Turismo gastronómico, fenómeno local de alcance universal (Opinión Finca Loranque)

19, diciembre

Por fín, la todopoderosa Organización Mundial de Turismo (OMV) considera la gastronomía como un elemento clave y fundamental del destino turístico. Una obviedad, porque todos conocemos a alguien que planifica su viaje con la excusa de visitar un gran restaurante, pasear por calles atestadas de pintxos y tapas, visitar bodegas y catar sus vinos. Pero en su último informe, por decirlo de alguna manera, oficializa el turismo gastronómico y lo equipara a otros más afianzados en el tiempo.

Lo más importante que aporta la gastronomía es su carácter de elemento clave para diversificar la oferta turística y de estimulación del desarrollo económico local, regional y nacional, con valores de sostenibilidad basados en el territorio, el paisaje, los productos locales y la autenticidad; todos ellos en consonancia con las actuales tendencias de consumo cultural. No en vano, como han destacado los autores del informe, “el territorio, y con él su historia y tradiciones, son la base de la oferta gastronómica de un lugar, un elemento fuente de la identidad local que le diferencia de otros”

Mercado en crecimiento

Ya es un hecho constatado que la gastronomía va ganando posiciones entre las motivaciones para elegir destino, lo que se ha traducido en un creciente desarrollo de la oferta basada en productos locales de calidad y la consolidación de un mercado en clara tendencia al alza que le ha convertido en uno de los más dinámicos del panorama internacional.

Y es que, el turista hoy en día, con más práctica, renta disponible y tiempo libre, viaja buscando experiencias, ámbito en el que la gastronomía está desempeñando un papel cada vez más importante como parte, además, de un estilo de vida sofisticado, asociado a la buena vida y al bienestar económico de un consumo exclusivo y de alta calidad de productos locales.

Varios estudios han coincidido en que los turistas viajan a los destinos que han establecido una reputación como un lugar para experimentar con productos locales de calidad. De hecho, en el mundo del turismo hay destinos influyentes cuya imagen de marca se conecta con valores gastronómicos en diferentes niveles de intensidad, España entre ellos, pero también Francia, Italia, Grecia, Bélgica, Portugal, Estados Unidos.

El Enoturismo, protagonista fundamental

Y aquí es donde el enoturismo se sitúa como protagonista destacado. Hasta el punto de que el informe destaca dos regiones concretas: los valles de Napa y Sonoma, en California. Dos regiones en las que la actividad de las bodegas marca su impronta.

En nuestro país, debemos aprovechar lo bien que se están haciendo las cosas en este segmento, las posibilidades de crecimiento que existen y, no nos olvidemos, ligarlo con el valor añadido fundamental de que la dieta mediterránea fuera designada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco en noviembre de 2010.

La satisfacción del consumidor, en cumplimiento de sus expectativas, permitirá al destino fidelizarle incrementando su intención de repetir estancia. No en vano “la gastronomía de calidad es un factor decisivo en la satisfacción, ya que produce un recuerdo imborrable en la experiencia vivida por el turista”, como indica el informe de la OMT.

En suma, el turismo gastronómico es un fenómeno local de alcance universal que se encuentra en una clara fase de crecimiento, con un impacto positivo en la economía, el empleo y el patrimonio locales. Su desarrollo, además, contribuye a mejorar la percepción general del destino.

Comentarios

- - 16/11/2023 01:16

Artículo siguiente:
https://www.fincaloranque.com/es/blog/Posts/show/montaz-anteny-satelitarnej-polsat-box-106