

El impacto de un programa de televisión gastronómico en un restaurante.

Nombre de las estudiantes: Iria de San Eufrasio Rodríguez y Alba Zafra Fernández

Nombre del tutor: Josep María Raya Vílchez

Fecha: 20/06/2022

MEMORIA DEL TRABAJO FINAL DE GRADO

Curso: 2021/2022

Estudios: Doble titulación en Turismo y Gestión del Ocio y Administración de Empresas y Gestión de la Innovación

AGRADECIMIENTOS

Han sido muchas las personas que nos han brindado su apoyo y su ayuda desde los inicios de este Trabajo Final de Grado hasta su finalización, y por ello queremos agradecerles profundamente.

En primer lugar, a nuestras familias, por compartir todos los momentos felices que nos han aportado estos cinco años de carrera y ayudarnos en los momentos más difíciles, a Asensio y Eric por aportar su granito de arena y hacernos el trabajo más fácil y a la Empresa *WebHarvy* por permitirnos usar su programa para el desarrollo de la investigación.

Nos gustaría dar las gracias a Oriol Anguera por permitirnos desarrollar una idea tan original que nos ha permitido descubrir un nuevo programa de televisión gastronómico, *Joc de Cartes*, con el que hemos podido ampliar nuestra lista de restaurantes y conocer nuevos lugares. Asimismo, agradecemos a la universidad y, en especial, a nuestro tutor, el Doctor José María Raya, no solo por su amplio conocimiento en el tema, sino también por su comprensión y empatía durante todo el proceso, sin las que el trabajo no hubiera sido posible. Gracias por confiar y creer en nosotras, por guiarnos durante esta larga etapa, por dar buenos consejos y, sobre todo, por hacernos reír y disfrutar todas y cada una de las reuniones contigo.

Finalmente, después de cinco años, realizando prácticamente cada trabajo de las diferentes asignaturas que hemos cursado juntas, ha llegado el final tan esperado. Estos cinco años han sido un largo viaje, donde ha habido muchos momentos felices y otros más duros, pero de los que hemos podido aprender mucho y crecer como personas. Por esta razón, queremos agradecernos de todo corazón el apoyo que nos hemos dado la una a la otra desde el primer momento que nos conocimos. Lo hemos conseguido.

Resumen

El mundo de la televisión es muy heterogéneo y ofrece diversidad de contenidos, como los relacionados con la gastronomía, con el fin de captar la atención de sus espectadores. Es tal su potencial, que se han llegado a crear programas de televisión en torno a ella, los cuales han ido acrecentando una fuerte cultura gastronómica entre sus espectadores. Por esta razón, el presente trabajo de investigación pretende centrarse en el ámbito de los restaurantes, analizando el impacto que tiene un programa de televisión, en este caso *Joc de Cartes*, en un restaurante que haya aparecido en él, teniendo en cuenta factores como el número de reseñas del restaurante y la valoración de los usuarios en la plataforma de valoración de TripAdvisor, así como el efecto ganador. Los resultados demuestran que solamente las reseñas aumentan después de aparecer el restaurante en el programa de televisión gastronómico. Además, no se encuentran evidencias del efecto ganador en los restaurantes emitidos.

Palabras clave: *turismo gastronómico, programa de televisión, Web Scraping, TripAdvisor, restaurante.*

Resum

El món de la televisió és molt heterogeni i ofereix diversitat de continguts, com els relacionats amb la gastronomia, amb la finalitat de captar l'atenció dels seus espectadors. És tal el seu potencial, que s'han arribat a crear programes de televisió entorn d'ella, els quals han anat creixent una forta cultura gastronòmica entre els seus espectadors. Per aquesta raó, el present treball de recerca pretén centrar-se en l'àmbit dels restaurants, analitzant l'impacte que té un programa de televisió, en aquest cas *Joc de Cartes*, en un restaurant que hagi aparegut en ell, tenint en compte factors com el número de ressenyes del restaurant i la valoració dels usuaris en la plataforma de valoració de TripAdvisor, així com l'efecte guanyador. Els resultats demostren que solament les ressenyes augmenten després d'aparèixer el restaurant en el programa de televisió gastronòmic. A més, no es troben evidències de l'efecte guanyador en els restaurants emesos.

Paraules clau: *turisme gastronòmic, programa de televisió, Web Scraping, TripAdvisor, restaurant.*

Abstract

The television industry is very heterogeneous and offers a diversity of contents, such as those related to gastronomy, in order to capture the attention of its viewers. Such is its potential that television programmes have even been created around it, which have been increasing a strong gastronomic culture among their viewers. For this reason, this research work aims to focus on the field of restaurants, analyzing the impact that a television programme, in this case *Joc de Cartes*, has on a restaurant that has appeared on it, taking into account factors such as the number of reviews of the restaurant and the users' ratings on the TripAdvisor rating platform, as well as the winner effect. The results show that only the reviews increase after the restaurant appears on the gastronomic TV programme. Furthermore, no evidence of a winner effect is found for the restaurants broadcast.

Key words: *gastronomic tourism, television programme, Web Scraping, TripAdvisor, restaurant.*

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	8
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Turismo gastronómico	10
2.2. El papel de la gastronomía en la televisión	12
2.3. El impacto de los programas de televisión en el destino turístico	14
2.4. Impacto de un programa de televisión en un restaurante	15
2.5. Conclusiones del marco teórico	17
3. PLATAFORMAS DE VALORACIÓN DE RESTAURANTES: TripAdvisor	18
4. OBJETIVOS E HIPÓTESIS	20
4.1. Objetivos	20
4.2. Hipótesis	21
5. METODOLOGÍA	23
6. RESULTADOS	27
6.1. Base de datos de restaurantes	27
6.2. Análisis descriptivo	30
6.2.6. <i>Análisis de regresión de la hipótesis 3 y 4</i>	37
7. CONCLUSIONES	40
8. BIBLIOGRAFÍA	43
9. ANEXOS	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Datos sobre TripAdvisor en 2021	19
Tabla 2: Resumen de objetivos, hipótesis y su metodología.	25
Tabla 3: Definición de las variables dependientes	28
Tabla 4: Definición de las variables explicativas	28
Tabla 5: Modelo de regresión lineal para la hipótesis 1.....	31
Tabla 6: Modelo de regresión lineal para la hipótesis 2.....	32
Tabla 7: Modelo de regresión lineal para las hipótesis 1 y 2.	34
Tabla 8: Modelo de regresión lineal para las hipótesis 3.....	35
Tabla 9: Modelo de regresión lineal para las hipótesis 4.....	36
Tabla 10: Modelo de regresión lineal para las hipótesis 3 y 4	39

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Lista de restaurantes emitidos en el programa Joc de Cartes, sujetos a estudio (grupo experimental).....	48
Anexo 2: Lista de restaurantes no emitidos en el programa de televisión sujetos a estudio (grupo de control)	62
Anexo 3: Lista de restaurantes que aparecen en Joc de cartas, pero que no se han contemplado en este estudio.	90

1. INTRODUCCIÓN

La gastronomía se caracteriza por ser una fuente de cultura y modo de vida, además de desempeñar un papel relevante con relación al sentimiento de pertenecer a un lugar (Fusté et al., 2020). Como consecuencia de esta actividad surge el turismo gastronómico, una tipología de turismo, donde los viajeros se desplazan a regiones para vivir experiencias en torno a la comida local a la vez que conocer la cultura de la comunidad (Hall et al., 2004; Oliveira, 2008; Gheorghe et al., 2014).

La comunidad autónoma de Cataluña goza ya en 2022 de 65 estrellas Michelin en 50 restaurantes diferentes¹. Asimismo, Marian Muro (Ara, 2022), directora general de Turismo de Barcelona, afirmaba que en el último año 68% de los turistas que albergaba la ciudad de Barcelona venían con el objetivo de degustar la comida de la ciudad, así como, el 65% del gasto por visitante se basaba en comer y beber². Y es que la gastronomía es una práctica trascendente en muchos turistas, puesto que interviene diversos parámetros en el acto de comer como: el placer, la reflexión y sociabilidad (Fernández, 2016; Pinto, 2005).

Tal ha sido el interés por la cocina y la gastronomía que ha trascendido a la pantalla mediante programas de televisión de temática gastronómica. Estos formatos televisivos se encuentran en pleno auge y han logrado crear una cultura televisiva en torno a la comida que han sabido captar la atención de los consumidores, además de incidir de manera positiva en una región turística (Taşpınar y Temeloğlu, 2018). Entre los programas más aclamados por la audiencia encontramos algunos como *Masterchef*, *Pesadilla en la cocina* o *Joc de Cartes*, que poco a poco han ido despertando el interés de las personas por visitar diferentes regiones, siendo su principal objetivo el de degustar su comida tradicional.

Varios autores han examinado el impacto de los programas de televisión gastronómicos que ejercen en la toma de decisiones de emprender un viaje o visitar un restaurante de un destino que haya aparecido en el programa. No obstante, no se han encontrado estudios concretos que reflejen cómo ha incidido la generación de programas de televisión gastronómicos en la restauración.

¹ Véase "Catalunya 2022: 65 estrelles Michelin en 50 restaurants" (Va de gust, 2021)

² Véase "Barcelona se alía con cocineros consagrados para atraer al visitante 'foodie'" (Ara, 2022)

Consecuentemente, el presente trabajo tiene como objetivo principal evaluar el impacto que puede llegar a tener un programa de televisión en un restaurante que ha estado presente en él. Dicho impacto se evaluará mediante el número de reseñas y las puntuaciones dadas por los usuarios, antes y después de aparecer en el programa, gracias a la plataforma de valoración de restaurantes de TripAdvisor. De este modo, se tendrán en cuenta aquellos restaurantes que han aparecido en el programa de televisión gastronómico de *Joc de cartes*. Finalmente, se realizará una comparativa con aquellos restaurantes que no hayan aparecido en un programa de televisión según diversos criterios que se especificarán más adelante.

Los temas que se analizarán en este trabajo científico son elementos claves, que como estudiantes del doble grado de Turismo y Gestión del Ocio y Administración de Empresas y Gestión de la innovación hemos adquirido a lo largo de estos últimos cinco años. Asignaturas como Recursos Turísticos o Estructura del Mercado Turístico nos han ayudado a comprender la gestión del turismo y sus modalidades. Por otro lado, materias como Instrumentos cuantitativos o Inferencia Estadística nos han servido para saber llevar a cabo un buen análisis estadístico de los resultados que obtengamos en la investigación.

Nuestra motivación personal para llevar a cabo la propuesta de investigación yace en el interés compartido por los formatos televisivos, la comida y el mundo del turismo. Ante la propuesta del Doctor Josep Maria Raya, nuestro tutor del Trabajo Final de Grado, nos hizo especial ilusión al ver que se nos brindaba la posibilidad de juntar estos mundos que nos apasionan y conocer la sinergia e impacto que se crea entre ellos.

La estructura utilizada en el proyecto de investigación se basa en la siguiente: un marco teórico, así como las conclusiones de dicho apartado. Seguidamente, se establecerán objetivos acordes a la revisión de la literatura, así como la definición de las hipótesis. Finalmente, se procederá a desarrollar una metodología para posteriormente obtener unos resultados y conclusiones.

2. MARCO TEÓRICO

El punto de partida de este proyecto de investigación consiste en la elaboración de un marco teórico, donde se realizará una búsqueda documental sobre la literatura existente del turismo gastronómico. Por este motivo, se hará especial hincapié en los tipos de estudios efectuados sobre el turismo gastronómico, así como el impacto de un programa de televisión de cocina, sobre el turismo y en particular el turismo gastronómico.

2.1. Turismo gastronómico

La razón por la que los turistas se movilizan a diferentes destinos turísticos ha ido variando a lo largo de estos últimos años, produciéndose un gran auge en el turismo gastronómico y posicionándose como uno de los favoritos de los turistas. Se podría decir que la gastronomía juega un papel importante, no solo por lo que significa la comida local en cada una de las ciudades o pueblos, sino también por el hecho de convertirse en una fuente de formación de identidad en las sociedades actuales. Se trata de algo que los turistas buscan allá donde van, un tipo de cocina que encontrar en sus vacaciones, algo con que identificarse (Richards, 2002).

La cultura y el sector gastronómico son conceptos que están estrechamente relacionados (Gheorghe et al., 2014). La *Encyclopædia Britannica* (2000) delimita el término de gastronomía como “el arte de seleccionar, preparar, servir y disfrutar de buena comida”. Por otro lado, la ONU (s.f.) define el mismo concepto como “el arte de preparar una buena comida o un estilo de cocina de una determinada región”.

Como demostración de la importancia que tiene la gastronomía en el turismo surge el turismo gastronómico, donde los alimentos son los principales motivadores del desplazamiento de los turistas (Benítez, 2017). En otras palabras, la importancia del turismo gastronómico ha aumentado junto con la promoción de la identidad del destino y el patrimonio cultural (OMT, s.f.). De hecho, tanto Fields (2002) como Hernández (2018) concluyen que las principales motivaciones que mueven a los turistas gastronómicos son porque les gusta probar platos tradicionales de otras regiones y porque la mayoría considera la gastronomía fundamental como parte del patrimonio cultural del destino que visitan.

Asimismo, cabe destacar que el turismo gastronómico es un concepto que no solo va estrechamente relacionado con la cultura de un país, sino que también con el turismo sostenible. Buitrago et al., (2017), ya menciona como el hecho de cuidar los recursos esenciales y los ecosistemas es relevante para la sociedad del futuro. De hecho, se tiene que hacer un especial hincapié en la gastronomía sostenible que hace referencia a esa cocina que presta atención de dónde vienen los ingredientes, cómo se cultivan y cómo llegan a los restaurantes (OMT, 2017).

Long (2018) realizó una primera definición de turismo gastronómico en 1998 donde intentó delimitar la idea de experimentar otras culturas a través de la comida. Posteriormente, se han ido exponiendo varias definiciones sobre el turismo gastronómico de las cuales se destaca la de Hall et al., (2004, p.10), donde definieron el término turismo gastronómico de la siguiente manera:

Gastronomic tourism is an experiential trip to a gastronomic region, for recreational or entertainment purposes, which includes visits to primary and secondary products of food, gastronomic festivals, food fairs, events, farmers' markets, cooking shows and demonstrations, tastings of quality food products, or any tourism activity related to food.

Seguidamente, Oliveira (2008, p.44) procedió a hacer la siguiente definición, donde se refiere el turismo gastronómico como:

El desplazamiento de visitantes, tanto turistas como excursionistas, cuyo motivo principal es la gastronomía, y que involucra prácticas que van desde el mero desplazamiento del lugar de residencia hacia un restaurante donde degustar un plato; el desplazamiento hacia un determinado destino para aprender a preparar determinados alimentos; y hasta la realización de rutas gastronómicas con la intención de aprender algo más sobre cierta gastronomía; entre otros.

Asimismo, Gheorghe et al., (2014, p.14) también le dieron otro enfoque similar al concepto de turismo gastronómico, incluyendo el término nicho: "Gastronomic tourism is a niche travel who tries to achieve a perfect balance between useful and pleasant, between the daily needs of food and culinary experiences that can positively mark tourists".

Una vez recogidas varias definiciones realizadas por los autores, se puede observar que entre ellas albergan varios aspectos en común con los cuales se delimita el concepto de turismo gastronómico, como, por ejemplo: el viaje, la cultura, la experiencia y los productos locales. De esta forma, se ha podido proceder a realizar una definición propia del turismo gastronómico cómo la acción mediante la cual el visitante trata de descubrir las raíces culturales de una población a través de la experiencia con la comida local.

De todas maneras, se pueden identificar algunos estudios sobre el turismo gastronómico donde se ejecuta un análisis del posible perfil de un turista cuyo principal motivo de desplazamiento es el de disfrutar de la gastronomía local de otro país. Heldke (2003) efectúa una definición específica en cuanto al turista gastronómico, refiriéndose a él como un aventurero gastronómico que busca constantemente nuevas experiencias alrededor de la mesa.

Concretamente, de Oliveira (2011) concluye en su estudio que el turista gastronómico tiene entre 18 y 45 años de edad, pudiendo ser hombre o mujer, la mayoría con pareja con o sin hijos y con un nivel cultural alto. Asimismo, Sánchez y López (2012) llevaron a cabo un estudio del perfil gastronómico de Córdoba, ciudad donde la gastronomía juega un gran papel como atractivo turístico. El perfil del turista medio es el siguiente: turista de nivel educativo alto procedente de España mayoritariamente. Cabe destacar que a través de la encuesta que realizaron se percataron de que la calidad de la cocina, el ambiente y el trato de los empleados hacia los clientes causa buena impresión, pero, por otro lado, se deben focalizar esfuerzos en la innovación de la oferta de platos gastronómicos.

2.2. El papel de la gastronomía en la televisión

La práctica gastronómica, así como su divulgación, no solo abarca el ámbito de la alimentación, sino que ha ocupado su lugar en otros entornos como el de los medios de comunicación. Según Urroz (2008), durante el periodo de la postguerra española, la gastronomía ya se encontraba presente en el mundo de la prensa y la radio y fue a partir de la transición cuando los medios empezaron a tratar de forma habitual temas gastronómicos. Así pues, el primer programa de televisión gastronómico en España se emitió por primera vez en la cadena de televisión de TVE 1 en 1967, llamado 'Vamos a la mesa', donde se daban consejos sobre hábitos saludables o trucos para cocinar mientras se proyectaban dibujos. Aun así, no tuvo el éxito esperado y no fue hasta 1983,

con el programa 'Con las manos en la masa' que incrementaron las cifras de audiencia entre la población (Hidalgo y Segarra, 2013).

No obstante, otros países ya habían integrado la cocina en sus medios mucho antes. El caso del Reino Unido, mediante su principal canal de televisión, BBC, emitieron un programa de cocina donde aparecía Marcel Boulestin, un parisino asentado en Londres que cosechó su fortuna y popularidad realizando un libro de cocina para hogares ingleses. Boulestin fue el primer chef que apareció en televisión entre 1937 y 1939, donde mostraba no solo platos franceses e ingleses, sino recetas fáciles para seguir (Bonner, 2009).

Otro de los países que siguió la corriente fue Italia. En 1957 se estrenó el primer programa de televisión de cocina en el país, de la mano del presentador Mario Soldati, donde se recorría lugares del Vall de Po, dónde se pretendía encontrar platos únicos y auténticos de la comida italiana al mismo tiempo que dar a conocer la comunidad local y su cultura (Giannitrapani, 2021).

