



MEMORIA

SORIA&TRUFA

JORNADAS GASTRONÓMICAS DE LA TRUFA
NEGRA DE SORIA **ENERO / MARZO 2016**

SORIA&TRUFA

Un maridaje perfecto

Los mejores restaurantes de Soria ofrecen
sus menús dedicados al “diamante negro”
durante los meses enero, febrero y marzo.

— www.soriaytrufa.com —



MEMORIA DE ACTUACIÓN

JORNADAS GASTRONÓMICAS DE LA TRUFA
NEGRA DE SORIA **ENERO / MARZO 2016**

SORIA & TRUFA

Un maridaje perfecto

Los mejores restaurantes de Soria ofrecen sus menús dedicados al “diamante negro” durante los meses enero, febrero y marzo.

www.soriaytrufa.com

Descripción de la actuación

Por segundo año consecutivo ASOHTUR lanza estas Jornadas Gastronómicas en torno a la trufa negra de Soria, en la que participan restauradores de prestigio nacional e internacional que conocen y saben trabajar este producto de primer nivel con el fin de dar a conocer todas las dimensiones gastronómicas de este especial producto valorado desde la antigüedad.

De ahí, ASOHTUR junto con los hosteleros ponen de nuevo en marcha el proyecto 'Soria&Trufa ... un maridaje perfecto', una iniciativa gastronómica para potenciar este recurso en el que participan los restaurantes más representativos de Soria con menús dedicados al 'diamante negro'.

Se trata de una apuesta por la calidad y la excelencia en los platos, con el objetivo final de atraer al turismo gastronómico que busca degustar la mejor trufa negra fresca.



Fechas de celebración

En este segundo año de andadura, los menús se degustan durante los meses de enero, febrero y marzo hasta la finalización de la campaña de trufa.

En esta ocasión la iniciativa da comienzo el fin de semana del 29 de enero, finalizando el 20 de marzo (plazo abierto a la decisión de cada participante).

Participantes

En esta segunda edición de 'Soria&Trufa', la participación se amplia sumando restaurantes de fuera de Soria, cuyos cocineros usan de manera habitual la **Trufa Negra de Soria** en sus platos y menús, actuando así como embajadores del llamado diamante negro soriano. Se consigue la participación de 5 establecimientos de Madrid, Bilbao y Zamora que junto a 20 de los mejores restaurantes de Soria se unen para dedicar sus menús a la trufa Negra de Soria -"diamante negro"- y para apoyar una apuesta de futuro.

Soria Bar Restaurante

Alcores

Soria Hotel

Alfonso VIII

Almazán - Soria Hotel Restaurante

Antonio

Soria Parador de Turismo

Antonio Machado

Soria Restaurante

Baluarte

Soria Bar Restaurante

Casa Garrido

Berlanga de Duero - Soria Restaurante

Casa Vallecás

Soria Bar Restaurante

El Ventorro

Soria Bar Restaurante

Fogón del Salvador

Soria Bar Restaurante

Iruña Plaza

Soria Cervecería Restaurante

La Candela

Soria Bar Restaurante

La Chistera

Navaleno - Soria Restaurante

La Lobita

San Felices - Soria Hotel Restaurante

Las Abadías

Los Villares de Soria Hotel Rural

Los Villares

Soria Bar Restaurante

Mesón Castellano

Soria Bar Restaurante

Santo Domingo II

El Burgo de Osma - Soria Hotel

Termal Burgo de Osma

Soria Restaurante

Trashumante

Almazán - Soria Hotel

Villa de Almazán

Embajadores de la Trufa Negra de Soria

Madrid Restaurante NH Collection Eurobuilding

Domo

Collado Villalba - Madrid Restaurante

Gallinero

Madrid Restaurante

La Tasquería

Castroverde de Campos - Zamora Restaurante

Lera

Bilbao Restaurante

Mina

Objetivos

• El objetivo general del proyecto es potenciar este recurso, destacado por sus excepcionales cualidades gastronómicas, dar a conocer la trufa negra, que se asocie a Soria con la mejor trufa que se produce en España, la *Tuber Melanosporum*, a través de la promoción en localidades potenciales, incentivando su consumo o degustación entre el público y lograr que ocupe un lugar privilegiado entre los reclamos turísticos de primer orden.

