

GRADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO:

PERFIL DEL TURISTA GASTRONÓMICO EN CANARIAS
PROFILE OF THE GASTRONOMIC TOURIST IN THE CANARY
ISLAND

Nombre: Alejandro Cabièces López

Tutor: Carlos Gustavo García González

Convocatoria: Julio 2023

Índice

RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	4
1. INTRODUCCIÓN	5
2. ANTECEDENTES	6
3. METODOLOGÍA	8
4. RESULTADOS.....	9
5. CONCLUSIONES.....	16
6. BIBLIOGRAFÍA	18

Índice de gráficos y tablas

<i>GRÁFICA 1: importancia de la gastronomía.....</i>	<i>9</i>
<i>GRÁFICA 2: sexo del turista gastronómico.....</i>	<i>9</i>
<i>GRÁFICA 3: edad del turista gastronómico.....</i>	<i>10</i>
<i>GRÁFICA 4: edad del turista general.....</i>	<i>10</i>
<i>TABLA 1: nacionalidad del turista gastronómico.....</i>	<i>11</i>
<i>GRÁFICO 5: primera visita a Canarias.....</i>	<i>12</i>
<i>TABLA 2: satisfacción del turista gastronómico.....</i>	<i>12</i>
<i>TABLA 3: isla visitada por el turista gastronómico.....</i>	<i>13</i>
<i>GRÁFICA 6: tipo de alojamiento del turista gastronómico.....</i>	<i>14</i>
<i>GRÁFICA 7: tipo de pensión del turista gastronómico.....</i>	<i>15</i>

RESUMEN

El turismo gastronómico es una de las tipologías más importantes dentro de la industria del turismo. Puede ser un factor motivador en si misma que impulsa la decisión de viajar a un conjunto grande de turistas que visitan las Islas Canarias, pues una de las principales motivaciones del turista gastronómico es degustar los platos tradicionales de una región, siendo estos un reflejo de la cultura de una zona y por ello, es importante estudiar el perfil del turista con alto grado de importancia hacia la gastronomía local que visita el archipiélago. En este estudio se realiza un análisis de los turistas llegados a las Islas Canarias en el año 2022 mediante encuestas realizadas en los aeropuertos de las islas a la llegada o a la salida. Variables como la edad, el sexo, la nacionalidad o la satisfacción de su visita son algunas de las que se han tomado con mayor relevancia para determinar el perfil del turista gastronómico, conociendo sus características en comparación con un turista en general. La principal conclusión es que más del 60% de los turistas asignan mucha o bastante importancia a la gastronomía a la hora de planificar su viaje.

PALABRAS CLAVE: turista, turismo gastronómico, gastronomía, Islas Canarias, vacaciones, archipiélago.

ABSTRACT

Gastronomic tourism is one of the most important typologies within the tourism industry. It can be a motivating factor in itself that drives the decision to travel of a large group of tourists who visit the Canary Islands, since one of the main motivations of the gastronomic tourist is to taste the traditional dishes of a region being these a reflection of the culture of an area and therefore, it is important to study the profile of the tourist with a high degree of importance towards the local gastronomy that visits the archipelago. In this study an analysis is made of tourists arriving in the Canary Islands in 2022 through surveys conducted at the airports of the islands on arrival or departure, variables such as age, sex, nationality, or satisfaction with their visit are some of those that have been taken with greater relevance to determine the profile of the gastronomic tourist, knowing their characteristics compared to a tourist in general. The main conclusion is that more than 60% of tourists assign a lot or quite a lot of importance to gastronomy when planning their trip.

KEYWORDS: tourist, gastronomic tourism, gastronomy, Canary Island, vacations, archipelago.

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el turismo se define de forma generalizada como el conjunto de actividades llevadas a cabo por las personas en los viajes y estancias que normalmente no alcanzan a superar el año y que se realizan lejos de su entorno habitual, bien sea por motivos de ocio, de trabajo u otros.

El turismo ha sido, es y seguirá siendo un pilar fundamental en la economía de cualquier país, estableciéndose el sector turístico como el que mayor riqueza genera en la economía española, encontrándose en auge constante. A su vez, se puede hablar de una actividad muy satisfactoria, pues bien, se realiza en busca de diversión, tranquilidad y desconexión, mayoritariamente en periodos vacacionales.

En 1942, los primeros codificadores del turismo, Hunziker y Krapf, aportan una definición de este, logrando la aceptación e incluso la adopción por parte de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIST):

El conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por los desplazamientos y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio; en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivadas por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal. (1942)

También, la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 1991 dio su definición para el mismo: “conjunto de actividades realizadas por personas durante los viajes, en locales situados fuera de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que no excediese un año por motivos de ocio, negocios y otros”. En la actualidad, la misma organización expone que “durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo” y es algo que se ve reflejado, no solo en la economía de nuestro país donde la actividad turística alcanzó los 97.126 millones de euros en 2021 según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), sino también en el PIB de las islas Canarias donde supone un 60,4%, cifra que nos presenta el Gobierno de Canarias a través del Estudio de Impacto Económico del Turismo Impactur Canarias.

