,5%), lo que indica que la oferta gastronómica de la ciudad es de calidad y con una reputación favorable a nivel nacional e internacional. Esto apunta claramente a que contar con programas de fomento y desarrollo de la oferta culinaria es de suma importancia para el futuro de

Sevilla como pujante destino turístico. Según los datos de la encuesta realizada, el 30,9% de los encuestados afirmaron que su principal motivo para visitar Sevilla es el enriquecimiento cultural que ofrece la ciudad y el 20,6% de los turistas han visitado la ciudad con el fin de conocer más lugares, siendo Sevilla uno de ellos. Estos datos aportan valor a la hora de diseñar estrategias para ampliar la demanda internacional y nacional en una de las ciudades más populares y conocidas del arco mediterráneo.

En tercer lugar, se les preguntó a los turistas si habían experimentado dificultades para encontrar restaurantes que se adaptaran a sus necesidades dietéticas durante su estancia. La mayoría de los turistas no han tenido problemas para satisfacer sus necesidades dietéticas, por lo que la oferta de restaurantes y bares en la ciudad parece ser variada y diversa, estando estos, por lo general, sensibilizados con las necesidades de los turistas y dispuestos a ofrecer opciones para adaptarse a las mismas. Sin embargo, el 34,3% de los encuestados sí han tenido problemas dietéticos, por ejemplo las personas con disfagia presentan dificultades a la hora de comer en un restaurante, ya que no pueden comer alimentos sólidos, secos o que desprenden líquido al masticarlos, o en muchas ocasiones la carta de los restaurantes no está adaptada para personas celíacas.

En cuanto al plato que más les impresionó, se puede destacar una gran variedad de platos sevillanos. Entre ellos destacan con gran diferencia las croquetas, que numerosos hosteleros han caído en la tentación de incluir en sus cartas, siendo las más famosas las de Casa Ricardo, ubicada en la calle Hernán Cortés, y las de Entre dos Hermandades, localizada en la Calle Recaredo. El segundo plato más destacado son las tapas de tortilla; aquí, uno de los restaurantes más destacados es el Uno de Delicias, localizado justo frente a la Torre del Oro, tanto es así que recibió un premio por su tortilla de patatas. La tercera preferencia mostrada por los turistas ha sido el jamón, conocido como sinónimo de prestigio, degustado solo o acompañando a numerosas recetas. El adobo es también requerido por muchos turistas extranjeros, ya que el aroma es tan distintivo que muchos visitantes internacionales no pueden evitar notarlo mientras caminan por la calle Tetuán. Por último, el flamenquín es el plato que nunca falla: aunque tiene sus raíces en Córdoba, la versión servida en esta ciudad no tiene nada que envidiarle a la original, muy demandada en el Caminante Andaluz, establecimiento sito en la Calle José Díaz.

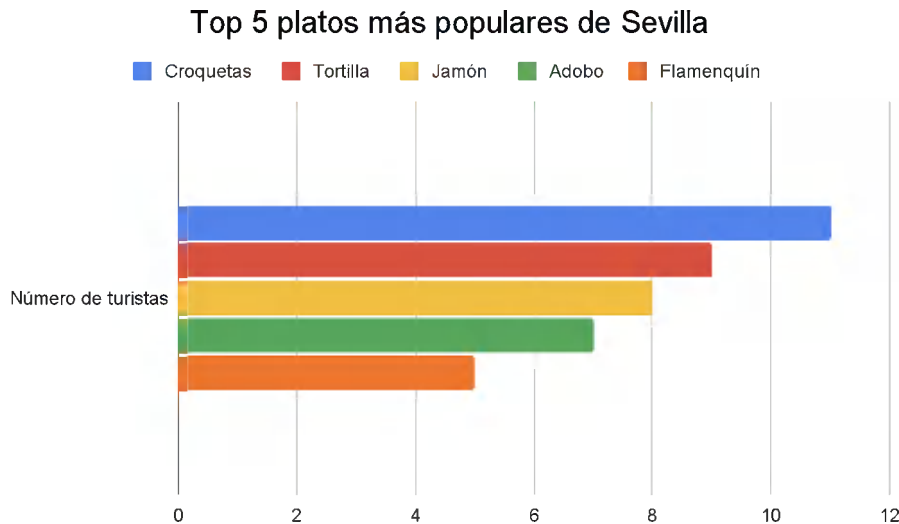


Tabla 3.2: Platos más reconocidos por los encuestados

Fuente: elaboración propia a partir de encuesta realizada

En cuanto a los precios de los restaurantes en Sevilla, el estudio estadístico realizado revela que la mayoría de los encuestados (85,3%) considera que los precios de la oferta gastronómica de los bares y restaurantes en Sevilla son razonables; esto explica que la mayoría de turistas pida más de una tapa o plato hasta quedar satisfechos, es decir, prefieren comer diversas tapas a bajo coste con el fin de probar variedad. Sin embargo, un 14,7% de los turistas considera que hay restaurantes en los que los precios no son asequibles; esto puede ser una consecuencia directa de la masificación turística originada en zonas muy atractivas para los viajeros, en las que los hosteleros aprovechan para subir los precios, siempre dependiendo de su localización.