- ✿ Atraer el turismo de invierno, que es cuando más bajo está en la provincia, que la gente disfrute del frío y de la gastronomía sabiendo explotar este producto que funciona en especial en la alta cocina.
- ✿ Ofrecer calidad y excelencia a todo aquel que se acerque en busca del tan preciado “diamante negro”.
- ✿ Utilizar este recurso como elemento diferenciador local que mejore la competitividad de los territorios, reforzando así la conexión entre la provincia y la micología de calidad.
- ✿ Crear un mercado interno que fomente su cultivo como una alternativa rentable, ecológica, generadora de empleo y sostenible en las zonas rurales potenciales.
- ✿ Mantener sinergias entre los distintos sectores económicos existentes y el sector de la trufa para la realización de actividades conjuntas, marca de garantía, etc.

Plan de difusión

La campaña 'Soria&Trufa' engloba diversas acciones para dar a conocer estas jornadas gastronómicas dentro y fuera de Soria.

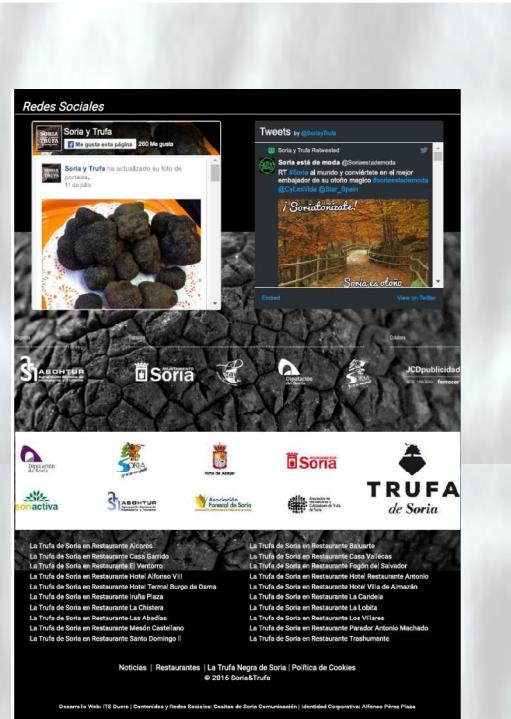
La difusión de la segunda edición de esta campaña que reúne a las nuevas incorporaciones de los embajadores de la trufa negra, cinco establecimientos potentes de fuera de Soria y a los mejores restaurantes de la provincia que han puesto todo su esfuerzo y saber hacer en resaltar uno de los productos culinarios máspreciados, pasa por mantener la ya creada **Web www.soriaytrufa.com**, que recoge toda la información sobre los menús dedicados a la Trufa Negra de Soria de cada uno de los establecimientos, su precio, así como otros datos de los restaurantes, su ubicación, contacto, una completa página que incluye además todas las curiosidades, noticias y actividades relacionadas con la trufa en la provincia.



Igualmente, no falta la presencia de Soria&Trufa en nuestras **redes sociales**, a través de facebook con el perfil

www.facebook.com/soriaytrufa y en Twitter [@SoriayTrufa](https://twitter.com/SoriayTrufa), así como en las de los establecimientos participantes y entidades implicadas en el proyecto:

Ayuntamiento de Soria, Diputación Provincial de Soria, Junta de Castilla y León [@cylesvida](https://twitter.com/cylesvida) [@CongresoSoria](https://twitter.com/CongresoSoria) [@tierradesabor](https://twitter.com/tierradesabor)



Campaña publicitaria

➤ Además de realizar una importante difusión en las redes sociales, se efectuó una **campaña de publicidad indirecta** con impactos en medios de comunicación locales y nacionales mediante el envío de notas de prensa con la información de la campaña, así como de las actividades realizadas en torno a la trufa (dossier de prensa adjunto) con el fin de darlas a conocer al público y animar su participación durante la duración del evento gastronómico.

Por otro lado, se convocó a los medios locales a la rueda de prensa de presentación de la campaña.

➤ En cuanto a la **publicidad directa** se utilizaron fundamentalmente los medios digitales locales y la imagen se vio proyectada en el mobiliario urbano, mupis, del centro de Soria y a través de la cartelería y folletos realizados cubriendo todos los puntos de información turística y principales alojamientos de la provincia, al igual que en los propios establecimientos participantes.



➤ **Fuera de la provincia** se coloca **cartelería** en el País Vasco (Bilbao, Hondarribia) y se realiza publicidad indirecta a través de impactos en medios nacionales y principalmente en Madrid y País Vasco, nuestros mercados objetivos prioritarios.