Durante las últimas dos décadas, ha habido un incremento exponencial de la presencia de la comida en los medios de comunicación, sobre todo en el mundo televisión (Ketchum, 2005). Se ha descrito la década de los 2000 como la "década del fodie", haciendo referencia a aquellos consumidores expertos que han logrado conocer los productos más que los productores de estos. Dicha situación ha venido marcada por el auge de Internet, las redes sociales, aplicaciones, los programas de televisión de cocina y, sobre todo, los chefs referentes en este mundo. Esta cultura de la comida ha resultado en la creación de nuevos destinos turísticos no convencionales, como bares y restaurantes, bodegas vinícolas, o la misma tierra dónde se producen los alimentos que se van a consumir. Este nicho ha logrado crear un estilo de vida que a menudo los programas de televisión han querido capturar, con el fin de dar a conocer nuevas culturas y lugares para poder exhibir las experiencias del consumidor (Taşpınar y Temeloğlu, 2018).

De hecho, cabe destacar que los programas de cocina se encuentran entre los tres primeros puestos de mayor audiencia, debido principalmente a que los espectadores encuentran dichos programas educativos, instructivos y de entretenimiento (Solier, 2006). Caraher et al., (2000) no realizaron más que otro estudio, demostrando que la gente empezó a cambiar sus hábitos de cocina, tanto en la forma de cocinar como en

el consumo de productos, después de haber visto programas de televisión protagonizados por chefs.

2.3. El impacto de los programas de televisión en el destino turístico

Vila et al., (2021) afirma que las percepciones que tienen las personas respecto a un destino turístico vienen influenciadas por la imagen. Así pues, acentúa que la mejor forma de potenciar el interés hacia una destinación es a través de la creación de productos audiovisuales, utilizados como herramientas de marketing promocional, con el fin de captar la esencia del lugar, tanto en el ámbito nacional como internacional. Países como el Reino Unido, Estados Unidos, Nueva Zelanda, Australia o Corea del sud, consideradas destinaciones de alto nivel, han sabido aprovechar la industria cinematográfica para la realización de campañas promocionales con el fin de captar la atención de nuevos turistas (Connell, 2012).

Li et al., (2017) expone que los programas de televisión y las películas inciden positivamente en un determinado destino turístico, no obstante, generalmente no existe un método efectivo que calcule dicho impacto en el lugar. Es más, defiende no haber encontrado un método fiable que evalúe el impacto total económico que suponen estas producciones, en términos de empleo y aportación al PIB de una región. De este modo, los autores examinan mediante su investigación el efecto que han tenido las películas del Hobbit y el Señor de los Anillos en Nueva Zelanda. Así pues, encontraron que solo una de ellas, la trilogía del Hobbit, había tenido un impacto significativo en el destino gracias a las estrategias de marketing y promoción que había tomado el gobierno para beneficiar la economía del país. Definitivamente, el estudio de investigación llevado a cabo evidencia la efectividad que albergan las producciones audiovisuales en un destino si se utilizan correctamente los mecanismos de promoción de la destinación.

De nuevo, Tkalec et al., (2017) examinan el impacto que genera la industria del cine en una destinación. En este caso, los autores se centran en la localidad de Dubrovnik, Croacia, donde la aclamada serie Juego de Tronos (2011) fue rodada y capturó localizaciones de la ciudad, que han conseguido aumentar en casi un 40% entre 2011 y 2015 las visitas de turistas y fans de la serie de la ciudad croata. Así pues, lograron evidenciar que la difusión de la serie de Juego de Tronos comenzó a tener un especial impacto en el rendimiento turístico de la destinación a partir del 2012, cuando la

localidad comenzó a albergar 6.000 turistas más cada año tras la emisión de la serie en la plataforma digital de HBO.

Por otro lado, si se centra la atención en otro formato audiovisual, según Salahodjaev (2016), los programas de televisión han transformado en cierta medida la forma de disfrutar del ocio. En su estudio demuestra que existe una relación positiva entre los programas de televisión de turismo y la tasa de turismo emisor. Su estudio quería resolver la siguiente pregunta: “¿Pueden los programas de televisión influir en la decisión de los turistas de viajar y en el hecho de que lo hagan?”. El autor destaca cómo el programa de televisión “Cara y cruz” afecta positivamente al turismo emisor ucraniano hasta un 24,4%. Es decir, a través de su estudio demostró que existe un aumento de la popularización de destinos que no aparecen en campañas de promoción turística tradicionales, pero sí en programas de televisión. Por otro lado, también el autor hizo especial hincapié en aumento de llegadas de turistas, principalmente en países de desarrollo, mediante campañas turísticas a través del cine, con el mero objetivo de obtener un crecimiento económico.

2.4. Impacto de un programa de televisión en un restaurante

Los programas de televisión de cocina aportan gran valor a la gastronomía nacional e internacional, ya que se crea una identidad gastronómica. Del mismo modo, los gestores de destinos o empresarios pueden comercializar los valores gastronómicos a través de diferentes programas de televisión.

En otras palabras, se ha comprobado que el turismo gastronómico se lleva a cabo en cuanto un chef gastronómico informa a la gente a través de un programa de televisión sobre la variedad gastronómica que existe en un destino concreto (Taşpınar et al., 2018).

Waade et al., (2010) llevaron a cabo un estudio centrado en la influencia que tienen los programas de televisión de cocina en la toma de decisiones en cuanto a viajes, platos y culturas locales. Los viajes y la comida exótica se han convertido en parte de la vida cotidiana de muchas personas, lo que demuestra que la comida y los viajes juegan papeles esenciales. Con este estudio los autores quisieron reforzar la relación entre la comida y el paisaje a través de la pantalla. Los resultados mostraron que todo aquello presentado por el gourmet Floyd (Floyd Around The Med (BBC,2007)), ya sean platos

elaborados o locales, son vistos más atractivos por los turistas. Cabe destacar que dicha serie no muestra solo lugares donde los turistas acudirían comúnmente en un viaje, sino que incluye también elementos de imaginación. Aun así, Waade et al., (2010) confirmaron la relación positiva entre las series de chefs viajeros con la comida y la experiencia de viaje.

Por otro lado, Sung et al., (2020) llevaron a cabo un estudio centrado en los factores más importantes que producen que las personas tomen una actitud más positiva hacia diferentes restaurantes a través del modelo estructural. Su metodología se basó en realizar una encuesta a los residentes de Corea mayores de 20 años que habían visto programas de televisión gastronómicos y que habían acudido al restaurante en los últimos 3 meses, de la cual recibieron 347 respuestas. Entre sus conclusiones, obtuvieron la siguiente relación: a mayor calidad de la información sobre los restaurantes obtenida a través de los programas televisivos gastronómicos y a mayor expresividad del presentador, mayor será el impacto positivo de una persona hacia un restaurante. Asimismo, la credibilidad de la fuente no jugó un papel relevante en la actitud y cambios de comportamiento del consumidor. Los autores también afirman que, por un lado, el riesgo de rendimiento demostró tener un impacto negativo en la actitud hacia el restaurante y, por otro lado, el riesgo de tiempo resultó ser positivo al tratarse, el hecho de esperar un largo periodo de tiempo para conseguir una mesa, de una señal positiva de la experiencia.

2.5. Conclusiones del marco teórico

Tras la revisión de la literatura, muchos investigadores sostienen que ha habido una proliferación de la comida en los medios de comunicación durante las últimas dos décadas, creando una cultura en torno al concepto de la gastronomía, resultando en nuevos destinos turísticos y hábitos.

Asimismo, se ha remarcado la importancia de los programas de televisión en su incidencia en los destinos turísticos y cómo estos influyen positivamente en su desarrollo económico. También, se ha destacado la repercusión del programa de televisión gastronómico como herramienta de promoción del turismo de una región, como difusión de cultura, así como potenciador de experiencias por parte de los consumidores (Waade et al., 2010; Taşpınar y Temeloğlu, 2018; Sung et al., (2020).

Sin embargo, se ha podido comprobar mediante la literatura examinada que existe un vacío de información sobre el impacto de dichos programas de televisión en restaurantes en concreto, teniendo en cuenta tanto las reseñas como la valoración de los usuarios en TripAdvisor, así como la repercusión que tiene el haber ganado o no el programa en un restaurante. Por esta razón, el presente trabajo de investigación pretende abordar y analizar el impacto que ha recibido un restaurante por el hecho de haber aparecido en un programa de televisión gastronómico y el efecto ganador.

3. PLATAFORMAS DE VALORACIÓN DE RESTAURANTES:

TripAdvisor

La revolución tecnológica en la industria hostelera ha incrementado el uso de las redes sociales y plataformas de reseñas, espacios donde los consumidores pueden realizar y compartir opiniones y valoraciones, así como aumentar la interconexión entre ellos y mantenerse informados constantemente sobre los destinos, alojamientos, productos y servicios, incluso, restaurantes (D'Acunto et al., 2020).

Según un estudio realizado por la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) en 2020³, se hace hincapié en el interés que tienen los usuarios en las opiniones y valoraciones de otros consumidores. En cuanto al hábito de efectuar reseñas, un 57% de los encuestados afirman haber escrito valoraciones tanto si la experiencia ha sido negativa como positiva. La organización apunta que el 95% de los consumidores consulta previamente las reseñas online del lugar que van a frecuentar. Asimismo, destaca que los usuarios, en un 67%, prefieren leerlas antes de escribirlas, sobre todo si van a acudir a un restaurante. Finalmente, el estudio indica la relevancia que tienen la valoración global, es decir, la puntuación en estrellas que proporciona el usuario, dado que influye de manera directa en la decisión de compra de los consumidores.

De este modo, durante los últimos años se han desarrollado una serie de plataformas de valoración que han revolucionado el mundo de la industria hotelera, y han incidido en la decisión de compra de los consumidores. La plataforma más conocida en la actualidad es TripAdvisor, con más de 100 millones de usuarios (TripAdvisor, 2017), y su éxito en las redes sociales reside en la alta participación de los usuarios en compartir y proveer reseñas detalladas de sus experiencias en productos y servicios de la industria hotelera (Okazaki et al., 2017). Según los resultados proporcionados por TripAdvisor en 2018, el estudio realizado por *Oxford Economics* muestra el poder de influencia que tiene la plataforma, ya que se calcula que el 10,3% del gasto mundial en el ámbito turístico fue causado por las reseñas de los usuarios en 2017. Dicho porcentaje equivale en torno a 546 000 millones de dólares.

³ Véase "Encuesta OCU opiniones online: Los usuarios detectan un importante número de opiniones falsas" (OCU,2020)

En la siguiente tabla se presentan datos actualizados recogidos de la plataforma de valoración de TripAdvisor en el año 2021, con el fin de plasmar la influencia que tiene la compañía en el mundo.

Tabla 1: Datos sobre TripAdvisor en 2021

Número de negocios en el mundo	8 millones
Número de reseñas y opiniones totales	988 millones
Número de restaurantes en el mundo	4,3 millones
Número de restaurantes en Cataluña	30.515
Número de reseñas totales en Cataluña	más de 1.500.000

Fuente: Elaboración propia

4. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Como se ha mencionado anteriormente, se quiere comprobar que es lo que ocurre con un restaurante una vez ha aparecido en un programa de televisión de temática gastronómica. En otras palabras, el objetivo principal del estudio es examinar el impacto que tiene un programa de televisión gastronómico en un restaurante, centrándose principalmente en las reseñas (número de reseñas y valoración) otorgadas por los usuarios de TripAdvisor, así como analizar el efecto ganador.

De este modo, se plantean diferentes preguntas de investigación: ¿La aparición de cualquier tipo de restaurante gastronómico en un programa de televisión gastronómico genera un mayor impacto positivo en él? ¿Puede aumentar el número de reseñas o alterarse las valoraciones de un restaurante en TripAdvisor después de aparecer en un programa de televisión gastronómico? ¿Qué efecto tiene sobre el restaurante el hecho de ganar o no en un programa de televisión en cuanto al número de reseñas y la valoración?

4.1. Objetivos

Mediante las preguntas de investigación mencionadas anteriormente se han concretado los principales objetivos del estudio con sus correspondientes hipótesis a analizar.

El objetivo principal de la presente investigación yace en la evaluación del impacto que genera un programa de televisión gastronómico en un restaurante que aparece en él. En este sentido, se pretende dar respuesta también a los siguientes objetivos específicos:

a. Determinar los cambios en el número de reseñas del restaurante tras su aparición en el programa de televisión gastronómico

El primer objetivo específico se basa en la valoración de la evolución del número de reseñas de los restaurantes seleccionados tras su aparición en el programa de televisión mediante la plataforma de TripAdvisor. Se pretende realizar un análisis temporal con la finalidad de conocer el aumento o disminución del número de opiniones que los restaurantes han obtenido antes y después de aparecer en un programa de televisión.

b. Determinar los cambios en las valoraciones del restaurante tras su aparición en el programa de televisión gastronómico

Como se ha mencionado en el apartado anterior, el segundo objetivo tiene la finalidad de valorar las puntuaciones que los usuarios han dado a los restaurantes sujetos a estudio, antes y después de su aparición en el programa de televisión. De este modo, se presenta realizar un análisis temporal para conocer las fluctuaciones de las puntuaciones que han obtenido los restaurantes antes y después de haber aparecido en un programa de televisión.

c. Determinar el efecto que tiene en la valoración de un restaurante el haber ganado en el programa de *Joc de Cartes*

En cuanto al tercer objetivo específico, tiene como finalidad conocer si la repercusión de haber salido ganador en el programa de televisión gastronómico tiene un efecto en el restaurante. En este sentido, se pretende hacer un análisis comparativo de los resultados para establecer si existe dicha relación.

d. Determinar el efecto que tiene en el número de reseñas de un restaurante el haber ganado en el programa de *Joc de Cartes*

Finalmente, este cuarto objetivo específico tiene como finalidad conocer si la repercusión de haber salido ganador en el programa de televisión gastronómico tiene un efecto en el restaurante. Al igual que en el objetivo anterior, se pretende elaborar una comparativa de los resultados para establecer si existe dicha relación.

4.2. Hipótesis

Una vez desarrollados los objetivos y la pregunta de investigación se han determinado las siguientes hipótesis:

a. H1. El número de reseñas de los restaurantes en TripAdvisor aumenta tras su aparición en el programa de televisión gastronómico

Con esta hipótesis se ha querido determinar a través de la investigación si hay relación entre aparecer en un programa de televisión y el número de reseñas que el restaurante consigue después de aparecer en él mediante la plataforma de TripAdvisor. Se quiere conocer si el impacto en el restaurante es positivo.

b. H2. Las valoraciones de los usuarios mejoran después de haber aparecido el restaurante en el programa de televisión gastronómico

En este caso, a través de las valoraciones que los usuarios publican en las cuentas de los Restaurantes en TripAdvisor, se quiere demostrar que las valoraciones después de haber aparecido por el programa son positivas y, por lo tanto, el Restaurante gana una mejor reputación.

c. H3. Las valoraciones de los restaurantes ganadores en el Programa *Joc de Cartes* son mejores que de los restaurantes no ganadores

Con esta hipótesis, seleccionando los restaurantes ganadores, se pretende estudiar si ha habido un efecto positivo en las valoraciones que los usuarios han realizado sobre los restaurantes, que han aparecido en el Programa de *Joc de Cartes*, en TripAdvisor.

d. H4. El número de reseñas en los restaurantes ganadores en el Programa *Joc de Cartes* aumenta en comparación con el de los restaurantes no ganadores

Por último, en cuanto a la cuarta hipótesis, es similar a la hipótesis tres, pero en este caso se tiene en cuenta el número de reseñas que se publican en cada restaurante que se encuentra en TripAdvisor.

5. METODOLOGÍA

Con el fin de poder dar respuesta a los objetivos planteados anteriormente, en el siguiente apartado se recoge la metodología para ejecutar el presente estudio de investigación y, posteriormente, conocer, analizar y evaluar los datos obtenidos.

En primer lugar, cabe destacar que se ha decidido delimitar el estudio de investigación a la comunidad autónoma de Cataluña. Dicho esto, se ha realizado una búsqueda de programas de televisión gastronómicos donde aparezcan restaurantes. Así pues, se ha seleccionado el programa de televisión autonómico *Joc de Cartes*, presentado por el cocinero catalán Marc Riba y emitido por la cadena de TV3 entre los años 2017-2021. El concurso consiste en una competición entre cuatro restaurantes de la misma zona y tipología de comida, con el objetivo de decidir cuál de ellos es el mejor a través de los votos de cada uno de ellos y el voto final del presentador. El programa de televisión presenta un total de 300 restaurantes ubicados por toda la comunidad autónoma.

Seguidamente, con el fin de elaborar una base de datos contundente, se define la tipología de datos utilizados y de donde se extraerán. En primer lugar, se requiere elaborar un listado de los restaurantes catalanes que hayan aparecido en el programa de televisión gastronómico mencionado anteriormente clasificados por población, fecha de emisión, tipología de comida, precio, valoración media y restaurantes ganadores. (Véase en Anexo 1). Estos datos se caracterizan por ser secundarios, ya que se obtendrán recurriendo a la página web del canal de televisión de TV3⁴, así como el perfil de Instagram del programa y TripAdvisor.

A continuación, se realizará una búsqueda de dichos restaurantes en la plataforma de valoración de restaurantes de TripAdvisor. Se ha escogido dicha plataforma de valoración, debido a que “cuenta con más de 859 millones de reseñas de más de 8,6 millones de alojamientos, restaurantes, experiencias, vuelos y cruceros” (TripAdvisor, 2019). Así pues, el conjunto de datos que se recogerán en TripAdvisor serán los siguientes: número de opiniones, fecha de la reseña del restaurante por parte del usuario y puntuación dada al restaurante.

⁴ Información extraída de *Joc de cartes* (s. f.). CCMA. Recuperado 15 de junio de 2022, de <https://www.ccma.cat/tv3/joc-de-cartes/guia-de-restaurants/>

En cuanto a la extracción de los datos de TripAdvisor, se realizará mediante la metodología de “Web Scraping”. Dicha metodología se define como el proceso de extracción y combinación de contenidos de la Web de forma sistemática, donde un agente de software analiza su contenido con el fin de encontrar y extraer datos de interés (Glez-Peña et al., 2014).

Con intención de emplear el método “Web Scraping” se va a utilizar un programa informático especializado en la técnica llamado Web Harvey, el cual se ha conseguido mediante una licencia gratis para estudiantes. De esta manera, se realiza “Web Scraping” restaurante por restaurante, donde se introduce el link que se recoge de TripAdvisor y se extrae datos de cada uno de ellos acerca de la cantidad de reseñas que se han publicado en la página del restaurante, la fecha de los comentarios publicados y la puntuación que han otorgado los usuarios. Seguidamente, una vez compilados los datos, el programa crea una tabla en un documento Excel para cada uno de ellos, la cual permite el mayor manejo y trato de los datos.

