

Cada vez más argentinos eligen usar su plata para viajar en vez de ahorrarla para que la hereden sus hijos

13/04/2025



La pandemia de coronavirus, que irrumpió hace cinco años, dejó cambios de hábitos que persisten en el tiempo -como el uso del alcohol en gel-, pero también modificó la percepción de la vida y del tiempo. La certeza de que todo puede dar un vuelco de un día para otro reconfiguró los vínculos sociales y familiares y cada vez son más los argentinos dispuestos a disfrutar experiencias, una tendencia que se refuerza entre los baby boomers, la generación más vulnerable al virus.

Según un estudio de Booking sobre predicciones de viaje 2025, el 53% de los argentinos prefiere gastar su dinero en un viaje

en lugar ahorrarlo para dejar una herencia a sus hijos y este porcentaje asciende al 63% entre los baby boomers, es decir, mayores de 61 años.

Pero la tendencia es más amplia, se basa en priorizar el disfrute, pero también los vínculos familiares. De hecho, esta disposición a gastar no significa que los hijos queden desamparados. Un número importante de padres también está decidido a **utilizar ese dinero para pagar parte del viaje de sus hijos y de sus nietos**, lo que impulsa con fuerza los **viajes multigeneracionales**. La investigación reveló que esa tendencia se registra en el 88% de los baby boomers.

Compartir experiencias, una tendencia que se afianza

Este fenómeno sugiere un cambio en el concepto de legado, como explicó a **TN** la psicóloga y sexóloga **Mariana Kersz**. “Estamos hablando de bienestar; de disfrute; de ocio; de compartir vínculos; de compartir momentos; de hacer historia en la familia. Antes la idea de herencia o de heredar estaba más ligada al cuidado, casi como un transmitir valores y bienes. Hoy el legado es otro; tiene que ver más con las experiencias; con la calidez del momento; con el tiempo compartido”, explicó.

En ese cambio, la base de la herencia sigue siendo similar. Para Kersz **“los viajes multigeneracionales son una oportunidad para hablar del respeto, de la familia, de los valores, de las costumbres, de los vínculos; para reforzar la idea de la familia como una unión”**.



Megaviajes Multigeneracionales



88%

Los baby boomers están dispuestos a **pagarle a sus hijos/nietos** el próximo viaje

53%

Preferiría gastar plata en un viaje increíble en 2025 **en vez de dejar una herencia** a sus descendientes

61%

Admitieron que sus padres le pagaron las vacaciones o una parte desde que son adultos

Fuente: Booking.com



Un número importante de padres, sobre todo baby boomers, está decidido a utilizar el dinero de una herencia para pagar parte del viaje de sus hijos y de sus nietos. (Infografía: Sebastián Neduchal / TN)

Así, los viajes **se convierten en una forma de dejar a las nuevas generaciones bienes intangibles**. “Es muy interesante, porque son una parte de la herencia que quizás no es tangible en cuanto a dinero, o no es que el abuelo dejó un departamento, sino que se viajó con él, que se **crearon experiencias** con la abuela. Esos recuerdos con los padres y los abuelos son para toda la vida”, agregó la psicóloga.

No obstante, también señaló la **importancia del diálogo a la hora de tomar estas decisiones, para no afectar los vínculos**. “Puede ser un gran desafío para lo que necesitan el dinero, la propiedad o el objeto concreto de herencia. Por eso es importante siempre el diálogo como parte de esa construcción y que no implique un descuido”, indicó.

“Es una forma de evolución y de cambio, propia de este siglo, donde lo material, por una cuestión también económica, ya no tiene el peso que tenía años atrás. Y hoy **las personas**