Hay que tener en cuenta que, durante los años de pandemia, el turismo español y mundial se vieron afectados; sin embargo, Zurab Pololikashvili, secretario general de la OMT enuncia que:

El turismo mundial lleva camino de alcanzar los niveles previos a la pandemia para finales de año. Invirtiendo en las personas y en proyectos que marquen la diferencia, podemos aprovechar el potencial del sector para impulsar el crecimiento y brindar oportunidades a todos. (2020)

Dentro del turismo cabe destacar las islas Canarias como uno de los destinos turísticos más influyente a nivel nacional, recibiendo un total de 12.329.171 turistas internacionales que visitaron Canarias en 2022, según datos de las encuestas de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur) y de Gasto Turístico (Egatur), publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Si bien existen diferentes tipos de turismo, quizás el más conocido sea el denominado como “de sol y playa” o al menos uno de los más atractivos dadas las idóneas temperaturas a lo largo de todo el año en el archipiélago. Pero, si hay algo que no se puede dejar de hacer, independientemente del factor decisivo a la hora de elegir cualquier destino, es alimentarse. Si bien existe la posibilidad de

escoger los lugares que visitar y los que no, las actividades que se pueden realizar y las que no, la alimentación es algo que siempre va a estar presente y es por ello por lo que el turismo gastronómico tiene tanta consideración con referencia a los otros y será el principal protagonista del estudio que se realizará.

La gastronomía se ha convertido en un fenómeno viral en los últimos años yendo de la mano con el turismo, a pesar de haber tardado en alcanzar un alto valor como alternativa a la tradicional oferta del famoso “sol y playa”. Si bien, desde los inicios del turismo en el archipiélago (1950), el sector siempre se ha promocionado únicamente como un destino de sol y playa, el cual, en la actualidad, a pesar de ser un destino consolidado, se ha empezado a encontrar con una fuerte competencia de los países de África-Oriental y otros que ya ofertan el mismo producto, en muchas ocasiones, a un precio inferior que el ofrecido en Canarias, además de su propia oferta cultural. El turista ya busca algo más que el clásico y característico modelo mencionado, un destino que potencie su gastronomía, se ha convertido en algo indispensable para el nuevo turista que siente el afán por identificarse con la cultura y los productos locales del territorio que visita.

Hay que resaltar, además, que las Islas Canarias es una región que depende en gran medida del turismo, ya que es el principal motor económico, así como una de las fuentes primarias de empleo. Por ello, es crucial entender las preferencias de los turistas con vistas a brindarles experiencias memorables y mantener así altos niveles de competitividad turística. (Ritchie & Crouch, 2003)

Cada vez son más los destinos que utilizan la gastronomía como una fuente de actividad y productos para atraer turistas. Esta investigación en el sector del turismo gastronómico ha surgido como una respuesta a los constantes cambios del mercado y de las preferencias en los consumidores. Según Stewart (Stewart et al., 2008), el análisis de como los turistas ven y evalúan sus experiencias de viajes gastronómicos, constituye una base esencial para la promoción y el desarrollo de rutas turísticas.

El tema del turismo gastronómico es muy interesante y entretenido, y permite tener una visión extensa sobre cuál es el perfil de los turistas que viajan por razones culinarias. Por ello, el objetivo del presente Trabajo de Fin de Grado es realizar un estudio del turismo en Canarias, más concretamente del turismo gastronómico, para analizar así, el perfil del turista ligado a la gastronomía. Para ello, se plantean unos objetivos más generales, como son, el estudio del turismo en Canarias y del turismo gastronómico en las islas, para llegar a definir nuestro objetivo final. Además, se buscará movilizar las competencias que se han adquirido durante el Grado de Contabilidad y Finanzas tales como “la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión” o “conocer el origen y la evolución histórico-económica de las principales instituciones financieras”.

2. ANTECEDENTES

Expertos de la OMT definen el turismo gastronómico como aquellas visitas de turistas que planifican sus viajes con el fin de probar la cocina del lugar al que van o realizar actividades relacionadas con la gastronomía. Con la intención de delimitar el concepto de turismo gastronómico, hay que resaltar que el mero consumo de gastronomía es una actividad llevada a cabo por la totalidad de los turistas que visitan cualquier destino, y por ello, cualquier visita a un

restaurante no debería ser considerada como turismo gastronómico. Además, con el fin de pulir la definición, hay que destacar también que los ofertantes de gastronomía no tienen por qué cumplir ninguna característica específica, sino que el propio consumo de platos típicos en cualquier restaurante local puede ser considerado turismo gastronómico, siempre que haya sido uno de los motivadores principales del viaje (Barbel-Pineda et al., 2019)

La gastronomía canaria es una fusión de influencias de diversas culturas, debido a su posición estratégica en el océano Atlántico, siendo un punto de encuentro entre Europa, África y América. A lo largo de la historia, esta gastronomía ha evolucionado gracias a la creatividad de los cocineros y a la adaptación de las recetas tradicionales a las nuevas tendencias y gustos.