Cabe destacar que se pondrá en práctica la misma metodología para aquellos restaurantes que no han aparecido en un programa de televisión con el objetivo de, posteriormente, poder realizar una comparativa y validar las hipótesis planteadas. Así pues, para recolectar una muestra fiable, se buscará dos restaurantes por cada uno que haya aparecido en un programa de televisión, seleccionándolos por orden de aparición en la plataforma de TripAdvisor, dado que este los muestra por orden de relevancia. Además, se seguirán cuatro criterios para seleccionar dichos restaurantes basados en valoraciones similares, ubicación, precio y tipología de comida. Para la búsqueda de dichos restaurantes, se ha procedido primero a analizar cada restaurante que ha aparecido en *Joc de Cartes* en cuanto a esas cuatro variables para, de este modo, poder encontrar dos restaurantes similares correspondientes a cada uno de los aparecidos.

Así pues, se ha creado un grupo de control y un grupo experimental para el presente estudio. El grupo de control abarca todos los restaurantes que no han aparecido en el programa de televisión gastronómico de *Joc de cartes*, pero que contienen las características similares mencionadas anteriormente. Por otro lado, en cuanto al grupo experimental, se trata de todos aquellos restaurantes que han salido en el programa de *Joc de cartes*. Cabe destacar que dentro de dicho grupo experimental se subdividen dos

grupos adicionales conformados por los restaurantes que han aparecido en el programa que han ganado y los que no han ganado.

Para el tratamiento de los datos se realizan análisis descriptivos mediante una metodología cuantitativa, así como técnicas estadísticas a través de STATA. De este modo, para las diferentes hipótesis que se han planteado, se va a realizar un test de diferencias de medias tanto de la valoración como de las reseñas antes y después de la aparición del restaurante en el programa (mediante la fecha de emisión)⁵, así como teniendo en cuenta también el efecto ganador, es decir, si el restaurante ha ganado el programa o no. Finalmente, se realizará un análisis de regresión, donde se controlará por otras variables explicativas de la valoración del restaurante⁶.

En la siguiente Tabla 1, se recoge la metodología correspondiente para cada uno de los objetivos e hipótesis.

Tabla 2: Resumen de objetivos, hipótesis y su metodología

OBJETIVO	HIPÓTESIS	DATOS	ANÁLISIS
Determinar los cambios en el número de reseñas del restaurante tras su aparición en el programa de televisión.	El número de reseñas de los restaurantes en TripAdvisor aumenta tras su aparición en el programa de televisión.	Conjunto de datos que se extraen de la plataforma de TripAdvisor mediante el método de <i>Web Scraping</i> (<i>WebHarvey</i>).	Modelo de regresión lineal (Modelo en diferencias).
Determinar los cambios en las valoraciones del restaurante tras su aparición en el programa de televisión.	Las valoraciones de los usuarios mejoran después de haber aparecido el restaurante en el programa de televisión.	Conjunto de datos que se extraen de la plataforma de TripAdvisor mediante el método de <i>Web Scraping</i> (<i>WebHarvey</i>).	Modelo de regresión lineal (Modelo en diferencias).

⁵ La fecha de emisión de los restaurantes emitidos en el programa se utilizará para aquellos que no han aparecido.

⁶ De hecho, la idea es aproximarse lo máximo posible a un modelo en diferencias.

Determinar el efecto que tiene en la valoración de un restaurante el haber ganado en el programa de <i>Joc de Cartes</i> .	Las valoraciones de los restaurantes ganadores en el Programa <i>Joc de Cartes</i> son mejores que de los restaurantes no ganadores.	Conjunto de datos que se extraen de la página web oficial de TV3 en la sección de <i>Joc de Cartes</i> .	Modelo de regresión lineal (Modelo en diferencias).
Determinar el efecto que tiene en el número de reseñas de un restaurante el haber ganado en el programa de <i>Joc de Cartes</i> .	El número de reseñas en los restaurantes ganadores en el Programa <i>Joc de Cartes</i> aumenta en comparación con el de los restaurantes no ganadores.	Conjunto de datos que se extraen de la página web oficial de TV3 en la sección de <i>Joc de Cartes</i> .	Modelo de regresión lineal (Modelo en diferencias).

Fuente: Elaboración propia

6. RESULTADOS

En el siguiente apartado se presentan los resultados obtenidos mediante la metodología desarrollada anteriormente con el fin de poder ratificar las hipótesis planteadas al principio de la investigación.

6.1. Base de datos de restaurantes

Como se ha mencionado anteriormente, *Joc de Cartes*, emitido entre 2017-2021, cuenta con 300 restaurantes que han aparecido en el programa de diversas tipologías. Para la creación de la base de datos del presente estudio de investigación se han descartado aquellos restaurantes con distinto formato como: los *food trucks*, las escuelas de hostelería, hostales, *caterings*, así como aquellos restaurantes que no aparecen en la plataforma de TripAdvisor⁷. Así pues, se ha seleccionado finalmente un total de 241 restaurantes catalanes que han aparecido en el programa de televisión de *Joc de Cartes*⁸.

Seguidamente, una vez escogidos los restaurantes sujetos a analizar, estos se han introducido uno por uno en el programa *Web Harvey* con el fin de poder tratar los datos mediante la metodología de *Web Scraping*. Así pues, las variables que se han seleccionado para extraer de cada restaurante son: el nombre de los usuarios (se contabilizará como número de opiniones), fecha de la reseña del restaurante y valoración dada por el usuario al restaurante (se valora el restaurante sobre una valoración de 50, siendo 10 la mínima y 50 la máxima puntuación). De esta manera, para cada uno de los restaurantes, el programa de *Web Scraping* extrae los datos de las variables seleccionadas y, posteriormente, se genera automáticamente un archivo Excel. Asimismo, para poder completar la información en su totalidad se han añadido los siguientes datos para cada uno de los restaurantes: restaurantes ganadores, tipología de comida, ubicación del restaurante, precio medio y valoración media.

Por otro lado, teniendo en cuenta los restaurantes que no han aparecido en el programa de televisión, se han recolectado un total de 482 restaurantes (dos restaurantes por

⁷ Véase el Anexo 3: Lista de restaurantes que aparecen en *Joc de cartes*, pero que no se han contemplado en este estudio.

⁸ Véase el Anexo 1: Lista de restaurantes emitidos en *Joc de cartes* sujetos a estudio (grupo experimental)

cada restaurante que ha aparecido en *Joc de Cartes*) y se ha llevado a cabo el mismo proceso para cada uno de ellos, al igual que con los restaurantes emitidos en dicho programa⁹ Cabe destacar que la fecha de emisión considerada para cada uno de los restaurantes que no han aparecido en el programa coincide con la fecha del restaurante relacionado, el cual sí que ha sido emitido en *Joc de Cartes*.

En las siguientes tablas (Tabla 3 y 4) se presenta la definición de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la investigación:

Tabla 3: Definición de las variables dependientes

Variable	Definición
Reseñas del restaurante	Se trata de una variable que muestra el número de usuarios que han hecho una reseña de un restaurante. En la base de datos se encuentra esta variable en forma de enumeración.
Valoración	Variable que muestra la valoración que ha dado cada usuario de TripAdvisor al restaurante.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Definición de las variables explicativas

Variable	Definición
Fecha de las reseñas	Se trata de una variable que indica la fecha en la cual los usuarios de TripAdvisor han realizado las reseñas en el restaurante.
Identificación del restaurante	Se trata de una variable que indica la identificación de cada restaurante estudiado en esta investigación. Se han identificado 723 restaurantes en total

⁹ Véase el Anexo 2: Lista de restaurantes no emitidos en el programa de televisión sujetos a estudio (grupo de control)

	entre el grupo de control y el grupo experimental.
Restaurantes emitidos/ no emitidos	Variable que muestra si el restaurante ha aparecido en el programa de televisión de <i>Joc de Cartes</i> (se le ha dado un valor de 1) o no (se le ha dado un valor de 0).
Antes y después	Se trata de una variable que muestra tanto las reseñas como la valoración que hay antes de haber aparecido el restaurante en el programa de televisión de <i>Joc de Cartes</i> (se le ha dado un valor de 0) y después de haber aparecido (se le ha dado un valor de 1). Cabe destacar que también se contemplan aquellos que no han aparecido en el programa. Y la fecha de emisión considerada para cada uno de los restaurantes que no han aparecido en el programa coincide con la fecha del restaurante relacionado, el cual sí ha sido emitido en <i>Joc de Cartes</i> .
Tipo de comida	Variable que indica el tipo de cocina que se prepara en cada restaurante: mediterránea, marisco, tradicional, orientas, catalana, venezolana, vegetariana, de carne, italiana, india, árabe y <i>fast food</i> .
Precio	Variable que indica el rango de precio con el que está puntuado cada restaurante en TripAdvisor: (1) € Económico: precios entre 0-20 €, (2) €€ Moderado (en la media): precios entre

	20-40 € (3) €€€ Caro: precios entre 40-60 € (4) €€€€ Lujoso: precios de más de 60 €.
Ubicación	Se trata de una variable que muestra donde se sitúa cada restaurante que se ha tenido en cuenta en este estudio.
Valoración media del restaurante	Variable que indica la valoración media que le han dado los usuarios en TripAdvisor a cada restaurante.

Fuente: Elaboración propia

6.2. Análisis descriptivo

Una vez la base de datos de la investigación está creada, se procede a elaborar un análisis descriptivo, con el fin de contrastar las hipótesis planteadas y conocer evidencias estadísticas en cuanto a la relación de las variables. Para ello, se ha dividido el análisis descriptivo para cada una de las hipótesis planteadas:

6.2.1. H1. El número de reseñas de los restaurantes en TripAdvisor aumenta tras su aparición en el programa de televisión gastronómico

Con el objetivo de poder tener una primera evidencia estadística para la primera hipótesis, se ha llevado a cabo un modelo de regresión lineal para conocer el efecto que se produce en el número de reseñas de TripAdvisor una vez el restaurante ha aparecido en el programa de *Joc de Cartes*.

A nivel estadístico, se puede observar un efecto significativo al 5% para la variable *Emitidos*. Así pues, las reseñas de los restaurantes que han aparecido en el programa de *Joc de Cartes* son mayores que los restaurantes que no han aparecido en él. Concretamente, los restaurantes que aparecen en el programa adquieren 81,45 reseñas más que aquellos que no lo hacen.

Sin embargo, este efecto es contrario cuando se contempla el número de reseñas de los restaurantes una vez han aparecido en el programa de televisión. Como se puede

observar en la Tabla 5, la interacción que se genera entre aquellos restaurantes que han sido emitidos en el programa y las reseñas obtenidas después de aparecer es negativa, dado que se obtienen cerca de 10 reseñas menos que cuando los hacían antes de aparecer en el programa.

Finalmente, la muestra utilizada para este estudio es de 59.340 y en cuanto al R cuadrado se observa un valor de 0,0032. Este valor se acerca a 0, por lo que demuestra que hay una baja representatividad del modelo lineal.

Como conclusión, se ha encontrado una evidencia contraria a la hipótesis 1.

Tabla 5: Modelo de regresión lineal para la hipótesis 1

	Coefficiente
Emitidos	81,45**
Antes y después	36,47
Emitidos * Antes y después	-9,82***
Control de tiempo¹⁰	(constante)
<i>R-cuadrado = 0.0032</i>	
<i>N = 59,340</i>	

Fuente: Elaboración propia

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1

6.2.2. H2. Las valoraciones de los usuarios mejoran después de haber aparecido el restaurante en el programa de televisión gastronómico

Con el objetivo de contrastar la segunda hipótesis, se ha seguido el mismo procedimiento que la anterior. En este caso, no se contempla el número de reseñas de los restaurantes sino, la valoración que han obtenido por parte de los usuarios en la plataforma de TripAdvisor.

Así pues, en este caso, también hay un efecto significativo al 5% en cuanto a la variable de valoración de los restaurantes de TripAdvisor. De este modo, los resultados muestran que la valoración de los restaurantes que han aparecido en el programa de *Joc de*

¹⁰ Se trata de una variable que muestra un control de la tendencia temporal.

Cartes es mayor que aquellos que no lo han hecho. Concretamente, los restaurantes que aparecen en el programa adquieren 0,24 puntos más en su valoración que aquellos que no aparecen.

No obstante, el efecto es contrario cuando se contempla la valoración de los restaurantes una vez han aparecido en el programa de televisión. Así pues, tal y como se observa en la Tabla 6, la interacción que se genera entre aquellos restaurantes que han sido emitidos en el programa y la valoración obtenida antes y después de aparecer en él es negativa, concretamente, los restaurantes obtienen 2,18 puntos menos en su valoración después de ser emitido en el programa *Joc de Cartes* en comparación a antes.

Finalmente, la muestra utilizada para este estudio es de 59.340 y en cuanto al R cuadrado se observa un valor de 0,0393. Este valor se acerca a 0, por lo que demuestra que hay una baja representatividad del modelo lineal.

Como conclusión, se ha encontrado una evidencia contraria a la hipótesis 2.

Tabla 6: Modelo de regresión lineal para la hipótesis 2.

	Coficiente
Emitidos	0,24**
Antes y después	-0,13
Emitidos * Antes y después	-2,18***
Control de tiempo	(constante)
<i>R-cuadrado = 0.0393</i>	
<i>N = 59,340</i>	

Fuente: Elaboración propia

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1

6.2.3. Análisis de regresión de las hipótesis 1 y 2

Seguidamente, una vez completados los análisis de hipótesis previos, se realiza un análisis de regresión múltiple para obtener unas conclusiones más claras, dado que con los resultados obtenidos solo se tiene una evidencia parcial al no contemplar más

variables que pueden incidir en el impacto sobre un restaurante por el hecho de haber aparecido o no en *Joc de Cartes*.

En esta ocasión, como se puede observar en la tabla inferior (Tabla 7), se mantiene la variable de control de tiempo y se añaden nuevas variables explicativas que pueden llegar a incidir en los resultados finales, como son: la tipología de comida del restaurante, su ubicación, el rango de precio y la valoración del restaurante.

En cuanto al análisis de regresión para la variable de *Reseñas* se obtienen los siguientes resultados. En este caso, el número de reseñas de los restaurantes emitidos en *Joc de Cartes* es mayor en relación con los restaurantes que no han aparecido en un programa de televisión. En concreto, los restaurantes emitidos reciben 45,24 reseñas más que aquellos no emitidos. Asimismo, la interacción del producto de los restaurantes emitidos por el número de reseñas antes y después de haber aparecido en *Joc de Cartes* continúa siendo estadísticamente significativa al 1%. En este caso, sí que se obtiene el efecto esperado, dado que los restaurantes que han aparecido en el programa de *Joc de Cartes* adquieren 17,27 reseñas más después de haber aparecido en el programa, en comparación a antes de haber aparecido en él.

Por otro lado, en cuanto a los resultados obtenidos para la variable de *Valoración*, se puede ver que la puntuación de los restaurantes que han sido emitidos en *Joc de Cartes* respecto aquellos que no lo han sido, deja de ser estadísticamente significativa. Por ello, el efecto sobre la valoración en cuanto al hecho de haber aparecido o no en un programa de televisión pasa a ser irrelevante. No obstante, la interacción del producto de los restaurantes emitidos por la valoración antes y después de haber aparecido en *Joc de Cartes* continúa siendo estadísticamente significativa al 1%. Aun así, no se obtiene el efecto esperado, dado que para aquellos restaurantes que han aparecido en el programa de televisión gastronómico su puntuación sigue disminuyendo respecto a antes de haber aparecido, concretamente, desciende 1,62 puntos.

La muestra utilizada para este estudio es de 59.340. Por un lado, en cuanto al R cuadrado del modelo de regresión que se centra en la valoración es de 0,0901. Este valor se acerca a 0, por lo que demuestra que hay una baja representatividad del modelo lineal. Por otro lado, el R cuadrado del modelo de regresión que se centra en el número

de reseñas tiene un valor de 0,5013, valor que se acerca más a 1, por lo que hay una representatividad del modelo lineal más elevado.

En conclusión, finalmente, se encuentra una evidencia a favor de la hipótesis 1, mientras que para la hipótesis 2 se sigue observando una evidencia contraria.

Tabla 7: Modelo de regresión lineal para las hipótesis 1 y 2

	Reseñas	Valoración
	Coficiente	Coficiente
Emitidos	45,24***	-0,10
Antes y después	6,12	0,11
Emitidos * Antes y después	17,27***	-1,62***
Control de tiempo	(constante)	
Control de tipo de comida	(constante)	
Control ubicación	(constante)	
Control rango de precio	(constante)	
Control de valoración media	(constante)	
	<i>R-cuadrado = 0.0901</i>	<i>R-cuadrado=0.5013</i>
<i>N = 59,340</i>		

Fuente: Elaboración propia

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1

6.2.4. H3. Las valoraciones de los restaurantes ganadores en el programa *Joc de Cartes* son mejores que de los restaurantes no ganadores

Con el objetivo de poder tener una primera evidencia estadística para la tercera hipótesis, se ha realizado un modelo de regresión lineal para poder conocer el efecto que produce las valoraciones de TripAdvisor una vez el restaurante emitido ha ganado el programa de *Joc de Cartes*.

Se puede apreciar un efecto significativo al 5% para la variable *Emitidos*, la cual expone que los restaurantes que han aparecido en el programa de televisión obtienen 0,26 puntos más de valoración que aquellos que no han aparecido en él. Asimismo, la interacción que se genera entre aquellos restaurantes que han sido emitidos en el programa por la valoración obtenida después de aparecer es negativa, concretamente, los restaurantes obtienen 1,67 puntos menos que antes de haber aparecido en *Joc de Cartes*.

Si se aprecia la variable de *Ganadores*, se puede ver que esta no es estadísticamente significativa, sin embargo, debe destacarse que los restaurantes ganadores obtienen 0,049 puntos menos en su valoración que aquellos que no son ganadores. Por otro lado, se puede observar una evidencia significativa al 1% para la variable de la interacción del producto *Ganador * Antes y después*. Así pues, la valoración de los restaurantes ganadores de *Joc de Cartes* es menor respecto a la valoración antes de haber aparecido en el programa, dado que estos reciben 1,36 puntos menos.

Finalmente, la muestra utilizada para este estudio es de 59.340 y en cuanto al *R cuadrado* se observa un valor de 0,0036. Este valor se acerca a 0, por lo que demuestra que hay una baja representatividad del modelo lineal.

Como conclusión, se ha encontrado una evidencia contraria a la hipótesis 3.

Tabla 8: Modelo de regresión lineal para las hipótesis 3

	Coefficiente
Emitidos	0,26**
Antes y después	-0,12
Emitidos * Antes y después	-1,67***
Ganador	-0,049
Ganador * Antes y después	-1,36***
Constante de tiempo	(constante)
<i>R cuadrado= 0,0036</i>	
<i>N = 59,340</i>	

Fuente: Elaboración propia

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1

6.2.5. H4. El número de reseñas en los restaurantes ganadores en el Programa *Joc de Cartes* aumenta en comparación con el de los restaurantes no ganadores

Seguidamente, se procede a realizar el contraste de la cuarta hipótesis. Para ello se lleva a cabo el mismo análisis que en la tercera hipótesis, en este caso, contemplando el número de reseñas y centrándose en restaurantes emitidos ganadores del programa de *Joc de Cartes*.

