



## EL TURISMO GASTRONÓMICO EN LA PENÍNSULA IBÉRICA: EL CASO DE BENIDORM, ESPAÑA

*The Gastronomic Tourism in the Iberian Peninsula: The Case of Benidorm, Spain*

Tomás Mazón  
Myriam Colmenares  
José A. Hurtado

### Resumen

Los cambios en las preferencias de los turistas hacen que la gastronomía forme parte de las nuevas modalidades de hacer turismo. No obstante, la atracción por degustar la comida típica u original de los destinos requieren de un turista interesado por conocer y desarrollar su paladar, así como también, de un destino interesado en desarrollar un turismo gastronómico. Desde esta perspectiva, se presenta un análisis de la satisfacción de los turistas con la alimentación en Benidorm, España. El estudio se sustenta en el análisis cuantitativo y cualitativo derivado de las encuestas y entrevistas a los turistas que se encontraban en el sitio. En general, se encontró un nivel de satisfacción aceptable por parte del turista sobre la alimentación en Benidorm, estableciendo como salvedad la importancia de incorporar menús acordes a las necesidades de los turistas con alguna dificultad médica.

**Palabras claves:** turismo, España, Benidorm, gastronomía.

#### Tomás Mazón

Profesor Titular de Sociología del Turismo y Director de la Cátedra de Estudios Turísticos "Pedro Zaragoza" de la Universidad de Alicante, España.

#### Myriam Colmenares

Profesora-investigadora del departamento de Ciencias Económicas y Administrativas del Centro Universitario de los Valles, Universidad de Guadalajara, México.

#### José A. Hurtado

Profesor en el Departamento de Enfermería y Vicedecano de Coordinación Académica de Nutrición Humana y Dietética de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de Alicante, España.

### Abstract:

*The changes in the preferences of tourists make the gastronomy an important new form of tourism. However, the attraction to taste the typical food or original destinations require a tourist interested in learning and developing your palate as well as a destination interested in developing a culinary tourism. Thus, this research presents an analysis of tourist satisfaction with food in Benidorm, Spain. The study is based on quantitative and qualitative analysis derived from surveys and interviews with tourists who were on the site. Overall, we found an acceptable level of satisfaction by the tourist*

*on food in Benidorm, only highlights the importance of incorporating menus that meet the needs of tourists with medical difficulty.*

**Keywords:** *Turism, Spain, Benidorm, Gastronomy.*

## **Introducción**

No sólo la complejidad que caracteriza a la sociedad actual se manifiesta con una multitud de estilos de vida, de familia, de relaciones laborales y de acceso al trabajo, también en el ocio y en el turismo se están produciendo profundos y constantes cambios. La respuesta que la industria turística está dando a esta dinámica situación se centra en la adaptación a las nuevas modas y exigencias de la profusión de segmentos sociales, cada uno con diferentes motivaciones a la hora de optar por alguna de las diversas modalidades de viaje que se ofrecen. Así pues, el turismo moderno se ve obligado a un mayor dinamismo y especialización para dar respuesta y satisfacción a los nuevos deseos y necesidades de los turistas.

Por su lado, decir que la gastronomía siempre ha estado ligada al turismo. Pero es en los últimos años cuando está cobrando mayor importancia como un atractivo producto turístico. Es una modalidad de turismo en el que sus protagonistas buscan el placer del viaje a través de los alimentos. No sorprende que el turismo gastronómico ha ido adquiriendo importancia, dinamizando un número considerable de visitantes que viajan motivados por la gastronomía (Oliveira, 2011).

En otro orden de ideas, es una realidad que lo que se conoce como turismo de masas, a pesar de su dilatada historia, continúa teniendo un protagonismo cada vez mayor. La incorporación de nuevos destinos centrados en el sol y la playa a precios competitivos, el abaratamiento de los pasajes aéreos y la mayor presencia de las líneas conocidas como de *low cost*, la competencia que las segundas residencias turísticas están haciendo a los hoteles, la excesiva oferta hotelera en determinados destinos y la incidencia de Internet a la hora de que los usuarios planifiquen sus viajes turísticos, suscitan que las empresas turísticas se vean abocadas a un ajuste de precios a la baja. Saben que de no

hacerlo perderán competitividad. Esta tesitura obliga a que se tengan que adaptar los servicios que se ofrecen a los clientes, con una evidente merma de la calidad.

A su vez, nos encontramos que en turismo el tema de la gastronomía y de la alimentación es bastante controvertido y sobre el que en los últimos tiempos, lo cual se traduce chorros de tinta vertidos en análisis. Por un lado, el tema del envejecimiento en los países desarrollados que impone a una orientación del consumo hacia productos adaptados a las necesidades de las personas mayores debido al alto porcentaje de turistas en edades avanzadas. Por otro, las cuestiones personales ya sea por salud o elección, dado por turistas que tienen que ingerir comidas especiales, bien sea por motivaciones culturales o de salud. Dentro de este contexto, en el sector turístico se debe tener en cuenta todo un cúmulo de necesidades que, a la hora de sentarse en la mesa de un restaurante, pueden requerir sus clientes. Un caso particular es el de los amantes de las comidas vegetarianas que, en sus menús excluyen estrictamente carne y productos animales, pescado, incluso miel, huevos o leche. De la misma forma, hay turistas que se ven obligados por motivos de salud a tener que recurrir a comidas dietéticas como por ejemplo las bajas en sodio especiales para personas hipertensas; bajas en calorías y en colesterol, para personas que tienen que prevenir problemas cardiovasculares; comidas para diabéticos que limitan al máximo los productos que contienen azúcar; comidas libres de gluten para personas celíacas; comidas que no contienen lactosa para aquellos que son alérgicos a la leche. A su vez, también se tienen que considerar la industria turística determinados tipos de comida que se deben tener en cuenta porque corresponden a creencias religiosas como las judías y las musulmanas.

