

Els clients de restaurants de luxe els trien per satisfacció, segons un estudi

El postureig o demostrar cert estatus social no és el principal motor d'atracció dels restaurants de luxe, sinó el gaudi i la satisfacció que proporcionen aquestes experiències gastronòmiques.

Així ho posa de manifest un estudi de la Universitat de Lleida (UdL) amb participació de la Universitat Jaume I de Castelló (UJI),

recentment publicat a la revista *International Journal of Gastronomy and Food Science* i signat per la professora de la UdL Natàlia Daries juntament amb

Una anàlisi de la UdL insta a incloure'ls com a recurs turístic

Eduard Cristóbal-Fransi (UdL), Javier Sánchez (UJI) i Estela Mariné (UdL).

Els resultats han evidenciat que els clients amb menors nivells de renda i les dones els valoren i recomanen més. L'estudi conclou que aquests establiments han de tenir un paper important en la planificació de la destinació turística.



FOTO_ UdL El professorat de la UdL autor de l'estudi