



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Análisis de los restaurantes de realfooding y su futuro en la  
Comunidad Valenciana

Trabajo Fin de Grado

Grado en Turismo

AUTOR/A: Zhou , Chuhui

Tutor/a: Canós Darós, Lourdes

Cotutor/a: Santandreu Mascarell, Cristina

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022

## RESUMEN

La salud alimentaria está cada vez siendo más importante para la población. Las personas se fijan más en una alimentación saludable en este sentido y allí es donde nace el *realfooding* y el concepto de *realfooding* es bastante obvio: mantener una vida alimentaria saludable. *Realfooding* es un concepto que ha sido propuesto por Carlos Ríos, dietista y nutricionista, en enero de 2017.

El *realfooding* está afectando tanto la mente como la vida de las personas en estos últimos años. Por lo tanto, los restaurantes con la conciencia de *realfooding* están cada vez más de moda. Además, Botero Sánchez (2020) señala que “el *realfooding* ha sido una nueva tendencia que triunfa entre los jóvenes españoles.”. Es una buena señal para la sociedad, y nacen más restaurantes de *realfooding* en España.

Este trabajo consiste en el analizar los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana, España. Se va a analizar específicamente la relación entre los restaurantes *realfooding* y algunos tipos de turismo: el turismo sostenible, gastronómico y deportivo. Además, también se va a realizar un análisis DAFO y CAME para profundizar en este concepto y complementar el análisis de este tipo de restaurante. Finalmente, se realizarán unas propuestas de mejora para la gestión de los restaurantes *realfooding* de la Comunidad Valenciana.

## PALABRAS CLAVE

*Realfooding*, saludable, restaurante, Comunidad Valenciana

## ABSTRACT

Food health is becoming more and more important for the population. People are paying more attention to healthy eating in this regard and that is where *realfooding* is born and the concept of *realfooding* is quite obvious: maintaining a healthy eating life.

*Realfooding* is a concept that has been proposed by Carlos Ríos, dietician and nutritionist, in January 2017. Realfooding is affecting both people's minds and lives in recent years. Therefore, restaurants with realfooding awareness are becoming more and more fashionable. Furthermore, Botero Sánchez (2020) point out that " The realfooding has been a new trend that triumphs among young Spaniards". This is a good sign for society, and more *realfooding* restaurants are born in Spain.

This tesis consists of analysing the *realfooding* restaurants in the Valencian Community, Spain. It will specifically analyse the relationship between realfooding restaurants and some types of tourism: sustainable, gastronomic and sports tourism. Another important perspective for this work is to carry out SWOT and CAME analysis to detail more and complement the analysis of this type of restaurant. Finally, some improvement proposals will be made for the realfooding restaurants of the Valencian Community.

## KEY WORDS

Realfooding, healthy, restaurant, Valencian Community

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN .....	6
1.1 JUSTIFICACIÓN .....	6
1.2 OBJETIVOS .....	7
1.3 METODOLOGÍA .....	7
CAPÍTULO 2. CONCEPTO DE RESTAURANTE <i>REALFOODING</i> .....	8
CAPÍTULO 3. LOS RESTAURANTES <i>REALFOODING</i> Y EL TURISMO .....	11
3.1 CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE, TURISMO DEPORTIVO Y TURISMO GASTRONÓMICO .....	11
3.2 LA RELACIÓN ENTRE LOS RESTAURANTES <i>REALFOODING</i> CON EL TURISMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA .....	14
CAPÍTULO 4. RESTAURANTES DE <i>REALFOODING</i> EN LA COMUNIDAD VALENCIANA .....	18
4.1 DATOS DE LOS RESTAURANTES <i>REALFOODING</i> EN LA COMUNIDAD VALENCIANA .....	19
4.2 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS RESTAURANTES <i>REALFOODING</i> EN LA COMUNIDAD VALENCIANA .....	23
CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE LOS RESTAURANTES <i>REALFOODING</i> EN LA COMUNIDAD VALENCIANA DESDE UNA PERSPECTIVA TURÍSTICA .....	35
5.1 ANÁLISIS DAFO .....	35
5.2 ANÁLISIS CAME .....	37
CAPÍTULO 6. PROPUESTA DE LÍNEAS DE ACCIÓN .....	39
CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES .....	41
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	43

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Foto de Carlos Ríos .....	9
Imagen 2 Una comida sana .....	10
Imagen 3 Canales de marketing .....	39

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Gasto turístico internacional total y en productos alimenticios en el año 2017 .....	14
Tabla 2 Número de turistas de la naturaleza en la Comunidad Valenciana .....	15
Tabla 3 Número total de turistas en la Comunidad Valenciana de 2020 .....	15
Tabla 4 La nutrición de la paella valenciana .....	17
Tabla 5 La población de la Comunidad Valenciana .....	18
Tabla 6 Los restaurantes realfooding en la Comunidad Valenciana .....	20
Tabla 7 Número de restaurantes realfooding con estrellas Michelin .....	23
Tabla 8 Puntuación media de todos los restaurantes realfooding en la Comunidad Valenciana .....	24
Tabla 9 Los restaurantes <i>realfooding</i> en Valencia 1-30 .....	25
Tabla 10 Los restaurantes realfooding en Valencia 31-60 .....	25
Tabla 11 Los restaurantes realfooding en Valencia 61-90 .....	26
Tabla 12 Los restaurantes realfooding en Valencia 91-120 .....	26
Tabla 13 Los restaurantes realfooding en Valencia 121-150 .....	27
Tabla 14 Los restaurantes realfooding en Valencia 151-180 .....	27
Tabla 15 Los restaurantes realfooding en Valencia 181-204 .....	28
Tabla 16 Los restaurantes <i>realfooding</i> en Gandía .....	28
Tabla 17 Los restaurantes realfoodings en Alcoy .....	29
Tabla 18 Los restaurantes realfooding en Alicante 1-30 .....	29

Tabla 19	Los restaurantes realfooding en Alicante 31-60 .....	30
Tabla 20	Los restaurantes realfooding en Alicante 61-90 .....	30
Tabla 21	Los restaurantes realfooding en Alicante 91-92 .....	31
Tabla 22	Los restaurantes realfooding en Elche .....	31
Tabla 23	Los restaurantes realfoodings en Benidorm .....	32
Tabla 24	Los restaurantes realfooding en Castellón .....	33
Tabla 25	El restaurante <i>realfooding</i> en Burriana .....	33
Tabla 26	Los restaurantes <i>realfooding</i> en Vila-real .....	33

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1	Proporción de restaurantes realfooding en la Comunidad Valenciana .....	19
-----------	---	----

# CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 JUSTIFICACIÓN

Hoy en día la salud alimentaria está cada vez siendo más importante para la población. Las personas se fijan más en una alimentación saludable, en este sentido, y ahí es donde nace el *realfooding* y el concepto de *realfooding*, que es bastante intuitivo: mantener una vida alimentaria saludable.

*Realfooding* es un fenómeno que ha sido propuesto por Carlos Ríos, dietista y nutricionista, en enero de 2017. Como es un concepto bastante nuevo y curioso, aún no hay muchas investigaciones o análisis sobre este tema. Desde mi perspectiva, la salud alimentaria no solo es un tema de una persona, sino de todas. El *realfooding* afecta tanto la mente como la vida de las personas en estos últimos años. Por lo tanto, los restaurantes con la conciencia de *realfooding* están expandiéndose por este motivo.

Me motiva mucho hacer este análisis de los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana no solo por su novedad, sino también por la importancia que podría tener en el futuro.

Primero, se va a definir qué es un restaurante *realfooding* y cuáles son sus principales características. Después, se va a analizar la relación entre los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana con tres tipos del turismo, que son: el turismo sostenible, el turismo gastronómico y el turismo deportivo. En mi opinión, estos tipos de turismo son los más relacionados con el *realfooding*, por el objeto de cada tipo de turismo. También se expondrán datos cuantitativos y cualitativos recopilados desde fuentes fiables con el propósito de realizar un análisis DAFO y CAME, para comprender mejor los puntos fuertes y débiles de los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana, así como las oportunidades y amenazas que existen en el entorno. El fin de este análisis es proponer unas líneas de acción en la última parte de este trabajo que puedan mejorar la gestión de los restaurantes *realfooding* de la Comunidad Valenciana, incluyendo el objetivo de captación de distintos tipos de turistas y no solo de clientes locales.

## 1.2 OBJETIVOS

El objetivo principal de este trabajo es analizar los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana y proponer líneas de acción para la mejora de su gestión incluyendo el punto de vista turístico.

A su vez, se plantean unos objetivos secundarios:

- Definir qué es un restaurante *realfooding*.
- Identificar los principales rasgos de los clientes de restaurantes *realfooding*.
- Describir distintos tipos de turismo relacionados con el concepto de *realfooding*.
- Caracterizar los restaurantes de *realfooding* en la Comunidad Valenciana.
- Realizar un análisis DAFO y CAME de los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana.
- Proponer líneas de acción para los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana.

## 1.3 METODOLOGÍA

La realización de este trabajo tiene tres partes. La primera parte se fundamenta en la búsqueda, selección y redacción del marco teórico, definiendo conceptos como *realfooding*, restaurante *realfooding*, tipos de clientes y tipos de turismo que pueden resultar de interés para los restaurantes de *realfooding* (sostenible, deportivo y gastronómico). En la segunda parte se presenta un estudio cuantitativo y de la valoración de los consumidores de los restaurantes *realfooding* en las principales ciudades de la Comunidad Valenciana. En la última parte, se realiza un análisis DAFO y CAME y se proponen distintas líneas de acción para la mejora de la gestión de los restaurantes *realfooding*, incluyendo la idea de atracción de determinados turistas.

En todas las partes, se han consultado fuentes académicas, legales, turísticas, etc., contrastando su utilidad y asegurando que son fiables. Todas las fuentes que han sido consultadas en este análisis documental están listadas en el apartado de la bibliografía. Para la segunda parte se han creado tablas y gráficos utilizando datos obtenidos de Tripadvisor y



de organismos oficiales, para poder realizar el análisis DAFO y CAME de la última parte del trabajo y formular las correspondientes propuestas de líneas de acción.

## CAPÍTULO 2. CONCEPTO DE RESTAURANTE *REALFOODING*

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define un estilo de vida saludable como el resultado de una serie de hábitos que permiten “un estado de completo bienestar físico, mental y social.” Hay muchos factores que afectan a la salud, y uno de ellos es la alimentación. La importancia de la salud alimentaria es obvia. En esta línea, “es importante consumir de todos los grupos de alimentos en calidad y cantidad suficiente, lo que permite cubrir las necesidades nutricionales y que el organismo funcione de una manera óptima. La propia OMS aconseja y destaca lo importante que es incluir diariamente proteínas, frutas, verduras, grasas saludables, etc.” (Ser Saludables, 2020)

En cuanto a una alimentación sana, la palabra que se le asocia hoy en día es el *realfooding*. Este tipo de la alimentación se define como un estilo de vida basado en evitar todo tipo de alimentos ultraprocesados y sustituirlos por comida real. La alimentación de *realfooding* clasifica los alimentos basada en tres grandes grupos, que son (Hontoria, 2021):

1. Comida Real. Comida sin procesar, alimentos naturales. Por ejemplo, las frutas, las verduras, la carne sin procesar.
2. Buen Procesado. Comida procesada, pero sin ingredientes artificiales. Por ejemplo, el gazpacho o las verduras congeladas. “Un buen procesado es aquel que a pesar de sufrir un procesamiento mantiene las cualidades y beneficios del alimento. Se obtiene de la adición o retirada de algunos ingredientes o de aplicar algún proceso industrial para hacerlos más seguros, duraderos, agradables al paladar o facilitar su consumo. Generalmente y en mayor medida no supera los 5 ingredientes y no contiene más de un 5-10% del total de azúcares, harinas refinadas o aceite vegetal refinado” (Hierro, 2020).
3. Ultraprocesado. Comida ultraprocesada. Son aquellos productos que han sido alterados, tanto por el proceso industrial que han seguido como por la añadidura de ingredientes artificiales.