Por otro lado, no para todos los turistas la comida se considera un factor tan relevante: también hay que hacer hincapié en que para un importante contingente, cientos de millones de turistas, la alimentación puede ser un elemento secundario. Para estos visitantes, la comida sólo cubre la función biológica de suministrar al cuerpo la nutrición indispensable para su subsistencia. Es así, Torres Bernier (2003) señala que hay turistas que “se alimentan” y otros que “viajan para comer”. Los primeros solamente cumplen con su función biológica por lo que la comida lo que los motiva a

viajar; en este tipo de turismo no se prioriza la calidad y las cualidades de la gastronomía y de los restaurantes, sino que en general es el factor precio el protagonista a la hora de tomar la decisión y elección de un lugar como destino turístico (Oliveira, 2011). El segundo tipo de turistas, los sibaritas, realizan un viaje en el que están interesados en encontrar placer a través de la gastronomía por lo que se convierte en el factor primario para la elección del destino visitado. No obstante, sea como fuere, la industria turística ha de afrontar que sus clientes comen todos los días y han de satisfacerles de la mejor manera posible, tanto en la calidad como en sus necesidades y especiales peculiaridades a las que hemos hecho referencia. De esta forma, la gastronomía, o la alimentación, representa uno de los pilares más importantes sobre los que se sustenta el sector turístico (Espeitx, 2004; Kivela y Crofts, 2006; Schlüter, 2006; Torres Bernier, 2006; Clemente *et al.*, 2008).

### **Turismo gastronómico**

La revisión de la literatura sugiere un vínculo de la gastronomía con el turismo que se puede dar a través de cuatro aspectos: a) como atracción y forma de cautivar al turista sobre determinado lugar; b) como atractivo de rutas gastronómicas; c) como experiencia que se adquiere después de haber visitado varios lugares donde la gastronomía es diferente y le permite al turista distinguir sabores y; d) como fenómeno cultural (ferias culinarias) (Tikkanem, 2007). Esta tipología de turismo gastronómico tendrá un impacto mayor o menor de acuerdo a la relación que sostenga la gastronomía con la cultura del lugar turístico (Riley, 2005). De tal forma, que se resalte la importancia de los ingredientes locales y se promueva el consumo de productos culinarios locales.

A grandes rasgos, los trabajos académicos que han relacionado al turismo con la cocina local denominan al turismo gastronómico de diferentes maneras: cocina turística, turismo de comida, turismo gourmet o turismo culinario (Hall *et al.*, 2003). En el caso español, las aportaciones han sido realizadas en Asturias (Feo Parrondo, 2005); Cataluña (Leal Londoño, 2011), Galicia (Pereiro y Prado Conde, 2005) y Comunidad Valenciana (Clemente Ricolfe *et al.*, 2008).

La mayoría de los trabajos sugieren que cuando el turista realiza un viaje se encuentra con diferentes motivaciones. Es el caso de la gastronomía, sobre todo para aquellas personas que visitan un determinado lugar con la idea de disfrutar la oferta culinaria. De esta manera, durante el viaje, el turista disfruta de una gastronomía que puede ser completamente diferente a la de su lugar de origen. Así, la cocina local puede satisfacer al turista, reforzar la identidad del destino e incrementar la actividad culinaria demandada por el turismo (Du Rand *et al.*, 2003). No obstante, para lograr el desarrollo del turismo gastronómico se requiere de recursos turísticos especiales en el destino tales como: instalaciones, actividades y personal calificado (Ignatov y Smith, 2006). En ese contexto, la promoción del destino turístico depende de la conjugación de los recursos turísticos con la oferta culinaria y de contar, al menos, con una cantidad de establecimientos y experiencia en la fabricación de platillos tradicionales que posicionen al destino como un lugar especial y único para degustar un tipo específico de cocina.

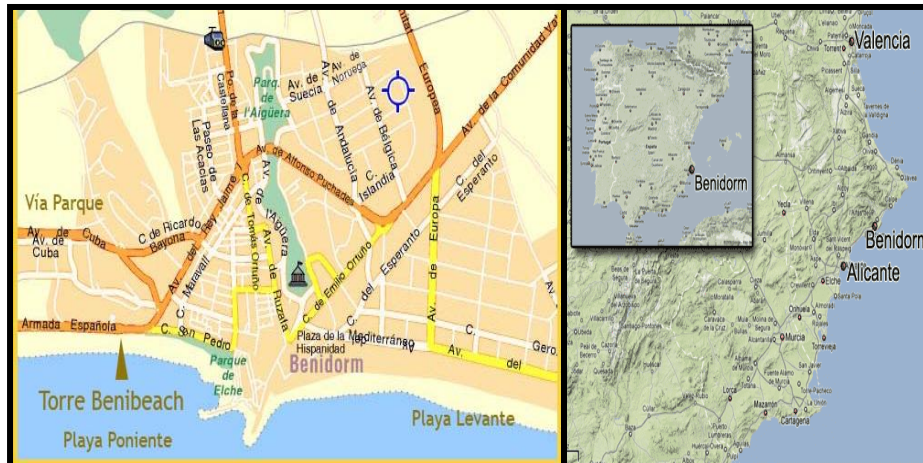
A pesar de la creciente movilidad social generada por la apertura de los mercados y la globalización que han logrado el traslado de alimentos a diferentes partes del mundo; la experiencia de viajar y probar nuevos sabores en un lugar ajeno al lugar de origen hace que el turista establezca una conexión con la cultura culinaria del destino y decida regresar, ya sea por las instalaciones (restaurantes), la atención y servicio (personal de restaurantes) o bien el sazón de la oferta gastronómica (chefs).

### **Benidorm como caso de estudio**

Ante este escenario en el que las relaciones entre la gastronomía, la alimentación y el turismo no siguen unas pautas claras y bien definidas –hay turistas que buscan la calidad en la gastronomía sabedores de que ello encarece el precio del viaje, otros optan por unas vacaciones más económicas con una alimentación modesta–, hemos considerado oportuno hacer un estudio sobre esta temática en el caso específico de Benidorm (ver Mapa 1). Como se sabe, esta localidad está catalogada como uno de los destinos turísticos más importantes del Mediterráneo, centrado en el modelo de sol y playa, en el que un alto porcentaje de sus sesenta millones de pernoctaciones está

controlado por los principales TT.OO. europeos (Mazón y Huete, 2005). Estas grandes empresas intermediarias del turismo son las que, con políticas empresariales, hacen que los hoteles de Benidorm se vean obligados a someterse a sus exigencias y bajar los precios.

**Mapa 1. Ubicación geográfica del estudio en Benidorm, España**



Fuente: tomado de los sitios Web “beni-beach” y “benidorm-spotlight”<sup>1</sup>.