Uno de los personajes más importantes en la evolución de la gastronomía canaria es el escritor y gastrónomo José Viera y Clavijo. En su obra “Noticias de la historia general de las islas de canaria” (1772), Viera y Clavijo hace referencia a la gran variedad de productos y platos que se elaboraban en las islas, muchos de ellos todavía vigentes hoy en día.

En la época colonial, la influencia española se hizo patente en la gastronomía canaria, con la introducción de la carne de res y la elaboración de guisos y potajes. También se incorporaron técnicas culinarias como el escaldado, que consiste en sumergir los alimentos en agua caliente antes de cocinarlos.

Otro personaje destacado en la evolución de la gastronomía canaria es el chef británico Frederick William Beechey. Durante su estancia en las islas en el siglo XIX, Beechey se interesó por los productos locales y las recetas tradicionales, y publicó un libro de cocina titulado “Voyage to the Pacific and Behring's Strait” (1831) en el que incluía varias recetas canarias, como el potaje de berros y el escaldón de gofio.

En la primera mitad del siglo XX, la gastronomía canaria se caracterizaba por la simplicidad de sus platos y la utilización de ingredientes locales como papas, gofio, pescado y mariscos. Uno de los platos más representativos de esta época es el sancocho, elaborado con pescado salado, papas y mojo, una salsa picante típica de las islas.

A partir de los años 60 y 70, con el auge del turismo en las islas, la gastronomía canaria se diversificó y se abrió a nuevas influencias. En aquel entonces, la cocina canaria se basaba en platos sencillos y humildes, elaborados con ingredientes locales como papas, gofio y pescado fresco. Pero a medida que el turismo se fue desarrollando en las islas, la oferta gastronómica se fue ampliando y diversificando para satisfacer las demandas de los visitantes.

En la década de los 80, la gastronomía canaria comenzó a consolidarse como una actividad relevante en las islas, con la aparición de restaurantes especializados en comida canaria y la promoción de la gastronomía local por parte de las instituciones públicas. Uno de los chefs más importantes de esta época fue Juan Carlos Clemente, quien apostaba por una propuesta basada en la utilización de productos locales y la recuperación de recetas tradicionales.

En los años 90, la oferta gastronómica se diversificó aún más con la incorporación de restaurantes de cocina internacional, aunque siempre con una fuerte influencia de la gastronomía canaria. Además, se empezaron a organizar eventos gastronómicos y ferias de productos locales para promocionar la gastronomía de las islas.

En la última década, el turismo gastronómico en Canarias ha evolucionado hacia una mayor sofisticación, con una apuesta por la cocina de autor y una mayor atención a la presentación y el emplatado. Además, se ha producido un interés creciente por los productos locales y la gastronomía tradicional, lo que ha dado lugar a la aparición de restaurantes que ofrecen platos elaborados con ingredientes autóctonos y recetas ancestrales.

En conclusión, el turismo gastronómico en Canarias ha evolucionado desde una oferta sencilla y tradicional a una propuesta más sofisticada y diversa, que busca destacar la riqueza y la diversidad de la gastronomía local.

3. METODOLOGÍA

Para este estudio se ha tomado como población a los turistas que llegan a Canarias motivados, en este caso, por el turismo gastronómico, comparado con los turistas que llegan a Canarias para conocer así el perfil del turista. Entendemos por perfil a aquellos aspectos que influyen en la elección del destino, si bien el sexo, la edad...Dicho estudio se realiza por medio de la EGT (Encuesta de Gasto Turístico), la cual tiene como objetivo básico conocer el volumen y la estructura del gasto realizado por los turistas que pernoctan al menos una noche en cualquier tipo de alojamiento de la Comunidad Autónoma de Canarias. El organismo responsable de la elaboración de esta operación es el Instituto Canario de Estadística (ISTAC). Asimismo, es objeto de estudio de la encuesta el perfil sociodemográfico del turista y las características generales del viaje.

Para el análisis del perfil de los turistas que visitan Canarias motivados por la gastronomía, se ha recurrido a la Estadística Descriptiva (distribuciones de frecuencia y sus representaciones gráficas), empleando para ello el programa estadístico IBM SPSS Statistics, software que proporciona a los investigadores herramientas que permiten consultar datos y formular hipótesis de forma rápida, ejecutar procedimientos para aclarar las relaciones entre las variables, identificar tendencias y realizar predicciones. La base de datos empleada contiene las respuestas de 29377 turistas que fueron encuestados en los aeropuertos canarios que cuentan con vuelos interregionales o internacionales, antes de regresar a sus lugares de origen (ISTAC, 2022)

Una vez descargados los datos de la Encuesta de Gasto Turístico 2022 desde el ISTAC, procedemos a estudiar dicha información en SPSS, analizando variables como la nacionalidad, edad, sexo, isla, nacionalidad, satisfacción, etc.; si bien son las más interesantes para establecer el perfil del turista que llega a Canarias.