Carlos Ríos (ver Imagen 1), nutricionista, es el impulsor del *realfooding* y, a través de él, se ha generado un movimiento que pretende luchar por visibilizar la comida real y las recetas *realfooding*, es decir, saludables, puesto que se ha demostrado que comer alimentos frescos y evitar los procesados ayuda a prevenir la obesidad y la diabetes tipo 2, además de muchas otras enfermedades (Dantí, 2022). La aparición del *realfooding* nos recuerda la importancia de la alimentación. Sin embargo, esto no significa que tenemos que quitar todos los alimentos ultraprocesados de la dieta, es aceptable consumir de vez en cuando la comida no sana con la regla de 90/10. Es una teoría propuesta de Carlos Ríos, es decir, debemos intentar de consumir un 90% de comida real y no más de un 10% de alimentos ultraprocesados.

Imagen 1 Foto de Carlos Ríos



*Fuente: Google imágenes*

Entonces, una comida sana debe tener carbohidrato, proteína, grasa con alta calidad y vitaminas y minerales y fibras (ver un ejemplo en la Imagen 2). Esta combinación de elementos es uno de los criterios que se va a utilizar para evaluar si la comida es saludable en los análisis del capítulo 3.

Imagen 2 Una comida sana



*Fuente: El men (2020)*

Según el psicólogo Víctor Estal (2018), lo primero que destaca del *realfooding* es su carácter científico. Como psicólogo, defiende que el conocimiento de este estilo de vida debe estar basado en evidencias empíricas y en datos contrastables extraídos de investigaciones de calidad.

Hay dos ideas que subyacen en el *realfooding* (Estal, 2018):

- *Realfooding* como dieta

Nuestra figura juega un importante papel a la hora de empezar y mantener los cambios en los hábitos de salud. Una persona puede saber qué tiene que comer o qué rutina de ejercicios debe realizar para mantenerse saludable. Un aspecto importante es vencer las dificultades que supone cambiar y mantener un estilo de vida.

- Pensar a largo plazo

Practicar el *realfooding* significa dedicar mayor tiempo a pensar lo que uno va a comer y ello conlleva planificar qué se va a comprar y dedicar más tiempo a la cocina. Pensar a largo plazo implica no focalizarse en exclusiva en el esfuerzo momentáneo que acarrea un cambio sino en los beneficios que ese cambio traerá a largo plazo. Esto significa que debemos ser responsables de nuestro cuerpo y de nuestra alimentación. El *realfooding*, no es una dieta, sino un estilo de vida.

Con la base de la definición de *realfooding* podemos definir los restaurantes *realfooding*, que son aquellos restaurantes que cumplen estas condiciones de *realfooding* en la comida que sirven a sus comensales. Es decir, son los restaurantes que ofrecen comida real o comida procesada con un buen equilibrio nutricional. En otras palabras, comida que simplemente sea saludable para las personas.

El perfil que tienen las personas que acuden a los restaurantes *realfooding* se puede definir como el perfil de las personas que practican una alimentación saludable.

Según los datos de Barra de ideas (2020), la edad media de las personas que siguen una dieta saludable es de más o menos 46 años. En principio, podríamos pensar que el perfil de un *realfooder* sería mucho más joven, pero hay una población más adulta que, sin conocer el *realfooding* y esta moda, llevan manteniendo una vida saludable todos los días. Además, la mayoría de militantes de este movimiento de *realfooding* son mujeres que tiene entre 26 y 45 años.

Si este estilo de vida se convierte en una moda popular, los restaurantes *realfooding* podría aumentar en número y significar una gran proporción dentro del sector de restauración.

## CAPÍTULO 3. LOS RESTAURANTES *REALFOODING* Y EL TURISMO

### 3.1 CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE, TURISMO DEPORTIVO Y TURISMO GASTRONÓMICO

En este capítulo primero voy a explicar los conceptos del turismo sostenible, deportivo y gastronómico, para continuar explicando la situación de estos tipos de turismo en la Comunidad Valenciana y la relación entre los restaurantes *realfooding* con cada tipo de turismo mencionado.

- Turismo sostenible

El turismo sostenible, según la OMT, es aquel “ que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (Ostelea, 2021).

Concretando más en la definición, el turismo sostenible consiste en tener en cuenta los recursos que tiene el planeta y que tienen interés turístico para poder, a la vez, satisfacer la necesidad de los visitantes y evitar el agotamiento de los recursos, aliviar el daño hacia el medioambiente y mantener la economía del sector afectado.

Hay muchos tipos del turismo sostenible: turismo responsable, turismo solidario, turismo ecológico, agroturismo y, finalmente, turismo rural o de naturaleza. El turismo rural lo practican las personas que quieren disfrutar de un entorno autóctono en el espacio rural – turismo de pueblo o turismo en casas rurales–, contactando con la sociedad local y disfrutando de una oferta integrada de ocio que les lleve a vivir una experiencia única (Fuentes, 1995). Es diferente del turismo de masas y, por tanto, debe ser desarrollado de forma completamente diferente (Bartlet, 2006). Por ejemplo, los visitantes pueden afectar la vegetación, el suelo (resistencia y resiliencia), agua, recursos de vida salvaje o la calidad de futuras experiencias de ocio. Es por esto que se ha de cuidar la planificación de los recursos para que el desarrollo del turismo rural conlleve a una mejora de las comunidades locales y del entorno de la zona (Viñals et al., 2005).

- Turismo deportivo

“El turismo y los deportes se interrelacionan y complementan. Los deportes como actividad profesional, afición o entretenimiento implican una cantidad considerable de viajes para jugar y competir en diferentes destinos y países. Los grandes eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos o los campeonatos de fútbol o de rugby, se han convertido en importantes atracciones turísticas en sí mismas, contribuyendo de manera muy positiva a la imagen turística del destino anfitrión” (Wikipedia, 2011).

Entonces, el turismo deportivo es un tipo de turismo que tiene el motivo de realizar actividades deportivas. El turismo deportivo también se considera como una fuente de ingresos para el destino anfitrión.

La encuesta de movimientos turísticos en Frontera de Turespaña demuestra que casi 2,5 millones de turistas extranjeros visitan cada año España, bien para practicar deporte o bien para seguirlos en vivo. Este tipo de turismo supone unos ingresos importantes, cerca de 2.000 millones de euros anuales (Riobóo, 2015).

Estas son las actividades que los turistas podrían realizar en el marco del turismo deportivo:

- Ver torneos de fútbol o de baloncesto
- Hacer ciclismo o motociclismo
- Bucear o hacer esnórquel
- Experimentar el paracaidismo
- Esquiar o practicar deportes de nieve
- Correr un maratón

#### ● Turismo gastronómico

La OMT define el turismo gastronómico como “un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar” (Ostelea, 2020).

Este tipo de turismo tiene el motivo de probar la gastronomía del destino. A veces también puede incluir otras actividades, como visitar locales de productores, ir a festivales gastronómicos e incluso asistir a clases de la gastronomía para aprender la cocina del destino.

La promoción de la riqueza de alimentos de un país puede ser un factor importante para expandir los negocios turísticos. El turismo gastronómico forma una parte importante del sector turístico a nivel nacional como una buena fuente de ingresos (ver tabla 1). El ingreso de los turistas internacionales que viajaron a España en 2017 ha sido de 80.664 millones de euros y el 15,5% se destinó a la gastronomía, esto es, 12.509 millones de euros, según se recoge en el informe “La gastronomía en la economía española. Impacto económico de los sectores asociados”, elaborado por KPMG (Núñez, 2019).

Tabla 1 Gasto turístico internacional total y en productos alimenticios en el año 2017

Gasto 2017 (en millones de euros)	Total	Gastronomía*	% Gastronomía	% Gasto turístico gastronómico respecto al gasto turístico total
Nacional	80.664	12.509	100%	15,5%
Cataluña	19.224	2.868	22,9%	14,9%
Islas Baleares	14.600	2.429	19,4%	16,6%
Islas Canarias	16.784	2.390	19,1%	14,2%
Andalucía	12.673	2.230	17,8%	17,6%
Comunidad Valenciana	8.529	1.599	12,8%	18,7%
Madrid	8.855	993	7,9%	11,2%
Resto CCAA	6.340	1.117	8,9%	17,6%

Nota (\*) En la Encuesta EGATUR, la partida de gastos de gastronomía se denomina "manutención (comidas y restauración)".

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) elaborada por el INE.

Fuente: Núñez (2019)

### 3.2 LA RELACIÓN ENTRE LOS RESTAURANTES *REALFOODING* CON EL TURISMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

- Turismo sostenible

El turismo sostenible transmite la idea de mantener la sostenibilidad del planeta. En este sentido, un restaurante *realfooding* ofrece comida real o comida buena procesada. Por un lado, ofrece comida real que no hace falta procesar, por ejemplo, las frutas o algunas verduras. Por otro lado, la comida buena procesada generalmente se cocina de una manera simple, por ejemplo, platos combinados o platos guisados. Entonces, el *realfooding* manifiesta el aspecto sostenible de los alimentos que consumimos, es una dieta que genera el menor impacto posible hacia el medioambiente en todos los sentidos (cuidado del medioambiente, ahorro de energía, etc.).

En particular, sobre el turismo de naturaleza, en el caso de la Comunidad Valenciana, hay 534.423 turistas que han practicado este tipo de turismo en el año 2019. Con el impacto de la COVID, en 2020 se ha reducido este número a casi la mitad, siendo 284.633 turistas (ver tabla 2).

Tabla 2 Número de turistas de la naturaleza en la Comunidad Valenciana

Viajes	2019	Cuota 2019	2020	Cuota 2020	% variación 2020-19
España	10.906.300	100,0	7.852.756	100	-28,0
Catalunya	2.111.770	19,4	1.854.867	23,6	-12,2
C. y León	1.476.854	13,5	1.031.278	13,1	-30,2
Andalucía	1.472.623	13,5	934.185	11,9	-36,6
Aragón	1.251.648	11,5	786.096	10,0	-37,2
C.-La Mancha	630.759	5,8	525.899	6,7	-16,6
Asturias	629.387	5,8	419.745	5,3	-33,3
C. Valenciana	534.423	4,9	284.633	3,6	-46,7
Galicia	530.661	4,9	282.873	3,6	-46,7

Fuente: Elaboración propia a partir del INE base. Frontur

*Fuente: Turisme Comunitat Valenciana (2020)*

En la Comunidad Valenciana, ha habido 14.154.014 turistas en total en el año 2020 (ver tabla 3). Los turistas que realizaron turismo de naturaleza son un 20.1% ( $284.633/14.154.014=20,1\%$ ) de todos los turistas de la Comunidad Valenciana en el año 2020. Es un volumen importante de turistas, por lo que es imprescindible proteger la naturaleza para lograr la sostenibilidad.