Por otra parte, los restaurantes con estrellas Michelin otorgan una experiencia excepcional al destino del turista, además de ser una inspiración para otros chefs de la restauración. De acuerdo con la encuesta realizada, la mayoría de turistas que ha visitado Sevilla no ha visitado un restaurante Michelin. Sin embargo, aquellos turistas que sí han estado en alguno lo han hecho en dos muy populares en el destino, Abancal y Cañabota. Los turistas describen esto como una experiencia única y exquisita que sin duda invita a volver a repetir.

Las tradiciones gastronómicas que más han llamado la atención de los turistas han sido las tapas para compartir entre amigos o familiares; estas se han convertido en un atractivo turístico popular, además de brindar al visitante la oportunidad de socializar y sumergirse en la cultura y tradición de la ciudad. En Sevilla y su provincia existe una amplia cultura del tapeo, y en la mayoría de los bares las tapas desempeñan un papel protagonista. Por otra parte, un 16,2% de los turistas encuestados señala que la repostería de Sevilla les ha llamado la atención ya que es variada,

goza de mucha tradición dentro de la cultura gastronómica, ofrece productos frescos y de calidad, y destaca por su cuidadosa presentación y llamativa decoración. Una parte minoritaria de los preguntados, por otra parte, comenta que existe una diferencia en los horarios de comida, ya que por ejemplo los estadounidenses suelen almorzar y cenar más temprano, por lo que están acostumbrados a horarios alimenticios diferentes de los de los españoles.



Tabla 3.3: Tradiciones más destacadas para los turistas

Fuente: elaboración propia a partir de encuesta realizada.

La mayoría de los encuestados ha tenido interés en visitar no sólo la ciudad de Sevilla, sino los pueblos de su alrededor. Los pueblos del río Guadalquivir tienen una gran oferta gastronómica que merece la pena conocer. Los tomates, uno de los primeros productos que llegaron precisamente a través del río desde América, se han convertido en una parte esencial de la oferta gastronómica, destacando los tomates de Los Palacios, que han logrado establecerse como una marca colectiva reconocida. Otro producto que destaca son las frutas. Sevilla es probablemente la ciudad del mundo con más naranjos. Las naranjas que se cultivan son una estampa común en los patios de las casas antiguas de la ciudad, como es el caso del célebre Patio de Los Naranjos de la Catedral de Sevilla. La repostería tradicional, como los mostachones y otros dulces típicos de la región, tienen gran presencia por ejemplo en Utrera, un destino popular dentro de la provincia de Sevilla. Por último, los Bermejales podrían erigirse en el nuevo barrio gourmet para los turistas en la capital, ya que sus bares y restaurantes ofrecen sabores y gustos exquisitos para todo tipo de clientes, como pueden ser las muy apreciadas ensaladillas.

En cuanto a los restaurantes fast food y la gastronomía internacional, cuando visitan Sevilla, los turistas suelen optar por probar la comida de origen y muy pocas veces optan por ir a restaurantes chinos, asiáticos o de las numerosas franquicias fast food radicadas en la ciudad.

Cuando se les preguntó a los turistas de habla inglesa si habían tenido dificultad en leer los menús de los restaurantes, la mayoría (62,3%) ha respondido que la mayoría de las cartas estaban en

español y no entendían en qué consistían algunos platos. La descripción de cada plato en inglés es un factor esencial a la hora de atraer a turistas extranjeros, facilita la productividad, es decir, ahorra tiempo en el servicio, y sobre todo el turista se siente más atraído y más cómodo; estos turistas preferirán siempre un restaurante donde puedan comprender la oferta, tanto en los canales digitales como en sus mesas, a un restaurante donde no puedan.

En Sevilla cada vez cobran más fuerza los brunch: este término proviene de la fusión de las palabras inglesas breakfast (desayuno) y lunch (almuerzo), lo que da lugar al desayuno tardío, normalmente entre las 11 y 13 horas. Muchos sevillanos no han llegado a probar esta peculiar comida en los locales de la ciudad, ya que en este intervalo normalmente suelen tomar una tapa acompañada de cerveza. Los brunch más visitados por los turistas son La Mala Brunch, Billy Brunch y Feria 83. Aseguran que ha sido una experiencia exquisita y que su oferta es variada y siempre repleta de clientes. Aunque no todos los turistas han visitado un brunch, muchos aseguran que se ha convertido en una tendencia en la ciudad y que estarían dispuestos a probar uno cuando tuvieran la oportunidad.



