

Millennials y Gen Z lideran turismo gastronómico global

Por el Staff de *El Inversionista*

Los millennials son quienes más fortalecen esta tendencia porque, según Travel and Tour World, más del 60 por ciento de ellos ha elegido un destino motivado por su oferta culinaria



Sí viajar fuera un banquete para los jóvenes millennials o de la Generación Z, entonces playas, museos y monumentos serían los aperitivos, y los restaurantes, los platillos principales.

Así lo han detectado especialistas en estudiar una nueva tendencia global: el turismo gastronómico.

Según un estudio de Grand View Research, el turismo culinario es el apartado de lujo más destacado en el mundo, con un incremento estimado

de 9.5 por ciento anual hacia 2030, lo cual lo sitúa arriba de otras experiencias exclusivas como safaris o expediciones de aventura.

Los millennials son quienes más fortalecen esta tendencia porque, según Travel and Tour World, más del 60 por ciento de ellos ha elegido un destino motivado por su oferta culinaria.

Su costumbre de tomar fotos y compartir las en redes sociales no solamente cataliza la publicidad



de restaurantes y chefs, sino que también ayuda a globalizar aún más la tendencia del turismo gastronómico.

"La generación Z sigue sus pasos, pero con una visión más crítica y consciente: buscan autenticidad, sostenibilidad y conexión con la comunidad local. Para ellos, la experiencia no está en la mesa más exclusiva, sino en lo callejero, lo espontáneo y lo que les permita integrarse en la vida cotidiana de un destino", explica un análisis de la agencia mexicana de relaciones públicas Another Company.

"Esta mirada fresca explica por qué son quienes más demandan experiencias inmersivas y gastronómicas que van más allá del simple acto de comer", agregó.

Por su parte, añade que aunque las generaciones mayores como la X o los baby boomers participan en menor medida, su impacto está en el gasto:

- * Valoran la calidad
- * La comodidad

* Hospitalidad

Apostando por experiencias premium como catas, cenas exclusivas y propuestas gastronómicas de alto nivel.

"Sin embargo, son los millennials y la generación Z quienes marcan la pauta cultural: convierten a la gastronomía en el motor que inspira viajes, genera conversación y redefine la manera en que destinos y marcas se comunican", enfatiza la agencia.

Por otro lado Luxe Landscapes Report revela que para los viajeros de lujo la comida es ya el desencadenante principal de un viaje: 88 por ciento la considera decisiva a la hora de seleccionar el destino, y 82 por ciento prioriza visitar un restaurante nuevo en cada itinerario.

La tendencia mundial demuestra que los viajeros cada vez asocian más un destino con la comida que con la arquitectura o los paisajes; es decir, en la actualidad el sentido del gusto predomina sobre el sentido de la