En primer lugar, se puede observar un efecto significativo al 1% para la variable *Emitidos*, la cual expone que los restaurantes que han aparecido en el programa de televisión obtienen 87,64 reseñas más que aquellos que no han aparecido en él. Asimismo, tanto los restaurantes emitidos como los que no adquieren 37,16 reseñas más después de la fecha de emisión del programa.

Consiguientemente, con el objetivo de conocer el efecto ganador, se observa que la variable *Ganador* es estadísticamente significativa al 1%. Esto muestra que los restaurantes emitidos en *Joc de Cartes* que se han proclamado ganadores tienen 21,70 reseñas menos que los no ganadores. Asimismo, si se contempla la interacción del producto *Ganadores* Antes y después*, se observa como los restaurantes emitidos ganadores de *Joc de Cartes* adquieren 30,12 reseñas menos después de haber aparecido en el programa.

La muestra utilizada para este estudio es de 59.340 y en cuanto al R cuadrado se observa un valor de 0,0403. Este valor se acerca a 0, por lo que demuestra que hay una baja representatividad del modelo lineal.

Como conclusión, se ha encontrado una evidencia contraria a la hipótesis 4.

Tabla 9: Modelo de regresión lineal para las hipótesis 4

	Coefficiente
Emitidos	87,64***
Antes y después	37,16***
Emitidos * Antes y después	3,12
Ganador	-21,70***

Ganador * Antes y después	-30,12***
Constante de tiempo	(constante)
<i>R cuadrado= 0.0403</i>	
<i>N = 59,340</i>	

Fuente: Elaboración propia

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1

6.2.6. Análisis de regresión de la hipótesis 3 y 4

En este caso, al igual que en la primera y segunda hipótesis, una vez completados los análisis de las hipótesis 3 y 4 previos, se realiza un análisis de regresión múltiple, dado que con los resultados obtenidos solo se tiene una evidencia parcial al no contemplar más variables que pueden incidir en el impacto sobre un restaurante por el hecho de haber ganado o no en el programa de televisión de *Joc de Cartes*.

En esta ocasión, como se puede observar en la tabla inferior (Tabla 10), también se mantiene la variable de control de tiempo y se añaden nuevas variables explicativas que pueden llegar a incidir en los resultados finales, como son: la tipología de comida del restaurante, su ubicación, el rango de precio y la valoración del restaurante.

En cuanto a los resultados obtenidos para la variable de *Valoración*, se puede ver que la valoración de los restaurantes que han sido emitidos en *Joc de Cartes* respecto aquellos que no lo han sido, deja de ser estadísticamente significativa y, por lo tanto, irrelevante. No obstante, la interacción del producto de los restaurantes emitidos por la valoración antes y después de haber aparecido en *Joc de Cartes* continúa siendo estadísticamente significativa al 1%. En este caso se demuestra que los restaurantes emitidos obtienen 1,23 puntos menos en su valoración después de ser emitido en el programa *Joc de Cartes* en comparación a antes.

Asimismo, se aprecia la variable de Ganadores, se puede ver que esta no es estadísticamente significativa, sin embargo, debe destacarse que los restaurantes ganadores obtienen 0,26 puntos menos en su valoración que aquellos que no son ganadores. Además, se puede observar una evidencia significativa al 1% para la variable de la interacción del producto *Ganador * Antes y después*. Así pues, la valoración de los restaurantes ganadores de *Joc de Cartes* después de haber sido

emitidos es menor respecto a la valoración antes de haber aparecido en el programa, dado que estos reciben 0,96 puntos menos.

Por otro lado, la regresión realizada para la variable *Reseñas* se ha obtenido unos resultados estadísticamente significativos. En primer lugar, el número de reseñas de los restaurantes emitidos en *Joc de Cartes* es mayor en respecto a los restaurantes que no han aparecido en un programa de televisión, concretamente, los restaurantes emitidos reciben 48,18 reseñas más que aquellos no emitidos. Además, tanto los restaurantes emitidos como los no emitidos obtienen 6,27 reseñas más después de haber aparecido en el programa que antes de aparecer. Asimismo, la interacción del producto de los restaurantes emitidos por el número de reseñas antes y después de haber aparecido en el programa continúa siendo estadísticamente significativa al 1%. En este caso, como se ha visto anteriormente¹¹, sí que se obtiene el efecto esperado, dado que los restaurantes que han aparecido en el programa de *Joc de Cartes* adquieren 19,39 reseñas más que antes de haber aparecido en él. Por otro lado, se puede apreciar que el efecto ganador resulta estadísticamente significativo, aunque el hecho de ser un restaurante emitido en el programa y ganador no alcanza el resultado esperado, dado que estos obtienen 10,21 reseñas menos que los no ganadores. Asimismo, aun no siendo estadísticamente significativo, se puede observar que para la variable de la interacción del producto *Ganador * Antes y después*, los restaurantes ganadores obtienen 2,94 reseñas menos después de su aparición en el programa en comparación a antes de su emisión.

Por último, la muestra utilizada para este estudio es de 59.340. Por un lado, en cuanto al R cuadrado del modelo de regresión que se centra en la valoración es de 0,0903. Este valor se acerca a 0, por lo que demuestra que hay una baja representatividad del modelo lineal. Por otro lado, el R cuadrado del modelo de regresión que se centra en el número de reseñas tiene un valor de 0,5014, valor que se acerca más a 1, por lo que hay una representatividad del modelo lineal más elevado.

En conclusión, finalmente, se encuentra una evidencia contraria a las hipótesis 3 y 4.

¹¹ Véase los resultados obtenidos en cuanto a la hipótesis 1 en el apartado 6.2.3. *Análisis de regresión de la hipótesis 1 y 2*

Tabla 10: Modelo de regresión lineal para las hipótesis 3 y 4

	Valoración	Reseñas
	Coefficiente	Coefficiente
Emitidos	-0,024	48,18***
Antes y después	0,13	6,27*
Emitidos * Antes y después	-1,23***	19,39***
Ganador	-0,26	-10,21**
Ganador * Antes y después	-0,96***	-2,94
Constante de tiempo	(constante)	
Control de tipo de comida	(constante)	
Control ubicación	(constante)	
Control rango de precio	(constante)	
Control de valoración media	(constante)	
	<i>R-cuadrado = 0.0903</i>	R-cuadrado = 0.5014
<i>N = 59,340</i>		

Fuente: Elaboración propia

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1

7. CONCLUSIONES

Llegados a este punto de la investigación se puede llevar a cabo una serie de conclusiones.

Mediante la literatura se observó la relevancia de los programas de televisión gastronómicos como herramienta de promoción del turismo de una región, como difusión de cultura o potenciador de experiencias por parte de los consumidores. Sin embargo, se pudo comprobar que existía un vacío de información sobre el impacto de dichos programas de televisión en restaurantes, obteniendo las reseñas a través de una plataforma de valoración de restaurantes. De este modo, el objetivo principal del estudio ha sido examinar el impacto que tiene un programa de televisión gastronómico en un restaurante, centrándose principalmente en las reseñas (número de reseñas y valoración) otorgadas por los usuarios de TripAdvisor, así como conocer el efecto ganador.

En términos generales, basándonos en los resultados obtenidos mediante los análisis, se puede concluir que de las cuatro hipótesis planteadas solo se ha encontrado evidencias a favor en una de ellas, concretamente para la hipótesis 1. Esta demostraba que el número de reseñas que los usuarios publican en TripAdvisor aumenta después de haber aparecido el restaurante en el programa de televisión gastronómico de *Joc de Cartes*, concretamente, se encontraban 17,27 reseñas más. Por otro lado, si apreciamos los valores obtenidos para la hipótesis 2, estos son contrarios a los resultados esperados, dado que para aquellos restaurantes emitidos en el programa de televisión gastronómico su puntuación siguió disminuyendo respecto a antes de haber aparecido, concretamente, desciende 1,62 puntos. Asimismo, las hipótesis 3 y 4 tampoco resultaron efectivas, ya que se demostró que el efecto ganador no tenía la relevancia suficiente para el estudio. En este caso, tanto la valoración de los restaurantes ganadores como el número de reseñas después de haber sido emitido fue menor respecto antes de haber aparecido en el programa. En concreto, se obtuvieron 0,96 puntos menos para la valoración y 2,94 reseñas menos (no siendo este último resultado estadísticamente significativo).

Así pues, para la obtención de los resultados de la primera y segunda hipótesis del presente estudio, evidencian las consecuencias de haber aparecido en una tipología de programa gastronómico de competición por conseguir ser el mejor restaurante, por lo que se tiende a ser objeto tanto de alabanzas como de críticas por parte de los espectadores. Dichas consecuencias se ven reflejadas en una peor valoración de los restaurantes una vez han sido emitidos en el programa de *Joc de Cartes*. Esta situación puede venir dada por las expectativas altas de los espectadores en cuanto a su percepción respecto al restaurante que ha sido emitido. De este modo, para poder dar valor a lo mencionado anteriormente, el número de reseñas debería aumentar una vez el restaurante ha sido emitido en el programa de televisión gastronómico, hecho que se ha demostrado en el apartado 6.2.3. Análisis de regresión para las hipótesis 1 y 2. Asimismo, una situación similar ocurre con los resultados de la tercera y cuarta hipótesis, los cuales pueden ser resultado de quedar sujeto a la opinión y valoración de los otros tres restaurantes participantes y el voto final del presentador. Este hecho ha provocado que el efecto ganador no se aprecie en los restaurantes emitidos ganadores del programa de *Joc de Cartes* por lo que hace a las valoraciones y número de reseñas en la plataforma de TripAdvisor.

Consecuentemente, estos indicios pueden ajustarse a investigaciones anteriores como la de Sung et., (2020) donde muestran que la calidad de la información sobre los restaurantes obtenida a través de los programas televisivos gastronómicos resulta relevante en cuanto a la percepción del espectador y, posteriormente, posible consumidor. En el presente estudio, la calidad de la información es importante, pero en este caso se transmite y se percibe de manera negativa.

De esta manera, con el fin de ayudar a incrementar las reseñas, tanto para el número de reseñas como la valoración de los restaurantes emitidos en *Joc de Cartes*, se recomienda dar a conocer el programa de televisión gastronómico a nivel nacional, dado el éxito que ha tenido en la comunidad autónoma catalana, con el fin de ayudar a potenciar la repercusión de los restaurantes en TripAdvisor. Asimismo, para los restaurantes ganadores del programa, se aconseja hacer uso estratégico del reconocimiento de haber participado en un programa de televisión con el fin de alcanzar más visibilidad en redes sociales como Instagram para, también así, potenciar su repercusión en TripAdvisor.

Es necesario considerar ciertas limitaciones relevantes que se han ido hallando a lo largo de esta investigación. En primer lugar, la utilización del programa de *Web Scraping* ha ralentizado la obtención de datos necesarios de los restaurantes, dado que la descarga de estos en ocasiones era larga. Asimismo, el programa solo permite extraer datos de los restaurantes de uno en uno y no todos a la misma vez. En segundo lugar, cabe destacar que varios restaurantes que habían estado en el programa no se encontraban en la web de TripAdvisor o no se trataban de restaurantes sino de *food trucks*, escuelas de hostelería, hostales y *caterings*. Consecuentemente, no se ha podido contemplar los 300 restaurantes iniciales, sino que se han acabado contemplando 241.

Por otro lado, a partir de los resultados que se han obtenido, se presenta una prospectiva de continuidad, ya que se cree que podría ser interesante llevar a cabo este estudio con más profundidad, destacando otros aspectos y variables.

Dicho esto, investigaciones futuras podrían contemplar otras variables como pueden ser el cierre o no de los restaurantes después de ser emitido en el programa de televisión. También, próximas investigaciones en este campo podrían realizar un estudio comparativo teniendo en cuenta dos tipos de programas con las mismas características. De hecho, actualmente se está emitiendo la versión del programa gastronómico de *Joc de Cartes* en el País Vasco. Sería interesante comparar ambos programas y su efecto en los restaurantes, ya que se basan en características similares. Asimismo, se sugiere realizar un estudio comparativo con otras tipologías de programas de diferentes países, como puede ser *Pesadilla en la cocina* presentada por Alberto Chicote, su versión británica y posteriormente norteamericana, *Kitchen Nightmares*, presentada por Gordon Ramsay o la versión francesa, *Cauchemar en cuisine*, presentada por Philippe Etchebest, entre otros. Finalmente, otra posible área de investigación futura sería investigar el impacto que tiene un programa de televisión sobre alojamientos turísticos en un hotel. Entre ellos se encuentran el programa de televisión *Hoteles con encanto*, emitido en la Sexta, u *Este hotel es un infierno*, emitido en DKiss y presentado por Kike Sarasola, o su versión británica, *Hotel Hell* presentado por Gordon Ramsay.

8. BIBLIOGRAFÍA

Benítez Silva, (2017). Turismo gastronómico, los alimentos tradicionales como producto cultural: el caso de Aculco de Espinoza, México (Master's thesis, Universidad Autónoma del Estado de México).

Bes, Jordi (2022) Barcelona se alía con cocineros consagrados para atraer al visitante 'foodie'. *Ara*. Recuperado 7 de junio de 2022, de https://es.ara.cat/estilo/barcelona-alia-cocineros-consagrados-atraer-visitante-foodie_130_4389227.html

Bonner, F. (2009). Early multi-platforming: Television food programmes, cookbooks and other print spin-offs. *Media History*, 15(3), 345-358.

Buitrago Betancourt, S., y Chitiva Sánchez, D. A. (2017). La gastronomía sostenible como factor de mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico en Bogotá-Colombia (Doctoral dissertation, Bogotá: Universidad Externado de Colombia.)

Caraher, M., Lange, T., y Dixon, P. (2000). The influence of TV and celebrity chefs on public attitudes and behavior among the English public. *Journal for the Study of Food and Society*, 4(1), 27-46.

Connell, J. (2012). Film tourism—Evolution, progress and prospects. *Tourism management*, 33(5), 1007-1029.

D'Acunto, D., Tuan, A., Dalli, D., Viglia, G., y Okumus, F. (2020). Do consumers care about CSR in their online reviews? An empirical analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102342.

Fusté Forné, F., Medina, F. X., y Mundet i Cerdan, L. (2020). La proximidad de los productos alimentarios: turismo gastronómico y mercados de abastos en la costa daurada (Cataluña, España). *Revista de geografía Norte Grande*, (76), 213-231.

Oliveira, S. (2008) "A importância da gastronomia na deslocação de visitantes – estudo de caso: Mealhada". Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo. Universidade de Aveiro.

De Oliveira, S. P. R. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 738-752.

Fernández Molina, L., Soriano del Castillo, J. M., y Blesa Jarque, J. (2016). La nutrición en el periodo preconcepcional y los resultados del embarazo: revisión bibliográfica y propuesta de intervención del Dietista-Nutricionista. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 20(1), 48-60.

Fields, K. (2002). Demand for the Gastronomic Tourism Product: Motivational Factors. In Hjlager, A. M, Richards, G (edits) *Tourism and Gastronomic* (35-50). London y Nueva York: Routledge.

Gastronomy Definition and Meaning | Britannica Dictionary. (s. f.). Britannica Dictionary. Recuperado 3 de noviembre de 2021, de <https://www.britannica.com/dictionary/gastronomy>

Gheorghe, G., Tudorache, P., y Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.

Giannitrapani, A. (2021). Gastromania on italian tv. *Digital Age in Semiotics and Communication*, 4(1), 101-132.

Glez-Peña, D., Lourenço, A., López-Fernández, H., Reboiro-Jato, M., y Fdez-Riverola, F. (2014). Web scraping technologies in an API world. *Briefings in bioinformatics*, 15(5), 788-797.

Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., y Cambourne, B. (2004). *Food tourism around the world*. London: Routledge

Heldke, L. (2003). *Exotic appetites*. London: Routledge

Hernández Rojas, Ricardo, Dancausa Millán, María Genoveva (2018) Turismo gastronómico La gastronomía tradicional de Córdoba (España) *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(2), 413-430

Hernández, R. D. (2018). El turismo gastronómico en Andalucía: factores de análisis. *Revista Espacios*, 39(22), 1-18

Hidalgo-Marí, T., y Segarra-Saavedra, J. (2013). Televisión y gastronomía. Análisis histórico de la programación televisiva desde una perspectiva publicitaria. *Anuncios: Semanario de publicidad y marketing*, 1138, 40-41

Hjalager, A. M., y Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy* (Vol. 11). London: Routledge.

Joc de cartes (s. f.). CCMA. Recuperado 15 de junio de 2022, de <https://www.ccma.cat/tv3/joc-de-cartes/guia-de-restaurants/>

Ketchum, C. (2005). The essence of cooking shows: How the food network constructs consumer fantasies. *Journal of Communication Inquiry*, 29(3), 217-234.

Li, S., Li, H., Song, H., Lundberg, C., y Shen, S. (2017). The economic impact of on-screen tourism: The case of *The Lord of the Rings* and *The Hobbit*. *Tourism management*, 60, 177-187.

Long, L. M. (2018). Cultural politics in culinary tourism with ethnic foods. *Revista de Administração de Empresas*, 58(3), 316-324.

OCU (27 de noviembre de 2020) Los usuarios detectan un importante número de opiniones falsas. Encuesta OCU opiniones online <https://www.ocu.org/organizacion/prensa/notas-de-prensa/2020/opiniononline261120>

Okazaki, S., Andreu, L., y Campo, S. (2017). Knowledge sharing among tourists via social media: A comparison between Facebook and TripAdvisor. *International Journal of Tourism Research*, 19(1), 107-119.

OMT. (s.f.). ¿Por qué el Turismo? | OMT. Recuperado 20 de diciembre de 2021, de <https://www.unwto.org/es/turismo>

OMT. (2017). Segundo informe de la OMT sobre turismo gastronómico: Sostenibilidad y gastronomía. Recuperado 18 de diciembre de 2021, de <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2017-05-25/segundo-informe-de-la-omt-sobre-turismo-gastronomico-sostenibilidad-y-gastr>

Ostelea Tourism Management School. (2018, 29 agosto). El número de turistas gastronómicos supera los 8 millones y crece un 16% en el último año. Recuperado 20 de diciembre de 2021, de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/gastronomia-en-turismo-el-mundo-en-bandeja-de-plata>

Salahodjaev, R. (2016). Effect of TV shows on outbound tourism: empirical evidence from Ukraine. *Economics Bulletin*, 36(2), 752-759

Sánchez-Cañizares, S. M., y López-Guzmán, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist. *Current issues in tourism*, 15(3), 229-245.

Sung, H. J., Kim, H. Y., y Cho, M. (2020). How Can TV Food Programs Be Used as an Effective Restaurant Marketing Tool? An Extension of ELM with Perceived Risk. *Sustainability*, 12(17), 7131.