El principal objetivo de este estudio es el de conocer el grado de satisfacción que reportan los turistas que llegan a Benidorm referida a la alimentación, tanto en los hoteles como en los restaurantes. Obviamente, la oferta de alimentos y su calidad no es la misma en un hotel de cinco o cuatro estrellas que otros de menor categoría. Allí dónde el precio es más alto, las empresas podrán ofrecer una mayor variedad y calidad. Sin embargo, tal y como comprobaremos más adelante, muchos de los entrevistados son conscientes de que la oferta gastronómica que se les ofrece es muy digna al considerar el precio pagado por su estancia.

Por otro lado, debido a que esta ciudad está especializada en lo que se conoce como turismo de masas, son muchas las voces que critican lo que aquí se hace (Mazón, 2010). Hemos tenido la ocasión de conocer de primera mano las opiniones que restauranteros

<sup>1</sup> El sitio web de Beni-beach es <http://www.beni-beach.com/situacion23benidorm.htm> y de Benidorm-spotlight es [http://www.benidorm-spotlight.es/benidorm\\_virgins.htm](http://www.benidorm-spotlight.es/benidorm_virgins.htm).

de reconocido prestigio tienen de lo que, en temas de gastronomía, se hace en Benidorm. Entienden que no vale la pena trabajar con una clientela que es capaz de sentirse satisfecha sin demasiada sofisticación. No entienden, o no quieren hacerlo, que muchos de sus visitantes a la hora de optar por un destino turístico se decantan por Benidorm por sus precios competitivos. Junto al precio, las decisiones de los turistas se ven influenciadas por la popularidad del lugar, por su ambiente urbano y de ocio, por la calidad de su planta hotelera, por sus playas, por su clima y, sobre todo, por poder disfrutar del sol que les asegura el ansiado bronceado (Mazón, 2010). De acuerdo a las encuestas, los visitantes de Benidorm no consideran que la alimentación sea un problema en su estancia turística, salvo algunos problemas puntuales, tal como analizaremos en el apartado siguiente.

### **Resultado de la encuesta**

#### *Perfil del encuestado*

Los datos utilizados en este estudio provienen de una encuesta realizada a hombres y mujeres mayores de 18 años, de clase media-alta que se encontraban en Benidorm durante la primera quincena del mes de abril de 2012, coincidiendo con la festividad de Semana Santa. La entrevista se realizó cara a cara a 818 turistas con pernoctación en Benidorm, seleccionados a partir de un muestreo estratificado por cuotas.

Los datos fueron reagrupados en cinco variables para facilitar su comprensión y análisis. Las variables son: sexo (hombre y mujer), país de origen (subdivido en España, Reino Unido, Europa y Extracomunitario), Edad (reagrupada en + de 45 años, de 46 a 65 años y + de 66 años), alojamiento (hoteles y apartamentos) y por zona (Playa de Levante, Casco Histórico y Playa de Poniente).

De esta muestra resalta una ligera mayoría de mujeres, así como, de encuestados españoles seguido de los ingleses; mayores de 66 años que buscan la comodidad del alojamiento en un hotel, en donde la ubicación con mayor puntaje se encuentra en el Casco Histórico (Tabla 1).

**Tabla 1: Perfil del encuestado agrupado en variables**

Variables		Sí (%)
Sexo	Mujer	51,8
	Varón	48,2
País de Origen	España	65,1
	Reino Unido	21,0
	Europa	9,3
	Extracomunitario	4,6
Edad (años)	Menor de 45	30,5
	Entre 46 y 65	33,3
	Mayor de 66	36,2
Alojamiento	Hotel	82,7
	Apartamento	17,3
Zona	Playa de Levante/Rincón	33,7
	Casco Histórico	35,0
	Playa de Poniente	31,3

Fuente: Elaboración propia

*Grado de satisfacción general con la alimentación que se le ofrece en su estancia en Benidorm*

Los turistas de Benidorm están satisfechos con la alimentación que reciben en su estancia. Así se contempla en todas las variables de este análisis (Tabla 2). Sin embargo, esta satisfacción se ve empañada por detalles simples como algunos de los entrevistados dieron a conocer. Por ejemplo, se valora la variedad, pero “hay unos que quieren comida tradicional y otros de sus países de origen”. No obstante, también mencionan que “hay comida para todos los gustos y todos los cubiertos” (refiriéndose con cubiertos a la diversidad de presupuestos)<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Entrevista No. 1: hombre de 32 años en Playa de Levante.



Por tanto, la variedad de platillos está en función del bolsillo del cliente aunque hay quienes eso no les importa ya que, como bien lo dicen, “vienes a Benidorm y vienes a cumplir”<sup>3</sup>.

**Tabla 2: Satisfacción general con la alimentación que le ofrece su estancia en Benidorm**

Variables		Nada satisfecho (%)	Poco satisfecho (%)	Ni satisfecho ni insatisfecho (%)	Satisfecho (%)	Muy satisfecho (%)
Sexo	Mujer	1,0	3,3	6,8	55,8	33,3
	Varón	1,1	3,7	8,5	55,8	31,0
País de Origen	España	0,6	4,1	8,6	57,6	29,1
	Reino Unido	3,0	3,0	3,6	44,9	45,5
	Europa	0,0	2,7	6,8	62,2	28,4
	Extracomunitario	0,0	0,0	13,9	63,9	22,2
Edad (años)	Menor de 45	1,3	4,2	8,5	61,9	24,2
	Entre 46 y 65	1,6	3,5	8,6	47,9	38,5
	Mayor de 66	0,3	3,1	6,2	57,2	33,1
Alojamiento	Hotel	1,2	3,8	7,4	55,7	31,9
	Apartamento	1,0	4,1	10,6	53,7	31,7
Zona	Playa de Levante/Rincón	1,9	4,8	6,3	54,4	32,6
	Casco Histórico	0,7	2,2	9,3	55,8	32,0
	Playa de Poniente	0,4	3,8	6,8	56,4	32,6
<b>Total</b>		1,0	3,6	7,6	55,6	32,2
Base: 786 individuos						

Fuente: Elaboración propia.

<sup>3</sup> Entrevista No. 6: hombre de 32 años en Playa de Levante.

El presupuesto relacionado con la calidad de los alimentos es otra de las variables fundamentales a tener en cuenta para poder conocer la calidad gastronómica de la ciudad.

#### *Relación entre la calidad y el precio de los alimentos*

En esta pregunta los entrevistados, de forma mayoritaria, valoran que la relación entre la calidad y el precio de los alimentos que reciben en su estancia turística como “buena” o “muy buena” (Tabla 3). Resalta que sólo un 5,4% de los turistas extracomunitarios la califican como mala y regular.

