

EXCLUSIVA LA DIPLOMÁTICA QUE ROMPE CON LOS ESTEREOTIPOS

MÉXICO

Forbes

JUNIO / JULIO • 2017



Karla Souza
LA ACTRIZ MÁS
TAQUILLERA



Pepita Serrano
FILÁNTROPA DE
LA CULTURA



Alejandra Alemán
IMPULSORA DE
LA EDUCACIÓN



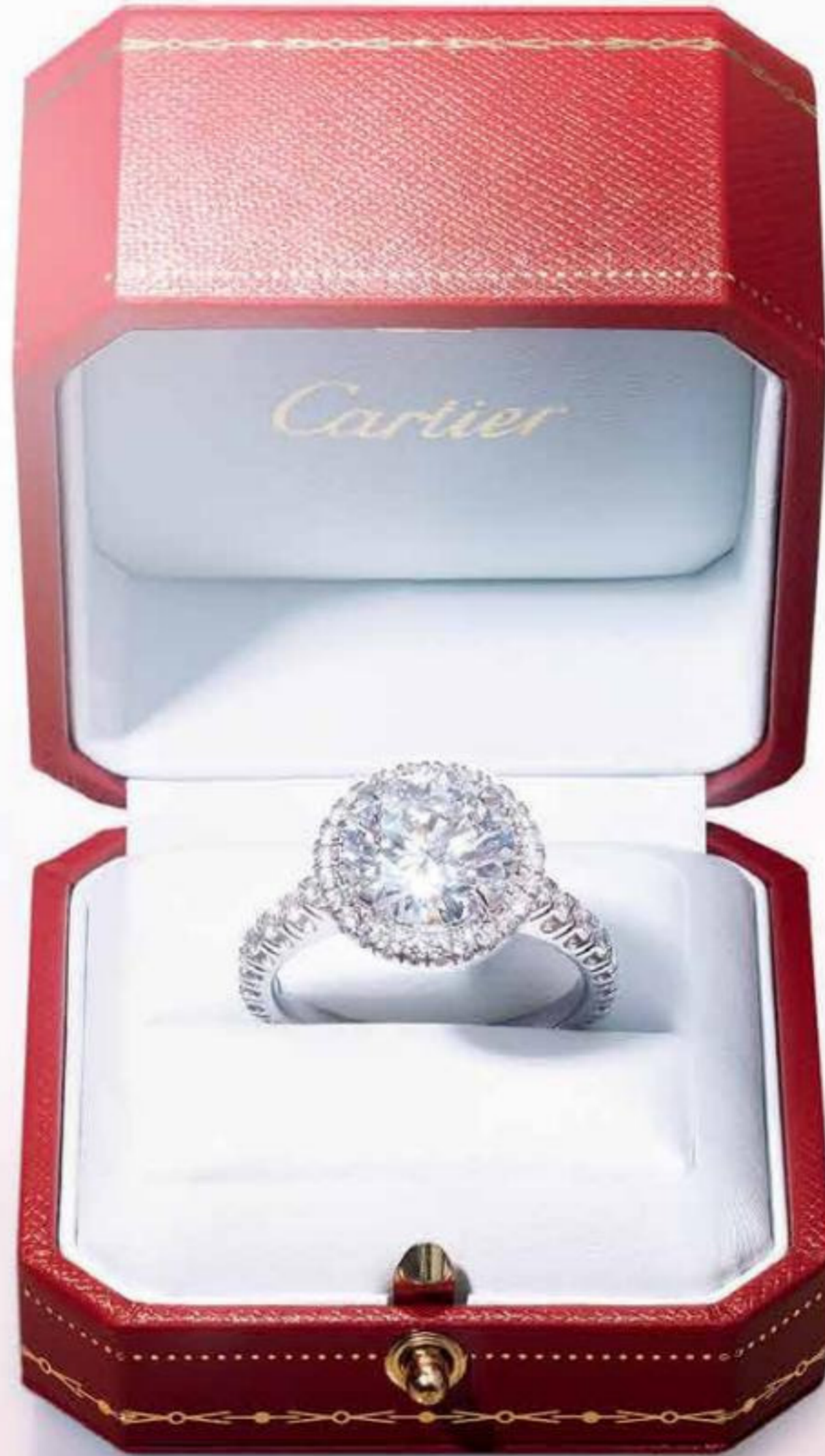
Daniela Liebman
JOVEN PRODIGIO
DEL PIANO

Las 1000 Mujeres

MÁS PODEROSAS DE MÉXICO 2017

Forbes Life

ESTILO DE VIDA: filantropía, joyería, alta relojería, hospitalidad de lujo, belleza, obsesiones y más...



DESLUMBRANTE MAJESTAD
Chopard ha creado el aderezo más precioso que haya salido de sus talleres a partir de un diamante único, La Reina de Kalahari.

TIEMPO DE CAMBIOS
Audemars Piguet ha confiado en una mujer, Chadi Gruber, como jefe de Producto Internacional. Una decisión revolucionaria.

