

29/4/2013



AGRUPACIÓN  
SORIANA DE  
HOSTELERÍA  
Y TURISMO  
(ASOHTUR)

## MEMORIA DE ACCIONES II JORNADAS DE LA CUCHARA

BAR RTE. MARRA  
BAR RTE. IRUNA PLAZA  
BAR RTE. LA CERA  
BAR RTE. MESÓN CASTELLANO  
BAR RTE. SANTO DOMINGO II  
CAFÉ BAR PLAZA  
CAFÉ DEL ROSEL  
CAFÉ LATINO  
CAFETERIA TAURO  
CAFETERIA TRIBECA  
CERVECERIA EL TEMPLO  
CERVECERIA SAN FRANCISCO  
HOSTAL BAR LA VITORINA  
HOSTAL RTE. LA POSADA  
HOTEL CIUDAD DE SORIA  
PARADOR DE TURISMO A. MACHADO  
TABERNA CAPOTE  
TABERNA CASCANTE

ESTABLECIMIENTOS  
EN LA PROVINCIA  
HOTEL RTE. ANTONIO. ALMAZAN  
HOTEL VILLA DE ALMAZAN. ALMAZAN  
HOTEL RURAL LOS VILLARES. LOS VILLARES

y en nuestra Web  
[www.asohtur.com](http://www.asohtur.com)

Participa  
en el sorteo  
de dos  
escapadas  
de fin de  
semana





## Índice

A. INTRODUCCIÓN.....	Pag. 3
B. RESULTADOS.....	4
➤ ACCIONES PROMOCIONALES REALIZADAS: .....	4
➤ CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN: .....	5
➤ VALORACIONES: .....	8
C. ORGANISMOS Y EMPRESAS PATROCINADORAS Y COLABORADORAS: .....	10
• Patrocinadores: .....	10
• Colaboradores: .....	10



## A. INTRODUCCIÓN.

Las II Jornadas de la Cuchara- II Concurso Provincial de la Tapa de la Cuchara' son un evento gastronómico organizado por ASOHTUR (Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo) del 16 al 24 de marzo de 2013.

Un total de 31 de establecimientos (bares, restaurantes, cafeterías...) participaron en esta segunda edición, tras la celebrada en 2012, en la que el público podía degustar al precio de un euro tapas -servidas en pequeñas cazuelitas de barro- confeccionadas para tomar con cuchara. Alrededor de 23.000 unidades fueron consumidas durante los 9 días de duración de estas jornadas.

De forma simultánea, ASOHTUR programó en el marco de esta cita gastronómica un Concurso Provincial dirigido a valorar la excelencia de las recetas elaboradas por los establecimientos. Este Concurso establecía dos premios: el premio a 'Mejor Tapa de Cuchara', seleccionado por un jurado que designaba en función de distintos criterios las tres mejores tapas de cuchara; y el premio 'Mejor Tapa de Cuchara Popular', concedido por el público a través de las votaciones realizadas desde la página web de ASOHTUR ([www.asohtur.com](http://www.asohtur.com)) y a través también de una aplicación para teléfonos móviles que servía paralelamente como guía interactiva de las Jornadas. Como incentivo, las personas que votaban por su tapa favorita podían participar en el sorteo de dos estancias de fin de semana para dos personas.



## B. RESULTADOS.

### ➤ ACCIONES PROMOCIONALES REALIZADAS:

- Distribución de aproximadamente **35.000 guías desplegadas** con una completa información de las tapas ofrecidas en las Jornadas en domicilios de la provincia, puntos de información turística y establecimientos de hostelería.

*A través de este canal se logra dar a conocer las Jornadas en una amplia mayoría de los hogares de la ciudad de Soria y la provincia (en torno a 90.000 habitantes) así como poner al alcance de los turistas estas Jornadas con el objeto de invitarlos a degustar las tapas.*

- Entrega gratuita a cada establecimiento de **1.500 cazuelitas de barro** donde se servirán las tapas.

*La uniformidad en el recipiente permite crear una imagen homogénea de las Jornadas con la idea de familiarizar y vincular al público de forma más efectiva con el evento.*

- Colocación de **400 carteles** en negocios de restauración y comercio, organismos públicos, paneles informativos, elementos de mobiliarios urbano, etc.



➤ Inserción de **105 anuncios publicitarios de las Jornadas** en medios de comunicación local. La campaña realizada en medios de comunicación ordinaria ha comprendido:

- Mensajes publicitarios en televisión local: 11
- Mensajes publicitarios en radio: 85
- Mensajes publicitarios en prensa: 5
- Mensajes publicitarios en MUPIS (Mueble Urbano para la Presentación de Información): 4 durante 22 días.

➤ **CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN:**

- Elaboración y **difusión de 11 comunicados de prensa** a medios locales, regionales y nacionales.
- Celebración de **dos actos con presencia de medios:**
  - a) Presentación de las II Jornadas de las Jornadas de la Cuchara en Cafetería Tauro (Soria) el 15 de marzo de 2013.
  - b) Acto de entrega de premios para profesionales de las II Jornadas de la Cuchara el 19 de abril de 2013.
- Promoción del evento a través de los **perfiles de Redes Sociales de ASOHTUR:**

a) **Facebook:** <https://www.facebook.com/Asohtur>



- Publicación de noticias y novedades relacionadas con el desarrollo de las Jornadas.
- Regalo de vales de tapa gratis en el concurso 'El fototapeo de las #jornadasdelacuchara'.
- Álbumes de fotos de tapas y de participantes en el 'El fototapeo de las #jornadasdelacuchara'.