Tabla 3 Número total de turistas en la Comunidad Valenciana de 2020

**Turistas con destino principal en la Comunitat Valenciana, Según motivo de la visita 2020**

	Total turistas	Turistas nacionales	Turistas extranjeros
<b>Total motivos</b>	<b>14.154.014</b>	<b>11.606.202</b>	<b>2.547.812</b>
Negocios y otros	873.600	706.688	166.912
Ocio, vacaciones	8.493.117	6.385.804	2.107.313
Visitas a familiares o amigos	4.021.459	3.833.109	188.350
Otros personales*	765.838	680.601	85.237

\* Compras, estudios, salud, religiosos, peregrinaciones, incentivos y otros.

*Fuente: Turisme Comunitat Valenciana (2020a)*

Como se ha mencionado anteriormente, los restaurantes *realfooding* puede ayudar a proteger la naturaleza y mantener el planeta usando para la elaboración de sus platos una agricultura ecológica y un procesado mínimo de los productos. "Reducir y controlar el gasto energético es imprescindible para que un restaurante sea sostenible" (Valenzuela, 2019).



## ● Turismo deportivo

“En 2019, el Maratón de Valencia Trinidad Alfonso EDP acogió a cerca de 25.000 participantes de distintos lugares. En dicho evento, el 27 % de los corredores de los 42.195 kilómetros pertenecieron a la Comunidad Valenciana, el 34 % de otras partes de España y el 39 % fueron extranjeros (alrededor de 10.015 de ellos viajaron a Valencia desde el extranjero)” (Viu Valencia, 2021).

Este es un ejemplo de la importancia del turismo deportivo para la Comunidad Valenciana, en concreto para la ciudad de Valencia. Para explorar la relación entre el turismo deportivo y restaurante *realfooding* hay que pensar en la dieta de los deportistas. En Mindfit, que es la revista online número 1 en Deporte, Belleza y Bienestar, se indican 10 sugerencias para los deportistas, algunas de las cuales están relacionadas con la dieta (Silva, 2021):

- Reduce el consumo de comida basura
- El papel de las grasas buenas
- No te olvides de las vitaminas y sales minerales

En el concepto de *realfooding* destaca la comida real y la comida buena procesada, comer nutricionalmente de una manera equilibrada y alcanzar una buena nutrición. Es decir, el *realfooding* cumple los requisitos mencionados en este artículo del mundo del deporte. En otras palabras, un restaurante *realfooding* podría ser una buena opción los deportistas cuando practican turismo de deporte en la Comunidad Valenciana.

## ● Turismo gastronómico

El turismo gastronómico es un tipo de turismo importante para la Comunidad Valenciana. “En cualquier caso y aunque 8 de cada 10 visitantes escogen este destino condicionados por la gastronomía del lugar, la mayoría de ellos no son turistas gastronómicos puros (estos representan solo el 28%). Eso sí, el perfil está bastante marcado: hombres y mujeres de entre 35 y 55 años con un poder adquisitivo medio-alto que viajan en pareja y habitualmente en verano (en estancias de dos o tres jornadas, durante las que gastan un mínimo de 250 euros diarios)” (Erik, 2019).

Se comprueba que el perfil de los turistas gastronómicos en nuestro entorno tiene una parte que coincide con el perfil de los clientes de los restaurantes *realfooding*, que son las personas entre 26 y 45 años, aunque en este último caso la mayoría eran mujeres.

En cuanto a la gastronomía de la Comunidad Valenciana, hay mucha gastronomía variada. El plato que más destaca, sin duda, es la paella valenciana. La paella valenciana es un plato muy completo que tiene grandes beneficios para nuestra salud y organismo. Tiene ingredientes variados llenos de nutrientes: la carne de pollo y conejo, las judías, los tomates, el arroz, el garrofó, el azafrán y las especias. Es un plato saludable y nutricionalmente equilibrado, lo que es el requisito para el *realfooding*. Para detallar la nutrición de la paella valenciana, se puede ver la tabla 4.

Tabla 4 La nutrición de la paella valenciana

Nombre	Nutrición
La carne de conejo y pollo	Proteína, poca grasa
El garrofó y el arroz	Carbohidrato y fibra
Las judías	Fibra
Los tomates	Fibra y vitamina

*Fuente: Visit Valencia (s.f.)*

Por sus ingredientes y por la forma de procesado de los alimentos, en realidad, la paella también podría ser un plato que se podría encontrar en un restaurante *realfooding*, al igual que otros arroces y platos típicos de la Comunidad Valenciana, incluidos en la dieta mediterránea. Como idea, se puede decir que crear un restaurante *realfooding* temático de paella podría ser muy positivo para el turismo gastronómico, ya que es saludable y a la vez destaca la gastronomía peculiar de la Comunidad Valenciana. No obstante, la idea de crear este tipo de restaurante ya está actualmente representado en las arrocías (con una variedad de platos de arroz, no paella exclusivamente).

## CAPÍTULO 4. RESTAURANTES DE *REALFOODING* EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

En este capítulo el objetivo principal es hacer el análisis de los restaurantes que tienen carácter saludable en la Comunidad Valenciana. Para ello, se han seleccionado ciudades con una gran población, normalmente ciudades turísticas, de las provincias de Castellón, Valencia y Alicante, ya que son las ciudades con mayor oferta de restaurantes.

De Castellón se han tomado datos de Castellón de la Plana, Vila-Real y Burriana. De Valencia se han analizado las ciudades de Valencia y Gandia. De Alicante se han estudiado las ciudades de Alicante, Elche, Benidorm y Alcoy.

Tabla 5 La población de la Comunidad Valenciana

Población total en la Comunidad Valenciana	5072176
Población total en la provincia de Valencia	865714
Valencia	789744
Gandía	75970
Población total en la provincia de Alicante	699755
Alicante	337304
Elche	234205
Benidorm	69118
Alcoy	59128
Población total en la provincia de Castellón	258622
Castellón de la Plana	172589
Vila-Real	51130
Burriana	34903
Total población para el estudio	1824091
El porcentaje de la población total de la Comunidad Valenciana	36%

*Fuente: Epa (2022)*

La población que abarcan estas poblaciones es de 1.824.091 de un total de 5.072.176 en la Comunidad Valenciana. Dentro de ellos, 258.622 personas residen en las ciudades de la provincia de Castellón, 865.714 en las ciudades de la provincia de Valencia, y 699.755 en las ciudades de la provincia de Alicante (Ver tabla 5).

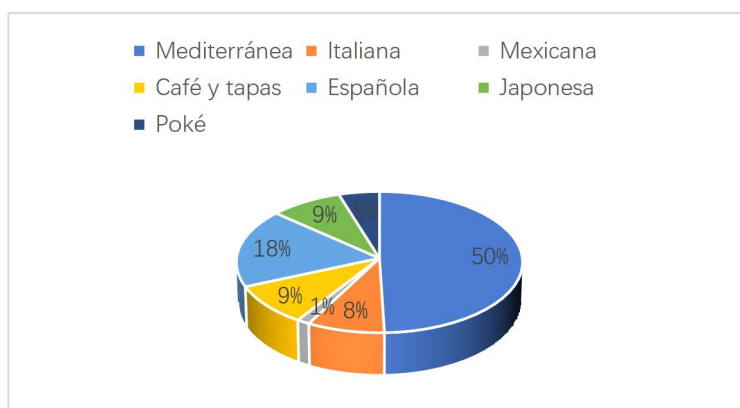
#### 4.1 DATOS DE LOS RESTAURANTES *REALFOODING* EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Según Tripadvisor (2022), donde se publica información sobre sitios turísticos y de gastronomía, hay 369 restaurantes que considero como restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana. El criterio seguido para esta selección es el que supone que, en base a un buen equilibrio nutricional, estos restaurantes ofrecen comida real o comida bien procesada.

De los 369 restaurantes, la mayoría de ellos son de cocina mediterránea, así como restaurantes italianos y restaurantes españoles, siendo este conjunto prácticamente las tres cuartas partes de la muestra. En cierto sentido, la dieta mediterránea es saludable por el tipo de productos y la forma de cocinar. También hay algunos restaurantes de café y tapas, de poké, restaurantes japoneses y restaurantes mexicanos.

Los restaurantes que han iniciado el negocio hace poco y otros que son únicos en una categoría se han eliminado de la muestra porque no ofrecen la validez adecuada para hacer este análisis. Al final, se han considerado como restaurantes *realfooding* 289 restaurantes en las principales ciudades de la Comunidad Valenciana. La proporción de cada distintos tipos de restaurantes se muestran en los gráficos 2.

Grafico 1 Proporción de restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana



*Fuente: Tripadvisor (2022)*

Podemos observar que los restaurantes mediterráneos ocupan la mayoría del total. Hay 143 restaurantes mediterráneos, 24 italianos, 4 mexicanos, 27 de café y tapas, 52 españoles, 25 japoneses y 14 de poké (ver tabla 6).

Tabla 6 Los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana

Total	
Nombre	Cantidad
Mediterránea	143
Italiana	24
Mexicana	4
Café y tapas	27
Española	52
Japonesa	25
Poké	14
	289

*Fuente: Tripadvisor (2022)*

El siguiente paso es demostrar que estos restaurantes son válidos para el análisis.

- Comida mediterránea

Si hablamos de la comida mediterránea, estamos hablando de la comida que se consume en España, sur de Francia, sur de Italia, Grecia y Malta. Es una dieta especialmente saludable y equilibrada. Es un tipo de comida que está basada en el aceite de oliva (grasa buena), vino, verduras frescas (fibras y vitaminas), frutas (fibras y vitaminas), pescado (Omega 3 y proteína), pan y cereales (carbohidratos) (Mediterráneo, 2012).

Anteriormente se ha demostrado la relación entre el turismo deportivo y restaurante *realfooding*. Se puede observar que la comida mediterránea satisface las condiciones de la dieta de los deportistas y, a la vez, satisface el requisito para pertenecer a restaurante *realfooding*. En conclusión, la comida mediterránea, la comida española y la comida italiana pueden servir para hacer este análisis de restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana.

- Comida japonesa

La comida japonesa es una dieta basada en pescado, arroz blanco, soja, verduras a la plancha y té verde. La comida japonesa se caracteriza por tener ingredientes muy necesarios y saludables, sobre todo para nuestro corazón. “Uno de los grandes beneficios de la dieta japonesa es su bajo contenido en grasas. En ocasiones solo se sirven de caldo de pescado o aceite de soja para cocinar y condimentar sus platos” (Lupayante, 2013).

En este contexto, podemos decir que la comida japonesa también cumple los requisitos de *realfooding*, así que es correcto usar estos restaurantes en este análisis.

