

Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas nº 6 (2012) pp. 122-141

ISSN: 2172-8690

Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Murcia

TURISMO GASTRONÓMICO Y TURISMO DE MASAS: LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS CON LA ALIMENTACIÓN QUE RECIBEN EN BENIDORM.

GASTRONOMIC TOURISM AND MASS TOURISM: TOURISTS SATISFACTION WITH THE FOOD FROM BENIDORM"

TOMÁS MAZÓN MARTÍNEZ¹

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante

Cátedra de Estudios Turísticos "Pedro Zaragoza" de la Universidad de Alicante

MYRIAM COLMENARES LÓPEZ²

Universidad de Guadalajara, México

JOSÉ A. HURTADO SÁNCHEZ³

Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de Alicante

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, de un destino interesado en desarrollar un turismo gastronómico. Por ello, en esta investigación 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.

Fecha de Recepción: 4 de diciembre de 2012 Fecha de Aceptación: 29 de diciembre de 2012

¹ Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante. tomas.mazon@ua.es

² Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas del Centro Universitario de los Valles, Universidad de Guadalajara, México. myriamcolmenares@yahoo.co.uk

³ 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 ja.hurtado@ua.es

En general, se encontró un nivel de satisfacción aceptable por parte del turista sobre la alimentación en Benidorm, sólo resalta la importancia de incorporar menús acordes a las necesidades de los turistas con alguna dificultad médica.

Palabras clave: turismo, gastronomía, satisfacción gastronómica, Benidorm.

ABSTRACT

The changes in the preferences of tourists make the food part of the new forms 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.

Key-words: tourism, gastronomy, gastronomic satisfaction, Benidorm.

1. 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 es la de adaptarse 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 satisfacer 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 cada vez 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 cosas, 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 tener que ajustar los precios a la baja. Saben que de no hacerlo perderán competitividad. Esta tesitura obliga a que se tengan que adaptar los servicios que las empresas turísticas ofrecen a sus 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 se están vertiendo chorros de tinta. Por un lado nos encontramos que el envejecimiento en los países desarrollados impone a una orientación del consumo hacia productos adaptados a las necesidades de las personas mayores. A ello obliga el que un alto porcentaje de turistas son de edades avanzadas. Asimismo, hay turistas que tienen que ingerir comidas especiales, bien sea por motivaciones culturales o de salud. Por esta razón en el sector turístico se tiene que tener en cuenta todo un cúmulo de necesidades que, a la hora de sentarse en la mesa de un restaurante, pueden tener sus clientes. Por un lado podemos citar a los amantes de las comidas vegetarianas que, en sus menús excluyen estrictamente carne y productos animales, pescado, incluso miel, huevos o leche. Por otro lado, 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 tiene que considerar la industria turística determinados tipos de comida que podemos calificar como de religiosas como las judías y las musulmanas.

En este escenario, también hay que hacer hincapié en que para un importante contingente, cientos de millones de turistas, en sus viajes la alimentación es un elemento secundario. Solamente cubre la función biológica de suministrar al cuerpo la nutrición indispensable para su subsistencia. A este respecto, Torres Bernier (2003) señala que hay turistas que “se alimentan” y otros que “viajan para comer”. Los primeros, en su viaje solamente se alimentan, no es la comida lo que los motiva a viajar, estos turistas se alimentan por necesidad; los segundos, realizan un viaje en el que están interesados en

encontrar placer a través de la gastronomía, siendo la gastronomía el recurso primario del destino visitado.

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). 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).

2. 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 Benidorm. 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 muy agresivas, hacen que los hoteles de Benidorm se ven obligados a someterse a sus exigencias y bajar los precios.

El principal objetivo de este estudio es el de conocer el grado de satisfacción que los turistas que llegan a Benidorm tienen de la alimentación que, tanto los hoteles como los restaurantes, les ofrecen en su estancia turística. 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.

Foto N° 1. Skyline de Benidorm y playa de Levante



Fuente: Mazón, 2012.

En este escenario se ha considerado oportuno realizar un análisis del grado de satisfacción que, sobre la alimentación que reciben, tienen los turistas de Benidorm. 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 restauradores 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 con buena parte de la gastronomía que se ofrece en Benidorm. 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.

Foto N° 2. Pub en la playa de Levante



Fuente: Mazón 2011.

Junto al precio, las decisiones de los turistas se ven influenciadas por la popularidad de Benidorm, 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). Los

visitantes de Benidorm no consideran que la alimentación sea un problema en su estancia turística. Es más, debido al perfil socio-económico de los turistas que aquí llegan, perciben como positivo, salvo pequeñas consideraciones, la oferta gastronómica de esta localidad, tal y como podremos comprobar más adelante.