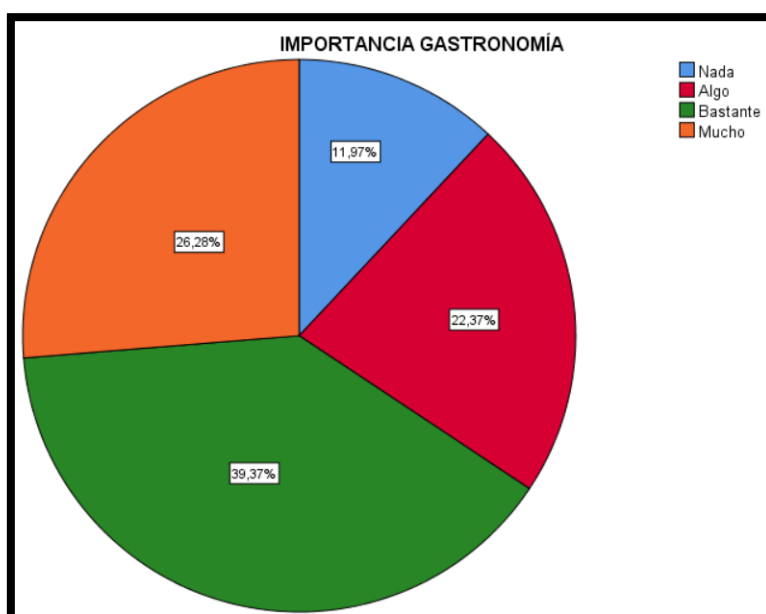
A continuación, a partir de la muestra de turistas anterior, se seleccionan aquellos turistas motivados por la gastronomía, lo que permite obtener una nueva base de datos, en este caso de 18890, a partir de la que analizaremos de forma descriptiva, las mismas variables que en el perfil anterior.

Posteriormente, los análisis, así como la comparativa entre ambos perfiles, se desarrollarán en el próximo apartado.

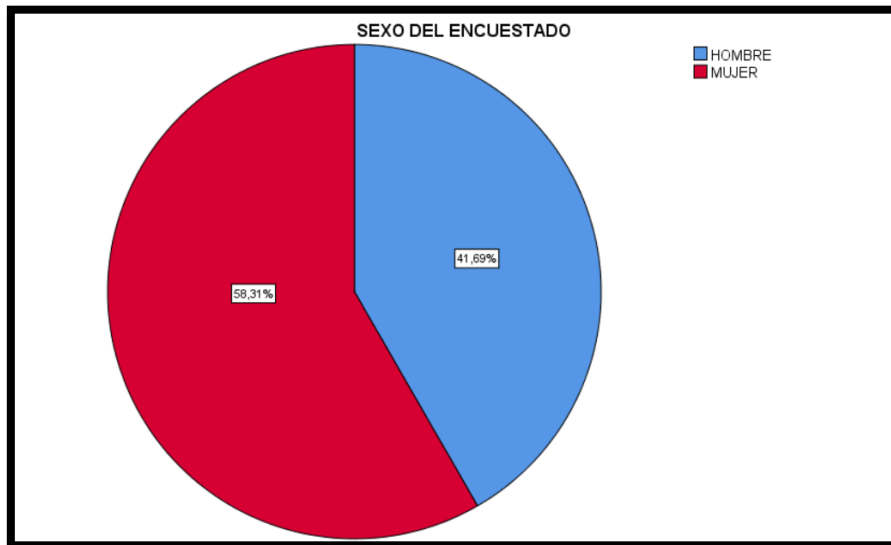
4. RESULTADOS

En primer lugar, se ha elaborado una gráfica para determinar cuál es el grado de importancia que los turistas llegados a Canarias en 2022 le dan a la gastronomía en el momento de elegir su destino vacacional, para, a raíz de dicha gráfica, sacar la base de datos de turista gastronómico que se utilizará en adelante para la realización de los demás estudios de dicho perfil. Se tomarán aquellos que en dicha gráfica de sectores circulares tomen los valores “mucho y bastante”, lo cual, como se ve en la gráfica 0, hacen un total de 18890 personas que le dan mucha o bastante importancia a la gastronomía para su estancia, frente a los 29377 turistas entrevistados a su llegada a los aeropuertos de las islas.

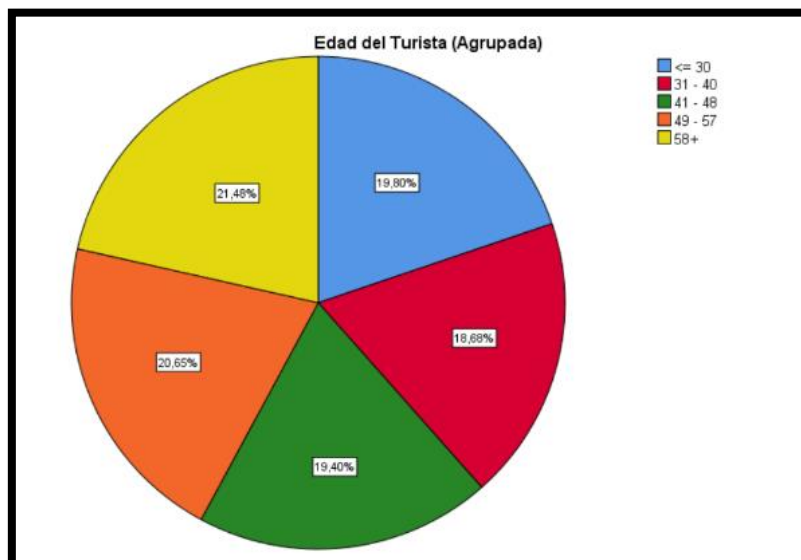
Gráfica 1: Importancia de la gastronomía