- Comida mexicana

Los tres ingredientes principales de la comida mexicana son el maíz, el frijol y el chile. Es una dieta equilibrada que contiene carbohidrato, proteína, grasa buena, fibra, vitaminas y minerales. “Los ingredientes básicos de la comida mexicana son completamente nutritivos, el problema es cuando la dieta se convierte en una dieta desbalanceada y sin nutrientes. Hay que perderle el miedo a la comida mexicana, hay que entender que nos ofrece platillos muy completos nutricionalmente” (Leonardo, 2020).

Si la comida mexicana es equilibrada y ofrece una buena nutrición, cumple los requisitos de ser *realfooding* y los restaurantes mexicanos pueden ser también considerados como restaurantes *realfooding*.

- Poké

“El poké tiene la base de arroz o quinoa, donde se coloca el ingrediente principal, pescado crudo (atún, salmón o pulpo), pollo o en su versión vegetariana, tofu; aderezado por especias (soja, soja cítrica, mayonesa picante, salsa de ceviche); y combinado con vegetales y frutas (aguacate, cebolleta, pepino, alga wakame, rábano, mango, piña)” (Loring, 2017).

De acuerdo con Loring (2017), podemos ver que el poké es una comida equilibrada y saludable. Puesto que el poké cumple los requisitos de *realfooding*, puede formar parte del análisis de los restaurantes *relfooding* en la Comunidad Valenciana.

- Tapas y café

Primero hablamos del café. Como es una bebida, no podemos decir que es equilibrada en lo que a nutrición se refiere, pero para demostrar si se podría considerar *realfooding*, podemos ver si es simplemente saludable para las personas.

Según CNNEE (2022), el café puede:

- reducir el riesgo de problemas cardíacos
- reducir muerte prematura
- reducir el riesgo de cáncer de las mujeres
- vincular a una vida más larga

En este sentido, podemos confirmar que el café para las personas es saludable, pero se tiene que tener en cuenta cuántas tazas se toma una persona. “La Food and Drug Administration aconseja no sobrepasar los 400 miligramos de cafeína al día, esto sería el equivalente a unas cuatro o cinco tazas de café no demasiado cargado” (Sabater, 2014).

Para continuar, hablamos de las tapas. Las tapas son muy variadas. Ponemos algunos ejemplos de las tapas más habituales:

- Aceitunas: Grasas buenas
- Pinchos con verduras variadas: Vitaminas
- Frutos secos o semillas tostadas: Grasas buenas y fibra
- Mejillón y pulpo: Proteína

Aunque hay tapas que no son saludables, por ejemplo, los fritos, estas que se presentan en la lista son variadas a la vez que ofrecen una nutrición equilibrada. Por lo tanto, los bares de café y tapas también podrían ser considerados en cierta manera como *realfooding*.

Para complementar la información anterior, cabe mencionar que, de entre los restaurantes analizados, hay 14 restaurantes con alguna estrella Michelin. En la provincia de Valencia hay 11, en la provincia de Alicante hay 2 y en la provincia de Castellón solo hay 1 (ver tabla 7).

Tabla 7 Número de restaurantes *realfooding* con estrellas Michelin

Provincia de Valencia:	
Valencia	11
Gandía	0
Provincia de Alicante:	
Alcoy	0
Alicante	2
Elche	0
Benidorm	0
Provincia de Castellón:	
Castellón	1
Burriana	0
Vila-real	0
	14

*Fuente: Tripadvisor (2022)*

#### 4.2 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS RESTAURANTES *REALFOODING* EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

En Tripadvisor se recoge también la opinión de los clientes de los restaurantes, que dan una puntuación entre 0 y 5 puntos, siendo 0 el mínimo y el 5 el indicador de la máxima satisfacción. Cabe destacar que de los 289 restaurantes de la muestra solo hay 27 restaurantes con una valoración menor que 4, lo que significa que la satisfacción con los restaurantes *realfooding* es muy alta. El grupo de restaurantes de cocina mediterránea, italiana, mexicana, española, japonesa y café y tapas tienen una valoración de 4.5 (ver tabla 8). Sin embargo, el poké tiene una valoración media más baja que el resto.



Tabla 8 Puntuación media de todos los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana

Tipo de comida	La media
Mediterránea	4,5
Italiana	4,5
Mexicana	4,5
Café y tapas	4,5
Española	4,5
Japonesa	4,5
Poké	4

*Fuente: Tripadvisor (2022)*

Además, hay 40 de los 289 restaurantes que tienen más de mil opiniones, lo que se podría tomar como otro indicador del nivel de satisfacción de los clientes, aunque habría que comprobar qué comentarios son positivos y cuáles negativos para conocer el alcance del número de comentarios.

A continuación, se muestran varias tablas en las que se listan los restaurantes *realfooding* de la Comunidad Valenciana en cada ciudad de las anteriormente mencionadas con su valoración, el número de opiniones que tiene y el tipo de restaurante

- Los restaurantes con alguna estrella Michelin están marcados en rojo.
- Los restaurantes que tienen la mayor valoración y el mayor número de opiniones se marcan en color amarillo.
- Los restaurantes que tienen la menor valoración y el menor número de opiniones se marcan en color azul.

El primer análisis es sobre la provincia de Valencia. Puesto que en la ciudad de Valencia hay una gran cantidad de restaurantes, los datos se presentan en las tablas de la 9 a la 15, que recogen los restaurantes valencianos agrupados en grupos de 30.

Tabla 9 Los restaurantes *realfooding* en Valencia 1-30

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
1	Salad planet	5	272	Mediterránea
2	Poké shop	5	184	Poké
3	Mikengo	5	89	Café y tapas
4	Foc i Fum	5	101	Mediterránea
5	Café ArtySana	4.5	212	Café y tapas
6	Aloha Poké	4.5	318	Poké
7	Terra Nova	5	153	Italiana
8	Eggcellent Brunch Café	5	145	Café y tapas
9	Burritos	5	162	Mexicana
10	Huerta y Huerta	5	299	Mediterránea
11	beGreen Salad Company	4.5	321	Poké
12	Maisquería L'Odisea	4.5	794	Marisco
13	Almalibre Acai House	4.5	699	Brunch
14	Rinconet Canovas	4.5	112	Mediterránea
15	Manaw	4.5	739	Japonesa
16	Restaurante Navarro	4.5	4105	Marisco
17	Nozomi sushi bar	4.5	1079	Japonesa, Michelin*
18	Alenar Bodega Mediterranea	4.5	344	Mediterránea
19	Fum deLLum	4.5	1646	Mediterránea
20	Ahuevo Restaurante	5	813	Mediterránea
21	Pulpo	4.5	392	Marisco
22	Restaurante Helen Berger	5	256	Mediterránea
23	Amapola Tasty Moments	5	91	Española
24	Bajamarea	4.5	721	Italiana
25	Saltimbocca	5	635	Italiana
26	Oslo	4	531	Mediterránea
27	Kawori	4.5	1015	Japonesa
28	Latte&Farina	5	1239	Italiana
29	Bar Cosmo Valencia	5	97	Mediterránea
30	Crudo Bar	4.5	933	Mediterránea

Fuente: Tripadvisor (2022)

Tabla 10 Los restaurantes *realfooding* en Valencia 31-60

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
31	Café de la Bourse	5	662	Mediterránea
32	Usual resto-bar	4.5	761	Española
33	Kaikaya	4.5	2126	Japonesa
34	Meat Market	4.5	1422	Barbacoa
35	La Pappardella	4.5	1808	Mediterránea
36	Cinnamon Restaurante	4.5	643	Mediterránea
37	Ricard Camarena Restaurante	4.5	1323	Mediterránea, Michelin*
38	Khambú	4.5	231	Temptépis
39	Vernetta Restaurante	4.5	231	Española
40	Pizza la Reina	4.5	313	Mediterránea
41	Kuzina	4.5	1141	Mediterránea
42	Giardino del Carmen	5	577	Mediterránea
43	Restaurante Copenhagen	4	832	Café y tapas
44	AmaMi	4.5	224	Mediterránea
45	Restaurante el Encuentro	4.5	1403	Mediterránea
46	Bar Restaurante Aduana	4.5	630	Mediterránea
47	Zummsalads	4.5	170	Café y tapas
48	Delicat	4.5	409	Mediterránea
49	Llar Roman	4.5	887	Mediterránea
50	Vcivera marisquerías	4.5	2036	Mediterránea
51	Restaurant Secret	4.5	884	Mediterránea
52	La Terrazza	4.5	695	Italiana
53	Tapearte	4	696	Mediterránea
54	La Taberna Casera	5	1564	Mediterránea
55	Restaurante Commo Fusion	4.5	786	Peruana
56	Algarabía Valencia	5	47	Mediterránea
57	Restaurante La Salita	4.5	1277	Mediterránea Michelin*
58	Beirut	4	436	Libanesa
59	Elbar Valencia	4.5	877	Mediterránea
60	Café Madrigal	5	37	Café y tapas

Fuente: Tripadvisor (2022)

Tabla 11 Los restaurantes *realfooding* en Valencia 61-90

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
61	Mikkonos Beach Club	4,5	285	Mediterránea
62	Bouet	4	509	Mediterránea
63	Bharat	4,5	222	India
64	Kukla Middle Eastern Cuisine	4,5	77	Oriente medio
65	El leon	4,5	607	Española
66	Blackbird	4,5	71	Mediterránea
67	Canela	4,5	2802	Española
68	Kamon	4,5	1134	Japonesa
69	A Contracorriente	4	183	Mediterránea
70	Turqueta	4	952	Mediterránea
71	Burritos	5	62	Mexicana
72	Bon Aire	4,5	813	Mediterránea
73	Guisante Rojo	4,5	55	Mediterránea
74	CHEZ Wladimir	4,5	101	Francesa
75	La Taula de Yoon	4,5	51	Coreana
76	Kibo Restaurante Valencia	5	53	Japonesa
77	Bacadella Tapas	4,5	656	Mediterránea
78	El forcat	4	678	Española
79	La divina comedia	4,5	1539	Española
80	Baat	4,5	67	Peruana
81	Go Salad	5	25	Mediterránea
82	Masa Madre	5	122	Italiana
83	La paz	4,5	1374	Mediterránea
84	Demasiado Corazón	5	56	Mexicana
85	Habitual	4	1020	Mediterránea, Michelin
86	Flor de Valencia	4,5	1801	Mediterránea
87	Restaurante Mirador casa angel	4	112	Española
88	2 Estaciones	4,5	281	Mediterránea, Michelin
89	Le Favole	4,5	1836	Italiana
90	Xanglot	4,5	80	Mediterránea

Fuente: Tripadvisor (2022)