Imagen 3.4: Desayuno de La Mala Brunch

Fuente: imagen cedida por La Mala Brunch

Analizando las opiniones recopiladas en la encuesta, podemos observar que el 70.1% de los turistas está dispuesto a mejorar su experiencia del viaje explorando la cocina sevillana a través de clases de cocina, como en el Mercado de Triana, uno de los mercados más representativos de la ciudad. Podrán descubrir así los mejores productos locales, además de aprender a comprar productos de calidad, cocinar y comer como un ciudadano local. Toda esta experiencia será acompañada por la presencia de un chef profesional apasionado por la cocina. El resto de los encuestados (29,9%) prefiere tan sólo degustar la comida y no adentrarse en la elaboración de recetas y platos.

Los turistas de habla inglesa han manifestado en la encuesta que en muchos restaurantes de la ciudad han tenido dificultades a la hora de comunicarse en su lengua materna con el personal, ya que sólo hablaban español y no tenían conocimiento del idioma Inglés. Esto supone un problema a la hora de atraer a turistas extranjeros a un restaurante, ya que van a preferir un lugar donde puedan comunicarse fluidamente a uno donde no. Otra alternativa sería que el local ofreciera cursos de formación a sus empleados para mejorar en este y otros aspectos.

Por último, aunque todos los encuestados han manifestado tanto sus descontentos como aquello que más les ha atraído de Sevilla, sin duda todos afirman que volverían a visitarla porque es una de las ciudades con mayor patrimonio cultural e historia, por su gente, por su clima mediterráneo único y porque, como bien explicaban algunos turistas en la encuesta, la cocina sevillana, a diferencia de las otras cocinas españolas, es una cocina tradicional, variada y mediterránea, muy atractiva en virtud de la gran variedad de platos típicos que la caracteriza.

3.2 EL MOVIMIENTO SLOW FOOD

El movimiento slow food tiene sus orígenes en Italia a principios de los años 80, donde nace con la idea fundamental de promover un tipo de alimentación más saludable y, a la vez, más respetuosa con el medioambiente; es por esta razón por la que va de la mano con el perfil del turista Responsable que se ha descrito en los puntos anteriores. En Sevilla, este movimiento ha adquirido una gran relevancia en los últimos años, en gran parte por la conciencia social sobre la importancia de una adecuada alimentación, así como de promover la lentitud en la alimentación, precisamente lo que se conoce como slow food. Esto da lugar al interés activo por los ingredientes naturales y locales de la zona, y por disfrutar tanto del sabor para valorar la calidad intrínseca de la comida, como de la experiencia gastronómica en su totalidad.

Por su parte, productores, comerciantes y gastrónomos de la Comunidad de Andalucía se han unido para representar al grupo local "Slow Food SevilaySur", cuyo objetivo principal es abogar por una alimentación sana y sin prisas en la zona de Sevilla y sus alrededores, y sobre todo fomentar una educación alimentaria saludable, muy perjudicada por las prisas del día a día, con muchos adolescentes y jóvenes que normalmente ingieren comida fast food más de tres veces por semana.

La mayor parte de los clientes que demandan los restaurantes Slow Food en Sevilla son extranjeros, interesados por consumir productos locales y vegetarianos entre otros, aunque también consumen carne. En este punto, cobra aquí sentido lo que muchos restauradores sevillanos afirman: "Somos lo que comemos".

El movimiento slow food no es propiamente una organización certificadora. Sin embargo, muchos productores cuentan con esta certificación no oficial, ya que sirve para dar validez a los productos

locales tradicionales y contribuye a fomentar el respeto por el medioambiente. Es un hecho constatado ya que muchos de los productores y procesadores de alimentos optan por obtener certificaciones ecológicas o de agricultura sostenible.

En Sevilla existen muchos restaurantes que pertenecen a la antes referida asociación de slow food. Estos se caracterizan por una gran proximidad con el cliente, que no sólo disfruta de productos de primera calidad, sino también de aquellos que los propios productores se encargan de llevar directamente desde el huerto hasta la mesa, los denominados “productos kilómetro cero”, que se venden en zonas cercanas a donde han sido cultivados. Uno de esos restaurantes que tiene por nombre “Restaurante Organic’s” se especializa en comidas veganas y 100% orgánicas, ofreciendo su servicio de restauración de manera continuada desde el desayuno hasta la cena. El restaurante “conTenedor”, por su parte, lleva más de una década abierto y fue uno de los primeros locales en Sevilla en la implementación del slow food; su localización es también estratégica al estar a escasos metros de la puerta de la Macarena, una zona muy transitada por los turistas extranjeros. Sin embargo, todos estos restauradores ponen de manifiesto que, aunque en Sevilla va en aumento la tendencia a querer disfrutar consciente y plenamente del sabor de la comida, es el suyo un crecimiento escaso si se lo compara con el experimentado en Barcelona u otros grandes núcleos urbanos europeos. (Canal Andalucía Cocina. Slow Food, otra forma de vivir la comida, Sevilla. (2016, 9 de septiembre). <https://www.youtube.com/watch?v=OKANqICDWks>)