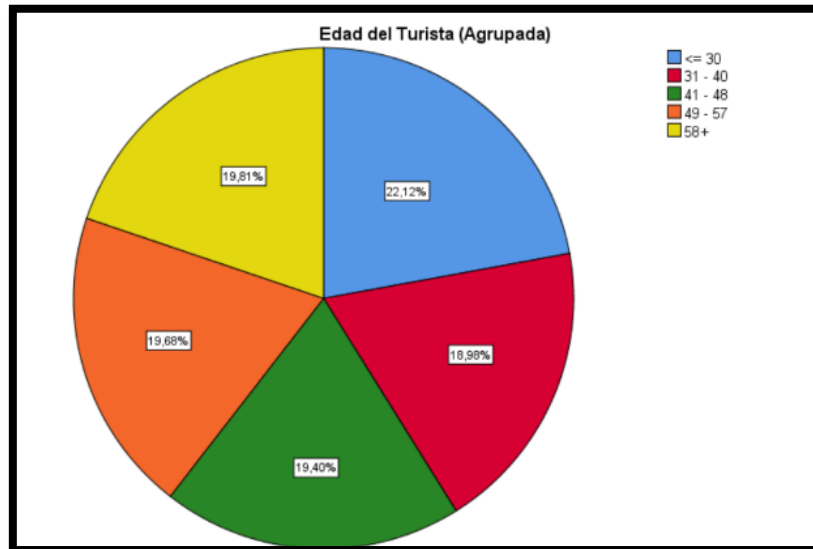


Seguido de esto, se ha pretendido conocer el sexo con mayor presencia en la visita de Canarias del turista gastronómico. Como podemos observar en la gráfica 1, visitan un mayor número de mujeres las islas que de hombres, con un 58,31% frente a un 41,69%, respectivamente, a pesar de no resultar una diferencia significativa. Este resultado se interpreta más de una forma equitativa, si bien, pese a ser superior el número de mujeres, lo cierto es que están bastante igualados.

Gráfica 2: Sexo del turista gastronómico

Después de este análisis, se confeccionó una segunda y tercera gráfica para establecer los rangos de edad de los turistas que visitan el archipiélago, y así, comparar el perfil general con el gastronómico, encontrando una diferencia de edades. Si bien, en el perfil general, el rango con mayor presencia se trata del de menor o de 30 años, en el perfil gastronómico el más destacado es el de mayor de 58 años. Por este motivo, al realizar el estudio de la media en ambos perfiles, el perfil gastronómico tiene una media de edad ligeramente más alta que el perfil general (45 y 44 años, respectivamente). Podemos interpretar así que los jóvenes no se ven tan influenciados por el turismo gastronómico como pueden verse personas de edad más avanzada.

