

Mike Thiel

Con su empresa y club de socios Hideaways, lleva 30 años enseñando cómo y dónde convertir las vacaciones en una experiencia única

Acercar el lujo a todos

Mike Thiel ha hecho de viajar la forma de ganarse la vida. Se puede decir de él que es un viajero profesional. Desde que hace justo 30 años fundara su empresa, Hideaways International, Thiel ha ido adquiriendo un papel preponderante en el turismo de lujo, buscando y encontrando los parajes más exclusivos y desconocidos para ofrecer a sus clientes una experiencia única.

Antes de fundar Hideaways y de convertirse en un turista de profesión, Thiel ya se dedicaba a recorrer el mundo, tanto en su trabajo como consultor en la industria del petróleo y del gas, como por el hecho de ser hijo de un diplomático norteamericano. Estudió en la Universidad de Notre Dame y cursó un máster en Sloan, en el Instituto de Tecnología de Massachusetts, una de las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo. Pero Thiel se dio cuenta de que lo suyo no eran los números y decidió sacar provecho a su mayor afición: viajar.

La inspiración para crear Hideaways le llegó tras tener dificultades para encontrar a quien le alquilara casa para veranear con su familia en Nueva Inglaterra, la zona costera del este de Estados Unidos donde se retiran los políticos y las familias de mayor nivel económico del país. Por ello, creó un sistema que ha hecho a su empresa diferenciarse del resto: da a conocer lugares y estilos de vida que antes sólo eran familiares para los que poseen un muy alto poder adquisitivo. Hideaways conecta a turistas y a los dueños de las mansiones de veraneo para que cualquiera que pueda permitírselo pase unas vacaciones diferentes. Este emprendedor buscó una solución a su problema y creó así un referente en los viajes de alto nivel. Entonces, se ganó el apodo, ideado por el escritor de viajes Arthur Frommer, de "Mr. Villa Vacation" (Sr. vacaciones en una villa).

Según Thiel, alquilar una casa tiene las ventajas de disponer de privacidad, espacio, todas las comodidades de un hogar, y poder llevar a toda la familia, las mascotas, e incluso la cocinera o la niñera a un precio menor que un hotel, además de permitir conocer el lugar como un lugareño.



Thiel no concibe sus viajes de cualquier manera. Uno de sus consejos es que el viajero se aleje de las típicas rutas turísticas y descubra otras nuevas sin miedo a perderse. Esa es la filosofía que ha implantado en Hideaways International, denominada hoy en día Hideaways Aficionado Club, una comunidad con más de 20.000 socios apasionados de los viajes exquisitos, que aspiran a un trato muy especial ya sea en exclusivos resorts en el Caribe, cruceros de lujo u hoteles boutique en Europa.

Para disfrutar plenamente de los viajes, ya sean de lujo, como los que él ofrece, o hechos para bolsillos no tan pudientes, Thiel aconseja ir ligero de equipaje, conocer bien a los acompañantes, mirar siempre a los ojos y saludar en su idioma a los habitantes de los países, probar los platos típicos, y viajar fuera de temporada alta para evitar las subidas de precios que algunos países receptores de turistas imponen. Aunque en lo que más incide es en la espontaneidad y en el ir más allá de lo que marquen las guías y las rutas turísticas.

En su 30 aniversario, lo que celebran Thiel y su Hideaways es una forma de turismo diferente, donde el que decide no es quien cobra, sino el que paga. El paso del tiempo le ha dado la razón.

El lujo es, para Thiel, no tener que dejar a la mascota en vacaciones y conocer un lugar más allá de las recomendaciones de una guía