3.3. PROMOCIÓN DE LA CIUDAD COMO DESTINO GASTRONÓMICO

La ciudad de Sevilla es conocida internacionalmente por su historia y su cultura, pero también por su rica y deliciosa gastronomía. El Ayuntamiento de Sevilla está llevando a cabo campañas de promoción de la ciudad como destino gastronómico a través de la creación de cuatro rutas gastronómicas que incluyen más de 50 establecimientos locales. Esta iniciativa tiene como doble objetivo promocionar el turismo nacional y apoyar la hostelería local, que se vio especialmente afectada por la pandemia del Covid desde principios de 2019.

La promoción de Sevilla como destino gastronómico se lleva a efecto mediante la plataforma Saborea España, que reúne a 20 destinos gastronómicos de todo el país. Esta acción forma parte del denominado “plan8”, un plan de desarrollo del turismo gastronómico concebido para impulsar el turismo y aumentar el desarrollo económico de la ciudad. El lema para la promoción de Sevilla como destino gastronómico es “Sevilla, contigo sabe mejor”.

Básicamente, se han creado cuatro rutas gastronómicas para promocionar la ciudad. Cada ruta tiene un enfoque diferente y ofrece una experiencia culinaria única. “Tradición y Vanguardia” es una ruta en la que se degustan platos típicos de la cocina sevillana; algunos de los

establecimientos que forman parte de la misma son el Mercado de la Encarnación, la Oleoteca, ConTenedor, o Inés Rosales, entre otros. “Gastronomía Clásica”, por su parte, se centra en la cocina tradicional, incluyendo establecimientos con mucha historia culinaria a sus espaldas como, por ejemplo, Casa Mateo o Confitería La Campana. “Sevilla según sus Chefs” es una ruta que permite disfrutar de las propuestas de los chefs más destacados; todos los establecimientos que integran esta ruta son reconocidos con una estrella Michelin o como Big Gourmand, entre ellos Sobretabla, Cañabotas o Abantal. Por último, la ruta “Productos de Cercanía” se centra en proponer un recorrido por los establecimientos de la ciudad que mejor cuidan la selección, calidad e innovación de sus productos (Corte Inglés Gourmet Experience, Tradevo u Eslava, entre otros).

Por otra parte, Sevilla organiza igualmente diversos eventos a lo largo del año para promover su rica cultura culinaria. Algunos de los eventos gastronómicos más importantes son:

<p>Festival de las Naciones</p>	<p>Se celebra durante los meses de septiembre y octubre, teniendo lugar en el Prado de San Sebastián. En las primeras ediciones, el festival se centraba en la comida española exclusivamente, pero con el tiempo se ha ido internacionalizando. En este festival se pueden encontrar más de 50 puestos de comida internacional de países como México, Perú, Argentina, Italia, Japón, o India, entre otros. Este festival es destacado por su tendencia al <i>street food</i>, es decir, comida callejera que se puede disfrutar al aire libre, conociendo al tiempo otras culturas. Además, mientras que los clientes disfrutan degustando comidas típicas de cada país, pueden también contemplar conciertos y espectáculos de bailes. Este festival tiene vocación solidaria, ya que una parte de los beneficios obtenidos se destina a proyectos sociales y humanitarios de todo el mundo.</p>
<p>Feria de Abril</p>	<p>Este evento es una oportunidad para conocer la gastronomía sevillana cada año en el mes de abril en el recinto ferial del barrio de los Remedios. Este evento atrae a una gran cantidad de turistas internacionales. Los turistas extranjeros son mayoritariamente británicos y también se dan cita numerosos turistas españoles procedentes de cualquier ciudad o localidad a nivel nacional. La gastronomía es uno de los aspectos más destacados de la Feria de Abril, donde se sirven platos típicos de la cocina sevillana como el pescaíto frito, el jamón ibérico y tapas variadas en general. El evento realmente típico de la Feria de Sevilla es la “noche del pescaíto”, una cena para los socios de las casetas que se celebra el Lunes de Feria, en la que se sirve pescado fresco como plato principal, acompañado de otros platos típicos de Andalucía como el gazpacho, el salmorejo o los langostinos de Sanlúcar de Barrameda. La manzanilla de esta última localidad y el fino de Jerez son los caldos estrella de la Feria.</p>