Gráfica 3: Edad del Turista Gastronómico

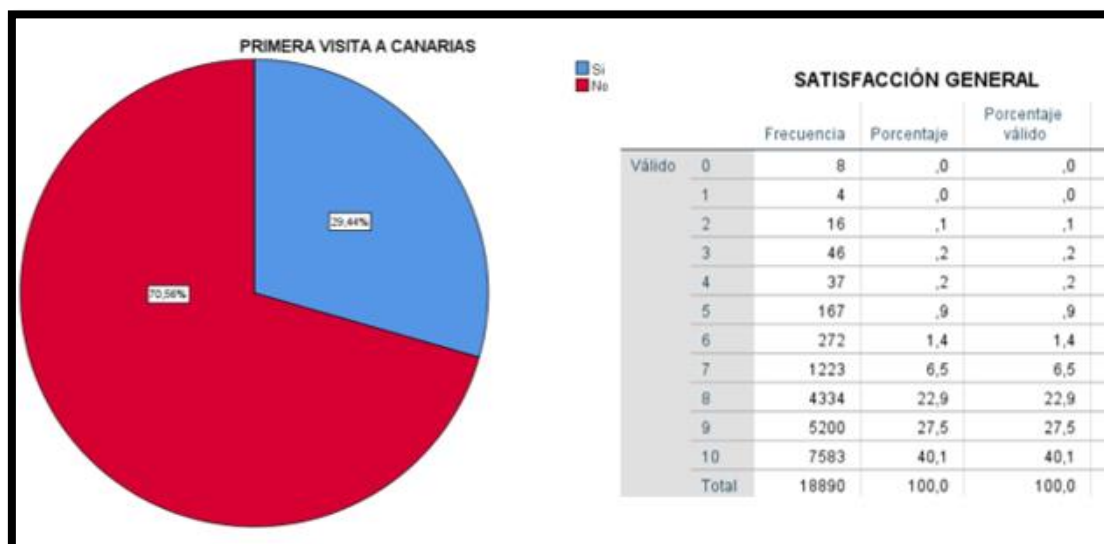
Gráfica 4: Edad del Turista General

El siguiente análisis mediante una tabla de frecuencia nos servirá para determinar de qué países recibimos mayor y menor cantidad de turistas motivados por nuestra gastronomía. Tal y como se ve en la tabla 1, se puede observar que el país con mayor influencia a la hora de realizar turismo en nuestras islas se trata de nuestro propio país (España, 25%), seguido muy de cerca por el Reino Unido (23,4%), dejando en un tercer lugar a Alemania (14,8%). En el otro extremo en cuanto a cifras se refiere, se encuentra Finlandia como el país del que menos turistas se atrajeron, con tan solo un 0,9%.

Tabla 1: Nacionalidad del Turista Gastronómico

		NACIONAL_NUM			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALEMANIA	2805	14,8	14,8	14,8
	BÉLGICA	574	3,0	3,0	17,9
	DINAMARCA	258	1,4	1,4	19,3
	ESPAÑA	4728	25,0	25,0	44,3
	FINLANDIA	161	,9	,9	45,1
	FRANCIA	960	5,1	5,1	50,2
	HOLANDA	739	3,9	3,9	54,1
	IRLANDA	773	4,1	4,1	58,2
	ITALIA	633	3,4	3,4	61,6
	NORUEGA	283	1,5	1,5	63,1
	REINO UNIDO	4411	23,4	23,4	86,4
	SUECIA	444	2,4	2,4	88,8
	SUIZA	196	1,0	1,0	89,8
	Otros países	1925	10,2	10,2	100,0
	Total	18890	100,0	100,0	

Para el siguiente estudio, se ha propuesto, por un lado, establecer el grado de satisfacción general de los turistas incentivados por la gastronomía canaria mediante una nueva tabla de frecuencias (tabla 2); mientras que, por otro lado, se ha realizado una cuarta gráfica (gráfica 4) que determina el porcentaje de personas que están repitiendo la experiencia y aquellas que visitan las islas por primera vez. Se puede observar en la tabla 2 que un gran número de personas definen su estancia con un alto grado de satisfacción, si bien el 97% lo califican del 7 al 10, perteneciendo el 40% a la máxima calificación, dejando al archipiélago en muy buen lugar. De la misma forma lo hace la gráfica 4, en la que se observa que un 70% aproximadamente se encuentra repitiendo vacaciones, acción que se da por hecho que viene motivada por la satisfacción calificada anteriormente.

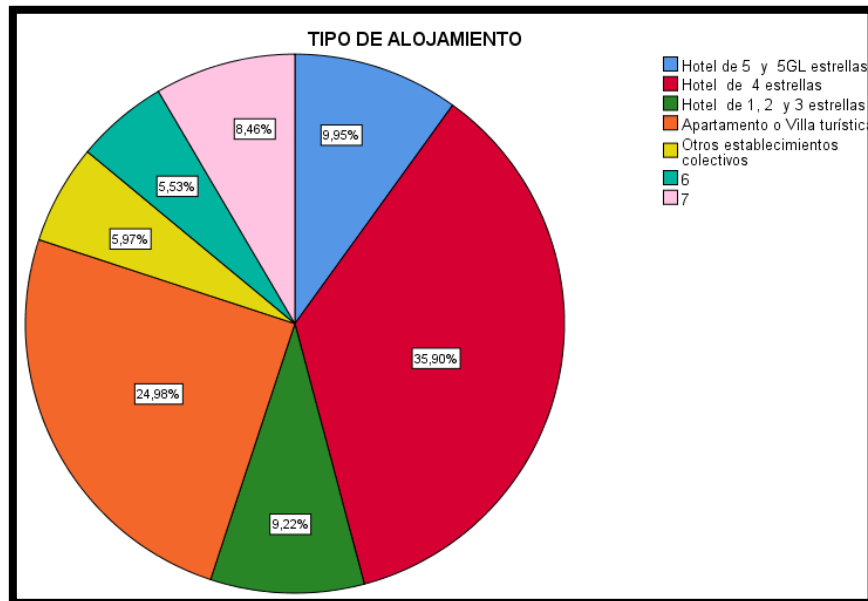
Gráfica 5: Primera visita a Canarias**Tabla 2: Satisfacción del Turista G.**

Para continuar, se ha elaborado una última tabla de frecuencias que ayudará a situar a los turistas motivados por la gastronomía en las diferentes islas del archipiélago. Si bien se puede apreciar en la tabla 3, existe un claro desnivel en la elección de destino dentro de las islas, puesto que la isla que más turistas atrae es Tenerife, con un 37,1% de popularidad, seguida algo de cerca por Gran Canaria con un 26,8%, dejando bastante atrás a otras islas como El Hierro o la Gomera, que ambas juntas apenas logran el 1% del total de los turistas.