Tabla 12 Los restaurantes *realfooding* en Valencia 91-120

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
91	Casaa Carmela	4,5	2465	Española, Michelin
92	Maco Healthy Bar	4,5	86	Mediterránea
93	Hotaru	5	38	Japonesa
94	Restaurante Goya Galley	4,5	764	Mediterránea, Michelin
95	Restaurante Blanqueries	4,5	833	Mediterránea, Michelin
96	Dempanadas	5	30	Empanadilla
97	Holbox	5	12	Café y tapas
98	Very Açai	4,5	14	Postres saludables
99	Oganyo	4	104	Mediterránea
100	Saona	4,5	1454	Mediterránea, Michelin
101	Vaqueta Gatro Mercat	4	711	Japonesa
102	Restaurante Albufera	4	558	Mediterránea
103	Amor Amargo Bodega	4,5	47	Española
104	Kaido Sushi Bar	5	16	Japonesa, michelin
105	Maybean	4,5	22	Café y tapas
106	La Parrilleta	4,5	75	Mediterránea
107	Nova Conca	4,5	37	Mediterránea
108	Los Gómez Taberna	4,5	2097	Mediterránea
109	Saona	4	1032	Mediterránea
110	Baobab	4	157	Mediterránea
111	Cap I Casal Restaurante	4,5	79	Mediterránea
112	Amivega	5	7	Mediterránea
113	Restaurante Espurnes	4,5	29	Mediterránea
114	La Jungla Café	4,5	19	Café y tapas
115	Filos	5	59	Mediterránea
116	Saona	4	380	Española
117	Navarro healthy and café	4,5	39	Café y tapas
118	Cafetería tres puntos	5	7	Mediterránea
119	Baalbec	4,5	128	Libanesa
120	El portón Benimacllet	5	32	Española

Fuente: Tripadvisor (2022)

Tabla 13 Los restaurantes *realfooding* en Valencia 121-150

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
121	Sr. Café Gastrobar	4,5	22	Española
122	La Moma Restaurante	4	918	Mediterránea
123	Zumeria Naturalia	4	151	Zumería
124	Filo Crema	5	23	Postres
125	Kokuro. Fb	4,5	6	Bar
126	Cocoa Patacona	4	244	Mediterránea
127	Nacionsushi	4	156	Japonesa
128	Frutolandia	3,5	6	Zumería
129	LAV Café	4	4	Café y tapas
130	Casino Musical de Benimaclet	4	4	Mediterránea
131	Gamboa Restuarante	4,5	62	Mediterránea
132	Healthy Poke Valencia	3,5	7	Poké
133	Arrocería 1836	4,5	11	Mediterránea
134	Mioya	4,5	29	Japonesa
135	Les Maduixes	4,5	148	Mediterránea
136	Jardín urbano	3,5	120	Café y tapas
137	Toastone	4,5	300	Italiana
138	Dodo's Mediterrasian Restaurante	4,5	189	Mediterránea
139	El Racó de Gafaüt	5	6	Mediterránea
140	Le Riz	3,5	164	Mediterránea
141	May Flower	4,5	11	Italiana
142	Recoveco	5	6	Española
143	Ki Biorestarant	4,5	21	Española
144	La Bobal	3,5	24	Mediterránea
145	La casita de María	3,5	8	Mediterránea
146	Maximos Grab Go Food	5	3	Mediterránea
147	Espadán 31	4	85	Española
148	Pan comido	4,5	97	Mediterránea
149	Barbaritats	4,5	29	Española
150	Hakuna Poke y sushi	4,5	24	Japonesa

Fuente: Tripadvisor (2022)

Tabla 14 Los restaurantes *realfooding* en Valencia 151-180

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
151	Saona	4	1000	Mediterránea
152	La Malcriada	5	17	Mediterránea
153	Suc de Lluna	3,5	299	Café y tapas
154	La Taberna de Marisa	3,5	677	Mediterránea
155	El Portet Del Marina	3,5	253	Mediterránea
156	City Poké	4	14	Poké
157	Paopao hotpot	4	4	Chino
158	A Roma Cocina	4,5	20	Italiana
159	La Cigrona	4,5	718	Mediterránea
160	LaLola	4	982	Mediterránea
161	Veganum	4,5	28	Americana
162	Carabasser	4	187	Mediterránea
163	El Reno	4	90	Mediterránea
164	La Cantina de Ruzafa	4,5	60	Mediterránea
165	La otra parte	4	727	Española
166	Saona	4	103	Mediterránea
167	Lambrusqueria	3,5	36	Italiana
168	Loving Hut	4	143	Mediterránea
169	La ferrera	3,5	461	Mediterránea
170	Ca Negre	5	10	Española
171	Mala Hierba	4	167	Mediterránea
172	El Cierzo	4,5	107	Mediterránea
173	City Poké	4	5	Poké
174	Saona	4	154	Mediterránea
175	La Gobernanta	4	65	Española
176	Palao Bistrot Valencia	5	171	Mediterránea
177	Casa Amadeo Taperia	4	143	Española
178	Portobello Horno	4,5	73	Café y tapas
179	Taberna El Sitio	4	96	Española
180	Panaria Jaime Roig	4	42	Café y tapas

Fuente: Tripadvisor (2022)

Tabla 15 Los restaurantes *realfooding* en Valencia 181-204

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
181	Pan Tan	4,5	73	Mediterránea
182	Lila&Lola	4	54	Mediterránea
183	Menos Lobos	4,5	44	Mediterránea
184	Las Lunas Soul Kitchen	4,5	255	Mediterránea
185	Bussola by Shija	4,5	49	Fusión
186	Forastera	4,5	129	Mediterránea, Michelin
187	La Ceba Vieja	4,5	384	Mediterránea
188	Rot3ros Cocina	4,5	76	Mediterránea
189	Jose Manuel	4,5	41	Italiana
190	Restaurante Yuso	4	56	Mediterránea
191	Palace Fesol	4	277	Mediterránea
192	No solo pan y Café	4	23	Café y tapas
193	Menorca XXII	3,5	82	Mediterránea
194	La Ola Fresca	4,5	32	Café y tapas
195	La Masia	4,5	23	Café y tapas
196	La Noa	4	87	Café y tapas
197	La Mandarina	3,5	36	Mediterránea
198	Hechizos de Morgana	4	432	Mediterránea
199	Restaurante Jauja	3,5	98	Mediterránea
200	Galileo Club	4,5	76	Española
201	Gorgos 25	3	125	Mediterránea
202	El coso	3,5	2435	Mediterránea
203	Sibuya urban sushi	3,5	40	Japonesa
204	Burritos	5	10	Mexicana

Fuente: Tripadvisor (2022)

En las tablas de la 9 a la 15 vemos que hay 40 restaurantes con la valoración máxima de la satisfacción al cliente, esto es, cinco puntos. La mayoría son restaurantes de cocina mediterránea, aunque este dato no es sorprendente dado que prácticamente la mitad de la muestra pertenece a este grupo. Por otra parte, la menor valoración es de 3, para un restaurante de cocina mediterránea. En el conjunto, la mayoría de los restaurantes tienen una valoración media de 4,5, lo que es un dato muy positivo.

El restaurante Navarro es el que tiene mayor número de opiniones entre todos los restaurantes *realfooding* en Valencia. El restaurante que tiene menos opiniones es Máximos Grab Go Food, un restaurante de comida mediterránea, pero tiene una valoración muy elevada de cinco puntos sobre cinco (ver tablas 9 a 15).

Tabla 16 Los restaurantes *realfooding* en Gandía

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
1	Restaurante Nanami	4,5	156	Japonesa
2	Chef Amadeo	4,5	1720	Española
3	Restaurante Telero	4,5	840	Mediterránea
4	Restaurant Finca Limonar Gandía	5	48	Española
5	Anfora Vegano	5	20	Mediterránea
6	Fusta	4,5	46	Mediterránea
7	Street Food	4,5	55	Saludable
8	La Delicà Restaurant	4	39	Mediterránea
9	Saona Gandía	4	105	Española
10	Ripoll	3,5	526	Mediterránea
11	Sun & Grill Restaurant	4	309	Barbacoa
12	L'home Del Sac	4	54	Española

Fuente: Tripadvisor (2022)

En Gandía, la mayor valoración entre los restaurantes *realfooding* es de cinco puntos para un restaurante de cocina mediterránea y otro de cocina española. El que menos valoración tiene por parte de los clientes es un restaurante de cocina mediterránea. El restaurante que tiene mayor número de opiniones es un restaurante de cocina española y el que menos, un restaurante de cocina mediterránea. En Gandía no hay restaurantes que tienen estrellas Michelin (ver tabla 16).

Tabla 17 Los restaurantes *realfoodings* en Alcoy

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
1	Origens	4.5	55	Española
2	L'Amagatall de TOTA	4.5	241	Mediterránea

*Fuente: Tripadvisor (2022)*

En Alcoy hay dos restaurantes *realfooding*, que tienen la misma valoración (4.5 puntos sobre 5), aunque difieren en la cantidad de opiniones, pues el segundo tiene muchos más comentarios. En Alcoy no hay restaurantes que tienen estrellas Michelin (ver tabla 17).

Tabla 18 Los restaurantes *realfooding* en Alicante 1-30

	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
1	Tabula Rasa	5	112	Mediterránea, Michelin+
2	Sotaterra by TheLoft	5	319	Mediterránea
3	El Lobo Blanco	4.5	164	Francesa
4	Ñora y Ají	5	165	Peruana
5	Sip & Wonder Coffee House	4.5	167	Café y tapas
6	steki restaurante	5	1074	Mexicana, Michelin+
7	Demordisco	4.5	497	Italiana
8	Arrocería ESTIU	4.5	930	Mediterránea
9	Kambon	4.5	199	Tailandesa
10	Bodhigreen Vegetariano	4.5	840	Mediterránea
11	Thai Corner	4.5	1364	Tailandesa
12	Burro Canaglia Bar&resto - Alicante	5	608	Italiana
13	Mish Mish	4.5	935	Libanesa
14	Daikichi	4.5	606	Japonesa
15	Casa mia Italia	4.5	1137	Italiana
16	Enso sushi Alicante	4.5	369	Japonesa
17	Open	4.5	271	Mediterránea
18	El gusto de Gourmet	4.5	660	Mediterránea
19	Sibuya Urban Sushi Bar Alicante	5	613	Japonesa
20	Restaurante Espacio Montoro	5	115	Mediterránea
21	Indian House	5	817	India
22	Maillard restaurante	5	68	Mediterránea
23	Cabaña Grill	4.5	342	Mediterránea
24	Restaurante Altramuz	4.5	108	Mediterránea
25	San Telmo Gastrobar	4.5	455	Mediterránea
26	La Crispeta	4.5	1008	Mediterránea
27	Casa Julio	4.5	822	Mediterránea
28	is Pas Luceros	4.5	38	Española
29	Bodeguita 1999	4.5	2416	Mediterránea
30	Las Brasas de San Miguel	4.5	1206	Mediterránea

*Fuente: Tripadvisor (2022)*

Tabla 19 Los restaurantes *realfooding* en Alicante 31-60

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
31	Cabaña Grill	4.5	342	Mediterránea
32	Terre	4	1030	Española
33	Mahalo Poke Alicante	4.5	36	Poké
34	SOI 38 Street food	4.5	44	Saludable
35	MIKU Izakayasushi Fusión	4.5	83	Latina Asiática
36	La terreta Gastrobar	4.5	525	Mediterránea
37	Gourmettina Lovely Pizza	4.5	57	Italiana
38	Aoba ya	5	31	Japonesa
39	Take a Tako	5	34	Mediterránea
40	Kult Bar	4.5	47	Mediterránea
41	Selva Gatronatur	4.5	25	Mediterránea
42	Restaurante Kyoto	5	64	Japonesa
43	MoMO	5	16	Mediterránea
44	Textures	4.5	24	Internacional
45	Restaurante Casa Domingo	4	772	Mediterránea
46	Baker CO	4	333	Café y tapas
47	Alifornia Poké Bar	4	51	Poké
48	Vegap bistro Vegano	5	13	Mediterránea
49	EL portal	4	4452	Mediterránea
50	El Bodegon	4.5	142	Española
51	CONVISTAS	4	77	Española
52	Chico Calle Playa	3.5	94	Española
53	Nou Calypso	5	13	Española
54	Welcome India	5	48	India
55	Restaurante Plaza 6 Alicante	4	33	Española
56	Cuqui cafetería Bar	5	1	Café y tapas
57	Restaurante Garvm	4.5	124	Mediterránea
58	Funky Chicken	4	31	Saludable
59	Restaurante Calabozo	4.5	19	Mediterránea
60	Mosvoca Gastrobar	4.5	24	Griega