Desarrollo de la campaña

Durante los meses de febrero y marzo Soria fue el centro neurálgico de la Trufa Negra convirtiendo a la provincia en el destino del turismo de invierno.

La intensa actividad de reuniones mantenidas para tratar de organizar a todos los actores en torno a la promoción de la trufa de Soria (Truficultores, sector hostelero, administraciones, etc...) obtuvo su resultado, trabajar en conjunto a largo plazo en potenciar el turismo de Trufa y posicionar a Soria como destino de referencia y en gastronomía asociada a este recurso. De este modo, cada una de las entidades implicadas aportó su actuación.

Por parte de ASOHTUR la acción contempló la parte gastronómica que por segundo año llevó a cabo los **menús Soria&Trufa** junto con otras actividades:

- ✓ Taller práctico de cocina con trufa.

Taller impartido por Juan Carlos Benito a los participantes en los menús Soria&Trufa. El taller se centró en la correcta **manipulación y formas de conservación de la trufa negra de Soria**: técnicas para trufar determinados alimentos, como aceites, mantequillas o natas; las correctas combinaciones de la trufa negra con otros ingredientes como verduras, carnes o pescados y las mejores maneras de limpiar, laminar y presentar las trufas en el plato.



✓ Rueda de prensa presentación campaña Soria&Trufa.

El 28 de enero se presentó la campaña ante los medios de comunicación.

Acompañando a ASOHTUR, se contó con la presencia de la Concejal de Personal del Ayuntamiento de Soria, **Teresa Valdenebro**, con el Diputado del área de Turismo y Desarrollo Económico de Diputación Provincial de Soria, **Jesús Manuel Alonso** y los chefs **Oscar García Marina** del Restaurante Baluarte, **Carlos Aldea Jordana** del Parador de Turismo Antonio Machado y **José Antonio Antón Aguilera** del Restaurante La Chistera.

En la misma se informó de las acciones para dar a conocer la Trufa Negra de Soria, así como de la novedosa incorporación en la campaña de restauradores de fuera de nuestras fronteras como embajadores que homenajearán a la Trufa de Soria en sus cartas de invierno.



✓ Jornada Técnica para profesionales.

En colaboración con el Ayuntamiento de Abejar y la Diputación de Soria, se celebró un **encuentro entre profesionales** con la pretensión de continuar con el trabajo conectado de truficultores, instituciones, hosteleros, cocineros y empresas agroalimentarias de la provincia en defensa y promoción de un producto de enorme calidad culinaria, como es la Trufa Negra de Soria.

La Jornada contó con las **ponencias de dos** jóvenes cocineros de gran proyección: Javier Estévez (La Tasquería) y Toni Canales (El Gallinero), **embajadores de la Trufa Negra** de Soria desde sus restaurantes en Madrid, que aportaron su visión de este producto en la cocina actual.



El acto continuó con una **cata-degustación** de los productos con trufa elaborados por **Malvasía** y regados con el vino colaborador de los menús reunidos en Soria&Trufa, **Dominio de Atauta**.



Los asistentes a la jornada tuvieron la oportunidad de asistir en directo a la **caza de la preciada trufa con perro**, ofrecida por la empresa Encitruf, en una visita guiada a la finca municipal de Abejar.

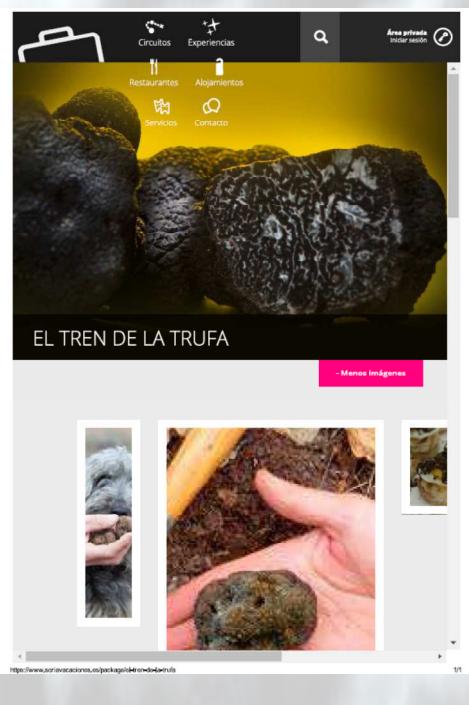
Para finalizar, **Óscar García Marina**, del Restaurante Baluarte, deleitó a los asistentes con un esmerado y elaborado trabajo en su **menú de trufa**.