De las entrevistas, la mayoría coincide en que la relación calidad-precio tiene que ver con el lugar en donde desees comer: “depende de lo que quieras, hay de todo”<sup>4</sup>. La ubicación es importante, no es lo mismo comer en línea de playa que en el Casco Histórico; en el caso primero, pagas por la vista que ya va incluido en el precio del menú<sup>5</sup>. Empero, independiente de la ubicación, los precios de la comida en Benidorm siguen siendo alcanzables: “es barato en todo, en hoteles, restaurantes, cafeterías, aunque te den mal, con el precio que pagas tampoco puedes protestar mucho”<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Entrevista No. 5: mujer de 60 años en Playa de Levante.

<sup>5</sup> Entrevistas No. 6, 8, 9 y 27: hombre de 32 años en Playa de Levante; hombre de 28 años en Playa Levante; hombre de 36 años en Playa de Levante; hombre de 46 años en Casco Histórico, respectivamente.

<sup>6</sup> Entrevistas No. 13, 15, y 16: mujer de 27 años en Playa de Levante; hombre de 66 años en Casco Histórico; mujer de 66 años en Casco Histórico, respectivamente.

**Tabla 3: Relación calidad-precio de los alimentos**

Variables		Muy mala (%)	Mala (%)	Regular (%)	Buena (%)	Muy buena (%)
Sexo	Mujer	0,5	1,9	17,8	56,9	23,1
	Varón	0,2	2,6	17,7	54,0	25,2
País de Origen	España	0,6	2,5	19,1	58,4	19,5
	Reino Unido	0,0	1,8	11,8	50,9	35,5
	Europa	0,0	0,0	17,6	47,3	35,1
	Extracomunitario	0,0	5,4	24,3	56,8	13,5
Edad (años)	Menor de 45	0,0	1,6	20,8	55,9	21,6
	Entre 46 y 65	0,8	3,0	17,1	54,4	24,7
	Mayor de 66	0,3	2,0	15,0	57,3	25,3
Alojamiento	Hotel	0,5	2,7	16,3	54,4	26,1
	Apartamento	0,0	0,8	24,0	59,2	16,0
Zona	Playa de Levante/Rincón	1,1	1,5	18,8	57,0	22,8
	Casco Histórico	0,0	2,1	14,9	56,2	25,6
	Playa de Poniente	0,0	3,3	18,3	53,8	24,6
Total		0,4	2,2	17,7	55,7	24,0
Base: 804 individuos						

Fuente: Elaboración propia.

La atención por parte del personal de los restaurantes es otra de las variables que se han seleccionado para poder evaluar la calidad de los servicios gastronómicos de Benidorm, especialmente de la satisfacción del cliente con el servicio de camareros.

#### *El servicio de camareros*

Los resultados (Tabla 4) muestran que la mayoría de los encuestados están satisfechos con el servicio de los camareros. Sin embargo, el país de origen y el grupo de edad influyen para determinar la satisfacción en el servicio. Por ejemplo, los europeos y españoles así como los menores de 45 años se encuentran “poco satisfechos” con el mismo.

De igual manera, la indiferencia por parte de los encuestados hacia la satisfacción del servicio indica que no es tan importante un buen servicio sino otras variables como el precio o la calidad en los alimentos. Así pues, también lo es, la atención y buen trato.

**Tabla 4: Satisfacción con el servicio de camareros**

Variables		Nada satisfecho (%)	Poco satisfecho (%)	Ni satisfecho ni insatisfecho (%)	Satisfecho (%)	Muy satisfecho (%)
Sexo	Mujer	0,5	3,7	6,1	50,4	39,3
	Varón	1,3	2,9	9,5	52,0	34,2
País de Origen	España	0,6	4,1	8,5	51,1	35,7
	Reino Unido	2,4	1,2	4,8	44,9	46,7
	Europa	0,0	4,1	6,8	61,6	27,4
	Extracomunitario	0,0	0,0	13,9	48,3	27,8
Edad (años)	Menor de 45	1,2	6,2	10,4	55,2	27,0
	Entre 46 y 65	0,8	1,9	6,5	49,6	41,2
	Mayor de 66	0,7	2,1	7,0	48,8	41,4
Alojamiento	Hotel	1,1	3,3	16,3	54,4	37,5
	Apartamento	0,0	4,9	6,7	51,3	34,4
Zona	Playa de Levante/Rincón	1,4	3,0	12,3	48,4	37,5
	Casco Histórico	0,4	2,9	7,3	53,8	35,5
	Playa de Poniente	0,8	3,8	7,6	48,7	39,1
<b>Total</b>		0,9	3,3	7,8	50,9	37,1
Base: 793 individuos						

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados comentó que la rapidez y calidez de los camareros es esencial para un buen servicio. Algunos incluso hacen alarde de ser tratados “como la

Reina de Inglaterra”<sup>7</sup> porque están esperando a que termines tu plato para recogerlo y volver a servir. Por tanto, se reconoce que “hay camareros muy buenos, sobre todo rápidos y eficaces que conocen el negocio [...] saben hacerse con el negocio y saben cómo tratar al cliente”<sup>8</sup>.

Aunque también resaltan algunos comentarios negativos sobre todo encaminados a justificar y mejorar la situación del servicio de camareros. Se menciona que el servicio “no es el punto fuerte de Benidorm”<sup>9</sup> y que “no hay un camarero especializado, que es más gente de la zona que se ha tirado a ese trabajo y no los veo especialmente profesionales”<sup>10</sup>; haciendo referencia a la falta de manejo de idiomas para comunicarse mejor con los clientes.

### **La temperatura adecuada en los alimentos**

La adecuada temperatura de los alimentos, sean fríos o calientes, es importante para determinar el deleite del consumidor.

#### *Los alimentos en frío*

En la siguiente tabla se observa que los alimentos en frío son calificados por tener siempre una temperatura adecuada (Tabla 5). Los ingleses y los menores de 45 años son quienes están un poco en desacuerdo con esta variable al valorarla como “nunca” y “casi nunca”. Asimismo, los que se encuentran alojados en un apartamento y aquellos que consumen en la playa se muestran en desacuerdo con la satisfacción de la temperatura de los alimentos en frío.

---

<sup>7</sup> Entrevistas No. 3 y 4: mujer y hombre de 76 y 77 años en Playa de Levante.