Tabla 3: Isla visitada por el Turista Gastronómico

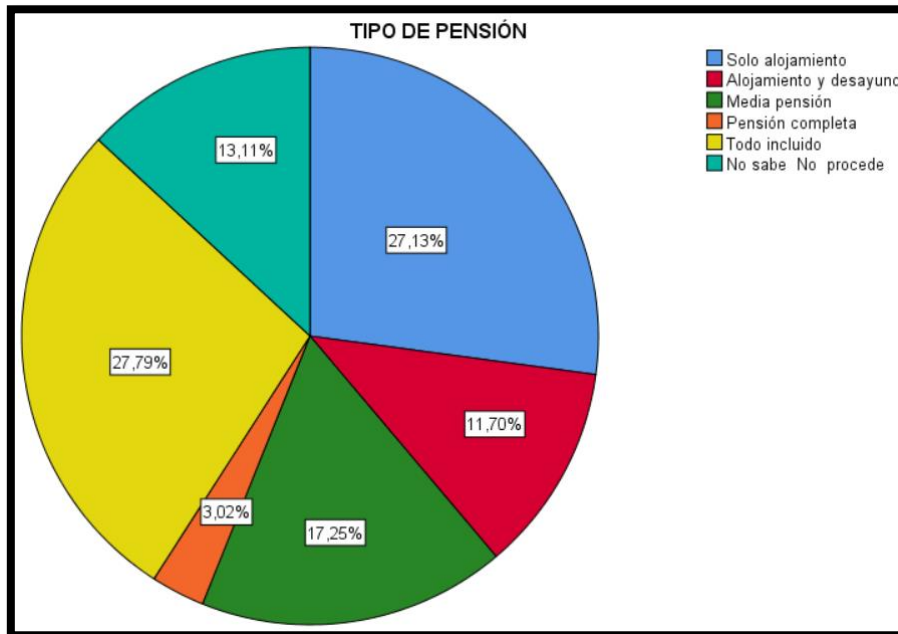
		ISLA_NUM		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No procede	121	,6	,6
	GOMERA_HIERRO	196	1,0	1,0
	FUERTEVENTURA	2487	13,2	13,2
	GRAN CANARIA	5066	26,8	26,8
	LA PALMA	902	4,8	4,8
	LANZAROTE	3116	16,5	16,5
	TENERIFE	7002	37,1	37,1
	Total	18890	100,0	100,0

En cuanto a lo que el tipo de alojamiento se refiere, el establecimiento más frecuentado es el del hotel de 4 estrellas, con un 35,90%. Esta moda, puede ser explicada por el condicionante de la calidad-precio, si bien los turistas están dispuestos a pagar por una buena calidad sin excederse de los presupuestos fijados por ellos mismos. También, se observa que el segundo tipo de alojamiento mas frecuentado es el de apartamento o villa turística (24,98%), algo mas que comprensible dado que este tipo de alojamiento no suele venir acompañado por un régimen de comidas, por lo tanto, abarataría el coste y dejaría a libre elección del turista la degustación de gastronomía fuera de su establecimiento.

Gráfica 6: Tipo de alojamiento.

Para finalizar, se han recogido los datos de los tipos de pensión que han elegido los turistas gastronómicos para pasar sus vacaciones en Canarias, pues bien, es un factor bastante interesante para determinar su perfil. En la gráfica 5 se puede observar que hay bastante igualdad en cuanto a cifras y a su vez bastante diferencia entre la pensión escogida. Un 27,13% de los encuestados se decantan por solamente alojamiento, dejando la degustación de gastronomía a su libre organización día a día. A este porcentaje se le podría sumar el porcentaje que pertenece al alojamiento y desayuno (11,7%), ya que siguen dejando a libre elección entre las opciones gastronómicas de las islas la comida y la cena. Además, si a estas proporciones se le añade también la de media pensión (17,25%), se alcanzaría un total de 58,08% de turistas que dispondrían de la posibilidad de realizar al menos una comida fuera de su alojamiento, ya que se ha establecido que permanecen unas 7,67 horas de media fuera del alojamiento. Sin embargo, un 27,79%, deciden llevar el camino contrario optando por la opción de Todo Incluido, lo que como se sabe comprende el régimen más completo pudiendo catalogarlo como "ilimitado".

Gráfica 7: Tipo de Pensión Turista Gastronómico



5. CONCLUSIONES

El principal objetivo de este estudio realizado era el de efectuar una caracterización del perfil del turista que llegaba a las islas motivados por su gastronomía, ayudándose a su vez de los turistas de un perfil general. Para este proceso, se utilizó la Encuesta de Gasto Turístico elaborada por el ISTAC y se ejecutaron análisis mediante gráficas y tablas de contingencia. Tomando los resultados, se puede asegurar que más de un 60% de los visitantes a las Islas Canarias le otorgaron un alto grado de relevancia a la gastronomía (mucho o bastante) al momento de elegir destino. Este hecho hace que, aunque hayan existido contradicciones entre algunos investigadores alrededor de la importancia del turismo gastronómico, hay quienes sostienen que se encuentra en auge y cada vez más gente viaja exclusivamente motivados por la gastronomía (Quang & Wang, 2004), mientras que otros sugieren que la realidad del mercado sea que la gastronomía a la hora de viajar no sea tan importante (McKercher et al., 2008), la balanza se inclina hacia los primeros.