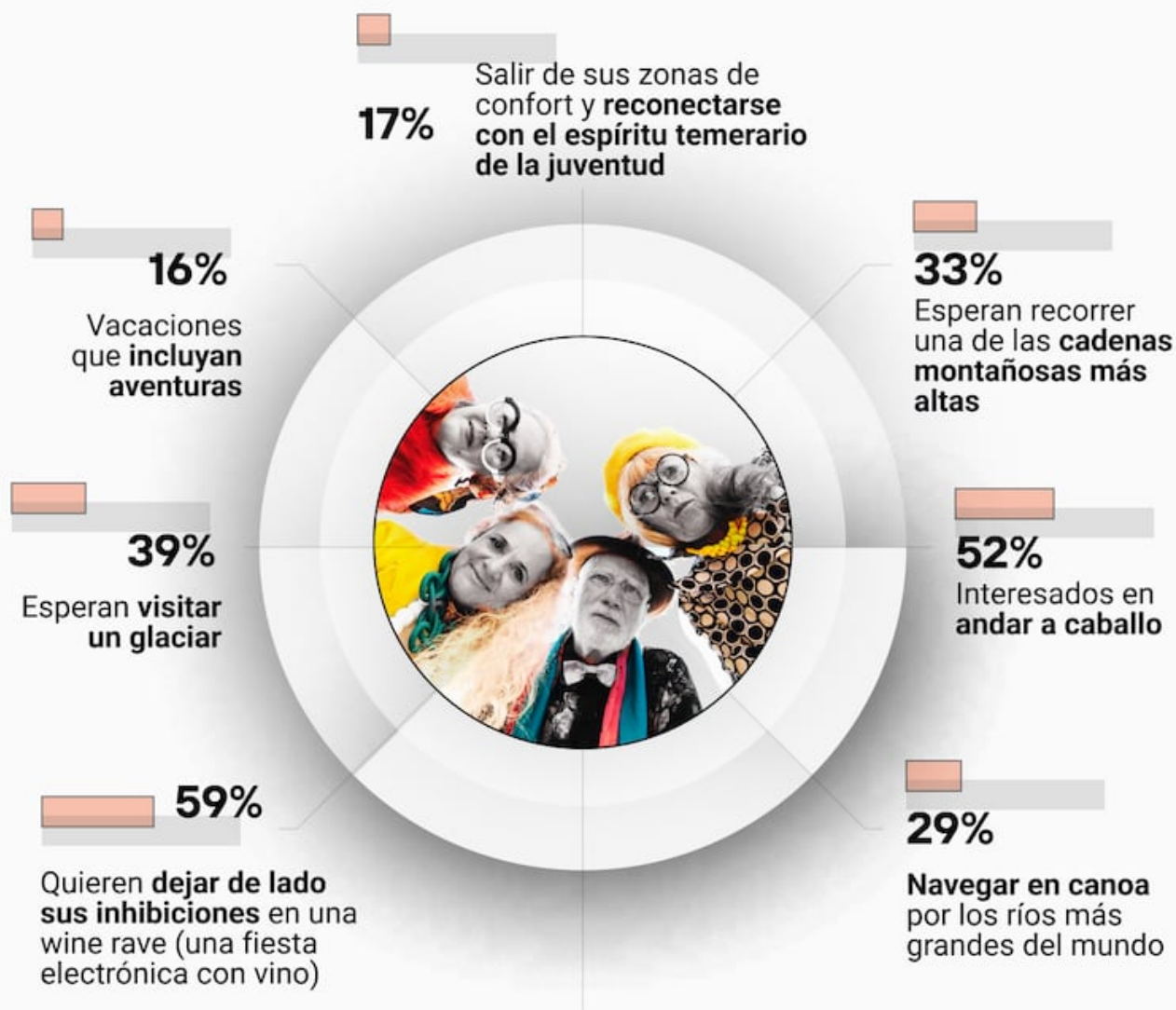
prefieren invertir en experiencias, construir esas experiencias y llevarlas a cabo como una oportunidad para fortalecer el amor y los vínculos. Tiene que ver con algo que va mucho más allá del dinero en sí, que prioriza el bienestar y la memoria intra e intergeneracional”, concluyó.