<p>Ruta de la tapa y la cerveza</p>	<p>Este evento se celebra dos veces al año en primavera y otoño, con el objetivo de promover la gastronomía local y fomentar el consumo de cerveza en los bares y restaurantes de la ciudad. En esta ruta participan más de 150 establecimientos. El lema de esta gran ruta es “Saborear sin prisas”. La marca cervecera “Saborea Sin Prisa Sevilla” tiene como objetivo ayudar a impulsar la recuperación de los establecimientos hosteleros en Sevilla, al destacar la calidad de su oferta gastronómica y fomentar la visita de clientes de manera responsable. A través de esta iniciativa, se persigue que los establecimientos puedan continuar brindando experiencias únicas de ocio y recuperar su posición en el mercado después de la pandemia.</p>
--	---

Existen otras rutas por la provincia de Sevilla que promocionan los pueblos de alrededor, muchos de ellos ligados íntimamente con la gastronomía. En el análisis de la encuesta recopilada, la mayoría de los turistas estarían dispuestos a recorrer los pueblos de alrededor para tener así una experiencia gastronómica única.



Figura 3.5: Rutas que parten desde Sevilla para recorrer pueblos cercanos

Fuente: mapa proporcionado por la Oficina de Turismo de Sevilla.

CAPÍTULO 4. PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN SEVILLA

4.1. CRITERIOS DE LA RUTA

Para confeccionar la propuesta de una ruta gastronómica en Sevilla, se deben considerar diferentes criterios o parámetros que nos ayuden a seleccionar los establecimientos que formarán parte de la ruta:

Sostenibilidad

Los establecimientos integrantes de la ruta utilizan recursos sostenibles en la elaboración de sus platos, siguiendo la tendencia del slow food. Esto significa que la mayoría de los alimentos son producidos de manera sostenible, especialmente alimentos de temporada y frescos especialmente. Esta ruta gastronómica puede representar una oportunidad para concienciar a los turistas de la importancia de la sostenibilidad en la industria gastronómica y para promover prácticas responsables durante su visita a la ciudad.

Accesibilidad

Los establecimientos seleccionados están pensados para que sea una ruta accesible, con acceso a medios de transporte cercanos y fácil de recorrer, para de este modo reducir el tiempo de desplazamiento entre los principales puntos de la misma. Además de la ubicación, se pueden considerar otros aspectos relevantes como el ambiente de los locales. En general, se han

seleccionado establecimientos en el centro histórico de Sevilla y núcleos de alrededor para facilitar el recorrido.

Diversidad de establecimientos

Este es un criterio esencial, ya que la ruta incluirá diferentes tipos de establecimientos gastronómicos, del tipo de bares, pastelerías, cafeterías y restaurantes exquisitos. Los platos serán únicos y novedosos, de manera que diferencien la ruta de otras gastronómicas más convencionales ya existentes.

Opiniones y recomendaciones

Las opiniones y recomendaciones de clientes anteriores pueden ser un factor importante a considerar al seleccionar los establecimientos para la ruta gastronómica. Podemos consultar estas opiniones con la ayuda de internet. Por otra parte, es importante promocionar adecuadamente esta novedosa ruta a través de diferentes canales como redes sociales, guías turísticas y otros medios de comunicación.

Temática Novedosa

Esta ruta gastronómica se centrará en una temática en concreto. Se tratará de una yincana gastronómica denominada "Saborea Sevilla". Se seleccionarán los establecimientos gastronómicos que participarán en el recorrido, se crearán acertijos que los turistas tendrán que resolver para encontrar el siguiente lugar de la ruta gastronómica, dichos acertijos estarán relacionados con calles, establecimientos y productos muy tradicionales de la gastronomía de la ciudad. La forma de resolver los acertijos será mediante una aplicación móvil y los turistas podrán ir en familia junto con los más pequeños, para asegurar así una experiencia entretenida, única y exquisita, en la que cada vez tendrán más ganas de degustar el siguiente plato. No habrá un tiempo límite para resolver los acertijos, puesto que uno de los objetivos de la ruta es brindar la oportunidad a los participantes de saborear los platos únicos de la región.

Relación Calidad-Precio

Se proveerá a los turistas de unos boletos en los que se especificará que están participando en la yincana gastronómica "Saborea Sevilla". El precio de este recorrido será de 45€ por persona y de 20€ para los menores de 12 años. Al finalizar el recorrido se entregará a los turistas un ranking en

el que tendrán que seleccionar el establecimiento turístico gastronómico que más le ha gustado. A aquel restaurante que sea mejor valorado se le hará una promoción especial y parte de los beneficios obtenidos irán a dicho establecimiento.