3. RESULTADOS BÁSICOS DE LA ENCUESTA

3.1. Perfil del encuestado

La investigación que presentamos se ha realizado a través de dos estudios, uno cuantitativo y otro cualitativo. Los datos utilizados en este estudio provienen de una encuesta cuya muestra estuvo formada por hombres y mujeres mayores de 18 años que se encontraban haciendo turismo en Benidorm. La entrevista se realizó cara a cara a 818 turistas con pernoctación en Benidorm, seleccionados a partir de un muestreo estratificado por cuotas. Fue en la primera quincena del mes de abril de 2012, coincidiendo con la semana santa, cuando se hicieron las entrevistas de esta encuesta.

Tabla N° 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

En cuanto al análisis cualitativo se han realizado 35 entrevistas en profundidad entre los días 8 y 12 de agosto de 2012, también a turistas alojadas en Benidorm. 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).

3.2. 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) (Entrevista 1).

Tabla N° 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
Total		1,0	3,6	7,6	55,6	32,2
Base: 786 individuos						

Fuente: Elaboración propia

En general, los entrevistados están satisfechos: “estamos en un hotel y no nos interesa salir a ninguna parte porque ahí comemos muy bien” (Entrevista 3); “comida, la que quieras” (Entrevista 19) o “mucho y los precios bastante bien” (Entrevista 25). Por tanto, la variedad de menús está en función del bolsillo del cliente aunque hay a quienes eso no les importa ya que, como bien lo dicen, “vienes a Benidorm y vienes a cumplir” (Entrevista 6).

3.3. Relación entre la calidad y el precio de los alimentos

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

Tabla N° 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

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” (Entrevista 5) o “hay variedad para todo, tenedor alto, medio y bajo” (Entrevista 1). 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 (Entrevista 6, 8, 9 y 27), aunque a este respecto también se afirma “buena, te cobran 8,50 euros en primera línea de playa” (Entrevista 6). Empero, independiente de la ubicación, los precios de la comida en Benidorm son muy competitivos: “es barato en todo, en hoteles, restaurantes, cafeterías, aunque te den mal, con el precio que pagas tampoco puedes protestar mucho” (Entrevistas 13, 15, y 16).

Foto N° 3. El precio como reclamo turístico



Fuente: Mazón, 2012.

3.4. El servicio de camareros

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. 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 una mayor o menor satisfacción con este 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.

Tabla N° 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
Total		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. Incluso hay quien hace alarde de ser tratada “como la Reina de Inglaterra” (Entrevista 3) ya que 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” (Entrevista 6), o “te dicen: no se preocupe que le ponemos una mesa, y sacan una mesa de ahí dentro y la ponen en la terraza” (Entrevista 1). 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” (Entrevista 2); una entrevistada dice que “mejoraría que vayan uniformados, corrección a la hora de vestir, no en pantalón o en camiseta, que se sepa que es un camarero” (Entrevista 16) o “el trato personal muy bien, muy acogedores (...) pero lo que es el tema de la profesionalidad del camarero lo veo un poco cojo (...) falta profesionalidad para el trato con un turismo más selecto” (Entrevista 13) haciendo también referencia a la falta de manejo de idiomas para comunicarse mejor con los clientes.

3.5. La temperatura adecuada en los alimentos

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

3.5.1. 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.

Tabla N° 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

3.5.2 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. Hay que resaltar, como en el caso anterior, a los ingleses, a los que, en este punto, se suman los españoles; son los menores de 45 años y los alojados en un hotel los que contestan que los alimentos calientes “casi nunca” son servidos a temperaturas adecuadas. Asimismo, quienes consumen alimentos en la Playa de Levante han puesto objeciones a la temperatura en la que se sirven los alimentos calientes.

Tabla N° 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

Contrariamente, 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” (Entrevista 13). No obstante, hubo algunos que comentaron que “si han notado que la comida está excesivamente caliente o fría” pero “de manera esporádica” (Entrevistas 8, 9 y 12).

3.6. Sabor de los alimentos

Aunado a la adecuada temperatura de los alimentos, resulta importante determinar el grado de satisfacción de los clientes hacia el 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 en el Casco Histórico o haberse alojado en un hotel presenta valoraciones del sabor en los alimentos como “desagradable”.

Tabla N° 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” (Entrevista 12). 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” (Entrevistas 6, 14, 15 y 16).

3.7. Aspecto de los alimentos

La apariencia de los alimentos es fundamental para abrir el apetito o comer con gana. En este caso, la variable de aspecto 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, si son jóvenes, y si se encontraban en la Playa de Levante/Rincón de Loix al ser encuestados.

Tabla N° 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” (Entrevista 2). 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...” (Entrevista 1).

