

VIRTUOSO

CAMBIO DE HÁBITOS IMPULSA TURISMO

BABY BOOMERS, GENERACIÓN X, MILLENNIALS Y CENTENNIALS ESTÁN VIAJANDO MÁS QUE NUNCA, LO QUE HA DETONADO EL TURISMO MUNDIAL. Y MÉXICO ES UNO DE SUS LUGARES PREDILECTOS, DEBIDO A LAS EXPERIENCIAS QUE OFRECE A LOS VIAJEROS.

POR ULISES NAVARRO Y SERGIO CASTAÑEDA

Ya sea por placer o por negocios, juntos o solos, *baby boomers*, generación X, *millennials* y *centennials* están viajando más que nunca, lo que ha detonado el turismo a nivel mundial, que en 2017 tuvo uno de sus mejores años, al registrar un crecimiento de 7%, con un total de 1,322 millones de llegadas de turistas internacionales, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT).

¿A qué se debe este fenómeno? ¿Qué es lo que buscan estas generaciones de viajeros? De acuerdo con Matthew Upchurch, presidente y director ejecutivo de Virtuoso, una red global de viajes de lujo fundada en 1951 por Allen Travel, que hoy cuenta con poco más de 375 agencias en 32 países, 1.4 millones de viajeros y más de 1,700 proveedores de los mejores hoteles, cruceros, líneas aéreas, complejos y operadores turísticos, las personas están cambiando sus hábitos de consumo. Ahora prefieren viajar a comprar un bien inmueble, un vehículo nuevo, joyas, un reloj de marca o una bolsa de diseñador; y buscan las mejores experiencias, como cruceros, expediciones y resorts de lujo.

1,300

millones de personas en todo el mundo viajaron el año pasado.

8°

lugar ocupa México en captación de turistas a nivel mundial.

10,504

millones de dólares fue el superávit de México por turismo.

22

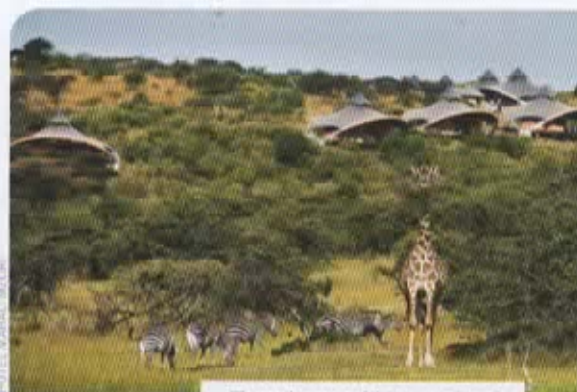
es el lugar que ocupa nuestro país en competitividad turística.



Los viajeros de distintas generaciones buscan resorts de lujo y cruceros.

Lo mismo sucede con los viajes de negocios o reuniones, donde empresas y organizadores de eventos buscan lugares que no solo cuenten con grandes recintos y hoteles de buen nivel, sino también con una buena oferta de amenities para sus directivos y asistentes a exposiciones, congresos y convenciones.

“Esta es la primera vez que tenemos cuatro generaciones viajando en la cantidad en que lo están haciendo; nunca había pasado. Estamos en una época en que la gente prefiere posponer la compra de un auto nuevo o de una bolsa de lujo, para viajar con su familia, con su



El continente africano es uno de los destinos preferidos para el viajero de lujo latino y asiático.



pareja o solos. Y los números no mienten: más de 1,500 millones de personas en todo el mundo viajaron el año pasado. Eso está ayudando al turismo, ya que los inversionistas siguen apostando por este sector, invirtiendo miles de millones de dólares en desarrollos turísticos (sobre todo en hoteles y resorts de lujo), cruceros, etcétera”, explica.

¿Y cuáles son los destinos más buscados por los viajeros internacionales? Estados Unidos, Europa, África, Asia y México en Latinoamérica, debido a su riqueza cultural (tradiciones, pueblos coloniales, zonas arqueológicas y gastronomía) y destinos de playa.

“México siempre ha sido el número dos para nuestro negocio en Estados Unidos. Es el lugar preferido del viajero de lujo estadounidense, que es gente educada, curiosa, líder en sus comunidades; así que cuando visitan un lugar

“México siempre ha sido el número dos para nuestro negocio de lujo en Estados Unidos”, dice Matthew Upchurch, de Virtuoso.

como México suelen ir a pueblos coloniales o mágicos (111 opciones), a resorts de lujo. Son ciudadanos modelo que no creen todo lo que se dice de México en CNN o en los periódicos, y que han cambiado la percepción que se tiene del país. Además, gastan cinco o 10 veces más que el turista promedio. Son un gran aporte para el turismo y los países en todos los sentidos”, subraya Upchurch.

Y para el viajero latinoamericano de alta gama, ¿cuál es el destino preferido? África es uno de ellos, comenta el ejecutivo. “Para este tipo de viajes es necesario reservar con uno, dos o tres años de anticipación, porque son muy cotizados. Hay 100 millones de chinos con pasaporte que buscan este y otros destinos. Así que si se quiere lo mejor, hay que anticiparse. Para ello Virtuoso cuenta con una herramienta digital, llamada Game of Vacations, muy parecida a Netflix, pero relativa a los viajes, donde nuestros socios (clientes) pueden ver videos de todos los países del mundo y planear sus vacaciones en el corto, mediano y largo plazo”, finaliza el ejecutivo. 📌

TURISMO DE ALTURA

> **EL PALACIO DE LA CULTURA Y LA COMUNICACIÓN (PALCCO)**, considerado como uno de los espacios más importantes e innovadores para la industria del turismo, negocios y cultura, cumplió dos años de haberse inaugurado. Durante este tiempo, el PALCCO ha trabajado con 360 empresas que generaron 221,967 visitantes. El recinto cuenta con tres auditorios que tienen una capacidad de hasta 5,000 personas. También posee centros de negocios, una sala de juntas y dos salones panorámicos. Además, cuenta con el Museo de la Radio y Televisión, Escuela de Música y Academia de Danza.

> **MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL** puso en operación el desarrollo Paradisus Playa Mujeres, ubicado a solo 35 minutos del Aeropuerto de Cancún y a 10 minutos del centro de la ciudad, justo enfrente de Isla Mujeres. El complejo se caracteriza por sus playas de fina arena blanca y vistas espectaculares del mar Caribe. Se encuentra en una privilegiada comunidad privada, desarrollado en torno al campo de golf diseñado por el maestro Greg Norman e integrado alrededor de una exclusiva marina con 176 amarres.

> **AEROMAR** reforzó su presencia en la ciudad de Morelia, Michoacán, al aumentar de 14 a 24 el número de operaciones semanales de su ruta Ciudad de México-Morelia-Ciudad de México. Esto con el objetivo de ofrecer a los usuarios vuelos, tanto por la mañana como por la noche, y así facilitar el desplazamiento de turistas y de ejecutivos.

> **EL AEROPUERTO** Internacional de Zacatecas fue distinguido por la Profepe, la STPS y la Sector por sus buenas prácticas ambientales, sociales y de servicio. También se reconoció la responsabilidad social empresarial en ámbitos estratégicos, como la calidad de vida y la ética empresarial.