La ruta se desarrollará gracias a disponer de apartados como:

- Existencia de un punto de información de la ruta localizado en un lugar estratégico.
- Disponer de la aplicación móvil “Saborea Sevilla” de manera completamente gratuita.
- Entrega de un mapa de la ciudad a cada participante.

4.2 RESTAURANTES INTEGRADOS EN LA RUTA

Los establecimientos gastronómicos elegidos para formar parte de esta gran experiencia culinaria serán aquellos que ofrecen platos únicos tradicionales de la ciudad, con una oferta variada, en los que la atención al cliente sea la adecuada y, sobre todo, cuyo personal posea conocimientos de idiomas para que los turistas de habla inglesa no tengan dificultades. El trayecto hacia la ruta se realizará tanto a pie como en transporte público si así lo prefiere el turista, ya que todos los establecimientos elegidos disponen a pocos minutos de paradas de transporte público. Los establecimientos definitivamente seleccionados habrán sido previamente informados de la existencia y detalles de la ruta, y deberán comprometerse a asegurar su participación en ella para ofrecer al turista la mejor experiencia gastronómica posible.

Esta Yincana gastronómica es recomendable realizarla durante todo el año menos en los meses estivales de julio y agosto, ya que en Sevilla hace un calor intenso y no se disfrutará tanto de la experiencia sin un clima agradable como en primavera u otoño.

Gracias a la encuesta reseñada anteriormente, en la que participaron un total de 60 informantes, incluyendo tanto turistas españoles como extranjeros, pudimos constatar que uno de los motivos por los que visitaban Sevilla era para conocer la riqueza cultural y patrimonial aparte de su gastronomía, y qué mejor manera de explorar la ciudad que mediante la yincana gastronómica “Saborea Sevilla”, un recorrido que les dará la oportunidad tanto de conocer y apreciar de primera mano monumentos históricos y lugares únicos, como de degustar los platos más fabulosos de la ciudad.



Figura 4.1: Yincana Gastronómica señalada en el mapa por barrios de Sevilla

Fuente: Elaboración propia a partir de mapa proporcionado por el Ayuntamiento Sevilla.

Iniciamos la yincana gastronómica en la calle García de Vinuesa, en una de las tabernas más antiguas de la ciudad y un verdadero tesoro de la cultura gastronómica local, Casa Morales. Este establecimiento ofrece una amplia variedad de tapas entre las que destaca el salmorejo, el rabo de toro y el jamón ibérico, además de contar con una amplia selección de vinos. El acertijo que se les dará a los turistas será “En esta taberna de la calle García de Vinuesa encontrarás el sabor de Sevilla en cada bocado, acompañado de un buen vino de la tierra. ¿Sabes de qué lugar hablo?”. Además, cerca de esta taberna hay varias opciones de transporte público, como por ejemplo los autobuses urbanos de las líneas C3, C4 y 21, entre otras.

La segunda parada la realizaremos muy cerca de la Catedral y la Giralda de Sevilla, concretamente en la calle Mateos Gago, zona muy transitada por los turistas. Allí se encuentra el restaurante La Azotea, en cuya terraza los comensales pueden disfrutar de unas vistas espectaculares a la Catedral y la Giralda. Combina este lugar la cocina tradicional con la cocina innovadora. Algunas de sus especialidades son las croquetas caseras, ensalada de rúcula, queso de cabra, aguacate y miel y sobre todo el solomillo de cerdo ibérico. Es una parada imprescindible para explorar muy de cerca el corazón de la ciudad y disfrutar de su extensa variedad de platos. El acertijo que se les dará a los turistas será “Soy un lugar donde puedes disfrutar de una vista espectacular de la ciudad mientras pruebas las delicias gastronómicas de la región. Estamos ubicados en una calle que lleva el nombre de un artista famoso de la ciudad. ¿Dónde estamos?”.

La tercera parada imprescindible se encuentra en el barrio del Arenal, en un negocio de restauración muy conocido por su especialidad en montaditos de todo tipo, que suele atraer a bastantes sevillanos y extranjeros por lo que suele ser un enclave muy concurrido. Se trata del bar Bodeguita Romero. Su especialidad es el montadito de pringá, un bocadillo típico de la gastronomía sevillana. El acertijo que se les proporcionará a los turistas será: “En el corazón de Triana, me encuentro yo, con un nombre que recuerda a un famoso torero, ¿Quién soy?”. Existen varias líneas de autobuses que circulan por el barrio de Triana, aunque se recomienda a los turistas disfrutar de la experiencia a pie para conocer el ambiente tan cercano de Sevilla y explorar la ciudad.