Fuente: Tripadvisor (2022)

Tabla 20 Los restaurantes *realfooding* en Alicante 61-90

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
61	Restaurante asia bao zai house	4.5	41	Asiático
62	Miss Sushi Alicante	4	520	Japonesa
63	Monumental Restaurant Alicante	4	240	Mediterránea
64	La Cata Restaurant	4	49	Mediterránea
65	Úniko	5	12	Libanesa
66	Kodama	4.5	18	Japonesa
67	Muelle 11	3.5	24	Mediterránea
68	Amasable	4.5	79	Saludable
69	Brunchit - Alicante	5	82	Café y tapas
70	Urban Sunset	5	53	Mediterránea
71	Sally Canela	4.5	59	Mediterránea
72	Tienda De Café	4	5	Café y tapas
73	La Casa de Los Quesos	5	2	Italiana
74	Malevo Brutal Food & Music	4.5	151	Saludable
75	nikis fusion	4.5	12	Española
76	Pizzeria Da Nonna Nina	4.5	110	Italiana
77	La Vaca Vistahermosa	4	90	Barbacoa
78	Lekkers	5	2	Americana
79	Alifornia Poke Bar	2	3	Saludable
80	Elbao Alicante	4.5	8	Mediterránea
81	Cervecería Cafetería Monte Tossal	2.5	26	Española
82	Cafe Ripoll	3.5	8	Café y tapas
83	La Trampa del Ratón	4	1	Saludable
84	Sole Mio	3.5	3	Italiana
85	Colmado El Desavío	4	25	Española
86	Arrocería Antón	4.5	48	Mediterránea
87	Eat & Speak	4	202	Mediterránea
88	Greens 42	5	10	Española
89	Mandarina Bakery & Shop	3.5	22	Café y tapas
90	Abarrote	4	47	Mediterránea

Fuente: Tripadvisor (2022)

Tabla 21 Los restaurantes *realfooding* en Alicante 91-92

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
91	Kaf Restaurante	4.5	37	Mediterránea
92	Pita o Plato	5	6	Marroquí

*Fuente: Tripadvisor (2022)*

En Alicante, la mayor valoración es 5, la menor valoración es 2. El restaurante El Portal es el que tiene mayor número de opiniones entre todos los restaurantes *realfooding* en Alicante. La mayoría de los restaurantes tienen una valoración media de 4.5. En Alicante, hay 2 restaurantes que tienen estrellas Michelin.

Al igual que en el caso de Valencia, los restaurantes de Alicante ciudad se presentan en distintas tablas en grupos de 30 (ver tablas 18 a 21). Existen 23 restaurantes con la valoración máxima de la satisfacción al cliente, esto es, cinco puntos. Tal y como ha sucedido en la ciudad de Valencia, la mayoría son restaurantes de cocina mediterránea, aunque se observa más variedad en el tipo de cocina que en caso de Valencia. La menor valoración es de 2 puntos para un restaurante de poké. En el conjunto, la mayoría de los restaurantes tienen una valoración media de entre 4 y 4.5 puntos, lo que es una valoración favorable.

Sobre el número de opiniones, el restaurante El portal es el que tiene un mayor número, mientras que el restaurante La trampa del ratón apenas tienen un comentario.

Tabla 22 Los restaurantes *realfooding* en Elche

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
1	Selecte Restaurante	5	102	Mediterránea
2	Altamar	4.5	308	Mediterránea
3	Vegetariano TEFF	5	54	Española
4	Cru restaurante	5	23	Francesa
5	Green Hunters fresh bar	5	21	Mediterránea
6	La Terraza de la Pescadería	4.5	25	Marisco
7	Veggie Kitchen	4.5	19	Mediterránea
8	Keiken fusión	4.5	112	Japonesa
9	Taberna El Granero	4	115	Española
10	Ecovegan Happy	4	54	Bar
11	Los fogones de zeron	4	6	Española
12	El Bistro	5	3	Francesa
13	Mestizaje	4.5	465	Mediterránea
14	Águila Bar Centro	4	60	Mediterránea
15	Águila Bar Altabix	4.5	57	Española
16	Roser Gastrobar	4.5	94	Española
17	Cambra	3	40	Italiana
18	Bar La Taronja	4	70	Española
19	Qi Food Healthy Restaurant	5	1	Mediterránea
20	Alifornia Poké Bar Elche	5	1	Mediterránea

*Fuente: Tripadvisor (2022)*



En Elche, la mayor valoración es 5 para 7 restaurantes, la menor valoración es de 3 puntos para un restaurante de comida italiana. El restaurante Mestizaje es el que tiene mayor número de opiniones entre todos los restaurantes *realfooding* en Elche, aunque hay dos restaurantes de cocina mediterránea que tiene solamente un comentario. La mayoría de los restaurantes exponen una valoración media de 4.5, por lo que se deduce que los clientes están satisfechos con estos servicios. En Elche no hay restaurantes *realfooding* que tienen alguna estrella Michelin (ver tabla 22).

Tabla 23 Los restaurantes *realfoodings* en Benidorm

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
1	La Tana	5	94	Italiana
2	D-vora Restaurante	4.5	1116	Mediterránea
3	Amigos Bistro by Nas & Dino	5	2034	Mediterránea
4	Italian Twist Bar Bistro	5	781	Italiana
5	Paradiso	4.5	1258	Internacional
6	Restaurante - Marisquería Córdoba	4.5	2573	Mediterránea
7	Bar Cofradia	4.5	521	Mediterránea
8	Ians' Restaurant	5	775	Mediterránea
9	Cafe Delhi Benidorm	5	19	Mediterránea
10	Nook Poké	4	13	India
11	Bahia Blanca	4	61	Poké
12	Madness Benidorm	4.5	67	Española
13	Le Boulevard	5	471	Café y tapas
14	Cornetto The Italian Bakery	4.5	9	Mediterránea
15	Quel Que Quieres	5	491	Italiana
16	Jeso Sabor	4.5	69	Italiana
17	Tandoori night Indian restaurant	5	46	Saludable

*Fuente: Tripadvisor (2022)*

En Benidorm, la mayor evaluación de restaurante *realfooding* es 5 para 8 de los 17 restaurantes de la tabla 21. La menor puntuación es de 4 sobre 5 puntos para dos restaurantes. El que tiene mayor cantidad de opiniones es el restaurante Marisquería Córdoba, mientras que un restaurante mediterráneo es el que menos opiniones tiene. No hay ningún restaurante que tiene estrellas Michelin en Benidorm. (Ver tabla 23)

Tabla 24 Los restaurantes *realfooding* en Castellón

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
1	Temprado19	5	278	Mediterránea
2	Izakaya Tasca Japonesa	5	155	Japonesa
3	Entrefogones by JR®	4.5	338	Mediterránea
4	Tasca del Puerto	4.5	545	Mediterránea, MICHELIN*
5	Suglagu	4.5	88	Mediterránea
6	El Mirador del Port	4.5	623	Mediterránea
7	Tasca el Potro	4.5	12	Saludable
8	Saboro Comida Consciente	5	5	Española
9	ri&co Bistró Restaurant	4	192	Mediterránea
10	Restaurante Corpore Sano Duo	4.5	88	Mediterránea
11	La Caleta De Javixu Gastrobar	5	16	Mediterránea
12	Restaurante Navarro I	3.5	73	Española
13	Bar Gargallo	5	1	Mediterránea
14	Brasas Sierra de Gredos	3.5	8	Española
15	El Faro Industrial Gastroclub	4	182	Española
16	La Abadía	4.5	3	Española
17	La Cuinera	3.5	3	Mediterránea

Fuente: Tripadvisor (2022)

En Castellón, la mayor valoración de los clientes es de cinco puntos para cinco restaurantes de cocina mediterránea, española y japonesa, mientras que la menor valoración es de 3.5 para tres restaurantes de cocina mediterránea y de cocina española. El restaurante El Mirador del Port es el que tiene mayor número de opiniones entre todos los restaurantes *realfooding* en Castellón. El Bar Gargallo es el que tiene menos opiniones entre los restaurantes de Castellón. La mayoría de los restaurantes tienen una valoración media de 4.5. En Castellón, hay un restaurante con estrellas Michelin (ver tabla 24).

Tabla 25 El restaurante *realfooding* en Burriana

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
1	La Jorgeria	4.5	16	Española

Fuente: Tripadvisor (2022)

En Burriana, solo hay un restaurante *realfooding*, que tiene una valoración de 4.5 y es un restaurante de comida española, con pocas valoraciones (ver tabla 25).

Tabla 26 Los restaurantes *realfooding* en Vila-real

Número	Nombre	Evaluación(5 máximo)	Cantidad de opiniones	Concepto
1	Asoko Vila-real	4.5	310	Japonesa
2	Restaurante Al d'Emilio	4.5	109	Saludable

Fuente: Tripadvisor (2022)

Hay dos restaurantes *realfoodings* en Vila-real que tienen la misma valoración. En Vila-real no hay ningún restaurante con estrellas Michelin (ver tabla 26).

En conclusión, donde hay más restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana es en las ciudades de Valencia y Alicante, lo que era de esperar porque son las dos ciudades más grandes de las estudiadas.

La mayoría de los restaurantes *realfooding* generalmente tiene la puntuación elevada, un 4.5 de 5 como la media (ver tabla 8), lo que lleva a pensar que los clientes están contentos consumiendo este tipo de comida, ya que esta percepción va incluida en la valoración.

Hay muchos restaurantes *realfooding* que tienen una puntuación de 5 y no hay ninguno con una puntuación menor que el 2. El restaurante *realfooding* que tiene 2 puntos es el restaurante Alifornia poke Bar de Alicante, habría que ver las causas de esta mala valoración, que no necesariamente han de estar ligadas al servicio de comida real.

## CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE LOS RESTAURANTES *REALFOODING* EN LA COMUNIDAD VALENCIANA DESDE UNA PERSPECTIVA TURÍSTICA

En este capítulo se realiza análisis DAFO y CAME de los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana, tomando este conjunto como el objetivo de los análisis. En el análisis DAFO se identificarán las debilidades y fortalezas (internas) y las oportunidades y amenazas (externas). En el análisis CAME se aportarán ideas para corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades (Galiana, 2021).

### 5.1 ANÁLISIS DAFO

#### Debilidades\*

- Los ingredientes de los platos *realfooding* son limitados, ya que los restaurantes *realfooding* le dan mucha importancia a la calidad y selección de comida real.
- El coste es elevado por el uso de ingredientes ecológicos.
- Este tipo de platos pueden resultar poco atractivos para los consumidores.
- Competencia intensa de restaurantes *realfooding* en las mayores ciudades de la Comunidad Valenciana.