3.8. Variedad de la comida que se ofrece

En Benidorm existe una amplia gama de restaurantes que ofrecen 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. 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 sucede con los ingleses, a quienes les resulta muy variada la comida que se ofrece en el destino.

Tabla N° 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” (Entrevistas 1, 34 y 35). 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, “todos los días hay menús nuevos, todos los días cambian, no repiten” (Entrevista 11). 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...” (Entrevistas 12, 15, 16, 19 y 20).

Con la misma importancia en la elección de los visitantes por ser lo más cómodo esta la comida rápida o “chatarra” 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...” (Entrevista 14). Ante la cada vez mayor 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” (Entrevista 22).

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

La mayoría de los entrevistados están de acuerdo en que la cantidad de comida ofrecida es suficiente y en algún caso 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 (Entrevistas 8 y 9) y que la comida “va destinada a un público extranjero [...], la cantidad está bien o incluso excesiva” (Entrevista 13). 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” (Entrevista 12).

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

Variables		Muy escasas (%)	Escasas (%)	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

3.10. 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, destacan en este sentido los ingleses y los extracomunitarios (Tabla 11).

Tabla N° 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

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.

A diferencia de los datos obtenidos en la encuesta, la mayoría de los entrevistados coinciden en tener cierta ignorancia sobre los 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” (Entrevista 11). Por ejemplo, uno de los entrevistados sostiene que “estuvo en un restaurante que tenía una carta paralela para celíacos” [...] “un poquito más caro, pero casi igual que la carta normal” (Entrevista 13). Algunos más, comentan que existen restaurantes con carteles que difunden la disponibilidad de poder tomar platos especiales para celíacos y diabéticos: “hemos visto que hay oferta y comida especial para los celíacos” (Entrevistas 23, 24, 34 y 35). En cuanto a los hoteles, afirman que “tienes que decir en recepción que no puedes tomar sal” (Entrevista 3), “hay que pedirla por anticipado (Entrevista 11), “si lo avisas con tiempo sí” (Entrevista 30). Una persona expresó la queja de que “en las heladerías sólo tienen productos con leche de vaca” (Entrevista 14)

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” (Entrevista 1).

4. CONCLUSIONES

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 alimentación que los hoteles y restaurantes ofrecen sea un problema. Es un asunto que valoran positivamente. Así se desprende del hecho de que el 80 por ciento de los entrevistados en la encuesta considera adecuada la relación calidad-precio. De la misma forma que casi un 90 por ciento percibe que la alimentación recibida es satisfactoria, al mismo tiempo que, en líneas generales, perciben como satisfactorio el servicio que ofrecen los camareros.

En cuanto a la pregunta de si es adecuada la temperatura a la que se sirven los alimentos, de los calientes el 88 por ciento muestra su conformidad, mientras que de los fríos el

porcentaje baja cinco puntos. El 76 por ciento define como agradable el sabor de los alimentos. Sobre su aspecto, registramos una diferencia por sexos en las respuestas, el 85 por ciento de las mujeres aprecia que es satisfactorio y en el caso de los varones el porcentaje baja cuatro puntos. El 76 por ciento de los entrevistados afirma que la comida que se ofrece en los menús de los restaurantes de Benidorm es variada. Porcentaje de satisfacción menos elevado se registra en la pregunta sobre la cantidad de comida, un 64 por ciento dice que es abundante, mientras que para un 33,2 por ciento solamente es suficiente. Finalmente, a la pregunta sobre la existencia de platos especiales para turistas con problemas de salud, destaca que más de la mitad de los encuestados, el 54,4 por ciento, no tenía información sobre este tema.

En definitiva, decir que los turistas que llegan a Benidorm en busca de su ambiente urbano y de ocio, por la calidad de su planta hotelera, por sus playas, por su clima y para poder disfrutar del sol que les asegura el ansiado bronceado, perciben como positiva, salvo pequeñas consideraciones, la oferta gastronómica de esta localidad.

Foto n° 4. Ambiente urbano de Benidorm



Fuente: Mazón 2011.

5. BIBLIOGRAFÍA

- CLEMENTE, J.S.; ROIG, B.; VALENCIA, S.; RABADÁN, M.T.; MARTÍNEZ, C. (2008): “Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado”, *Pasos*, Vol. 6, nº 2.
- ESPEITX, E. (2004): “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”, *Pasos*, Vol. 2, Nº 2.
- KIVELA, J. y CROTTS, J. (2006): “Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourist Experience a Destination” *Journal of Hospitality and Tourism Research*, vol 30(3), 354-377.
- MAZÓN, T. (2010): “Benidorm. Un destino turístico de altura”. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas* nº 2 pp. 8-22
- 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”, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, nº 3.
- SCHULÜTER, R. (2006): *Turismo y Patrimonio Gastronómico*. Buenos Aires: CIET.
- 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.