



DAMIÁN LLORENS

Javier Sánchez, del departamento de Ade y Márketing de la Jaume I.

LOS 'LIKES' NO INFLUYEN EN LA DECISIÓN

La UJI revela que se recomienda un estrella Michelin solo si gusta

Un estudio analiza los restaurantes con estrella como atractivo turístico

R.D.M. CASTELLÓN

La clientela recomienda un restaurante con estrella Michelin porque ha disfrutado de la experiencia y no tanto porque quiera conseguir likes. Así lo refleja un exhaustivo estudio de la Jaume I de Castelló y de la Universitat de Lleida publicado en *International Journal of Gastronomy and Food Science*.

Para el análisis realizaron 1.500 encuestas a clientes que, en los dos últimos años, habían visitado restaurantes españoles ubicados fuera de la ciudad de residencia o a las afueras, respetando un radio de 50 kilómetros.

La investigación ha intentado determinar si realmente la clientela disfruta de sus experiencias gastronómicas, o si visitan los restaurantes Michelin para ganar estatus y aceptación en redes sociales. Además, se demuestra que la popularidad del chef y las técnicas

innovadoras son las dos causas que más han elevado la satisfacción de los clientes y, por tanto, el rendimiento del establecimiento. También destacan las cifras que afirman que los clientes con menores niveles de ingresos, y que por tanto hacen un mayor esfuerzo para ir al restaurante, recomiendan más el destino.

El investigador enfatiza que las visitas a restaurantes de lujo benefician al destino y que estos pueden convertirse en un elemento dominante en la planificación estratégica del destino turístico. ≡