

Viajes a la **carta**

NAVEGAR A VELA POR LA ANTÁRTIDA, RECORRER CHINA SIGUIENDO LOS RÍOS DE UN POEMA O CONOCER 'IN SITU' A LA ETNIA HIMBA EN NAMIBIA. CUALQUIER EXPERIENCIA ES POSIBLE PARA LOS SASTRES DE SUEÑOS VIAJEROS.

POR AMAIA ARTETA / ALFONSO PÉREZ



El mandato del cliente era muy claro: diseñar un viaje fuera de lo común, asombroso. La maquinaria de Nuba Expediciones se puso a trabajar y... ¡voilà!, la idea surgió provocadora: navegar a vela por la Antártida. Pero el verdadero reto venía ahora: había que concretar esta propuesta y hacerla realidad, máxime cuando se trataba de movilizar a un grupo de treinta personas, clientes todos de una multinacional de bebidas espirituosas. Sin pensárselo dos veces, Francisco Balaguer, *Kiko*, director general de la agencia, viajó a Argentina para reunirse con un gran gerifalte de las Fuerzas Aerotransportadas del país, con quien mantuvo la siguiente conversación:

–Me gustaría llegar en avión a la Antártida –le confesó al militar.

–Complicado, la pista de aterrizaje es de *permafrost* [tierra compactada]. Sólo aterrizan los aviones militares *Hércules* –replicó imparable.

–Perfecto, quiero dos –contestó *Kiko* sin inmutarse.

–Tiene sus limitaciones: los aviones no tienen cinturones de seguridad ni calefacción ni cuartos de baño.

–Bueno, pues se ponen –zanjó sonriente el directivo español.

Su labia, empatía y persistencia acabaron por derribar los últimos muros para llevar al grupo hasta la base argentina científico-militar de Marambio, en el continente polar. Allí esperarían cuatro veleros, con sus respectivos capitanes polares, para disfrutar de una jornada de navegación por las aguas glaciales. Un completo programa que, con un colofón por tierras de la Patagonia, supuso un año de trabajo y preparativos, incluida la contratación de un equipo de más de veinte especialistas, entre ellos, uno que había coronado cuatro veces el Everest, un profesor de biología y un cámara de cine.

“Ejecutamos sueños”, concluye *Kiko*, que lleva más de quince años dedicándose a descubrir rincones, conocer culturas y recuperar la figura del viajero, ese concepto tan alejado

La clave está en conocer muy bien al cliente para hacer realidad sus ilusiones

del turista estandarizado y de masas imperante en la actualidad.

Hablamos de viajes diseñados a medida como un sastre confecciona un traje. De una elaboración casi artesanal. “Los destinos no se pueden inventar, pero el viaje es diferente para cada persona”, corrobora Sandro Perin, consejero delegado de Bradipo Traveler Designer. Esta empresa italiana, que el año pasado desembarcó en España, se define como “una *boutique* del viaje de alta costura”, especializada en ofrecer experiencias a medida para viajeros que buscan algo fuera de lo convencional.

Pasión por los detalles

No hay nada imposible: desde amanecer en globo sobre el Serengeti, meditar en un lamasterio en Bután y disfrutar de una cena privada en un templo de Bagán (Myanmar) hasta dormir en el hotel Francis Ford Coppola en Belice, sobrevolar Tokio en helicóptero o recorrer Mongolia a caballo durante tres semanas. Son viajes que se preparan *ad hoc*.

La clave: conocer al cliente, sus gustos, fobias, ilusiones, pasiones... para agasajarle como es debido. Bra-



LUJO EN EL HIELO

De la Patagonia chilena a la argentina a bordo de un crucero de lujo para atravesar la Avenida de los Glaciares y emular a los primeros expedicionarios. El viaje incluye desde contemplar en *zodiac* una pequeña colonia de pingüinos magallánicos y visitar en *kayaks* la Bahía Dorita hasta relajarse en las termas de Puyuhuapi, un hotel-spa con piscinas a orillas del mar. Precio: de 3.000 a 4.180 euros (sin vuelos). **Contacto:** www.nuba.net

dipo, por ejemplo, ubica sus *boutiques* en pisos en zonas *prime* de las ciudades para ofrecer un servicio más discreto y exclusivo. “Somos como un consultor de viajes”, dice. Desde que un cliente visita sus oficinas, esta agencia tarda en torno a cinco días en preparar un programa personalizado de viajes.

Todo pensado con un único propósito: vivir experiencias irrepetibles. Como las que Catalina Gómez guarda imborrables en su memoria: los colores de Namibia, el contraste

de su paisaje y la experiencia de conocer *in situ* a los Himba, un pueblo nativo seminómada que conserva el estilo de vida desde hace siglos. “Buscábamos sentir la experiencia de estar en un lugar único y ver la Cruz del Sur en Damaralán lo es”, confiesa. Esta empresaria lleva ocho años de viajera impenitente de la mano de Nuba, una aventura en la que empezó por trabajo –tuvo que preparar un viaje de incentivos especial– pero que se ha convertido en su pasión y en la de su marido.