Solier, I. (2013). *Food and the self: consumption, Production and Material Culture*. Bloomsbury, London.

Rodríguez, Nerea (2021) Catalunya 2022: 65 estrellas Michelin en 50 restaurants. *Va de gust*. Recuperado 7 junio de 2022, de <https://vadegust.cat/actualitat/catalunya-2022-65-estrelles-michelin-50-establiments-18120/>

Taşpınar, O., y Temeloğlu, E. (2018). Influence of Tv cooking shows on the behavioral intention of participating in gastronomic tourism. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 24-40.

Tkalec, M., Zilic, I., y Recher, V. (2017). The effect of film industry on tourism: Game of Thrones and Dubrovnik. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 705-714.

TripAdvisor, 2017. TripAdvisor Reaches Half a Billion Reviews and Opinions and Counting. Recuperado 8 febrero de 2022, de <http://ir.tripadvisor.com/news-releases/news-release-details/tripadvisor-reaches-half-billion-reviews-and-opinions-and>.

TripAdvisor (2017) Sizing Worldwide Tourism Spending (or “GTP”) and TripAdvisor’s Economic Impact. TripAdvisor Strategic Insights and Oxford Economics <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Case-Studies-Docs/Worldwide-Tourism-Economics-2017-compressed.pdf>

Urroz Arancibia, J. J. (2008): «La gastronomía en los medios de comunicación. Una visión crítica», *Revista Ábaco- El impacto mediático de la gastronomía*, 57, 19-34.

Vila, N. A., Brea, J. A. F., y de Carlos, P. (2021). Film tourism in Spain: Destination awareness and visit motivation as determinants to visit places seen in TV series. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 2-4.

Waade, A. M., y Jørgensen, U. A. (2010). Haptic routes and digestive destinations in cooking series: Images of food and place in Keith Floyd and The Hairy Bikers in relation to art history. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 8(1-2), 84-100.

9. ANEXOS

En el apartado de anexos se presenta la información complementaria al trabajo realizado.

*Anexo 1: Lista de restaurantes emitidos en el programa *Joc de Cartes*, sujetos a estudio (grupo experimental)*

Nº	RESTAURANTE	EMISIÓN	GANADOR	Tipo de Cocina	Precio	Ubicación	Valoración
1	Barhaus	4/20/2017		MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
2	Divinium	6/29/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	3	Girona	4,5
3	Les voltes	4/20/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
4	Les coques	4/20/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	3	Tarragona	4
5	Entre copes	4/20/2017		MEDITERRANEA	2	Tarragona	4
6	Masnou	7/13/2017		MEDITERRANEA	2	Santa Pau	4,5
7	L'hivernacle	7/13/2017		MEDITERRANEA	2	Santa Pau	3
8	La Déu	7/13/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Olot	4
9	Els Fogons de la Carne	7/6/2017		MEDITERRANEA	2	Cervià de les Garrigues	4
10	Kao Dim Sum	6/22/2017		ORIENTAL	2	Serrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
11	Albert Guzmán	5/25/2017		MARISCO	2	Sant Carles de la Ràpita	4,5
12	Arc Iris	6/6/2018		VEGETARIANA	1	Eixample (Barcelona)	4,5
13	Arepamundi	6/8/2017		VENEZOLANA	1	Eixample (Barcelona)	4,5
14	Artapa 1224 Gatrobar	11/13/2019		VENEZOLANA	2	Tàrrega	4
15	Atípic	11/13/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Agramunt	4,5

16	Can Cortada	8/22/2018		TRADICIONAL	2	Horta-Guinardó	4,5
17	Vinyes del mig	8/21/2019		TRADICIONAL	1	Bell Lloc d'Urgell	3,5
18	Bardaguer	3/21/2018		MEDITERRANEA	1	Folgueroles	4,5
19	Beso Sitges	9/15/2020		MEDITERRANEA	4	Sitges	3,5
20	Bon Appetit	10/7/2020		MEDITERRANEA	2	Puigcerdà	5
21	Vintage Restaurant Loung	8/3/2017		MEDITERRANEA	2	Palamos	3,5
22	Caferino	6/15/2017		MEDITERRANEA	2	Vilanova i la Geltrú	4
23	Cal Farre	4/11/2018		MEDITERRANEA	2	Vallfogona de Balaguer	4
24	Cal Mano	9/30/2020		MEDITERRANEA	1	Tarragona	4,5
25	Cal Rita Porta	10/7/2020		MEDITERRANEA	2	Llívia	4
26	Can Xapes	10/23/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Cornellà de Terri	4,5
27	Canals & Munne	12/11/2019		TRADICIONAL	2	Sant Sadurní d'Anoia	4,5
28	Caña de azucar	5/4/2017	GANADOR	VENEZOLANA	2	Eixample (Barcelona)	4
29	Cap i Pota	9/23/2020		TRADICIONAL	2	Girona	4,5
30	Casa Coder	9/30/2020		MEDITERRANEA	2	Reus	3,5
31	Casa Gurí	3/28/2018		MEDITERRANEA	2	La Masó	4
32	Acontraluz	8/22/2018		MEDITERRANEA	4	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
33	Alba Granados	4/18/2018		MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4

34	Atrevit	8/21/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Fondarella	3,5
35	Arrosseria de Cunit	8/10/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Cunit	3,5
36	Alive	6/6/2018		VEGETARIANA	2	Les Corts (Barcelona)	4,5
37	l'Autèntik club badalona	8/31/2017		MARISCO	2	Badalona	4
38	Bar Pinotxo	6/20/2018	GANADOR	TRADICIONAL	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
39	Batuar	8/22/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Les Corts (Barcelona)	4
40	Bar muy buenas	4/18/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
41	Minerva	8/15/2019		MEDITERRANEA	2	Tossa de Mar	4
42	Cal Gall	6/13/2018		MEDITERRANEA	2	Sant Feliu de Boada	4,5
43	Cal pintxo	6/28/2018		TRADICIONAL	2	Cerdanyola del Vallès	4
44	Cal torru	8/24/2017		MEDITERRANEA	2	Bolvir	4
45	Camarasa fruits	5/30/2018		MEDITERRANEA	2	Les Corts (Barcelona)	4
46	Can Casadella	6/13/2018		MEDITERRANEA	2	Serra de Daró	3,5
47	Can Collet	7/4/2018		TRADICIONAL	2	Sant Antoni de Vilamajor	3,5
48	Can Farell	5/23/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Santa Eulalia de Ronsana	4
49	Can Jordi	4/25/2018		MEDITERRANEA	2	Espinavell	4,5
50	Can Pericus	9/23/2019		MEDITERRANEA	2	Banyoles	4,5
51	Can Sophia	8/15/2018	GANADOR	CATALANA	4	Tossa	4,5

52	Can Xicoy	4/25/2018		MEDITERRANEA	2	Camprodon	3,5
53	Candombe	5/23/2018		CARNE	2	Palau-solità i plegamans	3,5
54	Casa Andrés	8/7/2019		TRADICIONAL	2	Tossa de Mar	3,5
55	Casa Jimena	12/4/2019		TRADICIONAL	2	Vielha	4
56	Casa Joan	12/11/2019		MEDITERRANEA	2	Vilafranca del Penedès	4,5
57	Casa Ramón	8/1/2018	GANADOR	MARISCO	3	Les Cases d'Alcanar	4,5
58	Casa Regina	11/20/2019		MEDITERRANEA	3	Esterrí d'Àneu	4,5
59	Casa Ticus	12/11/2019		MEDITERRANEA	2	Sant Sadurní d'Anoia	4,5
60	Casanova	12/11/2019		INTERNACIONAL	3	Sant Martí Sarroca	5
61	Catacroquet	6/22/2017		MEDITERRANEA	2	Sant Martí (Barcelona)	3,5
62	Cau de l'Ateneu	10/14/2020		MEDITERRANEA	2	Manresa	4
63	Cheche	10/30/2019	GANADOR	MARISCO	2	Castelldefels	4,5
64	Choco Choquito	9/9/2020		MARISCO	1	Sabadell	4,5
65	Cobadana	8/24/2017		MEDITERRANEA	2	Urús	4
66	Costa Dorada	9/15/2020		MEDITERRANEA	2	Sitges	4,5
67	D4	4/11/2018		MEDITERRANEA	2	Balaguer	4
68	Distinto	8/14/2019		MEDITERRANEA	2	Castelldefels	4
69	Dynamic	10/9/2019		MEDITERRANEA	2	Caldes d'Estrac	4
70	El Badiu	10/7/2020		INTERNACIONAL	2	Queixans	3,5
71	El Barecu	3/21/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Vic	4

72	El Bassot	7/31/2019		TRADICIONAL	2	Cornudella de Montsant,	4,5
73	El bistrot	11/6/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Gandesa	4
74	Cal Pinxo Platja	8/31/2017		MEDITERRANEA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	3,5
75	El calamar lobster	10/30/2019		MARISCO	2	Gavà	3
76	El Faro Casa Gemma	8/1/2018		MARISCO	2	Les cases d'Alcanar	4
77	El pati	9/23/2020		MEDITERRANEA	1	Figueres	4,5
78	El porro petit	9/9/2020		MEDITERRANEA	2	Terrassa	3
79	El portal vell	5/23/2018		MEDITERRANEA	2	Lliçà d'Amunt	4
80	El posit del serrallo	5/9/2018		MARISCO	2	Tarragona	4
81	El quim de la boqueria	6/20/2020		MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
82	El quiosc universal	6/20/2020		MARISCO	2	Raval	4,5
83	El taller	5/9/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
84	El trispolet	3/28/2018		MEDITERRANEA	2	Valls	4,5
85	Els ceps	8/8/2018		TRADICIONAL	2	Vimbodí-Poblet	3,5
86	Els nois	10/29/2020		MEDITERRANEA	1	Sant Feliu de Guixols	4,5
87	Els pinxus	6/8/2017		MEDITERRANEA	2	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	4,5
88	Els torrents	8/24/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Castellgali	3,5
89	Er occitan	12/4/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	4	Bossòst	5
90	Era del Marxant	11/20/2019		TRADICIONAL	2	La Torre de Cabdella	4

91	Ermita de Brugues	10/30/2019		CARNE	2	Gavà	4
92	Eth Bristo	12/4/2019		MEDITERRANEA	3	Vielha	4,5
93	Exquisit	10/14/2020		MEDITERRANEA	2	Igualada	4
94	Falconera	8/26/2021		MARISCO	2	Roses	4,5
95	Ferreruela	7/6/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	4	Lleida	4,5
96	Fonda Margalef	7/31/2019		TRADICIONAL	2	Margalef	4
97	Fonda Riga	4/25/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Tregurà	4,5
98	Gastrobarbes	9/9/2020		MEDITERRANEA	2	Sabadell	4
99	Gli Angeli	5/9/2018		ITALIANA	2	Tarragona	4
100	Go beach Club Barcelona	8/14/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	4	Sant Martí (Barcelona)	3
101	Golden	10/14/2020		MEDITERRANEA	2	Manresa	4
102	Haha	8/7/2019		ORIENTAL	2	Eixample (Barcelona)	4
103	Brau restaurant	11/17/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Sant Cugat del Vallès	4,5
104	Ida Can Machino	5/25/2017		MARISCO	2	Els Muntells	3,5
105	Karakala	5/16/2018		ARABE	2	Gracia (Barcelona)	4,5
106	Key Montjuic	8/14/2019		TRADICIONAL	2	Sants (Barcelona)	3
107	Lla caleta	6/27/2018		MEDITERRANEA	2	San Vicenç de Montalt	3
108	La clara	4/18/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Les Corts (Barcelona)	4
109	La cuina de la MArga	8/10/2017		MEDITERRANEA	2	Vendrell	4,5

110	La cuineta	11/20/2019		TRADICIONAL	3	La Pobla de Segur	3,5
111	La magnòlia	4/27/2017		FUSION	2	Terrassa	4,5
112	La masia	5/23/2018		MEDITERRANEA	2	Sant Quirze Safaja	4,5
113	La nova font blanca	4/11/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Balaguer	3,5
114	La Pasifae	9/15/2020		MARISCO	2	Vilanova i la Geltrú	4,5
115	La polla xica	9/15/2020		MEDITERRANEA	2	Vilanova i la Geltrú	4,5
116	La premsa	5/11/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Cardona	4
117	La royale	9/18/2019	GANADOR	FAST FOOD	2	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
118	La sal	8/26/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Cadaqués	3
119	La salinera	10/29/2020		MARISCO	3	Sant Joan de Palamós	4
120	La santa	8/31/2017		MEDITERRANEA	2	Masnou	4
121	La Zorra	6/15/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Sitges	4
122	Labarbacana	11/27/2019		MEDITERRANEA	2	Santa Coloma de Queralt	4,5
123	Hotel L'aixart de begur	8/3/2017		MEDITERRANEA	2	Fornells de la Selva	4
124	L'Anap bistro	5/9/2018		MARISCO	2	Tarragona	3,5
125	L'empanat	9/18/2019		FAST FOOD	1	Sant Andreu (Barcelona)	4
126	L'Era d'en Julià	8/28/2019	GANADOR	TRADICIONAL	2	Arcabell	4
127	L'Era	6/1/2017	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Barruera	4

128	Les 13	10/9/2019		MEDITERRANEA	2	Arenys de Mar	4,5
129	LA CUPULA	6/15/2017		MARISCO	2	Garraf	4
130	Limon Limon Club	4/27/2017		TAILANDES	2	Terrassa	4
131	Lo quiosc	11/20/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Talarn	3,5
132	Mare de la font	5/11/2017		MEDITERRANEA	2	Solsona	5
133	Maria de Cadaqués	10/29/2020		MARISCO	2	Sant Joan de Palamós	4
134	Mas de Prades	5/25/2017	GANADOR	MARISCO	2	Deltebre	4
135	Mas de Subirats	11/6/2019		TRADICIONAL	2	Mora la Nova	3
136	Mas Gelat	7/4/2018		TRADICIONAL	2	Sant Feliu de Buixalleu	4
137	Masia del Solà	5/11/2017		MEDITERRANEA	2	Monistrol de Calders	4,5
138	Masia el Xaloc	5/11/2017		MEDITERRANEA	2	Calders	3,5
139	Masia Fontcaldes	3/28/2018		MEDITERRANEA	2	Valls	4
140	Masia Sagues	8/8/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	1	Vimbodí-Poblet	3
141	Mesón del Conde	6/13/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Sant Martí d'Empúries	3,5
142	Mitja Galta	10/2/2019		MEDITERRANEA	1	Sants (Barcelona)	4
143	Moli del Mallol	3/28/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Montblanc	4
144	München	6/29/2017		INTERNACIONAL	3	Girona	4,5
145	Nobadis	11/28/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Cervera	4
146	Noves algues	8/1/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Sant Carles de la Ràpita	4

147	Offu sushi Bar	6/27/2018	GANADOR	ORIENTAL	2	Premià de Mar	4
148	Panoramix	4/25/2018		MEDITERRANEA	2	Molló	4,5
149	Piazze de Italia	5/4/2017		ITALIANA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
150	Pizzeria Rumbera	9/16/2019		ITALIANA	2	Banyoles	3,5
151	Pla de l'os	3/21/2018		MEDITERRANEA	2	Sant Miquel de Balenyà	4
152	Quatre Molins	7/31/2019	GANADOR	TRADICIONAL	2	Cornudella de Montsant	4,5
153	Ca la sanz	11/17/2021		MEDITERRANEA	2	Molins de Rei	4
154	Racó 19	10/9/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Sant Vicenç de Montalt	4
155	Rare burgers	9/18/2019		FAST FOOD	1	Eixample (Barcelona)	4,5
156	Rasoterra	6/6/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
157	Ribera Manero	5/30/2018	GANADOR	MARISCO	2	Les Corts (Barcelona)	4
158	Rio Dragón	5/18/2017	GANADOR	ORIENTAL	2	Horta-Guinardo (Barcelona)	4,5
159	River Café	9/23/2020		MEDITERRANEA	2	Girona	3,5
160	Rosa Púrpura	10/2/2019	GANADOR	MEDITERRANEA	1	L'Hospitalet de Llobregat	4
161	Sa muralla	8/15/2018		MEDITERRANEA	2	Tossa	3,5
162	Sakura-ya	5/30/2018		ORIENTAL	2	Les Corts (Barcelona)	4
163	Sinofos	9/23/2020		FUSION	2	Girona	4,5
164	Sora Experience	9/30/2020		ORIENTAL	2	Reus	4,5

165	Subhasta	5/25/2017		MEDITERRANEA	2	L'Ametlla de Mar	3,5
166	Sugoi	8/7/2019	GANADOR	ORIENTAL	2	Sant Cugat del Vallés	4
167	Taco Alto	6/8/2017	GANADOR	MEXICANA	1	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
168	Tandoor	5/4/2017		INDIA	1	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
169	Tanto que va de canto	4/27/2017	GANADOR	FUSION	2	Sabadell	4
170	Taverna a3mans	9/30/2020		MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
171	Thai Barcelona	5/4/2017		TAILANDES	1	Eixample (Barcelona)	4
172	The green spot	6/6/2018		VEGETARIANA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4
173	The greenhouse	8/19/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4
174	Tinglado	10/31/2020		MEDITERRANEA	2	Sant Feliu de Guixols	3,5
175	Tragamar	8/3/2017	GANADOR	MARISCO	2	Calella de Palafrugell	3,5
176	Unic Parc	10/7/2020		MEDITERRANEA	2	Llivia	3
177	Vicfood	3/21/2018		ORIENTAL	2	Vic	4,5
178	Timesburg Gold	9/18/2019		FAST FOOD	1	Eixample (Barcelona)	3,5
179	Cítrics	10/2/2019		MEDITERRANEA	1	L'Hospitalet de Llobregat	3,5
180	Bar centro	11/13/2019		TRADICIONAL	1	Maldà	3,5
181	Bar aleix	11/13/2019		TRADICIONAL	1	Claravalls (Lleida)	4,5

182	Braseria alzina	11/27/2019		CARNE	2	Sant Guim de Freixenet	4
183	Maro Azul	8/5/2020		MEXICANA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
184	Margarita blue	8/5/2020		MEXICANA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
185	Anormal	8/5/2020	GANADOR	MEXICANA	2	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
186	Denver	8/12/2020	GANADOR	MARISCO	2	Cambrils	4,5
187	Botella	8/12/2020		MARISCO	2	Cambrils	4,5
188	Casa Macarrila	8/12/2020		MARISCO	2	Cambrils	4,5
189	El grèvol	8/8/2018		MEDITERRANEA	2	Capafonts	4
190	La menuda by sola	12/22/2021		INTERNACIONAL	2	Eixample (Barcelona)	4,5
191	SantS es crema	12/22/2021		MEDITERRANEA	4	Sants (Barcelona)	3,5
192	Contracorrent	8/19/2020		MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
193	La forquilla	8/19/2020		MEDITERRANEA	4	Eixample (Barcelona)	5
194	Rosa Mar	8/19/2020		MARISCO	2	Santa Cristina d'Aro	3,5
195	La barra del gourmet	8/19/2020		MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
196	La torna	10/28/2020		MEDITERRANEA	3	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
197	Tierra del ninot	10/28/2020	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	3,5
198	El pocavergonyes	10/28/2020		ORIENTAL	4	Girona	4