<sup>8</sup> Entrevista No. 6: hombre de 32 años en Playa de Levante.

<sup>9</sup> Entrevista No. 2: hombre de 33 años en Playa de Levante.

<sup>10</sup> Entrevista No. 13: mujer de 27 años en Playa de Levante.

**Tabla 5: Los alimentos fríos son servidos a la temperatura adecuada**

Variables		Nunca (%)	Casi nunca (%)	A veces (%)	Habitual (%)	Siempre (%)
Sexo	Mujer	1,3	2,3	7,3	31,8	57,1
	Varón	1,1	1,3	10,8	30,3	56,6
País de Origen	España	1,0	1,3	9,6	29,7	58,2
	Reino Unido	2,5	3,7	7,4	30,7	55,8
	Europa	0,0	0,0	7,5	35,8	56,7
	Extracomunitario	0,0	2,9	11,4	40,0	45,7
Edad (años)	Menor de 45	2,1	3,3	14,2	31,7	48,8
	Entre 46 y 65	0,4	1,6	8,3	31,3	57,9
	Mayor de 66	1,0	0,7	5,5	29,8	63,0
Alojamiento	Hotel	1,5	2,3	9,4	29,4	57,2
	Apartamento	0,0	4,9	9,2	38,3	52,5
Zona	Playa de Levante/Rincón	2,3	3,1	7,7	39,1	47,9
	Casco Histórico	0,7	0,7	9,1	29,3	59,8
	Playa de Poniente	0,4	2,7	11,0	23,7	63,1
Total		1,1	1,8	9,1	30,9	57,1
Base: 784 individuos						

Fuente: Elaboración propia.

### *Los alimentos en caliente*

Para el caso de los alimentos en caliente (Tabla 6) las opiniones son, a nivel general, de que se sirven habitualmente de forma correcta; resaltando, como en el caso anterior, los ingleses y ahora los españoles; así como los menores de 45 años y a los alojados en un hotel los que presentan valores de que “casi nunca” son servidos a temperaturas adecuadas. Asimismo, quienes consumen alimentos en la Playa de Levante han calificado de igual manera. Esta cuestión.

**Tabla 6: Los alimentos calientes son servidos a temperatura adecuada**

Variables		Nunca (%)	Casi nunca (%)	A veces (%)	Habitual (%)	Siempre (%)
Sexo	Mujer	0,5	2,5	13,2	36,2	47,6
	Varón	1,3	2,1	14,2	27,6	54,9
País de Origen	España	0,8	3,3	13,4	31,7	51,8
	Reino Unido	1,2	3,0	14,4	32,3	49,1
	Europa	0,0	0,0	10,3	29,4	60,3
	Extracomunitario	2,8	2,8	19,4	33,3	41,7
Edad (años)	Menor de 45	1,2	5,0	16,1	34,7	43,0
	Entre 46 y 65	0,8	1,2	15,4	29,3	53,3
	Mayor de 66	0,7	1,0	10,1	30,9	57,3
Alojamiento	Hotel	1,0	2,8	14,4	28,5	53,3
	Apartamento	0,0	0,0	8,1	46,0	46,0
Zona	Playa de Levante/Rincón	1,1	4,5	11,2	39,0	44,2
	Casco Histórico	0,7	1,4	14,1	30,0	53,8
	Playa de Poniente	0,8	0,8	16,0	25,3	57,0
Total		0,9	2,3	13,6	31,7	51,5
Base: 792 individuos						

Fuente: Elaboración propia

En el análisis cualitativo realizado, la mayoría de los entrevistados mencionó que los alimentos eran servidos de manera adecuada, es decir, tal y como deben ser servidos: fríos o calientes. En particular, resaltaron que “las bebidas son las que siempre están muy frías”<sup>11</sup>. No obstante, hubo algunos que comentaron que “si han notado que la comida está excesivamente caliente o fría” pero “de manera esporádica”<sup>12</sup>.

Aunado a la adecuada temperatura de los alimentos, resulta importante determinar el grado de satisfacción de los clientes hacia el sabor de los alimentos.

<sup>11</sup> Entrevista No. 13: mujer de 27 años en Playa de Levante.

<sup>12</sup> Entrevistas No. 8, 9 y 12: hombres de 28 y 36 años en Playa de Levante; mujer de 27 años en Playa de Levante.

### *Sabor de los alimentos*

En este caso, se observa (Tabla 7) que la mayoría de las respuestas valora como “agradable” el sabor. Resaltar algunas diferencias en relación al sexo, país de origen, así como, el rango de edad y que influyen en la determinación del valor en el sabor de los alimentos.

Las mujeres lo perciben como agradable, en tanto, los hombres son más exigentes en esta cuestión. El ser inglés o europeo o pertenecer al rango de menores de 45 años también influye en la valoración del sabor, ya que, en porcentajes modestos, lo califican como “desagradable” y “muy desagradable”. Asimismo, la zona y el tipo de alojamiento influyen en las opiniones de los encuestados; el haber consumido en la Playa de Levante o el Casco Histórico o haberse alojado en un hotel presentan valoraciones del sabor en los alimentos como “desagradable”.



**Tabla 7: Sabor de los alimentos**

Variables		Muy desagradable (%)	Desagradable (%)	Ni agradable ni desagradable (%)	Agradable (%)	Muy agradable (%)
Sexo	Mujer	2,9	2,7	16,8	61,2	16,3
	Varón	1,3	5,8	17,7	55,4	19,8
País de Origen	España	1,5	3,7	18,7	60,7	15,4
	Reino Unido	5,3	5,9	12,4	50,9	25,4
	Europa	0,0	4,1	11,0	63,0	21,9
	Extracomunitario	0,0	2,8	27,8	55,6	13,9
Edad (años)	Menor de 45	4,1	5,3	22,6	58,0	9,9
	Entre 46 y 65	2,3	5,3	13,7	57,8	20,9
	Mayor de 66	0,3	2,1	15,6	59,9	22,1
Alojamiento	Hotel	2,4	4,7	16,3	59,7	16,9
	Apartamento	0,8	2,4	25,8	56,5	14,5
Zona	Playa de Levante/Rincón	1,8	4,4	15,1	63,5	15,1
	Casco Histórico	1,8	4,7	17,1	58,2	18,2
	Playa de Poniente	2,9	3,3	19,6	52,5	21,7
Total		2,1	4,1	17,1	58,6	18,1
Base: 797 individuos						

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la opinión de los entrevistados, para la mayoría les resulta agradable el sabor de los alimentos en Benidorm. A ello, influye el lugar en donde consumes así como el precio ya que como bien lo mencionan “depende del sitio, [...], tampoco se puede exigir mucho según qué precios”<sup>13</sup>. Algunos rescatan que al “ser comida rápida...” es aceptable el servicio y el sabor de los alimentos. Aunque hay algunos casos que mencionan que debido a esta rapidez y alta demanda, los alimentos “están mal cocinados” pero que “estén o no estén buenas al menos no sientan mal”<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Entrevista No. 12: mujer de 27 años en Playa de Levante.