El estudio también hace ver que el factor de la edad es otro factor bastante interesante para la caracterización del perfil del turista gastronómico, si bien difiere con el perfil del turista general, ya que refiriéndose a los turistas jóvenes de menos de 30 años, estos no le dan tanta importancia a los atributos gastronómicos, pudiendo valorar más otras variables como el clima (aspecto que probablemente sea el que más atraiga del archipiélago) o el rango de precios, en función de su situación económica o laboral. Por el contrario, son los mayores de 58 años los turistas que sí centran más su interés en aspectos gastronómicos y le asignan mayor importancia, por lo que en este caso se puede asegurar que, cuanto mayor edad, más aumenta el interés en la gastronomía.

Los resultados obtenidos en otros estudios como el de la nacionalidad de los visitantes, o la isla que visitan, no parecen tener tanta influencia como pueden tenerlos algunos de los ya comentados. En el caso de la nacionalidad, al no poder establecer si realmente depende de que sea de un país u otro el hecho de decidir venir a Canarias, se tomarán los resultados de manera informativa, dado que el próximo año podría cambiar completamente y no tener ninguna similitud entre ambos resultados. Por otro lado, en la elección de la isla se podría hacer referencia a un factor como es el de la lógica, pues es más habitual que las islas más visitadas sean las capitalinas, Tenerife y Gran Canaria, ya bien sea por sus dimensiones, por su fama o publicidad, o por un mayor abanico de opciones tanto gastronómicas como de cualquier otro tipo de actividad.

Otro resultado bastante interesante sería la clara contradicción de los turistas gastronómicos a la hora de elegir el tipo de pensión, puesto que las dos opciones más elegidas son los polos opuestos. Por un lado, encontramos el Todo incluido, mientras que por el otro y en la misma medida tenemos la elección de solo alojamiento. Puede encontrarse bastante contradictorio que un porcentaje considerable de los turistas con un perfil gastronómico opten por la opción Todo incluido, cuando "a priori", esta opción está más ligada al descanso en la piscina/ playa teniendo todas las comidas cubiertas en el hotel, sin tener que preocuparse por buscar un sitio específico, hecho que tampoco tiene por que dejar de lado la gastronomía local puesto la oferta hotelera cuenta también con gran cantidad de recetas y productos locales. Se podría interpretar como que estos turistas buscarían más la comodidad de no tener que invertir en medio de transporte para

desplazarse a otros posibles restaurantes, y tener todo lo relevante en el mismo lugar, porque, si hay una variable que domine sobre todas en la época vacacional, es el descanso y la comodidad. Pero hay que tener en cuenta que de la suma de las variables “solo alojamiento”, “alojamiento y desayuno” y “media pensión” resulta un 56,08% del total de la población estudiada, tiene la opción de como mínimo realizar una comida diferente de su lugar de estancia.

Para finalizar, los resultados obtenidos con respecto a la satisfacción de los turistas gastronómicos, y si es la primera vez visitando el archipiélago, dejan ver la gran parte de los encuestados, no estaba en su primera visita a Canarias, por lo que, unido al hecho de que la inmensa mayoría de las calificaciones a la estancia haya sido de 7 o más puntos sobre 10, se puede deducir que, a pesar de haber estado con anterioridad en las islas, siguen alcanzando un alto nivel de satisfacción, hecho que no disminuye porque estén repitiendo la experiencia. Esto deja abierto a otros estudios como podría ser la determinación de la diferencia de satisfacción entre turistas motivados por la gastronomía en su primera visita o repitiendo estancia, a pesar de que como se menciona anteriormente en este caso no parece afectar dado al alto grado de satisfacción incluso encontrándose hasta un 70% de la población de estudio volviendo a Canarias.

6. BIBLIOGRAFÍA

Barbel-Pineda, J.M, Palacios- Florencio, B., et al. (2019) Gastronomic experience as a factor of the motivation in the tourist movement. *International Journal of Gastronomy and Food Science*.

Gobierno de Canarias. *Observatorio turístico: estadísticas y estudios*.

Hunziker W. et K. Krapf (1942) *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*.

McKercher, B., Okumus, F. & Okumus, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers! *Journal of Travel & Tourism Marketing*.

Morillo Moreno, M. (2010) *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Universidad de los Andes, Venezuela.

Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism.

Viera y Clavijo, J. (1772). *Noticias de la historia general de las islas de canaria*. Madrid.

William Beechey, F. (1831) *Voyage to the Pacific and Beering's Strait*. Colburn and Bentley.

Stewart, J. X., Bramble, I., y Ziraldo, D. (2008). "Key challenges in wine and culinary tourism with practical recommendations", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20.

Ritchie & Crouch (2003). *The Competitive Destination*. Cabi PUB.