199	La Riera	6/14/2018	GANADOR	MEDITERRANEA	3	Peratallada	3,5
200	El miami can pons	11/4/2020		MARISCO	4	Sant Carles de la Ràpita	4,5
201	Narciso	12/22/2021		ITALIANA	1	Ciutat Vella (Barcelona)	5
202	Cal marius	12/22/2021		MEDITERRANEA	1	Eixample (Barcelona)	4
203	FLor de sal	12/15/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Esparraguera	4,5
204	Massunyol	12/15/2021		ESPAÑOLA	2	Castellvi de Rosanes	3,5
205	Raco sant esteve	12/15/2021		MEDITERRANEA	2	Sant Esteve Sesrovires	3,5
206	Des-tapat	12/8/2021		MEXICANA	2	Lleida	4
207	Bonum no rules restaurant	12/8/2021		MEDITERRANEA	2	Lleida	4
208	Canta manyanes	12/8/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Lleida	4,5
209	Carballeira lleida	12/8/2021		MARISCO	4	Lleida	4,5
210	Els fogons de drac	11/24/2021		MEDITERRANEA	3	Riera de Gaià	3,5
211	Bar del mig	11/24/2021		ESPAÑOLA	1	Santas Creus	4,5
212	Dtaping	11/17/2021		MEDITERRANEA	2	Sant Andreu de la Barca	4
213	Merendero de la mari	7/29/2021	GANADOR	MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	3,5
214	Bodega la peninsular	7/29/2021		MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
215	Ca la montse	7/29/2021		MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4
216	Arcs restaurant	8/5/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	4	Tarragona	4,5
217	T3 blanes	8/12/2021		MEDITERRANEA	2	Blanes	4,5

218	Va de catas	8/12/2021		MEDITERRANEA	2	Blanes	4
219	Labalma	8/12/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Blanes	4,5
220	Negresco Restaurant	8/19/2021		INTERNACIONAL	2	Eixample (Barcelona)	4,5
221	Restaurant la torre	8/19/2021		TRADICIONAL	2	Palafurgeel	3
222	Casa anita	8/26/2021		MEDITERRANEA	2	Cadaqués	4,5
223	Mimolet	9/29/2021		MEDITERRANEA	4	Girona	4,5
224	Can bufí	9/29/2021		MEDITERRANEA	4	Llagostera	4,5
225	The main restaurant	9/29/2021		MEDITERRANEA	2	Girona	4
226	Centric gastro	10/6/2021		MEDITERRANEA	2	El Prat de Llobregat	4
227	La masia sanchez casal	10/6/2021		MEDITERRANEA	2	El Prat de Llobregat	4
228	Masia can guitart vell	10/6/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Cervelló	3,5
229	Hotel els caçadors Maçanet	10/13/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Maçanet de Cabrenys	4,5
230	Mas moli peralades	10/13/2021		MEDITERRANEA	2	Peralada	4
231	Escalipatxo	10/13/2021		MEDITERRANEA	2	La Bisbal de l'empordà	4,5
232	Can llonga	10/27/2021		MEDITERRANEA	1	Hostalets del Bas	4,5
233	Les pedretes	10/27/2021		MEDITERRANEA	2	Olot	4,5
234	Can cintet	10/27/2021		MEDITERRANEA	2	Besalú	4
235	Rodamar	11/3/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Ampolla	4,5
236	Bama Beach club	11/3/2021		TRADICIONAL	2	Ampolla	3,5

237	Restaurant del mar	11/3/2021		MEDITERRANEA	2	Cambрил	4
238	El nou desmai	11/10/2021		MEDITERRANEA	2	Aiguafreda	3
239	Baena restaurant	11/10/2021	GANADOR	MEDITERRANEA	2	Granollers	4,5
240	La gran olla	11/10/2021		MEDITERRANEA	2	Granollers	3,5
241	Sis quartos	11/10/2021		MEDITERRANEA	2	Sant Feliu de Codines	4

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Lista de restaurantes no emitidos en el programa de televisión sujetos a estudio (grupo de control)

Nº	RESTAURANTE	EMISIÓN	Relación ¹²	Tipo de Cocina	Precio	Ubicación	Valoración
242	El Terrat Restaurant	4/20/2017	1	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
243	Restaurante racó de l'abat	4/20/2017	1	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
244	L'estrella de Mar	6/29/2017	2	MEDITERRANEA	3	Girona	4,5
245	Octopus restaurant	6/29/2017	2	MEDITERRANEA	3	Girona	4,5
246	ALVOCAT VEGAN & VEGETARIAN RESTAURANT	4/20/2017	3	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
247	Va de gust	4/20/2017	3	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
248	Cafeteria & Restaurants Tips	4/20/2017	4	MEDITERRANEA	3	Tarragona	4
249	Can bonachi	4/20/2017	4	MEDITERRANEA	3	Tarragona	4
250	La Andaluza LC	4/20/2017	5	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4
251	Mas rosello	4/20/2017	5	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4
252	La francesa	7/13/2017	6	MEDITERRANEA	2	Santa Pau	4,5
253	Qdb	7/13/2017	6	MEDITERRANEA	2	Santa Pau	4,5
254	B-Creck	7/13/2017	7	MEDITERRANEA	2	Santa Pau	3
255	Arrosseria s'olibera	7/13/2017	7	MEDITERRANEA	2	Santa Pau	3
256	Restaurant hostel dels ossos	7/13/2017	8	MEDITERRANEA	2	Olot	4
257	La quinta justa	7/13/2017	8	MEDITERRANEA	2	Olot	4

¹² Por cada uno de los restaurantes que han aparecido en *Joc de Cartes* se han buscado dos con características similares en cuanto a precio, tipo de cocina, precio y ubicación. Los números corresponden a cada uno de los restaurantes emitidos en *Joc de Cartes* (véase Anexo 1).

258	Bar restaurant lo lluis	7/6/2017	9	MEDITERRANEA	2	Cervià de les Garrigues	4
259	Fonda toda restaurant	7/6/2017	9	MEDITERRANEA	2	Cervià de les Garrigues	4
260	Pato Pekin	6/22/2017	10	ORIENTAL	2	Serrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
261	Restaurante chino la paz	6/22/2017	10	ORIENTAL	2	Serrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
262	Can batista	5/25/2017	11	MARISCO	2	Sant Carles de la Ràpita	4,5
263	Restaurant la ribera	5/25/2017	11	MARISCO	2	Sant Carles de la Ràpita	4,5
264	Aqstoi	6/6/2018	12	VEGETARIANA	1	Eixample (Barcelona)	4,5
265	Baluard Café	6/6/2018	12	VEGETARIANA	1	Eixample (Barcelona)	4,5
266	La chacapera	6/8/2017	13	VENEZOLANA	1	Eixample (Barcelona)	4,5
267	Tio papelon	6/8/2017	13	VENEZOLANA	1	Eixample (Barcelona)	4,5
268	Restaurant t'estimotant	11/13/2019	14	VENEZOLANA	2	Tàrrega	4
269	Restaurant el gat	11/13/2019	14	VENEZOLANA	2	Tàrrega	4
270	La repesca	11/13/2019	15	MEDITERRANEA	2	Agramunt	4,5
271	Crich	11/13/2019	15	MEDITERRANEA	2	Agramunt	4,5
272	Madre taberna moderna	8/22/2018	16	TRADICIONAL	2	Horta-Guinardó	4,5
273	Comida de olla	8/22/2018	16	TRADICIONAL	2	Horta-Guinardó	4,5

274	Bar josep's	8/21/2019	17	TRADICIONAL	1	Bell Lloc d'Urgell	3,5
275	Bar ilerpesca	8/21/2019	17	TRADICIONAL	1	Bell Lloc d'Urgell	3,5
276	Bar l'escut	3/21/2018	18	MEDITERRANEA	1	Folgueroles	4,5
277	Bar l'estudiant	3/21/2018	18	MEDITERRANEA	1	Folgueroles	4,5
278	Restaurante terrassa la punta	9/15/2020	19	MEDITERRANEA	4	Sitges	3,5
279	Marjerol	9/15/2020	19	MEDITERRANEA	4	Sitges	3,5
280	539 plats forts	10/7/2020	20	MEDITERRANEA	2	Puigcerdà	5
281	Norest café	10/7/2020	20	MEDITERRANEA	2	Puigcerdà	5
282	El pla de palamós	8/3/2017	21	MEDITERRANEA	2	Palamos	3,5
283	La corniche	8/3/2017	21	MEDITERRANEA	2	Palamos	3,5
284	Cal purgat	6/15/2017	22	MEDITERRANEA	2	Vilanova i la Geltrú	4
285	Genito	6/15/2017	22	MEDITERRANEA	2	Vilanova i la Geltrú	4
286	1900 Bar Cafeteria	4/11/2018	23	MEDITERRANEA	2	Vallfogona de Balaguer	4
287	La vermuteria del Mercadal	4/11/2018	23	MEDITERRANEA	2	Vallfogona de Balaguer	4
288	La botifarra	9/30/2020	24	MEDITERRANEA	1	Tarragona	4,5
289	Tarakon	9/30/2020	24	MEDITERRANEA	1	Tarragona	4,5
290	Can ventura	10/7/2020	25	MEDITERRANEA	2	Llívia	4
291	El jardí de la plaça	10/7/2020	25	MEDITERRANEA	2	Llívia	4
292	Al born	10/23/2019	26	MEDITERRANEA	2	Cornellà de Terri	4,5

293	Restaurante les estunes	10/23/2019	26	MEDITERRANEA	2	Cornellà de Terri	4,5
294	La cava d'en sergi	12/11/2019	27	TRADICIONAL	2	Sant Sadurní d'Anoia	4,5
295	Ambrasa	12/11/2019	27	TRADICIONAL	2	Sant Sadurní d'Anoia	4,5
296	Rabipelao	5/4/2017	28	VENEZOLANA	2	Eixample (Barcelona)	4
297	El rincón de la abuela venezolana	5/4/2017	28	VENEZOLANA	2	Eixample (Barcelona)	4
298	Txalaka	9/23/2020	29	TRADICIONAL	2	Girona	4,5
299	EL pati de la veina	9/23/2020	29	TRADICIONAL	2	Girona	4,5
300	Tres taps	9/30/2020	30	MEDITERRANEA	2	Reus	3,5
301	Tower	9/30/2020	30	MEDITERRANEA	2	Reus	3,5
302	Restaurant la Montoliva	3/28/2018	31	MEDITERRANEA	2	La Masó	4
303	Julia Mallol	3/28/2018	31	MEDITERRANEA	2	La Masó	4
304	Restaurant Feroz	8/22/2018	32	MEDITERRANEA	4	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
305	St. Remy	8/22/2018	32	MEDITERRANEA	4	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
306	L'exis restaurant	4/18/2018	33	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4
307	Fishhh	4/18/2018	33	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4
308	La gavina	8/21/2019	34	MEDITERRANEA	2	Fondarella	3,5
309	Restaurant Resquitx	8/21/2019	34	MEDITERRANEA	2	Fondarella	3,5

310	Restaurant/Braseria Sa cova	8/10/2017	35	MEDITERRANEA	2	Cunit	3,5
311	La flamita	8/10/2017	35	MEDITERRANEA	2	Cunit	3,5
312	Bordeaux-Cuina Oberta	6/6/2018	36	VEGETARIANA	2	Les Corts (Barcelona)	4,5
313	La pampa pizzeria	6/6/2018	36	VEGETARIANA	2	Les Corts (Barcelona)	4,5
314	Marbrava	8/31/2017	37	MARISCO	2	Badalona	4
315	La Paradeta Meridiana	8/31/2017	37	MARISCO	2	Badalona	4
316	Bar quiosc modern	6/20/2018	38	TRADICIONAL	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
317	Bo kaap	6/20/2018	38	TRADICIONAL	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
318	Metric Market	8/22/2018	39	MEDITERRANEA	2	Les Corts (Barcelona)	4
319	Popeye Restaurante	8/22/2018	39	MEDITERRANEA	2	Les Corts (Barcelona)	4
320	Orvay	4/18/2018	40	MEDITERRANEA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
321	Bodega Colibri	4/18/2018	40	MEDITERRANEA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
322	Mestre D'aixa	8/15/2019	41	MEDITERRANEA	2	Tossa de Mar	4
323	Marítim	8/15/2019	41	MEDITERRANEA	2	Tossa de Mar	4
324	L'eixida restaurant gastronòmic	6/13/2018	42	MEDITERRANEA	2	Sant Feliu de Boada	4,5
325	Detres	6/13/2018	42	MEDITERRANEA	2	Sant Feliu de Boada	4,5
326	Restaurante los abetos	6/28/2018	43	TRADICIONAL	2	Cerdanyola del Vallès	4

327	Can Sardà	6/28/2018	43	TRADICIONAL	2	Cerdanyola del Vallès	4
328	Cal sabater	8/24/2017	44	MEDITERRANEA	2	Bolvir	4
329	Tapa nyam	8/24/2017	44	MEDITERRANEA	2	Bolvir	4
330	Can vador	5/30/2018	45	MEDITERRANEA	2	Les Corts (Barcelona)	4
331	Restaurante Sanabres	5/30/2018	45	MEDITERRANEA	2	Les Corts (Barcelona)	4
332	Alberana Restaurante	6/13/2018	46	MEDITERRANEA	2	Serra de Daró	3,5
333	Rakú	6/13/2018	46	MEDITERRANEA	2	Serra de Daró	3,5
334	Restaurant Can Garriga	7/4/2018	47	TRADICIONAL	2	Sant Antoni de Vilamajor	3,5
335	Restaurant Les sureres	7/4/2018	47	TRADICIONAL	2	Sant Antoni de Vilamajor	3,5
336	Can traver restaurant	5/23/2018	48	MEDITERRANEA	2	Santa Eulalia de Ronsana	4
337	La vall de joliu	5/23/2018	48	MEDITERRANEA	2	Santa Eulalia de Ronsana	4
338	El Pont 9	4/25/2018	49	MEDITERRANEA	2	Espinavell	4,5
339	Restaurant can jepet	4/25/2018	49	MEDITERRANEA	2	Espinavell	4,5
340	Restaurant la magrana	9/23/2019	50	MEDITERRANEA	2	Banyoles	4,5
341	El capitel de banyoles	9/23/2019	50	MEDITERRANEA	2	Banyoles	4,5
342	La cuina de Can Simón	8/15/2018	51	CATALANA	4	Tossa	4,5
343	Pou de la Vila Restaurant	8/15/2018	51	CATALANA	4	Tossa	4,5
344	Zas Núria Restaurant	4/25/2018	52	MEDITERRANEA	2	Camprodon	3,5

345	Can Po	4/25/2018	52	MEDITERRANEA	2	Camprodon	3,5
346	Can Coll	5/23/2018	53	CARNE	2	Palau-solità i plegamans	3,5
347	Can Alzina	5/23/2018	53	CARNE	2	Palau-solità i plegamans	3,5
348	El Berganti	8/7/2019	54	TRADICIONAL	2	Tossa de Mar	3,5
349	Restaurant Ca la Carne	8/7/2019	54	TRADICIONAL	2	Tossa de Mar	3,5
350	Era Lucana	12/4/2019	55	TRADICIONAL	2	Vielha	4
351	El Moli	12/4/2019	55	TRADICIONAL	2	Vielha	4
352	El Convent	12/11/2019	56	MEDITERRANEA	2	Vilafranca del Penedès	4,5
353	Rostisseria Desperta Ferro	12/11/2019	56	MEDITERRANEA	2	Vilafranca del Penedès	4,5
354	Les Barques Can Joan	8/1/2018	57	MARISCO	3	Les Cases d'Alcanar	4,5
355	Raco del Port	8/1/2018	57	MARISCO	3	Les Cases d'Alcanar	4,5
356	Els Puis	11/20/2019	58	MEDITERRANEA	3	Esterri d'Àneu	4,5
357	Nabiu	11/20/2019	58	MEDITERRANEA	3	Esterri d'Àneu	4,5
358	Mil nou-cents- Bar a vins	12/11/2019	59	MEDITERRANEA	2	Sant Sadurní d'Anoia	4,5
359	Can Quetu	12/11/2019	59	MEDITERRANEA	2	Sant Sadurní d'Anoia	4,5
360	Restaurant Vilagut	12/11/2019	60	INTERNACIONAL	3	Sant Martí Sarroca	5
361	Restaurante Sant Jordi Ca la Katy	12/11/2019	60	INTERNACIONAL	3	Sant Martí Sarroca	5

362	La Poma Restaurant	6/22/2017	61	MEDITERRANEA	2	Sant Martí (Barcelona)	3,5
363	Barnabier	6/22/2017	61	MEDITERRANEA	2	Sant Martí (Barcelona)	3,5
364	Canonge	10/14/2020	62	MEDITERRANEA	2	Manresa	4
365	Kursaal Espai Gastronòmic	10/14/2020	62	MEDITERRANEA	2	Manresa	4
366	Don Pulpo	10/30/2019	63	MARISCO	2	Castelldefels	4,5
367	Can Moyas	10/30/2019	63	MARISCO	2	Castelldefels	4,5
368	Hogar del Tapeo	9/9/2020	64	MARISCO	2	Sabadell	4,5
369	Can Feu	9/9/2020	64	MARISCO	2	Sabadell	4,5
370	Ca L'Eudald	8/24/2017	65	MEDITERRANEA	2	Urús	4
371	Sergi Isern G.	8/24/2017	65	MEDITERRANEA	2	Urús	4
372	Komokieras	9/15/2020	66	MEDITERRANEA	2	Sitges	4,5
373	La Punta de Sitges	9/15/2020	66	MEDITERRANEA	2	Sitges	4,5
374	Bar Restaurant "La Barretina"	4/11/2018	67	MEDITERRANEA	2	Balaguer	4
375	Tastet del reng	4/11/2018	67	MEDITERRANEA	2	Balaguer	4
376	Taska	8/14/2019	68	MEDITERRANEA	2	Castelldefels	4
377	Restaurante Las Botas	8/14/2019	68	MEDITERRANEA	2	Castelldefels	4
378	La Tasqueta de Caldes	10/9/2019	69	MEDITERRANEA	2	Caldes d'Estrac	4
379	Cas Poncio	10/9/2019	69	MEDITERRANEA	2	Caldes d'Estrac	4
380	Ratatouille	10/7/2020	70	INTERNACIONAL	2	Queixans	3,5
381	Snow Esqui Bar Resaturant	10/7/2020	70	INTERNACIONAL	2	Queixans	3,5