✓ Otras actividades

En colaboración con las diferentes organizaciones e instituciones (Fundación Soriactiva, ASFOSO, Asociación de Truficultores de Soria, CESEFOR, Ayuntamiento de Soria, Diputación Provincial de Soria, Junta de Castilla y León y Ayuntamiento de Abejar), se desarrollaron acciones enmarcadas en el proyecto global de promoción de la trufa “Soria, La Tierra de la Trufa”, como la presencia en **Fitur**, **Madrid Fusión**, celebración del mercado de trufa fresca **Mercatrufas**, celebración de la **14ª Feria de la Trufa de Soria** en Abejar y el **XIV Concurso Gastronómico Nacional de la Trufa**.

En esta edición y gracias a la colaboración de las agencias de viaje receptivo Soria Vacaciones y Soria Incomming, la Diputación Provincial y Renfe puso en marcha el primer **Tren de la Trufa**, formando parte de una serie de paquetes turísticos en torno al ‘diamante negro’ de Soria.



Resultados

El balance de esta segunda edición de la campaña “Soria&Trufa” resultó satisfactorio de acuerdo al resultado obtenido de las encuestas realizadas por ASOHTUR a los establecimientos participantes.

La encuesta efectuada para pulsar la opinión de los restaurantes integrantes de esta iniciativa, reflejó que el 100% vieron incrementada su facturación en los meses de febrero y marzo gracias a los menús de trufa. Por otro lado, el pleno de los encuestados consideró que desde ASOHTUR hay que **seguir apostando por la trufa**, tanto a nivel gastronómico como divulgativo o comercial, de cara a sumar turistas **en** estos **meses de invierno**, tradicionalmente complicados para el sector hostelero.

La encuesta también revela que la mayoría de los encuestados vio acertadas (47%) o **muy acertadas** (53%) **las actividades desarrolladas** alrededor de la trufa: los propios menús, la Jornada Técnica para profesionales – encuentro cocineros, la Feria de la Trufa de Soria en Abejar, Mercatrufas, etc.

Los 20 restaurantes participantes en la campaña ‘Soria&Trufa’ valoraron **positivamente la promoción** llevada a cabo desde ASOHTUR en la página web www.soriaytrufa.com, en las redes sociales y en los distintos medios de comunicación, tanto a nivel local como nacional. De hecho, estas acciones sirvieron para **atraer** a los locales sorianos a **público de Madrid, País Vasco, Cataluña y Navarra**, además de Soria y otras provincias de Castilla y León, tal y como apuntaron los establecimientos.

La mayoría de los clientes conocieron la campaña ‘Soria&Trufa’ a través de medios de comunicación

nacionales y locales, Internet, además de por los propios locales o por recomendaciones boca a boca. Algunos de los restaurantes superaron los 400 menús de trufa servidos los fines de semana de febrero y marzo.

La encuesta aportó datos interesantes de cara a mejorar la campaña 'Soria&Trufa' en próximas ediciones. Así, la mayoría de los establecimientos consideró que habría que **adelantar la promoción** de la iniciativa a principios de febrero o incluso de enero y cerrarla a mediados de marzo, haciéndola coincidir con la temporada en la que la producción de la trufa es óptima y se obtienen los mejores ejemplares.

Por otro lado, los restaurantes participantes consideraron necesaria una **mayor formación** en cuanto al tratamiento y conservación de la trufa en la cocina, además de su identificación y caza en las fincas truferas. Los profesionales están dispuestos a aprender aún más sobre trufa para mejorar a su vez la oferta gastronómica, uno de los objetivos marcados por ASOHTUR a la hora de plantear esta campaña.

Por último, valoraron **positivamente la unión entre los distintos sectores implicados** e instan a reforzar aún más la colaboración entre dichos sectores para lograr mayor repercusión de la campaña de la trufa negra de Soria y su enorme potencial turístico y gastronómico de nuestra provincia.

En este sentido, cabe **destacar el esfuerzo común del sector privado con las instituciones** locales y regionales que ha hecho posible la realización de una serie de iniciativas encaminadas a vincular Soria con la trufa negra de calidad.