<sup>14</sup> Entrevistas No. 6, 14, 15 y 16: hombre de 32 años en Playa de Levante; mujer de 35 años en Casco Histórico; hombre y mujer de 66 años en Casco Histórico.

*Aspecto de los alimentos*

La apariencia de los alimentos es fundamental para abrir el apetito. En este caso, la variable de aspectos de los alimentos es valorada en su mayoría como “agradable”. No obstante, al analizarla se observa (Tabla 8) que el país de origen, rango de edad y tipo de alojamiento influyen para que algunas respuestas sean de “desagradable”.

De manera equiparable, las cuatro subdivisiones de país de origen muestran un puntaje entre 2.5% y 2.8% de “desagrado”. Asimismo, obtiene el mismo valor por tipo de alojamiento; sí son jóvenes y si se encontraban en la Playa de Levante/Rincón al ser encuestados.

**Tabla 8: Aspecto de los alimentos**

Variables		Muy desagradable (%)	Desagradable (%)	Ni agradable ni desagradable (%)	Agradable (%)	Muy agradable (%)
Sexo	Mujer	1,8	2,0	11,5	66,9	17,8
	Varón	0,3	3,2	15,9	62,7	18,0
País de Origen	España	0,8	2,5	15,2	65,9	15,6
	Reino Unido	1,9	2,5	12,7	57,0	25,9
	Europa	1,4	2,8	6,9	70,8	18,1
	Extracomunitario	0,0	2,8	5,6	69,4	22,2
Edad (años)	Menor de 45	2,5	3,0	18,6	65,3	10,6
	Entre 46 y 65	0,4	3,5	11,7	60,7	23,7
	Mayor de 66	0,3	1,4	11,1	67,8	19,4
Alojamiento	Hotel	1,3	2,5	13,0	64,3	18,9
	Apartamento	0,0	2,4	19,4	62,9	15,3
Zona	Playa de Levante/Rincón	0,4	5,0	10,4	64,1	20,1
	Casco Histórico	0,7	1,5	17,5	62,4	17,9
	Playa de Poniente	2,1	1,2	12,4	67,2	17,0
Total		1,0	2,5	13,5	64,7	18,2
Base: 785 individuos						

Fuente: Elaboración propia

De las entrevistas personales realizadas se obtuvo que la mayoría está de acuerdo con el aspecto de los alimentos, calificándolos de “muy buenos”, aunque hubo casos que mencionaron que “se podría mejorar”<sup>15</sup>. No obstante, el aspecto de los alimentos depende mucho del lugar a donde vas a consumir; como bien se menciona: “depende del tenedor al que vayas, si vas a un (restaurante) de playa te toca lo normal y si vas a uno más... pues exiges más”; “si vas a un chiringuito la presentación es más mediocre, para ir tirando, pero si vas al restaurante de un hotel por ejemplo pues...”<sup>16</sup>.

#### *Variedad de la comida que se ofrece*

Benidorm es una ciudad multicultural que acoge a personas de cualquier parte del mundo, ello exige tener una amplia y rica variedad gastronómica. En el área turística se pueden encontrar bares y restaurantes que ofrecen menús nacionales e internacionales; además de ofrecer su propia gastronomía.

Como municipio de la costa mediterránea, es famoso por sus arroces y pescados de la bahía, propios de la cocina mediterránea. Entre los platos más típicos nos encontramos tanto dulces como salados. Los platos típicos están elaborados básicamente de pescados, frutas frescas y vegetales, como por ejemplo los Bollos a la Llosea, preparados con harina de maíz, acelgas hervidas y melva. Otro de los platos principales de la comida típica es el arroz a banda y la pebrereta y entre los dulces y postres es recomendable el típico turrón de Jijona o el de Alicante. Para beber se destacan los vinos, licores y cavas de los campos de Alicante.

Como es de imaginar, la amplia gama de restaurantes ofrecen una diversidad de platos. Esta variable, por tanto, es importante para determinar la amenidad gastronómica que se ofrece. Por ejemplo, en la siguiente tabla se analiza que la mayoría de los encuestados consideran variada la comida de los menús (Tabla 9). En este punto son los españoles los más exigentes ya que casi un 10% juzgan como poco o muy poco variados los menús.

---

<sup>15</sup> Entrevista No. 2: hombre de 33 años en Playa de Levante.

<sup>16</sup> Entrevista No. 1: hombre de 32 años en Playa de Levante.

Asimismo, las peores valoraciones sobre la variedad en la comida, aunque siempre con porcentajes inferiores al 10%, recaen en la población menor de 66 años, en los que se alojan en un hotel y en aquellos que fueron encuestados en el Casco Histórico. Caso contrario se da para los ingleses, a quienes les resulta muy variada la comida que se ofrece en el destino.

**Tabla 9: Variedad de comida que se ofrece en los menús**

Variables		Muy poco variada (%)	Poco variada (%)	Con la variedad justa (%)	Variada (%)	Muy variada (%)
Sexo	Mujer	1,7	6,1	14,9	53,1	24,2
	Varón	1,3	6,8	16,7	51,0	24,2
País de Origen	España	1,5	8,3	16,3	51,1	22,8
	Reino Unido	0,0	2,4	16,0	47,3	34,3
	Europa	4,1	4,1	8,1	64,9	18,9
	Extracomunitario	2,7	2,7	24,3	64,9	5,4
Edad (años)	Menor de 45	0,8	9,1	21,0	50,6	18,5
	Entre 46 y 65	1,5	6,9	14,6	51,7	25,3
	Mayor de 66	2,0	3,7	12,9	53,7	27,6
Alojamiento	Hotel	1,3	7,1	14,4	52,6	24,7
	Apartamento	2,5	4,9	23,0	48,4	21,3
Zona	Playa de Levante/Rincón	0,7	5,6	19,6	54,1	20,0
	Casco Histórico	1,1	7,2	14,0	52,7	25,1
	Playa de Poniente	2,9	6,6	12,9	49,4	28,2
Total		1,5	6,4	15,9	52,2	24,1
Base: 801 individuos						

Fuente: Elaboración propia

De las entrevistas realizadas, la mayoría resalta la variedad de comida que se ofrece en los menús. Existe tanta variedad que “puedes pedir lo que quieras porque lo hay”<sup>17</sup>. No obstante, también hay que tener en cuenta el lugar en donde se consume, ya que influye mucho en dicha variedad.