#### Amenazas\*\*:

- La moda de *realfooding* podría cambiar en cualquier momento.
- Posibilidad de radicalización de la idea *realfooding* en la sociedad, tergiversando el negocio de los restaurantes *realfooding* actuales.

#### Fortalezas\*\*\*:

- Satisfacer necesidades especiales de algunos clientes, por ejemplo, deportistas, turistas interesados en la sostenibilidad del planeta y turistas gastronómicos.
- Los restaurantes *realfooding* transmiten la idea de comer saludable, de estar sano, lo que influye en los clientes fomentando su lealtad de compra.
- Uso de ingredientes de temporada, lo que significa variedad en los platos durante el año.

#### Oportunidades\*\*\*\*:

- Hoy en día las personas se fijan más en su alimentación con el fin de estar sanos; con el auge de *realfooding*, los restaurantes podrían ofrecer menús o platos *realfooding* para cubrir esta demanda potencial.
- Los clientes ven el *realfooding* como una nueva forma de concebir la nutrición.
- Los turistas de naturaleza son un tipo de turistas importantes en número en la Comunidad Valenciana y pueden estar interesados en el *realfooding*.
- Eventos deportivos en los que se puede promocionar el *realfooding*, colaborando los restaurantes con las entidades organizadoras para, por ejemplo, ofrecer comida específica para los deportistas.
- Los turistas gastronómicos pueden sentirse atraídos por la filosofía *realfooding* y probar este tipo de comida en restaurantes de la Comunidad Valenciana.
- Relación del *realfooding* con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente con el número 12 Producción y consumo responsables (ver Anexo).

## 5.2 ANÁLISIS CAME

Corregir\*:

- Buscar alternativas de algunos ingredientes bajo la condición de no perder el carácter de comida saludable.
- Identificar proveedores que podrían dar mejores ofertas o buscar proveedores a largo plazo para reducir el coste de los ingredientes. Proponer colaboraciones o formas de cooperación en las que la relación entre proveedores y restaurantes suponga una ganancia para ambas partes.
- Cuidar el emplatado para que sea atractivo, colocando la comida en platos y fuentes de diseño.

Adaptar\*\*:

- Colaborar con instituciones públicas para promocionar el *realfooding* en la Comunidad Valenciana.
- Realizar campañas de información y sensibilización pública sobre el *realfooding*.
- Dentro del conjunto de restaurantes *realfooding*, encontrar estrategias de diferenciación o de segmentación individuales.

Mantener\*\*\*:

- Ampliar el perfil del cliente actual de los restaurantes *realfooding* de la Comunidad Valenciana incluyendo nuevos perfiles de turistas sostenibles, deportivos y gastronómicos.
- Colaborar con los clientes de los restaurantes *realfooding* para integrar en la gestión sus experiencias y su visión de la importancia de estos negocios. Consultar sus ideas sobre mejoras en el negocio, entrada en negocios futuros y atracción de clientes potenciales.

- Informar a los clientes de las características de los ingredientes y de los platos *realfooding* escribiendo algunas notas en los menús para ayudarles a elegir platos y, al mismo tiempo, conocer las bondades del *realfooding*.
- Destacar en la carta de los restaurantes el uso de ingredientes de temporada.

Explorar\*\*\*\*:

- Explicar teorías de *realfooding* en las redes sociales, dar clases de cocina y recetas saludables en Youtube.
- Promocionar los restaurantes *realfooding* en las redes sociales y crear una página web del conjunto de estos restaurantes en la Comunidad Valenciana.
- Promocionar los restaurantes *realfooding* de la Comunidad Valenciana en cuentas de redes sociales vinculadas al turismo, sobre todo las dirigidas al turismo sostenible, deportivo y gastronómico.
- Identificar actividades deportivas y ofrecerse para realizar colaboraciones, buscando la necesidad de consumir una dieta saludable.
- Informar de la relación de la comida real con el ODS 12 Producción y consumo responsables (ver Anexo).

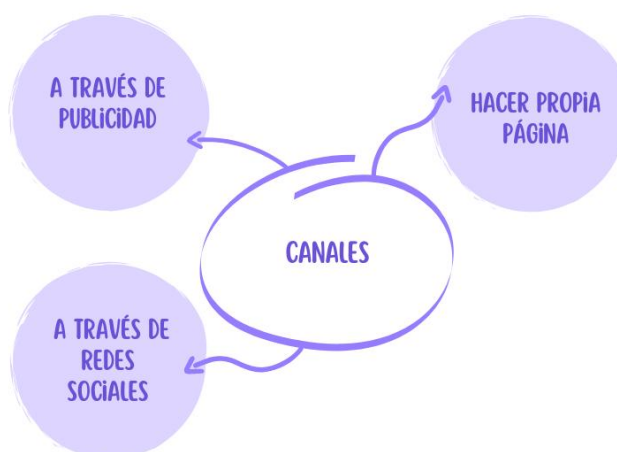
## CAPÍTULO 6. PROPUESTA DE LÍNEAS DE ACCIÓN

Después de realizar diversos análisis sobre los restaurantes *realfooding* de la Comunidad Valenciana, se presentan tres propuestas de líneas de acción para la mejora de su gestión:

- Promoción de los restaurantes *realfooding* de la Comunidad Valenciana utilizando herramientas de marketing

Es importante la promoción tanto de la idea de *realfooding* como de la propuesta de valor de los restaurantes *realfooding*. Existen tres canales que serían los más recomendables para las acciones de marketing, que son: crear página web propia, hacer publicidad y, finalmente, publicar información en las redes sociales (ver Imagen 3).

Imagen 3 Canales de marketing



En estos canales, se podría transmitir la idea de negocio del restaurante y, para las personas que puedan ser clientes, es una oportunidad para saber las características únicas de los restaurantes *realfooding*. También se podrían dar clases online de recetas *realfooding*, lo que complementaría la promoción. Esta promoción se puede realizar siempre a título individual, pero sería conveniente crear una promoción conjunta entre todos los restaurantes de la Comunidad Valenciana.



Además, ofrecer el menú personalizado con notas con *tips realfooding* para cada plato podría ser útil en este aspecto. Por ejemplo, un restaurante de poké podría poner explicaciones de qué es el poké. También se puede añadir información de la relación de la comida *realfooding* con el ODS 12 sobre producción y consumo responsables. Cuando los clientes conocen más el producto, conocen más la idea de *realfooding* de ayudar a mantener la salud de nuestro cuerpo. Esta acción conllevaría también, en cierta forma, la fidelización de los clientes, que acudirían a los restaurantes para probar cada vez diferentes platos, atraídos por las explicaciones.

Por otra parte, esta es la acción indicada para atraer a turistas sostenibles y turistas gastronómicos. Habría que realizar alguna asociación con cuentas en las redes sociales que se centren en estos tipos de turismo para hacer publicidad de los restaurantes *realfooding* y vender la afinidad de este tipo de negocio con dichos tipos de turismo.

- Buscar proveedores a largo plazo y alternativas de ingredientes

Establecer asociaciones a largo plazo con los proveedores puede tener muchas ventajas (Baidu, s.f.):

- Las empresas pueden acortar su ciclo de entrega
- Mejorar la flexibilidad en el suministro
- Reducir los gastos generales
- Mejorar la calidad de las mercancías suministradas y el procesamiento de los pedidos
- Promover la mejora de la gestión global

Una buena alternativa es buscar proveedores locales, en mercados agroecológicos, que proporcionen ingredientes de primera calidad y de temporada. Una alianza con estos productores facilitaría el acceso a las materias primas y, en su caso, una buena negociación para reducir los costes.

En cuanto a las alternativas de ingredientes, para los restaurantes *realfooding*, en caso de no tener capital suficiente, pueden seleccionar ingredientes con textura similar y

sustituir el ingrediente original presentando el nuevo plato como un plato innovador.

- Patrocinar y colaborar con actividades y eventos deportivos

Como se ha tratado anteriormente, el turismo deportivo en la Comunidad Valenciana tiene una gran importancia, y estos turistas suponen una fuente importante de ingresos para cualquier negocio turístico, entre ellos, los restaurantes *realfooding*.

Los restaurantes *realfooding* es un tipo de restaurante apropiado para los jugadores o las personas que practican el deporte, y también para los asistentes a eventos deportivos, porque la idea de *realfooding* es comer saludable y equilibrado, ideas siempre presentes en el mundo deportivo.

## CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES

Según los expertos, el *realfooding* se considera como una moda muy beneficiosa. Es un movimiento que hace que las personas cuiden su cuerpo, en el que es necesario ser responsable de uno mismo. Esta es la principal razón que justifica el nacimiento de restaurantes *realfooding*.

Desde el punto de vista turístico, se ha demostrado que los restaurantes *realfooding* pueden mejorar los servicios de restauración que se proporcionan en el turismo deportivo, el turismo sostenible y el turismo gastronómico, y podrían atraer a estos tipos de turistas. En primer lugar, la idea de *realfooding* tiene mucha coincidencia con la dieta de los deportistas. Además, la comida de un restaurante *realfooding* generalmente se cocina de manera más simple, de forma que ahorra recursos (energía, por ejemplo) y no deteriora el medioambiente. También, teniendo en cuenta que el plato más representativo de la Comunidad Valenciana es la paella, y que esta es comida saludable y satisface la norma de *realfooding*, podría resultar un atractivo importante para el turismo gastronómico.

En cuanto al análisis de datos, se puede observar que la satisfacción de los consumidores de restaurantes *realfooding* de las ciudades principales de las tres

provincias de la Comunidad Valencia, ha sido alta, un 4.5 de 5 de media. Pocos restaurantes han obtenido una valoración baja. La mayoría de los restaurantes *realfooding* en estas ciudades son de cocina mediterránea, española e italiana, reflejo de que la alimentación mediterránea es relativamente saludable.

Para continuar con el análisis de los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana se ha realizado un análisis DAFO y análisis CAME, de los que ha destacado el número de oportunidades identificadas. Con este tipo de análisis tenemos una visión completa, externa e interna, de un objeto de estudio determinado. Los resultados han supuesto la base para la presentación de propuestas de varias líneas de acción para la mejora de la gestión de estos negocios.

En esta línea, en la propuesta de las líneas de acción para la mejora de la gestión de los restaurantes *realfooding* en la Comunidad Valenciana se partió de las ideas del análisis CAME para proporcionar ideas para un desarrollo sostenible de este tipo de restaurante. Cabe destacar que el marco de acción del ODS 12 Producción y consumo responsables es perfecto para el crecimiento de negocios de restaurantes *realfooding*, lo que supone una oportunidad importante para el desarrollo futuro.

El *realfooding* puede ser una moda a largo plazo. Sin embargo, debería ser un hábito en general. Se espera que esta moda pueda continuar para que las personas tengan en cuenta su dieta y los restaurantes *realfooding* puedan ocupar una mayor proporción en el sector de restauración.