Estudio de valoración repercusión medios

Estudio por noticias

Fecha	Noticia	Medio	Tipo de Publicación	Tipo de Medio	Valoración Subjetiva	Observaciones
20/01/2016	FITUR	Capital Radio	Radio	Radio	Muy Positiva	
20/01/2016	FITUR	Coloralia	Internet	Prensa Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	Diabarama	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	Donde Viajamos	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	EFE Tur	Agencia	Agencia de Noticias	Muy Positiva	
20/01/2016	FITUR	El Mundo	Diario	Prensa Nacional	Muy Positiva	
20/01/2016	FITUR	Es un Blog de Viaje	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	Expansión	Diario	Prensa Nacional	Muy Positiva	
20/01/2016	FITUR	HostNews	Internet	Prensa Turismo	Positiva	
20/01/2016	FITUR	ICAL	Agencia	Agencia de Noticias	Positiva	
20/01/2016	FITUR	La ventana de Manena	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	Libertad FM	Radio	Radio	Positiva	Mañanero
20/01/2016	FITUR	Mas k Viajes	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	Objetivo Viajar	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	Ocio en Familia	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	Onda Cero	Radio	Radio	Muy Positiva	Elena del Amo
20/01/2016	FITUR	Onda cero Madrid	Radio	Radio	Muy Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	RNE	Radio	Radio	Muy Positiva	Escapadas
20/01/2016	FITUR	Turistilla	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	ViajaBlog	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	Viaje en Familia	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	Vida Viajera	Internet	Internet Viajes	Positiva	Presencia Rueda de prensa
20/01/2016	FITUR	VistaPoint	Revista	Prensa Turismo	Positiva	Presencia Rueda de prensa
21/01/2016	FITUR	20 Minutos	Internet	Internet Prensa Nacional	Positiva	
21/01/2016	FITUR	ABC	Diario	Prensa Nacional	Muy Positiva	
21/01/2016	FITUR	Diario de Ávila	Diario	Prensa Autonómica / Local	Positiva	
21/01/2016	FITUR	Diario Palentino	Diario	Prensa Autonómica / Local	Positiva	
21/01/2016	FITUR	El Día valladolid	Diario	Prensa Autonómica / Local	Positiva	
21/01/2016	FITUR	El Digital de Asturias	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	
21/01/2016	FITUR	El Mundo	Diario	Prensa Nacional	Muy Positiva	
21/01/2016	FITUR	Europa Press	Agencia	Agencia de Noticias	Muy Positiva	Turismo
21/01/2016	FITUR	Europa Press	Agencia	Agencia de Noticias	Muy Positiva	Castilla y León
26/01/2016	FITUR	Expreso	Internet	Internet Viajes	Positiva	
21/01/2016	FITUR	La Razón	Diario	Prensa Nacional	Muy Positiva	
21/01/2016	FITUR	Norte de castilla	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	
21/01/2016	FITUR	Top Turisme	Internet	Internet Viajes	Positiva	
22/01/2016	Trufa de Soria	Fuera de Serie	Internet	Internet Prensa Nacional	Muy Positiva	
22/01/2016	Trufa de Soria	Metropoli	Internet	Internet Prensa Nacional	Muy Positiva	
25/01/2016	FITUR	Tribuna de Albacete	Diario	Prensa Autonómica / Local	Positiva	
25/01/2016	FITUR	Tribuna de Cuenca	Diario	Prensa Autonómica / Local	Positiva	
25/01/2016	FITUR	Tribuna de Toledo	Diario	Prensa Autonómica / Local	Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	13 TV	Televisión	Televisión	Muy Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	Aragón TV	Televisión	Televisión	Muy Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	Beef	Revista	Prensa Gastronomía	Muy Positiva	Prensencia Stand
25/01/2016	Madrid Fusión	Castilla y León Vinos	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	Cy L TV	Televisión	Televisión	Muy Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	Cy L TV	Televisión	Televisión	Muy Positiva	Subasta
25/01/2016		De las Cosas del Comer	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	ICAL	Agencia	Agencia de Noticias	Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	Norte de castilla	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	Noticias Castilla y León	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	Recetum	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	
25/01/2016	Madrid Fusión	RNE	Radio	Radio	Muy Positiva	Un laboratorio en mi cocina
25/01/2016	Madrid Fusión	Virgutur	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	
26/01/2016	Madrid Fusión	ABC	Diario	Prensa Nacional	Muy Positiva	
27/01/2016	Madrid Fusión	ABC	Internet	Internet Prensa Nacional	Muy Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	Cocina y Aficiones	Internet	Internet Gastronomía	Muy Positiva	Prensencia Stand
27/01/2016		De las Cosas del Comer	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva		
27/01/2016	Madrid Fusión	Diario de Navarra	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	EFE	Internet	Agencia de Noticias	Muy Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	EFE Agro	Internet	Agencia de Noticias	Muy Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	El peiródico	Internet	Internet Prensa Nacional	Muy Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	Europa Press	Internet	Agencia de Noticias	Muy Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	Gastronomía.com	Internet	Internet Gastronomía	Muy Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	Hearst Magazine	Revista	Prensa Nacional	Muy Positiva	Prensencia Stand
27/01/2016	Madrid Fusión	Información	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	Madrid Es Noticia	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	Noticias Castilla y León	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	Norte de castilla	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	Subasta
27/01/2016	Madrid Fusión	Revista Origen	Internet	Prensa Gastronomía	Muy Positiva	Prensencia Stand
27/01/2016	Madrid Fusión	Vete por Ahí	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	Prensencia Stand
27/01/2016	Madrid Fusión	Yo dona	Revista	Prensa Nacional	Muy Positiva	Prensencia Stand
28/01/2016	Madrid Fusión	El País	Internet	Internet Prensa Nacional	Muy Positiva	
28/01/2016	Madrid Fusión	GastroActitud	Internet	Internet Gastronomía	Muy Positiva	
28/01/2016	Madrid Fusión	La verdad	Internet	Internet Prensa Autonómica / Local	Positiva	
28/01/2016	Madrid Fusión	Radio Internacional	Radio	Radio	Positiva	Programa Mundo Noticias con Jaume Segalés
28/01/2016	Madrid Fusión	Canal Cocina	Televisión	Televisión	Muy Positiva	
28/01/2016	Trufa de Soria	ExpoCultur	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	
28/01/2016	Madrid Fusión	TVE	Televisión	Televisión	Muy Positiva	España Directo
28/01/2016	Madrid Fusión	Noticias Gourmet	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	
28/01/2016	Mercatrufas	Expreso	Internet	Internet Viajes	Positiva	
28/01/2016	Madrid Fusión	Con Mucha Gula	Internet	Internet Gastronomía	Muy Positiva	
28/01/2016	Madrid Fusión	El buen vivir	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	
31/01/2015	Trufa de Soria	RNE	Radio	Radio	Muy Positiva	Kilómetros de Radio
26/01/2015	Madrid Fusión	Arte de la Terra	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	
29/01/2015	Madrid Fusión	Origen	Internet	Internet Gastronomía	Positiva	
01/02/2016	FITUR	Tus Destinos	Internet	Internet Viajes	Positiva	