Para el caso de quienes se alojan en un hotel, sobre todo si es de postín, como es de esperar sostienen que los menús son variados: “estamos en un hotel y no nos interesa salir a ninguna parte porque ahí comemos muy bien”<sup>18</sup> y “todos los días hay menús nuevos, todos los días cambian, no repiten”<sup>19</sup>. En tanto, quienes consumen en los restaurantes mencionan que suelen ser repetitivos y tradicionales en el menú: “es menos variado, igual que las tiendas, se repiten mucho, [...] supongo que también como hay sitios que van bien poniendo comida típica, paella y arroces pues...”<sup>20</sup>.

Con la misma importancia en la elección de los visitantes por ser lo más cómodo está la comida rápida o “chararra” como se dice en México. Algunos de los entrevistados sostienen que hay muchos locales de comida rápida, como lo menciona uno de ellos: “veo mucha comida rápida, pero ningún vegetariano, comida muy yanqui, es lo más cómodo, haces un par de hamburguesas...”<sup>21</sup>.

Ante la demanda la variedad de comida en Benidorm, ha tenido que adecuarse al gusto de los visitantes, por ello, “han abierto sitios nuevos con comida nueva”<sup>22</sup>.

### *Cantidad de comida*

La importancia que tiene la cantidad de comida que es servida a los clientes se suma a las variables explicativas para conocer la percepción de la oferta gastronómica en este destino.

---

<sup>17</sup> Entrevistas No. 1, 34 y 35: hombre de 32 años en Playa de Levante; hombre y mujer de 68 y 65 años, respectivamente en Playa de Poniente.

<sup>18</sup> Entrevistas No. 3 y 4: mujer y hombre de 76 y 77 años, respectivamente en Playa de Levante.

<sup>19</sup> Entrevista No. 11: mujer de 46 años en Playa de Levante.

<sup>20</sup> Entrevistas No. 12, 15, 16, 19 y 20: mujer de 27 años en Playa de Levante; hombre y mujer de 66 años en Casco Histórico; hombre y mujer de 37 y 36 años, respectivamente en Casco Histórico.

<sup>21</sup> Entrevista No. 14: mujer de 35 años en Casco Histórico.

<sup>22</sup> Entrevista No. 22: hombre de 52 años en Casco Histórico.

En la siguiente tabla resaltan las calificaciones de “suficiente” y, en algunos casos, de “abundante”; siendo a los ingleses y europeos, a quienes les resulta “muy abundante” la cantidad de comida. Un caso opuesto a la abundancia es la de los extracomunitarios, a quienes la cantidad de comida es muy escasa (Tabla 10).

**Tabla 10: Cantidad de comida que se ofrece en los menús**

Variables		Muy escasa (%)	Escasa (%)	Suficiente (%)	Abundante (%)	Muy abundante (%)
Sexo	Mujer	0,2	2,1	33,2	41,7	22,9
	Varón	0,5	2,9	33,9	40,2	23,4
País de Origen	España	0,4	2,7	34,8	42,7	19,4
	Reino Unido	0,0	1,8	27,8	39,1	31,4
	Europa	0,0	2,7	34,2	31,5	31,5
	Extracomunitario	2,7	2,7	37,8	37,8	18,9
Edad (años)	Menor de 45	0,4	4,1	37,0	37,9	20,6
	Entre 46 y 65	0,4	2,3	35,1	37,4	24,8
	Mayor de 66	0,0	1,4	29,2	45,7	23,7
Alojamiento	Hotel	0,3	2,9	32,3	41,2	23,3
	Apartamento	0,0	1,7	43,8	36,4	18,2
Zona	Playa de Levante/Rincón	0,0	3,7	34,6	38,6	23,2
	Casco Histórico	0,7	1,4	35,3	43,5	19,1
	Playa de Poniente	0,4	2,5	29,8	39,5	27,7
Total		0,4	2,5	33,4	40,7	23,0
Base: 799 individuos						

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los entrevistados están de acuerdo en que la cantidad de comida ofrecida es suficiente y en algunos casos abundante, pero ello está íntimamente ligado con el lugar en donde se decide comer. Algunos entrevistados mencionan que es “bastante la cantidad por ración” sobre todo en el Casco Urbano; no tanto en la zona de la Playa de

Levante<sup>23</sup> y que la comida “va destinada a un público extranjero [...], la cantidad está bien o incluso excesiva”<sup>24</sup>.

Otros entrevistados coinciden en su apreciación al tildar de suficiente la ración de comida, sobre todo si se considera el precio que se paga por ella; ya que “si te vas a un sitio de alta cocina te van a poner menos (que en un sitio de playa) es una cosa normal, según también donde vayas”<sup>25</sup>.

#### *Existencia de platos especiales*

Por último, se preguntó sobre la existencia de platos especiales para personas con problemas de salud, como son los diabéticos, hipertensos, celíacos, etc.. En los resultados se observa el interés de las personas mayores de 46 años por la presencia de platos especiales, sobre todo por parte de los ingleses y los extracomunitarios (Tabla 11).

En cuanto al tipo de alojamiento, quienes residen en hotel afirman la existencia de platos especiales muy por encima de quienes se alojan en apartamentos. La Playa Poniente, como las anteriores categorías, se posiciona sobre las dos zonas restantes en existencia de platos especiales.

---

<sup>23</sup> Entrevistas No. 8 y 9: hombres de 28 y 36 años, respectivamente en Playa de Levante.

<sup>24</sup> Entrevista No. 13: mujer de 27 años en Playa de Levante.