Como se puede comprobar a lo largo del texto, los objetivos planteados al inicio de este Trabajo Final de Grado se han cumplido en su totalidad. En esta línea, la realización de este TFG ha servido para conocer mejor de las características de los restaurantes *realfooding*, cómo son, cómo pueden mejorar, y cuál es su situación en la Comunidad Valenciana. También he descubierto que la relación entre la restauración y el turismo es interactiva. El esfuerzo de realizar este trabajo ha merecido la pena.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baidu (s.f.). *La relación con proveedores a largo plazo*. Baidu.com. Recuperado 3 de octubre de 2022, de

<https://wenku.baidu.com/view/18c22e2c00d8ce2f0066f5335a8102d276a26128.html>

Barra de ideas. (2020, Febrero 28). *¿Cuál es el perfil del realfooder?* Barra de ideas | *Gestión y marketing para restaurantes*. <https://barradeideas.com/perfil-realfooder/>

Bartlet, T. (2006): Rural tourism development in Europe. International Forum on Rural Tourism. Final Report. 4-6 september, 2006. Guiyang, China.

Botero Sánchez, J.J., Fernández Sánchez, J., Martínez Casanovas, A. (2022). *Real food, la nueva tendencia que triunfa entre los jóvenes españoles*. Disponible en: <http://generaciondospuntocero.com/real-food-la-nueva-tendencia-que-triunfa-entre-los-jovenes-espanoles/>

CNNEE. (2022, octubre 1). *¿Es saludable beber café o es un mito? ¿Cuánto se puede tomar?* CNN Español. <https://cnnespanol.cnn.com/2022/10/01/cafe-alimento-saludable-mito-o-realidad-trax/>

Dantí, C. M. (2022, Febrero 18). *Realfooding: qué es y en qué consiste*. [Www.mundodeportivo.com/uncomo](http://www.mundodeportivo.com/uncomo). <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/comida/articulo/realfooding-que-es-y-en-que-consiste-51931.html>

Epa (2022) *EPA y Padrón de habitantes, últimos datos*. Com.es. Recuperado 4 de octubre de 2022, de <https://epa.com.es/>

El Men. (2020, Diciembre 1). *Estos son los más recomendados alimentos para fortalecer el sistema inmune*. El Men. <https://elmen.pe/estos-son-los-mas-recomendados-alimentos-para-fortalecer-el-sistema-inmune/>

- Erik. (2019, marzo 25). *Beneficios de la paella para nuestra salud*. Revista Buena Salud. <https://www.revistabuenasalud.es/beneficios-de-la-paella-para-la-salud/>
- Estal, V. (2018, Octubre 11). *¿Qué opinamos los psicólogos sobre el movimiento Realfooding?* Ítaco Psicólogos en Madrid; Ítaco Psicólogos. <https://www.itacopsicologos.es/que-opinamos-los-psicologos-sobre-el-movimiento-realfooding/>
- Ferguson, A. (2022, septiembre 29). *El café reduce el riesgo de problemas cardíacos y muerte prematura, según un estudio*. CNN Español. <https://cnnespanol.cnn.com/2022/09/29/cafe-reduce-riesgo-cardiacos-muerte-prematura-trax/>
- Fuentes, R. (1995). *El turismo rural en España*. Especial referencia al análisis de la demanda. Madrid: Ministerio de Comercio y Turismo.
- Galiana, P. (2021). *Qué es un análisis CAME y cómo se hace*. IEBS. Disponible en <https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-analisis-came-y-como-se-hace-marketing-digital/>
- Hierro, A. (2020, Junio 30). *Publicidad en redes sociales: caso realfooding*. Universidad de Valladolid. Disponible en <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42364/TFG-N.%201377.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hontoria, N. (2021, Agosto 30). *Claves para diferenciar un buen procesado de un ultraprocesado*. El Confidencial. [https://www.alimente.elconfidencial.com/consumo/2021-08-30/diferenciar-buen-procesado-ultraprocesado\\_2125151/](https://www.alimente.elconfidencial.com/consumo/2021-08-30/diferenciar-buen-procesado-ultraprocesado_2125151/)
- Leonardo. (2020, julio 16). *¿Es saludable la gastronomía mexicana?* ISU Universidad. <https://isu.edu.mx/es-saludable-la-gastronomia-mexicana/>

- Loring, C. (2017, octubre 8). *Los beneficios para la salud del poke bowl*. La Vanguardia  
<https://www.lavanguardia.com/vivo/nutricion/20171008/431824906417/poke-bowl-beneficios-salud.html>
- Lupayante, E. M. (2013, mayo 11). *La gastronomía japonesa, una dieta tan rica como saludable*. Mejor con Salud. <https://mejorconsalud.as.com/la-gastronomia-japonesa-una-dieta-tan-rica-como-saludable/>
- Mediterráneo, E. P. (2012, noviembre 27). *¿Por qué es tan sana la dieta mediterránea?* El Periódico Mediterráneo.  
<https://www.elperiodicomediterraneo.com/opinion/2012/11/27/sana-dieta-mediterranea-42062670.html>
- Núñez, C. P. (2019, marzo 8). *El turismo gastronómico incrementa su aportación a la economía española*. Hosteltur. [https://www.hosteltur.com/127283\\_el-turismo-gastronomico-incrementa-su-aportacion-a-la-economia-espanola.html](https://www.hosteltur.com/127283_el-turismo-gastronomico-incrementa-su-aportacion-a-la-economia-espanola.html)
- OMS – Organización Mundial de la Salud (s.f.). Recuperado el 28 de Septiembre de 2022 de <https://www.who.int/es>
- Ostelea (2020, mayo 27). *Gastronomía en turismo, el mundo en bandeja de plata*. Ostelea.com. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/gastronomia-en-turismo-el-mundo-en-bandeja-de-plata>
- Ostelea (2021, mayo 25). *¿Qué es el turismo sostenible según la OMT?* Ostelea.com. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible-segun-la-omt>
- Riobóo, D. (2015, enero 8). *El «boom» del turismo deportivo*. Condé Nast Traveler Spain. <https://www.traveler.es/experiencias/articulos/el-boom-del-turismo-deportivo/6268>

- Sabater, V. (2014, agosto 15). *Café: ¿es bueno para la salud? ¿Cuánto puedo tomar al día?* Mejor con Salud. <https://mejorconsalud.as.com/cafe-es-bueno-para-la-salud-cuanto-puedo-tomar-al-dia/>
- Ser Saludables (2020, Marzo 3). En busca de un estilo de vida saludable. Ser Saludables. <https://sersaludables.org/en-busca-de-un-estilo-de-vida-saludable/>
- Silva, M. (2021, octubre 1). *Dieta para corredores: Entrena y corre mejor con una buena alimentación.* Mindfit.club; Mindfit. <https://mindfit.club/running/dieta-corredores/>
- Tripadvisor (s/f). Tripadvisor.com. Recuperado el 10 de julio de 2022, de <https://cn.tripadvisor.com/>
- Turisme Comunitat Valenciana (2020). Gva.es. Recuperado 1 de octubre de 2022, de [https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios\\_producto/Naturaleza\\_residentes\\_2020c.pdf](https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_producto/Naturaleza_residentes_2020c.pdf)
- Turisme Comunitat Valenciana (2020a). Gva.es. Recuperado 1 de octubre de 2022, de [https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios\\_producto/Motivo\\_principal\\_CV2020c.pdf](https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_producto/Motivo_principal_CV2020c.pdf)
- Valenzuela, A. (2019, agosto 28). *Restaurantes sostenibles: cómo cuidar el planeta desde la cocina.* Hablando en vidrio; Ecovidrio. <https://hablandoenvidrio.com/restaurantes-sostenibles-cuidar-planeta-desde-cocina/>
- Viñals, M.J.; Morant, M.; Alonso-Monasterio, P. y Sanchez, M. (2005): Avances en la incorporación de los valores culturales en la gestión efectiva de los humedales mediterráneos, Universidad de Valencia, Valencia.Okazaki, 2008
- Visit Valencia. (s. f.). *Aprende a cocinar la Paella valenciana.* Recuperado 7 de octubre de 2022, de <https://www.visitvalencia.com/que-hacer-valencia/gastronomia/que-comer-valencia/receta-paella-valenciana>

Viu Valencia (2021, enero 27). *Valencia destacó como la ciudad con más corredores*. Viu Valencia. <https://www.viavalencia.com/articulo/valencia-destaco-como-la-ciudad-con-mas-corredores/608889132>

Wikipedia. (2011). *Turismo Deportivo: Destinos de Buceo, Voley Playa, Islas Galapagos, Roatan, Parque Natural de Cabo Cope y Puntas de Calnegre*. Books LLC, Wiki Series. <https://www.unwto.org/es/turismo-deportivo>



Anexo: Los ODS relacionados con el trabajo

<b>Objetivos de Desarrollo Sostenibles</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>No Procede</b>
ODS 1. <b>Fin de la pobreza.</b>				<b>X</b>
ODS 2. <b>Hambre cero.</b>			<b>X</b>	
ODS 3. <b>Salud y bienestar.</b>			<b>X</b>	
ODS 4. <b>Educación de calidad.</b>				<b>X</b>
ODS 5. <b>Igualdad de género.</b>				<b>X</b>
ODS 6. <b>Agua limpia y saneamiento.</b>				<b>X</b>
ODS 7. <b>Energía asequible y no contaminante.</b>				<b>X</b>
ODS 8. <b>Trabajo decente y crecimiento económico.</b>				<b>X</b>
ODS 9. <b>Industria, innovación e infraestructuras.</b>			<b>X</b>	
ODS 10. <b>Reducción de las desigualdades.</b>				<b>X</b>
ODS 11. <b>Ciudades y comunidades sostenibles.</b>				<b>X</b>
ODS 12. <b>Producción y consumo responsables.</b>	<b>X</b>			
ODS 13. <b>Acción por el clima.</b>				<b>X</b>
ODS 14. <b>Vida submarina.</b>				<b>X</b>
ODS 15. <b>Vida de ecosistemas terrestres.</b>				<b>X</b>
ODS 16. <b>Paz, justicia e instituciones sólidas.</b>				<b>X</b>
ODS 17. <b>Alianzas para lograr objetivos.</b>				<b>X</b>

Este trabajo fin de grado trata un tema bastante novedoso, el *realfooding*. Las personas pueden vivir y saber vivir bien con los conocimientos que trae el *realfooding*. Puesto que el *realfooding* se basa en una nutrición equilibrada y en la elaboración de comida saludable, está relacionado con el ODS 12 Producción y consumo responsables.

Hay varios subobjetivos en el ODS 12 (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>).

Los tres subobjetivos más apropiados y que son los que tiene mayor relación con este trabajo fin de grado son los siguientes:

- 12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.
- 12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.
- 12.8.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

En el trabajo ha quedado clara la relación entre los restaurantes *realfooding* y la sostenibilidad y el uso eficiente de recursos que nombran estos subobjetivos. La idea de *realfooding* es una idea muy positiva que tiene una explicación científica de la salud, de una vida sana, de vivir de una mejor manera respetando el planeta. También se han expuesto las ventajas que supone el uso de productos gastronómicos locales y de temporada en un restaurante *realfooding*, lo que significa un absoluto respeto a los ciclos de la naturaleza. De esta manera, se conjuga sostenibilidad y economía, pues es un negocio que puede crear bienestar no solamente a los clientes a través de su experiencia gastronómica, sino también generando nuevos puestos de trabajo.