Disfrutar mientras se puede decidir

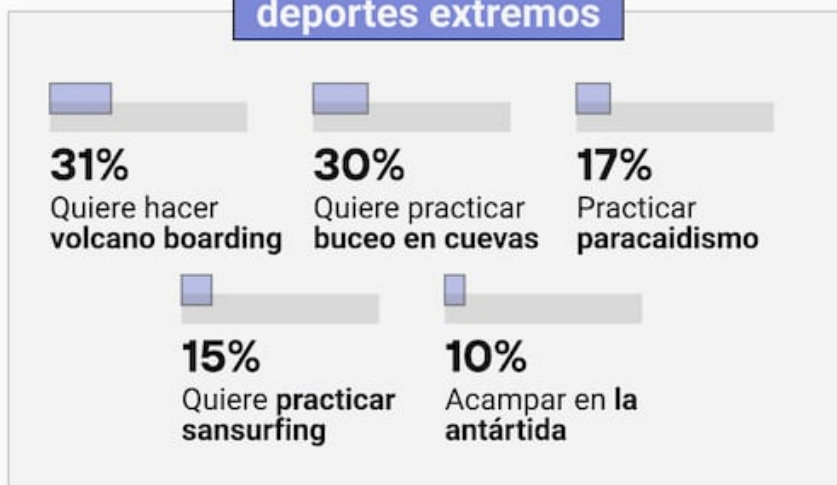
La psicóloga **Cintia Delamata** (MN 33239) compartió una perspectiva diferente sobre el auge de los **viajes**. “Se ve mucho en lo que tiene que ver con la **ansiedad**. La ansiedad tiene que ver con una energía psíquica que no está tramitada, encauzada correctamente. **Viajar es una manera de mantener a raya lo que no se puede enfrentar. Viajando se huye de los compromisos**”, dijo.



Aventuras sin edad



Quieren hacer deportes extremos



La inversión en experiencias, especialmente en las compartidas con la familia, ganan terreno sobre la tradicional idea de la herencia material. (Infografía: Sebastián Neduchal / TN)

Sin embargo, destacó el valor de compartir experiencias familiares y de tener el poder de la decisión, que las distintas cuarentenas sacaron a miles de personas entre 2020 y 2021.

“La pandemia hizo que muchas familias se separen, se desmiembren. No se trata solamente de la finitud de la vida, sino de cómo se la vive. Para personas que estuvieron lejos de sus familias, los viajes multigeneracionales son una oportunidad para compartir con la familia mientras se tiene posibilidad de elegir, de planificar, sin esperar a que nos dejen hacerlo”, analizó.

Tendencias baby boomers

El estudio de Booking reveló también otros datos respecto de los ***baby boomers***:

- **Un 16%** de los miembros de esta generación está interesado en **vacaciones que incluyan aventuras** y el **17%** está ansioso por **salir de sus zonas de confort** y reconectarse con el espíritu temerario de la juventud.
- El **52%** está interesado en **andar a caballo**, y un **59%** en dejar de lado sus inhibiciones en una **wine rave** (una fiesta electrónica con vino).
- El **29%** quiere **lanzarse al agua para navegar en canoa** por los ríos más grandes del mundo, el **33%** espera calzarse las botas de montaña para **recorrer una de las cadenas montañosas más altas**, mientras que el **39%** espera visitar un **glaciar**.
- Un **32%** está interesado en hacer **volcano boarding**; un **30%** en practicar **buceo** en cuevas; un **17%** **paracaidismo**; un **15%** **sandsurfing**, y un **10%** **acampar en la Antártida**.

Proyecciones para los viajes multigeneracionales

Según el estudio, la tendencia de los viajes multigeneracionales en 2026 “va a adoptar un matiz cada vez más altruista a medida que los miembros más grandes de la familia quieran repartir la plata entre sus familiares para ayudar a las generaciones más jóvenes a sobrellevar la crisis del costo de vida, pagando las vacaciones”.

“Esto garantiza que puedan crear nuevos y magníficos recuerdos, disfrutando los frutos de su trabajo junto con la familia, en lugar de simplemente llenar las cuentas bancarias de la próxima generación”, agregó.

En ese contexto, el informe indicó que “mientras que el 61% de los viajeros admitieron que sus padres pagaron las vacaciones o una parte desde que son adultos”, estimó que “es probable que los *baby boomers* influyan en un repunte, gracias a que el 88% de este grupo está dispuesto a pagarle a sus hijos el próximo viaje y el 88% a sus nietos”.

La inversión en experiencias, especialmente en las compartidas con la familia, ganan terreno sobre la tradicional idea de la herencia material. Así, los viajes multigeneracionales se perfilan como una tendencia clave para el futuro, bajo la premisa de fortalecer lazos y crear recuerdos inolvidables.

Créditos:

Infografías y portada: Sebastián Neduchal

Visualización de datos: Damián Mugnolo

Editora: Paola Florio

Fuente: TN