Nº noticias		
Internet	52	60%
Diarios	12	14%
Radio	8	9%
Agencia	5	6%
Televisión	6	7%
Revistas	4	5%
Número de Inserciones	87	

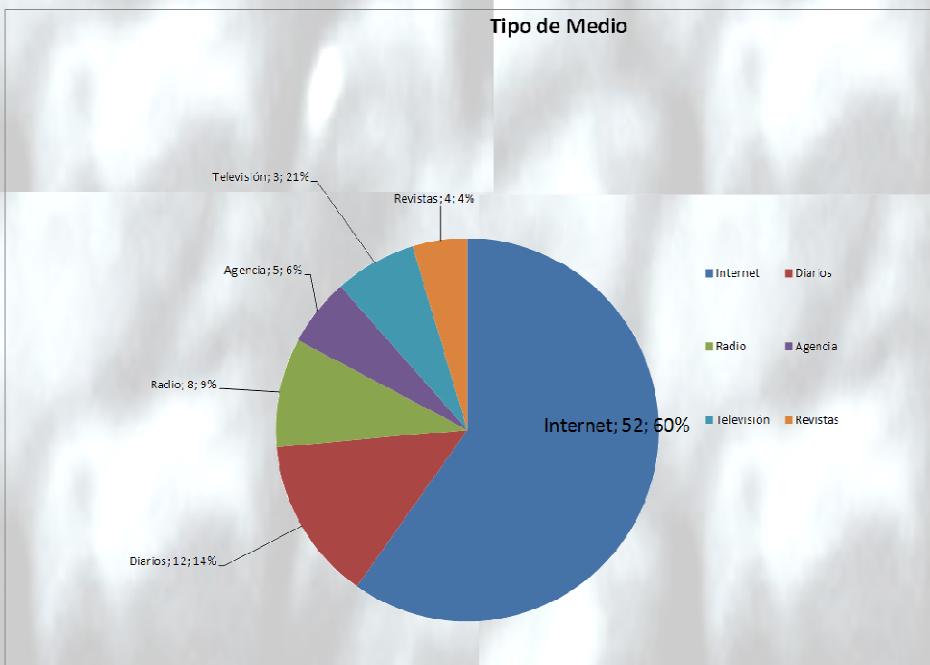
Valor medio	847 €
Valor Total	73.660 €

Valoración Subjetiva		
Muy Positiva	37	111
Positiva	50	75
Neutra	0	0
Crítica	0	0
Negativa	0	0
	186	