Pero el viaje comienza mucho antes, con los preparativos y el diseño pormenorizado, que implica un esfuerzo logístico para mantener fuera de casa el nivel de vida del cliente en lugares que se salen de los circuitos convencionales. Como cuando en Viajes Mundo Amigo recibieron el encargo de preparar un recorrido por los ríos que se citan en los poemas chinos antiguos (s.X al s.XII). “El problema era que los textos estaban en mandarín y hubo primero que traducirlos al cantonés actual. El cliente manejaba mapas de la época y la mayoría de topónimos no coincidía”, recuerda Mikel González, director de Producto de esta agencia especializada desde 1999 en viajes culturales, científicos, de arquitectura y arte contemporáneo y de autor.

Al final, se diseñó un recorrido de veinte días para seis personas –la mujer y algunos amigos– por la confluencia de los ríos Hsiao y Hsiang, a las afueras de Lingling, para ver la gruta de Longmen; realizar un crucero por el río Lijiang y visitar el canal Lingqu, uno de los tres proyectos de conservación de agua en la época antigua. La ruta se completó con estancias en Pekín, Xián y Taipei.

Un grado de conocimiento del terreno que viene de trabajar sólo con proveedores locales y una red de correspondientes en cada des- ▶

► tino, huyendo de los mayoristas habituales. “En Nuba cuidamos los detalles como comprobar la potabilidad del agua o estudiar la idoneidad y orientación de las habitaciones. Sólo si conoces muy bien los destinos y a los proveedores puedes saber esos detalles que pueden aguar un viaje”, explica *Kiko*. Esta agencia, de hecho, trabaja con una cartera de cuarenta destinos de los que es gran conocedora, evita lugares masificados y ofrece un producto propio con un servicio exclusivo –a los clientes se les recoge en limusina en casa–.

Además, en el viaje se involucra a una serie de especialistas que asesoran en la preparación y actúan de guías privados. Viajes Mundo Amigo, por ejemplo, logró que el prestigioso arquitecto japonés Arata Isozaki guiara para uno de sus grupos una visita al museo privado Hara, la pinacoteca de arte contemporáneo más importante de Tokio, y concertar visitas a las colecciones privadas de constructores japoneses. O el placer de visitar excavaciones en Egipto no abiertas al público de la mano de un egiptólogo.

El precio de un sueño

Pero este mundo de ensueños tiene un precio no apto para todos los bolsillos. El programa medio de Nuba es de 4.000 euros por persona. Aunque en esto no hay límites por arriba y se han llegado a con-

LOS FARAONES NEGROS

Viajes Mundo Amigo trabaja en un destino desconocido para el español: Sudán. Nueve días por la llamada *Tierra de los Faraones Negros*, un territorio nubio en la zona Norte entre Jartum y Wadi-Halfa. Precio estimado: 3.500 euros/persona. **Contacto:** www.mundoamigo.es



El cliente habitual es una pareja sin hijos, con nivel económico y cultural medio-alto, aunque cada vez se apuntan más familias



GLAMOUR EN SUDÁFRICA

Bradipo diseñó para una pareja este viaje de trece días de ensueño por Sudáfrica, que incluyó un vuelo en helicóptero sobre Table Mountain, compras en Cape Town con un asistente personal, viaje en globo al atardecer, excursión a caballo por la reserva de Grootbos y estancia en el lujoso *Lodge de Lebombo*, en el parque Kruger –en la imagen–. Precio: 15.300 euros/persona, vuelos incluidos. **Contacto:** www.bradipottravel.com

feccionar viajes de hasta 50.000 euros de presupuesto. Y el cliente tiene un perfil entre 30 y 60 años y un nivel socio-económico y cultural medio-alto. “Los llamados *dinky* [*Double Income, Not Kids Yet*, es decir, parejas en las que los dos trabajan y sin hijos], y cada vez más familias y viajes de boda”, añaden.

En Bradipo aseguran que la propensión a gastar es mayor en Italia –15.000 euros de media– que en España –10.000 euros–, pero sostienen que en este último hay margen para crecer, ya que “el país experimenta una expansión desde el punto de vista de la sofisticación de la demanda”.

Un optimismo que la crisis no acaba de apagar. “Negarla es inútil, aunque lo que afecta más es el aspecto psicológico”, apunta Perin. El cliente posterga la decisión de viajar pero, conforme se acercan las vacaciones, piensa que ha trabajado mucho y muy duro y que se merece una recompensa. “Igual no se gasta 10.000 euros como el año pasado pero sí 6.000”, explica González.

Y es que el que prueba, repite. Catalina y su marido acaban de venir de la península del Sinaí y ya están pensando en su siguiente viaje para noviembre. “Ahora viajamos dos o tres veces al año, incluso llevamos a los hijos y hemos arrastrado a amigos. Para nosotros, viajar no es un gasto sino una inversión y a ella destinamos nuestros ahorros”, reconoce. Es la experiencia inolvidable de viajar a la carta, el sueño hecho realidad por estos sastres del viaje. ■

amaia.arteta@capital.es/alfonso.perez@capital.es