✓ *Un total de 6.352 personas vieron a través de Facebook contenido relacionado con las Jornadas de la Cuchara entre el 28 de febrero y el 27 de marzo.*

b) **Twitter:** <https://twitter.com/Asohtur>

- Publicación de noticias y novedades relacionadas con el desarrollo de las Jornadas.
- Seguimiento de las jornadas a través del hashtag #jornadasdelacuchara
- Regalo de vales de tapa gratis en el concurso 'El fototapeo de las #jornadasdelacuchara'.

✓ *12 medios especializados en gastronomía y turismo se han hecho eco de las Jornadas, que contaron con una audiencia estimada en esta red que alcanza los 900.000 usuarios.*

c) **Youtube:** <http://www.youtube.com/user/AsohturSoria>



- Video del sorteo de ganadores del sorteo de las estancias de fin de semana.
- o Creación de una **aplicación para teléfonos móviles** con tecnología Android de las Jornadas: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.itsduero.jornadascuchara>
  - a) Alrededor de **300 usuarios usaron la aplicación** en sus móviles tras descargarla desde Google Play Store.
  - b) Esta aplicación permite:
    - Encontrar los establecimientos participantes gracias a la herramienta de geolocalización.
    - Ver las recetas detalladas de cada tapa junto a datos de interés del establecimiento.
    - Indicaciones de aptitud de cada tapa para celíacos.
    - Votar por su tapa favorita para participar en el sorteo de dos estancias de fin de semana.
- o Creación de espacio de las Jornadas de la Cuchara en la **web de ASOHTUR**: <http://asohtur.com/>
  - a) Descripción del modo de elaboración de cada tapa junto a datos de interés del establecimiento.
  - b) Votar por su tapa favorita para participar en el sorteo de dos estancias de fin de semana.
  - c) Indicaciones de aptitud de cada tapa para celíacos.



d) Publicación de noticias y comunicados elaborados por ASOHTUR sobre las Jornadas.

- o **Sorteo de dos escapadas rústicas de fin de semana para dos personas entre los 313 usuarios que dejaron su voto por su tapa favorita** a través de los dos canales susodichos. Los alojamientos y destinos de los que disfrutarán los afortunados eran el Hotel Duermevela, situado en Morales de Toro (Zamora) y el Hotel Termal Burgo de Osma, situado en El Burgo de Osma (Soria).

#### ➤ VALORACIONES:

- ❖ Los 31 establecimientos participantes en las Jornadas de las Cuchara de Soria **servieron alrededor de 23.000 tapas**, según una primera estimación realizada por ASOHTUR. Esta cifra significa un **incremento del 14% respecto al registrado el pasado año**.
- ❖ Entre los hitos destacan las casi **3.000 tapas servidas por uno de los negocios** participantes para un **promedio general de 750** por local. Estos números revelan que un alto porcentaje de bares y restaurantes que participaron en ambas ediciones doblaron en el segundo año el conjunto de tapas vendidas, con determinados casos en los que triplicaron las ventas.
- ❖ Estos datos cobran mayor relieve si se toman en consideración dos condicionantes de peso:





- o La población total de la provincia de Soria, con alrededor de 90.000 habitantes, y la de la capital provincial, en torno a los 40.000 residentes. En función de tales cifras, sin aplicar filtros demográficos y sin computar el volumen de turistas que participaron en las Jornadas, se desprende que aproximadamente **uno de cada cuatro sorianos consumió una tapa de cuchara**. Este ratio se eleva a **uno de cada dos en el caso de la ciudad de Soria**, núcleo en el que se ubicaba el 90% de los locales que participaron en la segunda edición de las Jornadas.
  
- ❖ ASOHTUR realiza un balance muy positivo de los resultados obtenidos en esta edición que ha ganado en madurez y visibilidad para el gran público respecto a la inaugural de 2012.
  
- ❖ Los medios de comunicación dedicaron una amplia cobertura a las II Jornadas de la Cuchara de Soria. El evento generó 28 informaciones en distintos medios (Internet, prensa....) de carácter nacional; 50 noticias y reportajes en prensa local, a sumar a las apariciones en radio y televisión locales.
  
- ❖ Tanto los medios de comunicación como los usuarios en redes sociales realizaron valoraciones positivas de las Jornadas, saludando esta cita gastronómica.
  
- ❖ La diversidad de recetas presentadas por los establecimientos, el precio accesible para todo el público de un euro por tapa y la ausencia desde Navidad de grandes citas festivas conforman un abanico de factores que en opinión de ASOHTUR han ayudado a que sorianos y turistas



foráneos se hayan acercado hasta los bares y restaurantes a probar las tapas de cuchara.

## **C. ORGANISMOS Y EMPRESAS PATROCINADORAS Y COLABORADORAS:**

- **Patrocinadores:**

- Ayuntamiento de Soria.
- Grupo Mahou.

- **Colaboradores:**

- Junta de Castilla y León.
- Diputación Provincial de Soria.
- Caja Rural de Soria.
- Grupo Acontia Vinos Envejecidos en Roble Español.
- Hotel Termal Burgo de Osma. Castilla Termal.
- Escuela de Hostelería de Soria. Centro Integrado de Formación Profesional La Merced.
- JCD Publicidad.