<sup>25</sup> Entrevista No. 12: mujer de 27 años en Playa de Levante

**Tabla 11: Existencia de platos especiales**

Variables		Sí (%)	Perdidos (%)
Sexo	Mujer	67,2	54,4
	Varón	71,8	
País de Origen	España	69,4	44,7
	Reino Unido	70,8	
	Europa	61,8	
	Extracomunitario	86,7	
Edad (años)	Menor de 45	60,6	56,6
	Entre 46 y 65	70,7	
	Mayor de 66	74,7	
Alojamiento	Hotel	75,4	53,9
	Apartamento	38,9	
Zona	Playa de Levante/Rincón	66,7	53,9
	Casco Histórico	67,4	
	Playa de Poniente	73,2	
Total		69,7	2,5
Base: 373 individuos			

Fuente: Elaboración propia

A diferencia de los datos obtenidos en la encuesta, la mayoría de los entrevistados coinciden en tener cierta ignorancia sobre la existencia de platos especiales. Comentan que de existir sería bueno que lo dieran a conocer ya que, en ocasiones, es necesario comunicarles a los camareros qué tipo de comida puede el cliente consumir: “sí que puedes pedirlo, pero con anticipación”<sup>26</sup>.

Por ejemplo, uno de los entrevistados sostiene que “estuvo en un restaurante que tenía una carta paralela para celiacos” [...] “un poquito más caro, pero casi igual que la carta

<sup>26</sup> Entrevista No. 11: mujer de 46 años en Playa de Levante.



normal”<sup>27</sup>. Algunos más, comentan que existen restaurantes con carteles que difunden la existencia de platos especiales para celíacos y diabéticos: “hemos visto que hay oferta y comida especial para los celíacos”<sup>28</sup>.

Empero, no sólo en los restaurantes es importante que exista variedad de comida especial, sino también en las tiendas de servicios: “teniendo en cuenta la masificación que hay en Benidorm, los restaurantes irán también a ese segmento, y cobrarán más, imagino” [...] “hay que satisfacer todas las demandas posibles y sobre todo ahora”<sup>29</sup>.

### Conclusiones

El interés por analizar la actividad gastronómica en Benidorm se debe a que es un punto estratégico de turismo internacional que debe ofrecer una amplia gama de menús acorde con la demanda turística. La gastronomía como atractivo turístico surge para suplantar la rutinaria actividad turística de quienes acuden al destino con frecuencia. Esto es, que a través de la variedad de menús se trate de enriquecer el destino y hacerlo atractivo, apetecible.

Por ello, el estudio resalta que tanto el servicio de los restaurantes como de la oferta gastronómica son importantes para mantener constante la demanda de comensales que realizan turismo en Benidorm. El análisis realizado en Benidorm de la satisfacción que, sobre la alimentación, tienen los turistas es concluyente. Los visitantes que llegan a Benidorm no consideran que la alimentación que los hoteles y restaurantes ofrecen sea un problema. Es un tema que valoran positivamente, teniendo muy en cuenta que el 80% considera adecuada la relación calidad-precio. Casi un 90% de los entrevistados percibe que la alimentación recibida es satisfactoria, al mismo tiempo que están satisfechos con el servicio de los camareros.

---

<sup>27</sup> Entrevista No. 13: mujer de 27 años en Playa de Levante.

<sup>28</sup> Entrevistas No. 23, 24, 34 y 35: hombre y mujer de 60 años en Centro Histórico; hombre y mujer de 68 y 65 años, respectivamente en Playa de Poniente.

<sup>29</sup> Entrevista No. 1: hombre de 32 años en Playa de Levante.

Asimismo, se considera a esta actividad como detonante económico y social, sobre todo por el perfil de los turistas, quienes en su mayoría son jubilados que buscan entre otras cosas, disfrutar de un buen platillo que este al alcance de su bolsillo. Por último, se pudo constatar que a través de la comida se logra la conexión entre el turista y la población local ya que los primeros se ajustan a las tradiciones y a los bienes y servicios propios del lugar turístico. De la combinación culinaria se logra una amalgama de sabores y nuevas tradiciones que vuelven atractivo y sostenible al lugar.

### ***Bibliografía***

- Clemente, J. Roig et al. (2008), “Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado” en *Pasos*, vol. 6, n° 2.
- Du rand, G., Heath, E. y Alberts, N. (2003), “The role of local and regional food in destination analysis”, en *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol. 14 (3/4), 97-112.
- Espeitx, E. (2004), “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”, en *Pasos*, Vol. 2, N° 2.
- Feo Parrondo, F. (2005), “Turismo gastronómico en Asturias” en *Cuadernos de Turismo* No. 15, págs. 77-96.
- HALL, M. et al. (2003), *Food tourism around the World*, Oxford, Butter-worth-Heinemann.
- Ignatov, Elena y Smith S. (2006), “Segmenting Canadian culinary tourist”. *Current Issues in Tourism* No 9 (3), págs. 235-255.
- Kivela, Jakša y Crotts, John (2006), “Tourism and Gastronomy: Gastronomys Influence on How Tourist Experience a Destination” en *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol 30(3), 354-377.
- Leal Londoño, M. (2011), “La diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: el caso de Vilanoa i la Geltrú (Barcelona)” en *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* No. 9 (1), págs. 15-24.
- Mazón, T. (2010), “[Benidorm. Un destino turístico de altura](#)”, en *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas*, Volumen 1, n° 2.

- Mazón, T. y Huete, R. (2005), “Turismo Residencial en el litoral alicantino: los casos de Denia, Altea, Benidorm, Santa Pola y Torrevieja”, en Mazón y Aledo (Edts.) *Turismo Residencial y Cambio Social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, Alicante, Editorial Aguaclara.
- Oliveira, S. (2011), “La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino”, en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, nº 3.
- Pereiro, X. y Prado Conde, S. (2005), “Turismo e oferta gastronómica na comarca de Ulloz (Galiza): Análise de una experiencia de desenvolvimiento local” en *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* No. 3(1), págs. 109-123.
- Riley, M. (2005). “Food on beverage management. A review of change”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, No. 17 (1) págs. 88-93.
- Tikkanem, I. (2007), “Maslow’s hierarchy and food tourist in Finland: five cases”. *British Food Journal*, No. 109 (9), págs. 721-734.
- Torres Bernier, E. (2003), “Del turista que se alimenta al turista que busca comida”, en Lacanau y Norrild, *Gastronomía y Turismo. Cultura en Plato*, Buenos Aires, CIET.

Artículo recibido el 19/05/2014  
Artículo aceptado el 3/12/2014