Muy Positivo	Más de 38
Positivo	De 21 a 37
Neutro	De 0 a 20
Crítico	De -1 a -17
Negativo	Menos de -18

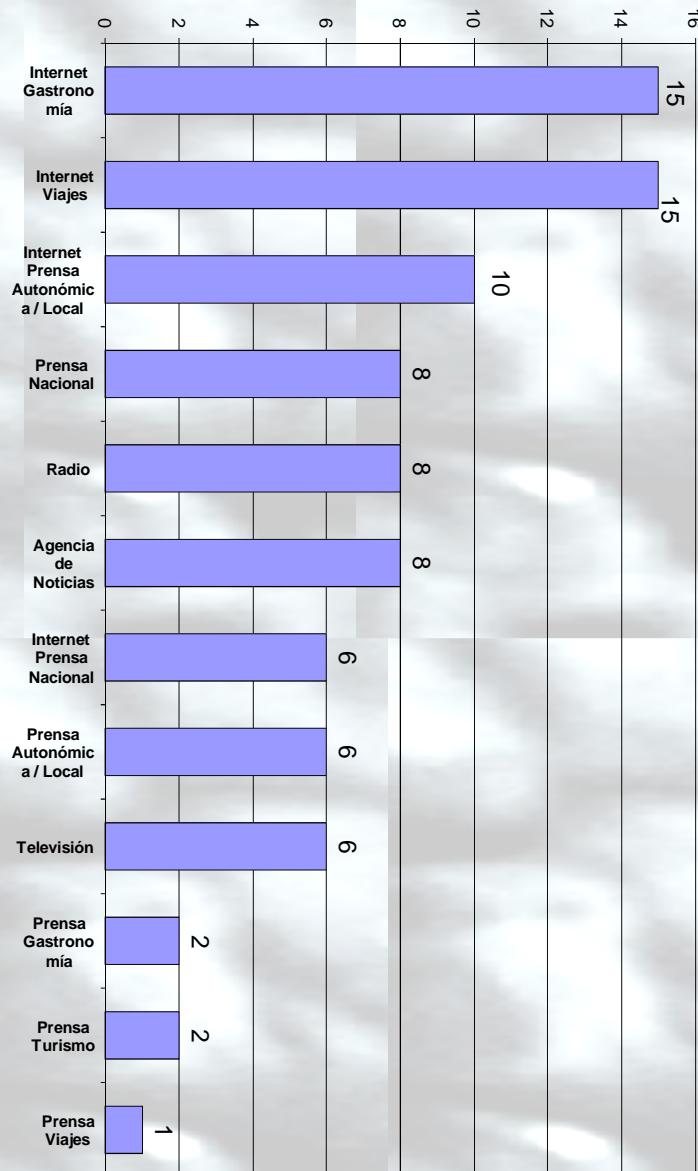
Tipo de Medio	Nº noticias	
Internet Gastronomía	15	17,24%
Internet Viajes	15	17,24%
Internet Prensa Autonómica / Local	10	11,49%
Prensa Nacional	8	9,20%
Radio	8	9,20%
Agencia de Noticias	8	9,20%
Internet Prensa Nacional	6	6,90%
Prensa Autonómica / Local	6	6,90%
Televisión	6	6,90%
Prensa Gastronomía	2	2,30%
Prensa Turismo	2	2,30%
Prensa Viajes	1	1,15%
	87	

	Nº noticias	Valor total
FITUR	40	45,98% 38.010 €
Madrid Fusión	41	47,13% 29.750 €
MercaTrufas	2	2,30% 1.300 €
Trufa de Soria	4	4,60% 4.600 €
Menús Truferos	0	0,00% 0 €
Ruta Dorada	0	0,00% 0 €
Feria de Abejar	0	0,00% 0 €
	87	

