

Ventas por viajes de lujo superan los 21,200 mdd

Islandia, África y la Antártida son los destinos y regiones favoritas de los turistas en este segmento

Alberto Romero / Enviado
alberto.romero@eleconomista.mx

LAS VEGAS, Nevada. La red de agencias de viajes Virtuoso reportó ventas anuales por 21,200 millones de dólares en el segmento de viajes de lujo y experiencias, afirmaron directivos de la compañía durante el Virtuoso Travel Week, que se realiza en Las Vegas, Nevada.

Este evento, considerado por la industria turística como el Fashion Week de los viajes, reunió a 5,670 afiliados a la red Virtuoso y estima generar 327,000 citas individuales de negocios y ventas por 420 millones de dólares al cierre del mismo.

De acuerdo con la compañía, los cinco países o regiones preferidos para realizar viajes de lujo a nivel global son Islandia, África, la Antártida, Cuba e Islas Galápagos. Y las cinco tendencias clave a nivel internacional son los viajes multigeneracionales, de aventura, cruceros, en familia y de celebración.

En cuanto a las actividades preferidas de los viajeros y que muestran mayor crecimiento

con respecto al año pasado, destacan las experiencias locales, que crecieron sus ventas 15.3%, seguidas de los viajes en crucero, que aumentaron 14.6%, y de los tours, que crecieron 9.1% en ventas.

Sin embargo, las reservaciones para el 2018 apuntan al fortalecimiento de los cruceros en las preferencias de los viajeros, con 21.6% de las reservas confirmadas al momento, seguidos por las experiencias locales, con 10.8% de las reservaciones, y de los tours, con 7% de las previsiones de viaje.

También se informaron los primeros resultados de Virtuoso.com, herramienta online para hacer reservaciones de hotel que fue lanzada en abril de este año y ya reporta ventas por 1.6 millones de dólares, con una tarifa promedio de hotel que supera los 600 dólares por día y una tasa de repetición en clientes de 50 por ciento.

SUSTENTABILIDAD, EL NUEVO LUJO

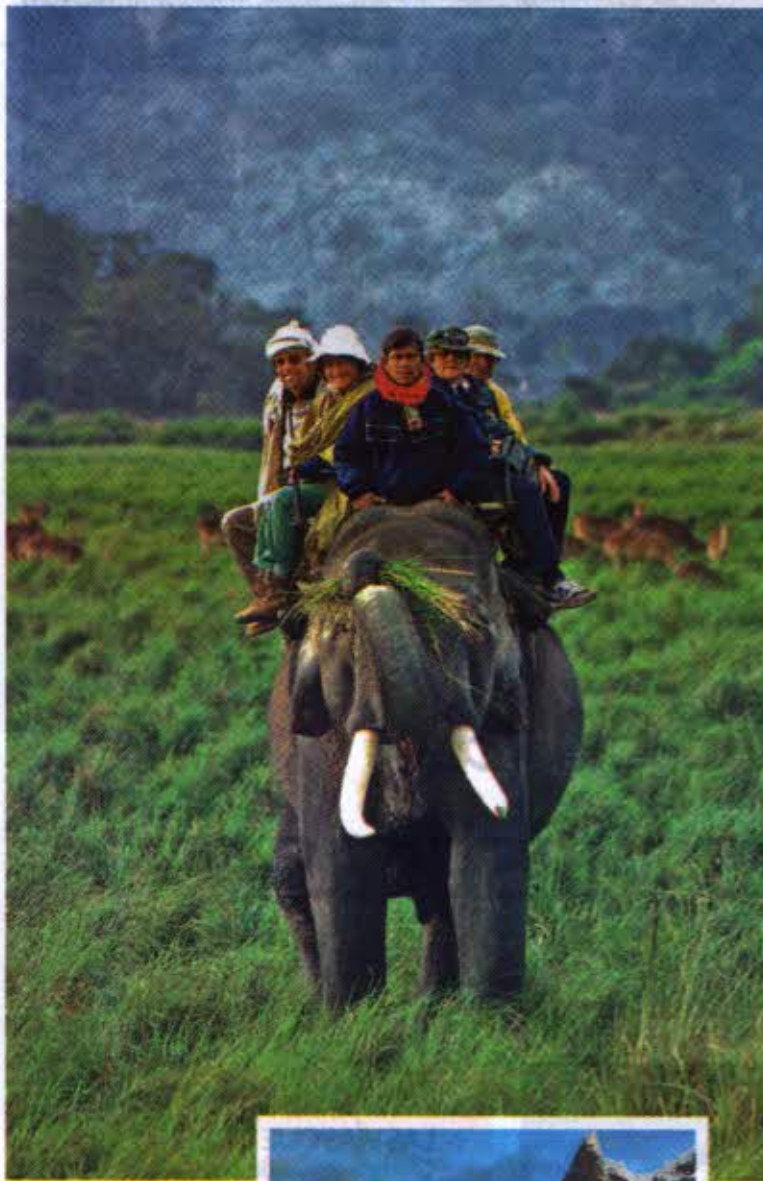
De acuerdo con el CEO de Virtuoso, Matthew Upchurch, ha-

21.6%

de las reservas confirmadas para el próximo año son de viajes en crucero de lujo.

ce algunos años se pensaba que las agencias de viajes estaban condenadas a desaparecer; sin embargo, se han fortalecido porque ofrecen un contacto humano que el viajero de lujo valora: "Es la conexión humana y cómo hacemos sentir a nuestros clientes lo que hace diferencia", afirmó.

En materia de sustentabilidad, Upchurch dijo que los viajes sostenibles son tendencia en el segmento de lujo, principalmente, los orientados en tres aspectos: medio ambiente, preservación de la cultura y economía local: "La sustentabilidad está siendo cada vez más importante en lo que hacemos y hoy más clientes están interesados en viajar con criterios sustentables. Hay muchas historias que están pasando y que debemos contar", concluyó.



LAS EXPERIENCIAS locales y los viajes en crucero son las actividades favoritas de este segmento.

FOTOS: ARCHIVO