En cuanto a la siguiente parada, se encuentra también en el centro histórico de la ciudad, muy cerca de la Catedral y del Alcázar. Este restaurante ofrece una amplia variedad de platos creativos, pero sobre todo combina la cocina tradicional andaluza con un toque internacional. También es una excelente opción para aquellos turistas que sean vegetarianos, ya que ofrece un amplio menú pensado para este tipo de comensales. Así se describe el restaurante El Pintón, entre cuyas especialidades destacan el atún rojo de almadraba, el tartar de solomillo de vaca vieja y sus arroces variados. El acertijo que se les dará a los turistas será “En este lugar, la cocina es una obra de arte, y los platos son una verdadera inspiración. Su nombre es un homenaje a un gran artista español, comienza con la letra "P" y tiene una ubicación muy conveniente cerca del centro histórico. ¿Puedes resolver este acertijo?”.

La penúltima parada se encuentra en la famosa calle Sierpes, muy cerca de la anterior parada. En ella se encuentra una de las confiterías más antiguas y exquisitas de la ciudad, conocida por ofrecer una amplia variedad de productos de repostería tradicional de calidad. De nombre La Campana, sus especialidades van desde las tortas de aceite, los pestiños y las yemas de Santa Teresa hasta todo tipo de chocolates y turrónes. El acertijo que se les facilitará a los turistas será: “Soy el lugar ideal para disfrutar de un dulce bocado después de recorrer el centro histórico. En mi interior, el aroma a canela y azúcar impregna el ambiente. Si buscas un lugar donde probar los dulces más típicos de la ciudad, solo tienes que seguir mi campana”.

La última parada tiene también lugar en el centro histórico de la ciudad, en un establecimiento que además de la producción de vino de alta calidad, se encarga de la promoción y conservación del patrimonio cultural de Sevilla. Se trata de Bodegas Tradición y entre sus especialidades se encuentran los vinos de Jerez, especialmente el Palo Cortado, considerado uno de los mejores del mundo. También ofrecen una visita guiada a la bodega, donde los visitantes pueden conocer más sobre el proceso de elaboración del vino y disfrutar de una cata de vinos. El acertijo que se les proporcionará a los turistas será: “Soy una bodega ubicada en el casco histórico de Sevilla,

famosa por mi colección de jerez y brandies. Me enorgullezco de ofrecer una experiencia única de cata de vinos. ¿Quién soy?.

4.3 PRINCIPALES TURISTAS DE INTERÉS

El mercado objetivo de la yincana gastronómica Saborea Sevilla puede ser muy amplio. Tanto para turistas que viajen en familia o con amigos puede resultar entretenida, aportando un enfoque diferente a la hora de explorar lugares muy atractivos de la ciudad; de igual modo, la yincana puede ser también ideal para parejas que deseen vivir una experiencia única y auténtica. La ruta está enfocada tanto para el turista español como para el turista extranjero de habla inglesa, ya que la aplicación de la ruta estará disponible tanto en idioma español como en inglés.

A diferencia de las demás rutas gastronómicas existentes en la región, el objetivo de esta nueva propuesta sería brindar con una visión diferente la oportunidad de conocer en más profundidad los establecimientos en los que se degustan los platos más exquisitos y tradicionales, así como de disfrutar de primera mano la riqueza cultural de Sevilla. Sobre todo, se trata de una forma novedosa de fomentar la promoción de la ciudad y de los establecimientos hosteleros y turísticos seleccionados.

No obstante, como propuesta innovadora piloto, enmarcada dentro de los límites de un trabajo académico de esta naturaleza, la yincana gastronómica aquí esbozada podría ser mejorada con el tiempo, ya que requeriría de un análisis más pormenorizado y de un proyecto de negocio más desarrollado para estudiar la viabilidad última de la empresa.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

Para comenzar, me gustaría dar a conocer los motivos por los que elegí el tema de la gastronomía y su relación con el turismo para el trabajo de fin de grado. Antes de realizar esta investigación, tuve la oportunidad de promocionar vinos en diferentes lugares de la ciudad en eventos gastronómicos; durante mi trayectoria en ese ámbito, me percaté de que la inmensa mayoría de los turistas se sentían muy atraídos por pequeños aperitivos o degustaciones en la ciudad, lo cual despertaba su interés y deseo por visitar Sevilla.

Durante la realización de este trabajo, mis conocimientos sobre la ciudad de Sevilla y los pueblos de su alrededor se han ampliado de manera considerable y diversa. He aprendido que la gastronomía de cualquier destino turístico, no sólo de Sevilla, es uno de los factores principales por los que se decide visitar un lugar. He tenido la oportunidad de conocer a turistas de otras culturas, que en un primer contacto me preguntaban por la gastronomía de la región y, sobre todo, turistas árabes interesados por los hoteles urbanos de la ciudad para degustar su menú Halal; a su vez, a través de los datos recopilados en la encuesta realizada a turistas españoles y británicos, he podido tomar conciencia de las principales dificultades que experimentan de manera singular los turistas británicos con relación al tema lingüístico y comunicativo.