382	Magda Subirana	3/21/2018	71	MEDITERRANEA	2	Vic	4
383	El jardinet	3/21/2018	71	MEDITERRANEA	2	Vic	4
384	Restaurante Fonda El Reco	7/31/2019	72	TRADICIONAL	2	Cornudella de Montsant,	4,5
385	La Serra	7/31/2019	72	TRADICIONAL	2	Cornudella de Montsant,	4,5
386	Restaurant el chef	11/6/2019	73	MEDITERRANEA	2	Gandesa	4
387	Restaurant Angel	11/6/2019	73	MEDITERRANEA	2	Gandesa	4
388	Restaurante Parrilla SIFO	8/31/2017	74	MEDITERRANEA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	3,5
389	El Drac de Sant Jordi	8/31/2017	74	MEDITERRANEA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	3,5
390	Jellyfish Beach Club	10/30/2019	75	MARISCO	2	Gavà	3
391	Barracuda	10/30/2019	75	MARISCO	2	Gavà	3
392	Lupe	8/1/2018	76	MARISCO	2	Les cases d'Alcanar	4
393	El Nautic Les Cases Bar Restaurant	8/1/2018	76	MARISCO	2	Les cases d'Alcanar	4
394	9 suprem	9/23/2020	77	MEDITERRANEA	1	Figueres	4,5
395	Calid cafe	9/23/2020	77	MEDITERRANEA	1	Figueres	4,5
396	La Cantonada de les Barriques	9/9/2020	78	MEDITERRANEA	2	Terrassa	3
397	La Brasa d'Ullastrell	9/9/2020	78	MEDITERRANEA	2	Terrassa	3
398	La Gamba	5/23/2018	79	MEDITERRANEA	2	Lliçà d'Amunt	4
399	Restaurant Roca Vell	5/23/2018	79	MEDITERRANEA	2	Lliçà d'Amunt	4
400	A la Vora de l'Ebre	5/9/2018	80	MARISCO	2	Tarragona	4
401	Meson del Mar	5/9/2018	80	MARISCO	2	Tarragona	4

402	Can Sardi	6/20/2020	81	MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
403	Colom	6/20/2020	81	MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
404	La Paradeta Paral·lel	6/20/2020	82	MARISCO	2	Raval	4,5
405	Louro	6/20/2020	82	MARISCO	2	Raval	4,5
406	El Llagut	5/9/2018	83	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
407	Elian Restaurant	5/9/2018	83	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
408	Portal 22	3/28/2018	84	MEDITERRANEA	2	Valls	4,5
409	Les Espelmes	3/28/2018	84	MEDITERRANEA	2	Valls	4,5
410	Restaurant Hostal Fonoll	8/8/2018	85	TRADICIONAL	2	Vimbodí-Poblet	3,5
411	Masia del Cadet	8/8/2018	85	TRADICIONAL	2	Vimbodí-Poblet	3,5
412	Extremeño	10/29/2020	86	MEDITERRANEA	1	Sant Feliu de Guixols	4,5
413	Bar y Restaurante Tramuntana	10/29/2020	86	MEDITERRANEA	1	Sant Feliu de Guixols	4,5
414	Ándeles Santa Fe	6/8/2017	87	MEDITERRANEA	2	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	4,5
415	Restaurante Fastuc	6/8/2017	87	MEDITERRANEA	2	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	4,5
416	Restaurant Can Faine	8/24/2017	88	MEDITERRANEA	2	Castellgali	3,5
417	Restaurant Masia Cal Putxet	8/24/2017	88	MEDITERRANEA	2	Castellgali	3,5
418	Restaurante Aranés	12/4/2019	89	MEDITERRANEA	4	Bossòst	5
419	Eth Raco de Pi	12/4/2019	89	MEDITERRANEA	4	Bossòst	5

420	Can Mariano	11/20/2019	90	TRADICIONAL	2	La Torre de Cabdella	4
421	Cafe Pessets	11/20/2019	90	TRADICIONAL	2	La Torre de Cabdella	4
422	La Carboneria	10/30/2019	91	CARNE	2	Gavà	4
423	Europa Barbacoa Restaurante	10/30/2019	91	CARNE	2	Gavà	4
424	Hotel Casa Irene	12/4/2019	92	MEDITERRANEA	3	Vielha	4,5
425	Lits	12/4/2019	92	MEDITERRANEA	3	Vielha	4,5
426	Oro di Napoli	10/14/2020	93	MEDITERRANEA	2	Igualada	4
427	El Rovell de l'Ou	10/14/2020	93	MEDITERRANEA	2	Igualada	4
428	Restaurant L'Alegria	8/26/2021	94	MARISCO	2	Roses	4,5
429	Restaurant Puerto Rico	8/26/2021	94	MARISCO	2	Roses	4,5
430	Xalet Suis	7/6/2017	95	MEDITERRANEA	4	Lleida	4,5
431	Caravista	7/6/2017	95	MEDITERRANEA	4	Lleida	4,5
432	Restaurant la Boca Del Llop	7/31/2019	96	TRADICIONAL	2	Margalef	4
433	La Venta D'en Pubill	7/31/2019	96	TRADICIONAL	2	Margalef	4
434	El Serrat de Tregurà (Ca La Rosa)	4/25/2018	97	MEDITERRANEA	2	Tregurà	4,5
435	Bistro la parra	4/25/2018	97	MEDITERRANEA	2	Tregurà	4,5
436	Picuteig	9/9/2020	98	MEDITERRANEA	2	Sabadell	4
437	Suis amb Josep Forrellat	9/9/2020	98	MEDITERRANEA	2	Sabadell	4
438	Restaurant Pizzeria Pulvinar	5/9/2018	99	ITALIANA	2	Tarragona	4

439	Restaurante La Piemontesa	5/9/2018	99	ITALIANA	2	Tarragona	4
440	Anfiteatro	8/14/2019	100	MEDITERRANEA	4	Sant Martí (Barcelona)	3
441	Els Pescadors	8/14/2019	100	MEDITERRANEA	4	Sant Martí (Barcelona)	3
442	Las Vegas	10/14/2020	101	MEDITERRANEA	2	Manresa	4
443	Gretta Gogo	10/14/2020	101	MEDITERRANEA	2	Manresa	4
444	Oishii Ramen Street	8/7/2019	102	ORIENTAL	2	Eixample (Barcelona)	4
445	Yamadori	8/7/2019	102	ORIENTAL	2	Eixample (Barcelona)	4
446	Némesis Gastronomía	11/17/2021	103	MEDITERRANEA	2	Sant Cugat del Vallès	4,5
447	Dos Cucharas	11/17/2021	103	MEDITERRANEA	2	Sant Cugat del Vallès	4,5
448	Restaurante Olmos	5/25/2017	104	MARISCO	2	Els Muntells	3,5
449	Raco del Riu	5/25/2017	104	MARISCO	2	Els Muntells	3,5
450	Al Sultan	5/16/2018	105	ARABE	2	Gracia (Barcelona)	4,5
451	La Rosa del Desierto	5/16/2018	105	ARABE	2	Gracia (Barcelona)	4,5
452	Som-Y	8/14/2019	106	TRADICIONAL	2	Sants (Barcelona)	3
453	Bar Monte Rosa	8/14/2019	106	TRADICIONAL	2	Sants (Barcelona)	3
454	Ostres! Quin raconet	6/27/2018	107	MEDITERRANEA	2	San Vicenç de Montalt	3
455	Solstici	6/27/2018	107	MEDITERRANEA	2	San Vicenç de Montalt	3

456	Txokoa Barcelona	4/18/2018	108	MEDITERRANEA	2	Les Corts (Barcelona)	4
457	Mosaic Restaurant	4/18/2018	108	MEDITERRANEA	2	Les Corts (Barcelona)	4
458	La Locanda dei Saporì	8/10/2017	109	MEDITERRANEA	2	Vendrell	4,5
459	L'Argilaguet 9	8/10/2017	109	MEDITERRANEA	2	Vendrell	4,5
460	xiringuito de la Pobla	11/20/2019	110	TRADICIONAL	3	La Pobla de Segur	3,5
461	L'Era d'en Balust	11/20/2019	110	TRADICIONAL	3	La Pobla de Segur	3,5
462	The Loft by Alba Niubo	4/27/2017	111	FUSION	2	Terrassa	4,5
463	Enriqueta Restaurante	4/27/2017	111	FUSION	2	Terrassa	4,5
464	Fonda Safaja	5/23/2018	112	MEDITERRANEA	2	Sant Quirze Safaja	4,5
465	Tres Tombs	5/23/2018	112	MEDITERRANEA	2	Sant Quirze Safaja	4,5
466	Taberri (Tapes i Canyes)	4/11/2018	113	MEDITERRANEA	2	Balaguer	3,5
467	Raco Iberic	4/11/2018	113	MEDITERRANEA	2	Balaguer	3,5
468	La Llotja Marisqueria	9/15/2020	114	MARISCO	2	Vilanova i la Geltrú	4,5
469	Xiringuito Miramar	9/15/2020	114	MARISCO	2	Vilanova i la Geltrú	4,5
470	A Mossegades	9/15/2020	115	MEDITERRANEA	2	Vilanova i la Geltrú	4,5
471	Ànima Restaurant	9/15/2020	115	MEDITERRANEA	2	Vilanova i la Geltrú	4,5
472	El Centru	5/11/2017	116	MEDITERRANEA	2	Cardona	4

473	Restaurante Les Monges	5/11/2017	116	MEDITERRANEA	2	Cardona	4
474	Tio Joe	9/18/2019	117	FAST FOOD	2	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
475	La Burguesa Tuset	9/18/2019	117	FAST FOOD	2	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
476	El pescador	8/26/2021	118	MEDITERRANEA	2	Cadaqués	3
477	Losai	8/26/2021	118	MEDITERRANEA	2	Cadaqués	3
478	Can Blau	10/29/2020	119	MARISCO	3	Sant Joan de Palamós	4
479	Restaurant La Galera	10/29/2020	119	MARISCO	3	Sant Joan de Palamós	4
480	Les Caves Rekondo	8/31/2017	120	MEDITERRANEA	2	Masnou	4
481	Saloma Port Masnou	8/31/2017	120	MEDITERRANEA	2	Masnou	4
482	Restaurante Magoa	6/15/2017	121	MEDITERRANEA	2	Sitges	4
483	Mare Nostrum	6/15/2017	121	MEDITERRANEA	2	Sitges	4
484	Balsamic gastrobar	11/27/2019	122	MEDITERRANEA	2	Santa Coloma de Queralt	4,5
485	La Cuina de la Loli	11/27/2019	122	MEDITERRANEA	2	Santa Coloma de Queralt	4,5
486	Arrels	8/3/2017	123	MEDITERRANEA	2	Fornells de la Selva	4
487	Curcuma	8/3/2017	123	MEDITERRANEA	2	Fornells de la Selva	4
488	Antic	5/9/2018	124	MARISCO	2	Tarragona	3,5
489	MIRALL D'ESTIU	5/9/2018	124	MARISCO	2	Tarragona	3,5

490	Michael's tavern	9/18/2019	125	FAST FOOD	1	Sant Andreu (Barcelona)	4
491	Te dog is hot	9/18/2019	125	FAST FOOD	1	Sant Andreu (Barcelona)	4
492	Arbeletxe	8/28/2019	126	TRADICIONAL	2	Arcabell	4
493	Cal Pauet	8/28/2019	126	TRADICIONAL	3	Arcabell	5
494	El Ventador Restaurant	6/1/2017	127	MEDITERRANEA	2	Barruera	4
495	Restaurant La Granja	6/1/2017	127	MEDITERRANEA	2	Barruera	4
496	Restaurant La Marina	10/9/2019	128	MEDITERRANEA	2	Arenys de Mar	4,5
497	Restaurante El Mot	10/9/2019	128	MEDITERRANEA	2	Arenys de Mar	4,5
498	El Capita	6/15/2017	129	MARISCO	2	Garraf	4
499	Cel Blau	6/15/2017	129	MARISCO	2	Garraf	4
500	Lemongrass Parc Vallès	4/27/2017	130	TAILANDES	2	Terrassa	4
501	La Fama	4/27/2017	130	TAILANDES	2	Terrassa	4
502	L'Alosa Restaurant	11/20/2019	131	MEDITERRANEA	2	Talarn	3,5
503	Bar La Penya	11/20/2019	131	MEDITERRANEA	2	Talarn	3,5
504	TONY'S PIZZA	5/11/2017	132	MEDITERRANEA	2	Solsona	5
505	La Xicoia	5/11/2017	132	MEDITERRANEA	2	Solsona	5
506	La Selvatana	10/29/2020	133	MARISCO	2	Sant Joan de Palamós	4
507	Restaurant Simón	10/29/2020	133	MARISCO	2	Sant Joan de Palamós	4
508	Gran Buffet La Gaya	5/25/2017	134	MARISCO	2	Deltebre	4

509	Casa Nuri	5/25/2017	134	MARISCO	2	Deltebre	4
510	la Dana eat&drink	11/6/2019	135	TRADICIONAL	2	Mora la Nova	3
511	Le Loup	11/6/2019	135	TRADICIONAL	2	Mora la Nova	3
512	Ca L'Antonieta Restaurant	7/4/2018	136	TRADICIONAL	2	Sant Feliu de Buixalleu	4
513	Can Puig	7/4/2018	136	TRADICIONAL	2	Sant Feliu de Buixalleu	4
514	La Masia del Solà	5/11/2017	137	MEDITERRANEA	2	Monistrol de Calders	4,5
515	Rubell Restaurant	5/11/2017	137	MEDITERRANEA	2	Monistrol de Calders	4,5
516	Hostal La Guardia SL	5/11/2017	138	MEDITERRANEA	2	Calders	3,5
517	El Racó del Pou	5/11/2017	138	MEDITERRANEA	2	Calders	3,5
518	Restaurante Casa Félix	43187	139	MEDITERRANEA	2	Valls	4
519	El Tros	3/28/2018	139	MEDITERRANEA	2	Valls	4
520	Bar-Restaurant El Pergami	8/8/2018	140	MEDITERRANEA	1	Vimbodí- Poblet	3
521	Café-Bar Els Caçadors	8/8/2018	140	MEDITERRANEA	1	Vimbodí- Poblet	3
522	L'Esculapi	6/13/2018	141	MEDITERRANEA	2	Sant Martí d'Empúries	3,5
523	Bar 1869	6/13/2018	141	MEDITERRANEA	2	Sant Martí d'Empúries	3,5
524	Vermut I A La Gabia	10/2/2019	142	MEDITERRANEA	1	Sants (Barcelona)	4
525	Bodega Montferry	10/2/2019	142	MEDITERRANEA	1	Sants (Barcelona)	4
526	El Cortijo	3/28/2018	143	MEDITERRANEA	2	Montblanc	4

527	Sant Francesc Restaurant	3/28/2018	143	MEDITERRANEA	2	Montblanc	4
528	La Fabrica Girona	6/29/2017	144	INTERNACIONAL	3	Girona	4,5
529	Federal Cafe	6/29/2017	144	INTERNACIONAL	3	Girona	4,5
530	La Marinada	11/28/2019	145	MEDITERRANEA	2	Cervera	4
531	Restaurante Km-520	11/28/2019	145	MEDITERRANEA	2	Cervera	4
532	Varadero	8/1/2018	146	MEDITERRANEA	2	Sant Carles de la Ràpita	4
533	Tapasanta	8/1/2018	146	MEDITERRANEA	2	Sant Carles de la Ràpita	4
534	Feliz 2	6/27/2018	147	ORIENTAL	2	Premià de Mar	4
535	Sushi Ra	6/27/2018	147	ORIENTAL	2	Premià de Mar	4
536	Hotel Calitxo	4/25/2018	148	MEDITERRANEA	2	Molló	4,5
537	Can Bertran	4/25/2018	148	MEDITERRANEA	2	Molló	4,5
538	Donizetti	5/4/2017	149	ITALIANA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
539	Ristorante Pizzeria Eden	5/4/2017	149	ITALIANA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
540	Vora Estany	9/16/2019	150	ITALIANA	2	Banyoles	3,5
541	Banys Vells Banyoles	9/16/2019	150	ITALIANA	2	Banyoles	3,5
542	Mas Estabanell	3/21/2018	151	MEDITERRANEA	2	Sant Miquel de Balenyà	4
543	. Restaurante La Ferreria	3/21/2018	151	MEDITERRANEA	2	Sant Miquel de Balenyà	4
544	Restaurant Porta del Priorat	7/31/2019	152	TRADICIONAL	2	Cornudella de Montsant	4,5

545	Can Pep	7/31/2019	152	TRADICIONAL	2	Cornudella de Montsant	4,5
546	Traska Truska	11/17/2021	153	MEDITERRANEA	2	Molins de Rei	4
547	L'àpat	11/17/2021	153	MEDITERRANEA	2	Molins de Rei	4
548	Tres Turons	10/9/2019	154	MEDITERRANEA	2	Sant Vicenç de Montalt	4
549	El Jardí del Vellard	10/9/2019	154	MEDITERRANEA	2	Sant Vicenç de Montalt	4
550	Sana Vida	9/18/2019	155	FAST FOOD	1	Eixample (Barcelona)	4,5
551	Frank-Burg	9/18/2019	155	FAST FOOD	1	Eixample (Barcelona)	4,5
552	Tosca Palau	6/6/2018	156	MEDITERRANEA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
553	El Salon	6/6/2018	156	MEDITERRANEA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
554	Mariscoco Còrsega	5/30/2018	157	MARISCO	2	Les Corts (Barcelona)	4
555	Masedy Restaurant & Lounge	5/30/2018	157	MARISCO	2	Les Corts (Barcelona)	4
556	Fan Dim Sum	5/18/2017	158	ORIENTAL	2	Horta-Guinardo (Barcelona)	4,5
557	Txetxu Taverna	5/18/2017	158	ORIENTAL	2	Horta-Guinardo (Barcelona)	4,5
558	L'Alqueria	9/23/2020	159	MEDITERRANEA	2	Girona	3,5
559	8 De 7 Restaurant	9/23/2020	159	MEDITERRANEA	2	Girona	3,5
560	Debut Restaurant	10/2/2019	160	MEDITERRANEA	1	L'Hospitalet de Llobregat	4

