

MARINA MARTÍNEZ GRANADA

Mujer y sola. Surgen los cuchicheos. No es que sea muy normal la imagen en el grupo de excursionistas. Hasta ahora. Hoy en día, las féminas empiezan a animarse a viajar sin hombres. Es una tendencia que ya cuenta con multitud de seguidoras en Estados Unidos y que empieza a ponerse de moda en Europa. Y, como no puede ser de otra forma, ya ha sido etiquetado: 'All girl getaways' o 'Girlfriend getaways'. Así se conoce este fenómeno caracterizado por mujeres que buscan su propio espacio lejos de la familia, la pareja o el trabajo. Las hay que se lían la manta a la cabeza y se marchan solas, otras que se van junto a un grupo de amigas o aquellas que se unen a mujeres con sus mismas inquietudes y crean un grupo, pese a no conocerse.

Y, como una cosa lleva a la otra, ya hay quien empieza a vivir de este nuevo negocio. En Estados Unidos, por ejemplo, la cadena de televisión Fine Living Network produce y emite un programa en el que cada semana ofrece una propuesta para organizar este tipo de escapadas. Pero también hay agencias y empresas especializadas. Entre las pioneras se encuentran Call of the wild y Adventure woman, centradas en los viajes de aventura para mujeres. Otras, como Abercrombie&Kent, incluyen la perspectiva femenina, con visitas culinarias, clases de baile o estancias en spa.

Buenas clientas

En España, una de las pioneras es Sandra Canudas, consultora de viajes y autora de 'Manual para viajeras. Más de cien consejos para recorrer el mundo con éxito'. «Es un mercado ya asentado en otros países y que empieza a hacerse hueco en España», precisa la especialista.

No en vano, observa Canudas

Los hoteles sacan su lado femenino

M. M. GRANADA

La oferta turística para mujeres no queda sólo en los viajes. El alojamiento también empieza a adaptarse. Ya son muchos los hoteles que se 'feminizan'. Los pioneros fueron los hoteles First, y a ellos se han ido sumando otros como el Park Lane Hilton de Londres o el Hamilton Crowne Plaza de Washington, con plantas exclusivas para chicas. En España, Hesperia ha acuñado el concepto 'pink room', en el que incluye perchas para blusas y faldas o espejo de cuerpo completo. En NH, ofrecen la línea NH Woman Style, con revistas femininas o artículos de belleza.

Ellas viajan solas

Las mujeres se animan a recorrer el mundo solas para escapar de la rutina. El fenómeno se conoce en EE UU como 'all girl getaways' y empieza a ponerse de moda en España

que la población femenina representa el setenta por ciento de la clientela de las agencias de viajes. Traducción simultánea: son ellas las que suelen planificar las excursiones de la familia. Y ahora lo hacen con las suyas propias. «Antes era impensable dejar en casa a la pareja y a los hijos para irse con las amigas», advierte Sandra Canudas. Hoy, «la mujer se ha dado cuenta de que ha perdido mucho tiempo pensando en los demás y no en ella», añade.

Francisca Terrones, por ejemplo, ha probado la experiencia y no duda en repetir. «Es positivo al cien por cien», reconoce esta barcelonesa de 63 años, que se lanzó hace unos meses a la aventura de conocer Marruecos junto a una amiga en un grupo de

mujeres a las que ni siquiera conocían. Pero «hubo mucho 'feeling'», recuerda con el convencimiento de que no será su última escapada sin hombres. «Una cosa no quita la otra; yo sigo viajando con mi marido, pero ir con mujeres es diferente, tocamos otros temas... y da gusto eso de salir y pararte en las tiendas y los escaparates sin la presión de nadie», comenta Francisca entre risas.

Por lo general, se trata de mujeres de unos cuarenta a sesenta años, de nivel medio-alto y que proceden en su mayoría de los ámbitos de la sanidad, la educación o la hostelería. Suelen ser divorciadas, viudas o solteras. Aunque también están aquellas cuyo novio o marido no es dema-

siado viajero. «La mujer toma cada vez más protagonismo y su afición a viajar sola es un fenómeno que está creciendo de forma muy significativa», constata Juan Antonio Merodio, responsable de GrupoEllas (www.grupoellas.com) al que pertenece www.ellasviajan.com, un portal que sirve de punto de encuentro y asesoramiento sobre viajes y destinos para féminas.

No es el único. Cada vez hay más opciones. Y, aunque no existen aún en España agencias especializadas, muchas ya se están apuntando al negocio con divisiones específicas. Es el caso de Taranna, que tiene su propio 'meeting point' femenino en Taranna Dones, un espacio que conecta a mujeres con las mismas

necesidades e inquietudes a través de todo tipo de propuestas, desde rutas exóticas a unos días de compras en Nueva York. Senegal, Jordania o Irán son sus próximas paradas.

Según Sandra Canudas, lo más habitual son las escapadas cortas de intercambio cultural con destino europeo. «A las mujeres les encanta encontrarse con ellas mismas, sienten que tienen más libertad en este tipo de salidas, pero no suelen ir más allá de una semana. Quieren desconectar, pero les puede ese deseo de saber de la familia o de controlar a los hijos», advierte la consultora.

Y es que no sólo se trata de visitar una ciudad y punto. La variedad temática empieza a crecer de tal forma que, al amplio abanico de destinos, se abre otro de opciones: desde clases de baile a rutas de aventura, viajes de relax o visitas gastronómicas. Según un informe de Royal Caribbean, el 45% de las mujeres que realizan estas escapadas se mueven por la necesidad de te-



AFINIDAD. Muchas mujeres se deciden a viajar con otras a pesar de no conocerlas con el fin de liberarse por unos días de las