Por otra parte, hemos señalado cómo Sevilla está inmersa en una gran cantidad de planes de desarrollo de nuevos proyectos que darán su fruto en los próximos años, lo que aumentará el PIB

de empleo regional y la hará posicionarse muy alto en el ranking de los destinos turísticos urbanos más visitados. En muchos de dichos planes, la rica y variada oferta gastronómica y de restauración de la capital y provincia desempeñará sin duda un papel fundamental.

Considero que he desarrollado esta investigación abordando tanto puntos innovadores como adentrándome en la historia de la Sevilla más tradicional. Por otra parte, mis conocimientos del idioma extranjero inglés han aumentado de manera significativa, tanto en lo concerniente a la comprensión lectora como a la expresión escrita, gracias a mi tutor durante mi carrera universitaria. En definitiva, estimo que este proyecto ha fortalecido mis competencias lingüísticas y académicas como herramienta fundamental para mi posterior desarrollo personal y académico.

CAPÍTULO 6. BIBLIOGRAFÍA

Cano, I. G. (2016, 24 noviembre). Slow Food en Sevilla: ¿Qué es y qué significa pertenecer a una asociación así? Sevilla. Recuperado de: https://sevilla.abc.es/gurme/sevilla/guias/sevi-slow-food-sevilla-201611240700_noticia.html

Cercanía Consultores. (2018, Enero). Sabores de la provincia de Sevilla. Recuperado de: https://www.turismosevilla.org/sites/default/files/2020-09/Sevilla_Guia_SaboresdeLaProvincia_2018.pdf

Consultants, N. L. (2022, 19 mayo). El nivel de inglés del sector turístico español debe mejorar. *Nativos.org*. Recuperado de: <https://www.nativos.org/nivel-de-ingles-del-sector-turistico-espanol/>

De Sevilla, D. (2022, 22 septiembre). La gastronomía de más de 50 países protagoniza el 28 Festival de las Naciones. Diario de Sevilla. Recuperado de: https://www.diariodesevilla.es/vivirenvillasevilla/gastronomia-paises-protagoniza-Festival-Naciones-2022_0_1722429706.html

Dinamiza Asesores. (2017, Noviembre). Estudio de la demanda de turismo gastronómico en España. Recuperado de: <http://dinamizaasesores.es/www/wp-content/uploads/2017/12/Informe-completo-II-Estudio-de-la-demanda-de-turismo-gastronomico-en-Espana.pdf>

Dev-Admin. (2023, 24 abril). El adobo y el ‘pescaíto’ frito - Visita Sevilla. Visita Sevilla. <https://visitasevilla.es/el-adobo-y-el-pescaito-frito/>

El Ayuntamiento y la Academia Sevillana de Gastronomía y Turismo acuerdan colaborar en la promoción de Sevilla como destino gastronómico y divulgar la cultura de la tapa. (s. f.). El Ayuntamiento y la Academia Sevillana de Gastronomía y Turismo acuerdan colaborar en la promoción de Sevilla como destino gastronómico y divulgar la cultura de la tapa. Ayuntamiento de Sevilla. Recuperado de: <https://www.sevilla.org/actualidad/noticias/el-ayuntamiento-y-la-academia-sevillana-de-gastronomia-y-turismo-acuerdan-colaborar-en-la-promocion-de-sevilla-como-destino-gastronomico-y-divulgar-la-cultura-de-la-tapa>

Tovmasyan, G. (2019). Exploring The Role Of Gastronomy In Tourism. Socioeconomic challenges, 3(3), 30-39. Recuperado de: [https://doi.org/10.21272/sec.3\(3\).30-39.2019](https://doi.org/10.21272/sec.3(3).30-39.2019)

Torres Bernier, E. (2003) y Ortiz Garcia (1999). Destinos con sal y pimienta LIBRO. Recuperado de: https://www.academia.edu/31385449/Destinos_con_sal_y_pimienta_LIVRO

Varela Mendez, R. (2003). "Hacia una caracterización del Inglés para fines específicos". Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/27594246_Hacia_una_caracterizacion_del_Ingles_para_Fines_Especificos_Turismo.

World Tourism Organization and Basque Culinary Center (2019), Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism, UNWTO, Madrid, DOI. Recuperado de: <https://doi.org/10.18111/9789284420957>

World Tourism Organization (2019), Gastronomy Tourism – The Case of Japan, UNWTO, Madrid, Recuperado de DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420919>.