561	Adrian's	10/2/2019	160	MEDITERRANEA	1	L'Hospitalet de Llobregat	4
562	Restaurant L'Ajustada	8/15/2018	161	MEDITERRANEA	2	Tossa	3,5
563	L'Hostalet de Tossa	8/15/2018	161	MEDITERRANEA	2	Tossa	3,5
564	Beirut · Barcelona	5/30/2018	162	ORIENTAL	2	Les Corts (Barcelona)	4
565	Sushifresh	5/30/2018	162	ORIENTAL	2	Les Corts (Barcelona)	4
566	. Bubbles gastrobar & restaurant	9/23/2020	163	FUSION	2	Girona	4,5
567	Kaseus Gastrobar	9/23/2020	163	FUSION	2	Girona	4,5
568	Taj Mahal Indin Restaurant	9/30/2020	164	ORIENTAL	2	Reus	4,5
569	Little Bangkok	9/30/2020	164	ORIENTAL	2	Reus	4,5
570	Oh! Mar	5/25/2017	165	MEDITERRANEA	2	L'Ametlla de Mar	3,5
571	Bar Merino	5/25/2017	165	MEDITERRANEA	2	L'Ametlla de Mar	3,5
572	Kumihö	8/7/2019	166	ORIENTAL	2	Sant Cugat del Vallés	4
573	Sticks	8/7/2019	166	ORIENTAL	2	Sant Cugat del Vallés	4
574	The Box	6/8/2017	167	MEXICANA	1	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
575	Carabela Cafe	6/8/2017	167	MEXICANA	1	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
576	Shalimar	5/4/2017	168	INDIA	1	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
577	Adil Tandoori Restaurante (HALAL)	5/4/2017	168	INDIA	1	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5

578	Kisamba	4/27/2017	169	FUSION	2	Sabadell	4
579	Sushi21	4/27/2017	169	FUSION	2	Sabadell	4
580	Iamorada	9/30/2020	170	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
581	Filosofía Restaurante	9/30/2020	170	MEDITERRANEA	2	Tarragona	4,5
582	Yuan Man	5/4/2017	171	TAILANDES	1	Eixample (Barcelona)	4
583	THAI THAI BCN	5/4/2017	171	TAILANDES	1	Eixample (Barcelona)	4
584	Iluzione	6/6/2018	172	VEGETARIANA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4
585	Belushi's	6/6/2018	172	VEGETARIANA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4
586	BAR MONO	8/19/2021	173	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4
587	Mirandoalmar	8/19/2021	173	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4
588	El Dorado Mar	10/31/2020	174	MEDITERRANEA	2	Sant Feliu de Guixols	3,5
589	Nou Xaica	10/31/2020	174	MEDITERRANEA	2	Sant Feliu de Guixols	3,5
590	El Didal	8/3/2017	175	MARISCO	2	Calella de Palafrugell	3,5
591	Puerto Limón	8/3/2017	175	MARISCO	2	Calella de Palafrugell	3,5
592	Restaurante esquirol	10/7/2020	176	MEDITERRANEA	2	Llivia	3
593	Eatatbeauty	10/7/2020	176	MEDITERRANEA	2	Llivia	3
594	Restaurate Sherpa	3/21/2018	177	ORIENTAL	2	Vic	4,5
595	Kokoro Sushi&More	3/21/2018	177	ORIENTAL	2	Vic	4,5

596	Five Guys	9/18/2019	178	FAST FOOD	1	Eixample (Barcelona)	3,5
597	El Pibe	9/18/2019	178	FAST FOOD	1	Eixample (Barcelona)	3,5
598	Muxía Restaurant	10/2/2019	179	MEDITERRANEA	1	L'Hospitalet de Llobregat	3,5
599	El Brot de l'All i Oli	10/2/2019	179	MEDITERRANEA	1	L'Hospitalet de Llobregat	3,5
600	Restaurant El Tallat	11/13/2019	180	TRADICIONAL	1	Maldà	3,5
601	Cal Menut	11/13/2019	180	TRADICIONAL	1	Maldà	3,5
602	. El Traginer	11/13/2019	181	TRADICIONAL	1	Claravalls (Lleida)	4,5
603	Lo Raconet bar	11/13/2019	181	TRADICIONAL	1	Claravalls (Lleida)	4,5
604	Restaurante Montfalcó	11/27/2019	182	CARNE	2	Sant Guim de Freixenet	4
605	Restaurante Hostal Colomi	11/27/2019	182	CARNE	2	Sant Guim de Freixenet	4
606	Las Planchitas - Taquería Mexicana	8/5/2020	183	MEXICANA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
607	Gastro-Taqueria Mexicana	8/5/2020	183	MEXICANA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
608	El Pachuco	8/5/2020	184	MEXICANA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
609	Electropikal Club Raval	8/5/2020	184	MEXICANA	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
610	Montesquiu	8/5/2020	185	MEXICANA	2	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5

611	Mojo Café Lounge	8/5/2020	185	MEXICANA	2	Sarrià-Sant Gervasi (Barcelona)	3,5
612	Rias Baixas	8/12/2020	186	MARISCO	2	Cambrils	4,5
613	Macarrilla Restaurant	8/12/2020	186	MARISCO	2	Cambrils	4,5
614	Restaurant Acuamar Casa Matas	8/12/2020	187	MARISCO	2	Cambrils	4,5
615	Restaurant Montserrat	8/12/2020	187	MARISCO	2	Cambrils	4,5
616	Llop de mar	8/12/2020	188	MARISCO	2	Cambrils	4,5
617	Restaurant Germans Miquel's	8/12/2020	188	MARISCO	2	Cambrils	4,5
618	Tretze Pams	8/8/2018	189	MEDITERRANEA	2	Capafonts	4
619	Restaurant la Taverna	8/8/2018	189	MEDITERRANEA	2	Capafonts	4
620	Izakaya Ramen House	12/22/2021	190	INTERNACIONAL	2	Eixample (Barcelona)	4,5
621	EdeNova	12/22/2021	190	INTERNACIONAL	2	Eixample (Barcelona)	4,5
622	Restaurante Ocho Patas	12/22/2021	191	MEDITERRANEA	4	Sants (Barcelona)	3,5
623	Can Xurrades Gastronomic	12/22/2021	191	MEDITERRANEA	4	Sants (Barcelona)	3,5
624	La Gastronómica	8/19/2020	192	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
625	Micu Maku	8/19/2020	192	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
626	La Terraza del Claris	8/19/2020	193	MEDITERRANEA	4	Eixample (Barcelona)	5
627	Oria Restaurant	8/19/2020	193	MEDITERRANEA	4	Eixample (Barcelona)	5

628	Restaurant Aradi	8/19/2020	194	MARISCO	2	Santa Cristina d'Aro	3,5
629	Nautilus Restaurant	8/19/2020	194	MARISCO	2	Santa Cristina d'Aro	3,5
630	Jobs Restaurant	8/19/2020	195	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
631	La Boca Agua	8/19/2020	195	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	4,5
632	La Cala Barceloneta	10/28/2020	196	MEDITERRANEA	3	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
633	Can Mano	10/28/2020	196	MEDITERRANEA	3	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
634	NOW - Not Only Wine	10/28/2020	197	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	3,5
635	La Terrassa Del Duquesa	10/28/2020	197	MEDITERRANEA	2	Eixample (Barcelona)	3,5
636	Chojiro Sushi Bar	10/28/2020	198	ORIENTAL	4	Girona	4
637	Angelus Mar	10/28/2020	198	ORIENTAL	4	Girona	4
638	La Cort	6/14/2018	199	MEDITERRANEA	3	Peratallada	3,5
639	Papibou	6/14/2018	199	MEDITERRANEA	3	Peratallada	3,5
640	Can batiste	11/4/2020	200	MARISCO	4	Sant Carles de la Ràpita	4,5
641	Cal Faiges	11/4/2020	200	MARISCO	4	Sant Carles de la Ràpita	4,5
642	Pizzeria Da Nanni Barcelona	12/22/2021	201	ITALIANA	1	Ciutat Vella (Barcelona)	5
643	La Mezcla	12/22/2021	201	ITALIANA	1	Ciutat Vella (Barcelona)	5
644	Restaurante AITOR	12/22/2021	202	MEDITERRANEA	1	Eixample (Barcelona)	4

645	La Capricciosa	12/22/2021	202	MEDITERRANEA	1	Eixample (Barcelona)	4
646	Restaurant Cal Duran	12/15/2021	203	MEDITERRANEA	2	Esparraguera	4,5
647	Cal Sant	12/15/2021	203	MEDITERRANEA	2	Esparraguera	4,5
648	Taps I Tapes	12/15/2021	204	ESPAÑOLA	2	Castellvi de Rosanes	3,5
649	La Taperia	12/15/2021	204	ESPAÑOLA	2	Castellvi de Rosanes	3,5
650	Can Sunyolet	12/15/2021	205	MEDITERRANEA	2	Sant Esteve Sesrovires	3,5
651	Aqqua Restaurant	12/15/2021	205	MEDITERRANEA	2	Sant Esteve Sesrovires	3,5
652	. El Pollo Loco	12/8/2021	206	MEXICANA	2	Lleida	4
653	El Agave Azul	12/8/2021	206	MEXICANA	2	Lleida	4
654	Zeke	12/8/2021	207	MEDITERRANEA	2	Lleida	4
655	La Huerta	12/8/2021	207	MEDITERRANEA	2	Lleida	4
656	Pinot Gastrothèque	12/8/2021	208	MEDITERRANEA	2	Lleida	4,5
657	Kimo	12/8/2021	208	MEDITERRANEA	2	Lleida	4,5
658	Restaurant Bellera	12/8/2021	209	MARISCO	4	Lleida	4,5
659	Restaurant Nou Casa José	12/8/2021	209	MARISCO	4	Lleida	4,5
660	La Toque	11/24/2021	210	MEDITERRANEA	3	Riera de Gaià	3,5
661	L'Hor	11/24/2021	210	MEDITERRANEA	3	Riera de Gaià	3,5
662	Cal Vidal	11/24/2021	211	ESPAÑOLA	1	Santas Creus	4,5
663	BAR RESTAURANTE L'AMADA	11/24/2021	211	ESPAÑOLA	1	Santas Creus	4,5

664	Dgustam	11/17/2021	212	MEDITERRANEA	2	Sant Andreu de la Barca	4
665	O'pote	11/17/2021	212	MEDITERRANEA	2	Sant Andreu de la Barca	4
666	The Chipiron	7/29/2021	213	MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	3,5
667	Can Ramonet	7/29/2021	213	MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	3,5
668	Paella Bar Boquería	7/29/2021	214	MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
669	Can Majó	7/29/2021	214	MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4,5
670	Can Borbo Restaurant	7/29/2021	215	MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4
671	Paco Alcalde	7/29/2021	215	MARISCO	2	Ciutat Vella (Barcelona)	4
672	La Caleta Restaurant Tarragona	8/5/2021	216	MEDITERRANEA	4	Tarragona	4,5
673	AQ	8/5/2021	216	MEDITERRANEA	4	Tarragona	4,5
674	Sesala	8/12/2021	217	MEDITERRANEA	2	Blanes	4,5
675	EL SORRALL	8/12/2021	217	MEDITERRANEA	2	Blanes	4,5
676	Sa Malica	8/12/2021	218	MEDITERRANEA	2	Blanes	4
677	Restaurante Buggy	8/12/2021	218	MEDITERRANEA	2	Blanes	4
678	Racó Sa Palomera	8/12/2021	219	MEDITERRANEA	2	Blanes	4,5
679	Restaurante Sant Antoni	8/12/2021	219	MEDITERRANEA	2	Blanes	4,5
680	Lexi's restaurant & cocktail bar	8/19/2021	220	INTERNACIONAL	2	Eixample (Barcelona)	4,5

681	Bloom Bcn	8/19/2021	220	INTERNACIONAL	2	Eixample (Barcelona)	4,5
682	Fiego	8/19/2021	221	TRADICIONAL	2	Palafrugell	3
683	. Leon	8/19/2021	221	TRADICIONAL	2	Palafrugell	3
684	Lua Wine & Soul Food	8/26/2021	222	MEDITERRANEA	2	Cadaqués	4,5
685	. Celeste	8/26/2021	222	MEDITERRANEA	2	Cadaqués	4,5
686	Massana	9/29/2021	223	MEDITERRANEA	4	Girona	4,5
687	Nu Restaurant	9/29/2021	223	MEDITERRANEA	4	Girona	4,5
688	Els Tinars	9/29/2021	224	MEDITERRANEA	4	Llagostera	4,5
689	Ca la Maria	9/29/2021	224	MEDITERRANEA	4	Llagostera	4,5
690	Arròs i Peix	9/29/2021	225	MEDITERRANEA	2	Girona	4
691	Blanc	9/29/2021	225	MEDITERRANEA	2	Girona	4
692	Marisqueria El Capitan Garfio	10/6/2021	226	MEDITERRANEA	2	El Prat de Llobregat	4
693	La Lluna en un Cove	10/6/2021	226	MEDITERRANEA	2	El Prat de Llobregat	4
694	Rustic restaurant	10/6/2021	227	MEDITERRANEA	2	El Prat de Llobregat	4
695	Espais Vida	10/6/2021	227	MEDITERRANEA	2	El Prat de Llobregat	4
696	Braseria Can Llopart	10/6/2021	228	MEDITERRANEA	2	Cervelló	3,5
697	Guiso & Brasa	10/6/2021	228	MEDITERRANEA	2	Cervelló	3,5
698	Restaurant La Quadra	10/13/2021	229	MEDITERRANEA	2	Maçanet de Cabrenys	4,5
699	EL molí d'en robert	10/13/2021	229	MEDITERRANEA	2	Maçanet de Cabrenys	4,5
700	L'Olivera Restaurant	10/13/2021	230	MEDITERRANEA	2	Peralada	4

701	La parrilla	10/13/2021	230	MEDITERRANEA	2	Peralada	4
702	MÓNDO RESTAURANT	10/13/2021	231	MEDITERRANEA	2	La Bisbal de l'empordà	4,5
703	El Teatret	10/13/2021	231	MEDITERRANEA	2	La Bisbal de l'empordà	4,5
704	Can trunica	10/27/2021	232	MEDITERRANEA	1	Hostalets d'en Bas	4,5
705	Restaurant La Casilla d'en Bas	10/27/2021	232	MEDITERRANEA	1	Hostalets d'en Bas	4,5
706	Font Moixina Restaurant	10/27/2021	233	MEDITERRANEA	2	Olot	4,5
707	Restaurant La Bota	10/27/2021	233	MEDITERRANEA	2	Olot	4,5
708	Buffet Libre Castell De Besalu	10/27/2021	234	MEDITERRANEA	2	Besalú	4
709	Restaurant Oliveras	10/27/2021	234	MEDITERRANEA	2	Besalú	4
710	Restaurant Club Nautic Casa Montero	11/3/2021	235	MEDITERRANEA	2	Ampolla	4,5
711	Amics Del Mar	11/3/2021	235	MEDITERRANEA	2	Ampolla	4,5
712	Can Pinana	11/3/2021	236	TRADICIONAL	2	Ampolla	3,5
713	Marisqueria Nova Devimar	11/3/2021	236	TRADICIONAL	2	Ampolla	3,5
714	El Pòsit de Cambrils	11/3/2021	237	MEDITERRANEA	2	Cambrils	4
715	Les Barques	11/3/2021	237	MEDITERRANEA	2	Cambrils	4
716	Restaurant Port Vell	11/10/2021	238	MEDITERRANEA	2	Aiguafreda	3
717	El Pinos	11/10/2021	238	MEDITERRANEA	2	Aiguafreda	3
718	Vinyam Restaurant	11/10/2021	239	MEDITERRANEA	2	Granollers	4,5
719	Draps	11/10/2021	238	MEDITERRANEA	2	Granollers	4,5

720	. El Cisne	11/10/2021	240	MEDITERRANEA	2	Granollers	3,5
721	El Jardí de Can Figueres	11/10/2021	240	MEDITERRANEA	2	Granollers	3,5
722	Restaurant Can Tastet	11/10/2021	241	MEDITERRANEA	2	Sant Feliu de Codines	4
723	Can Segura Hotel	11/10/2021	241	MEDITERRANEA	2	Sant Feliu de Codines	4

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3: Lista de restaurantes que aparecen en *Joc de cartes*, pero que no se han contemplado en este estudio.

	Restaurante	Fecha de emisión	Observaciones
Foodtrucks			
	Fuxia Barcelona	02/05/2018	Foodtruck ganador
	The cine food	02/05/2018	
	Happy foodtruck	02/05/2018	Foodtruck ganador
Hostales			
	Cal semi	28/08/2019	
	Hostal Pedraforca	25/09/2019	Hostal ganador
	Hostal les fonts	25/09/2019	
	EL jou	25/09/2019	
	Hotel mas sola	29/09/2021	
	Cal batista	25/09/2019	
Escuela de hostelería			
	Escuela Albert	18/12/2019	
	Hoteleria joviat	18/12/2019	Escuela ganadora
	Esth sant ignasi	18/12/2019	
Catering			
	Airolo	11/07/2018	
	Just Royal	11/07/2018	Catering ganador
	Lapetrella Càtering	11/07/2018	
Restaurantes que no se encuentran en TripAdvisor			
	Comolocas	08/06/2017	
	El Groc	15/06/2017	Cerrado

	Casa Higinio	01/06/2017	
	Dans la noir	18/05/2017	
	Passionshow	18/05/2017	Espectáculo
	Alkaline	18/05/2017	
	Bobo pulpin	22/06/2017	Cerrado
	Eggs	22/06/2017	Cerrado / Restaurante ganador
	Jardins de la mercè	29/06/2017	Cerrado
	Lleva taps	29/06/2017	Cerrado
	Casa mercè	06/07/2017	
	L'estel de la mercè	06/07/2017	No constan opiniones
	Les fulles d'en Jordà	13/07/2017	
	El picnic Platja	10/08/2017	
	Espigol	11/04/2018	Cerrado
	Tatau l'antiquari	18/04/2018	Cerrado
	ZiNbar restaurant	16/05/2018	Cerrado/ Restaurante ganador
	Summak	16/05/2018	Cerrado
	Admir	16/05/2018	Cerrado
	Cal teixidó	28/08/2019	Cerrado
	Ca la manoli	02/10/2019	
	Suka	09/10/2019	No constan opiniones
	Bar la trobada	23/09/2019	
	Espai terres llunyanes	30/10/2019	No constan opiniones
	Beerreria	06/11/2019	
	Bmai	04/12/2019	

	Kokoro	27/11/2019	
	La mar bonica		
	Fora de carta	09/09/2020	
	La presa	06/11/2019	
	Racó d'en David	21/08/2019	Cerrado
	Escorxador	14/10/2020	
	Can lletes	15/12/2021	
	Bar altafulla	24/11/2021	
	Terraseta del san martin	24/11/2021	Cerrado
	Percador ermitaño	04/11/2020	
	Restaurant caracol	04/11/2020	
	Mara	04/11/2020	
	La parra	05/08/2021	
	Forevevents valls	05/08/2021	
	Artesa cafe	06/10/2021	
	El fauma canet	13/10/2021	
	Can marques	03/11/2021	
	La mamarratxa	17/11/2021	

Fuente: Elaboración propia