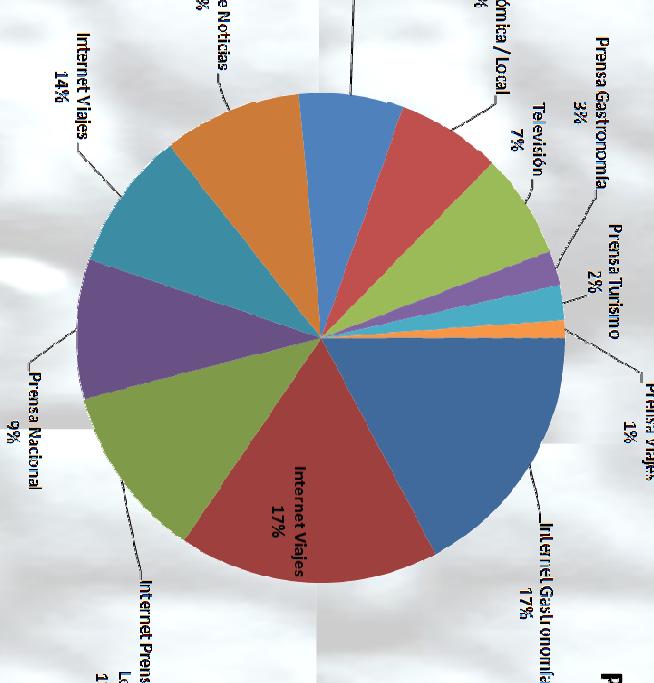


SOIRIA & IRUÑA

ASOHTRUR
Asociación Soniana de
Hostelería y Turismo



Porcentaje de Tipo de Medio



Fdo.: Yolanda Santos Grande
Presidenta de ASOHTRUR



MEMORIA FOTOGRÁFICA DOSSIER DE PRENSA



SORIA & TRUFA

ASOHTUR
Agrupación Soriana de
Hostelería y Turismo



SORIA & TRUFA

ASOHTUR
Agrupación Soriana de
Hostelería y Turismo



Web y redes sociales

SORIA&TRUFA ENERO MARZO 2016

Un maridaje perfecto

Noticias | Restaurantes | Establecimientos Colaboradores | La Trufa Negra de Soria



Restaurantes



Fogón del Salvador



Casa Vallecas



Casa Garrido



Iruña Plaza



Los Villares



Hotel Villa de Almazán

[ver todos los restaurantes](#)

Establecimientos Colaboradores

SORIA&TRUFA FEBRERO MARZO 2017

Un maridaje perfecto

Noticias | Restaurantes | Establecimientos Colaboradores | La Trufa Negra de Soria

Inicio > Noticias

Noticias



Empresarios chinos conocen en el terreno la Trufa Negra de Soria

Publicado por Soria&Trufo el Martes 01 de Marzo de 2016



Más de 6.000 personas visitan la Feria de la Trufa de Abejar

Publicado por Soria&Trufo el Miércoles 24 de Febrero de 2016



Abre sus puertas la XIV Feria de la Trufa de Abejar

Publicado por Soria&Trufo el Sábado 20 de Febrero de 2016

Jornada científica en torno a la trufa negra

Publicado por Soria&Trufo el Jueves 18 de Febrero de 2016

Este viernes, 19 de marzo, se celebra la jornada científica-técnica 'Retos y oportunidades de la truficultura en España', en el marco de la 14ª Feria de la Trufa de Soria en Abejar (20 y 21 de febrero).

Soria y Trufo (@SoriayTrufo) | Twitter



Soria y Trufo (@SoriayTrufo) • 2 mar, 2016

Buena combinación! fb.me/3sTPkhkRN

1 1

Soria y Trufo (@SoriayTrufo) • 2 mar, 2016

fb.me/3KmFeFz3kO

1 1

Soria y Trufo (@SoriayTrufo) • 2 mar, 2016

fb.me/3o611GgJ9

1 1

Soria y Trufo retuiteó

Paradores de Turismo (@paradores) • 11 ene, 2016

Plan en #Soria para buscar #trufa, ¡A la caza de este tesoro de la tierra! ow.ly/WUjR9

6 6 5 5

Me gusta Comentar Compartir

1 vez compartido

Escribe un comentario...

51 personas alcanzadas Promoción no disponible

8 Comentarios destacados

Escribe un comentario...

ASOHTUR - Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo actualizó su foto del perfil.

Publicado por Silvia Gamote Calvo (P) 11 de enero de 2016

SORIA & TRUFA
Un maridaje perfecto

51 personas alcanzadas

Me gusta Comentar Compartir

8 Comentarios destacados

Escribe un comentario...

ASOHTUR - Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo Gracias!

Me gusta Responder Compartir 1 Comentado por Silvia Gamote Calvo (P) 29 de enero de 2016 a las 9:20