UN PREMIO CON ALMA DE JOYA

VIAJAMOS A SINGAPUR PARA ASISTIR A LOS CARTIER WOMEN'S INITIATIVE AWARDS, Y HABLAMOS CON EL CEO DE LA MAISON, CYRILLE VIGNERON, SOBRE LA IMPORTANCIA DE APOYAR EL EMPODERAMIENTO FEMENINO PARA CAMBIAR EL MUNDO.



HOTELES CON VOZ PROPIA

LINDSEY UEBERROTH DIRIGE CON MANO FIRME PREFERRED HOTELS & RESORTS, GRUPO PIONERO EN LA HOSPITALIDAD DE ALTA GAMA INDEPENDIENTE, QUE APUESTA POR MÉXICO COMO SU SEGUNDO PAÍS MÁS IMPORTANTE EN PRESENCIA DE MARCA, SÓLO POR DEBAJO DE ESTADOS UNIDOS. UN LUJO DIFERENTE QUE APUESTA POR EL SABOR LOCAL.

POR JAVIER QUESADA

El portafolio de Preferred Hotels & Resorts aglutina 650 propiedades en 85 países. A la derecha: Coco Privé, en Las Maldivas.



Las antiguas fórmulas en la industria de la hospitalidad de lujo ya no funcionan. Las maderas nobles, la cubertería de plata y los mayordomos vestidos con chaqué que recibían a los viajeros en las puertas de los grandes hoteles continentales en la década de los 20 del pasado siglo han sido sustituidos por otro concepto: hoy, los objetos tangibles no definen la categoría de un hotel, sino las experiencias, la relación con lo local y el trato. Y algo más: el toque femenino. Una visión nueva dentro de una industria dominada, hasta ahora, por directivos hombres que ha descubierto un nuevo mercado en la mujer. En 2017, habrá más mujeres en el mundo con fortunas personales que hombres. En Estados Unidos, en el rango de edad comprendido entre los 18 y los 44 años, ya hay más millonarias que millonarios. Y en China, la proporción es casi idéntica entre ambos sexos. Sin embargo, es raro encontrar a una mujer en un cargo como el ocupa Lindsey Ueberroth, presidenta y CEO de Preferred Hotels & Resorts. “Me gustaría que hubiera más mujeres ejecutivas y más CEO en la industria de la hospitalidad y los viajes. Voy a demasiadas conferencias donde las mujeres todavía representan sólo un dígito y eso no debería ser así. La



«LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD DE LUJO VIVE HOY UNA EDAD DE ORO»

Lindsey Ueberroth

diversidad y mezcla de habilidades que las mujeres traen a la industria mejora cualquier organización, y estoy ansiosa de apoyar a las mujeres que quieran subir a rangos de liderazgo”, asegura.

EL VALOR DE LO ÚNICO

Preferred Hotels & Resorts reúne un portafolio global (presente en más de 85 países) de hoteles y experiencias hoteleras independientes, catalogadas dentro de cinco colecciones distintas: Legend (que abarca sólo al 10% de todas las propiedades), LVX, Lifestyle, Connect y Preferred Residences. Para asegurar el nivel más alto de satisfacción, el grupo requiere que cada uno de sus hoteles miembros cumpla con los Preferred Standards of Excellence, estándares de calidad que se miden mediante inspecciones anuales anónimas realizadas por expertos. Mientras muchas cadenas hoteleras apuestan últimamente por este tipo de establecimientos independientes, que ofrecen experiencias únicas y personalizadas, Preferred Hotels & Resorts lo lleva haciendo desde hace medio siglo.

Hace dos años, Ueberroth decidió llevar a la compañía a un proceso de *rebranding* en dirección contraria al resto de la industria, que aglutinase las 650 propiedades del grupo, no por niveles o estrellas, sino por experiencia. “Nuestro modelo y estructura financiera permite más flexibilidad y genera mayores resultados. Preferred Hotels & Resorts es una opción muy atractiva frente al modelo de las cadenas tradicionales para los propietarios y empresas de gestión que quieren más control, autonomía y ganancias”, destaca. *fl*



DESTINOS 3.0, AVENTURA Y GASTRONOMÍA

Lindsey Ueberroth identifica tres tendencias al alza en los viajes de lujo, que cada vez cobran más fuerza:

- 1. Los mercados emergentes.** El viajero de lujo quiere explorar un destino antes de que sea demasiado convencional o esté sobreexpuesto, como, por ejemplo, Camboya, Myanmar, Tanzania y Etiopía.
- 2. Los viajes de aventura.** Otra tendencia en aumento: desde una experiencia con los gorilas en Uganda a un trineo de perros en Canadá, pasando por paracaidismo en Mauricio. El viajero de lujo quiere empujar sus límites físicos y mentales durante el día y relajarse en un hotel o resort inolvidable durante su tiempo de inactividad.
- 3. Comer como un local.** Cada vez más propiedades ofrecen programas culinarios que involucran a la región donde está el hotel, con ingredientes locales y técnicas de cocina impartidas por chefs de esa zona o región en específico.

De izquierda a derecha: EAST, Hong Kong; The Hollywood Roosevelt, en Los Ángeles; y Banyan Tree Cabo Marqués, en Acapulco.