

INFORME ESPECIAL LADEVI LATAM

INFORME ESPECIAL

Europa: la encrucijada del turismo de larga distancia

El continente europeo ya superó los números de visitantes de la prepandemia. Sin embargo, los mercados de larga distancia continúan exhibiendo una lenta recuperación.



Europa, el destino soñado de muchos viajeros latinoamericanos.

■ **POR JUAN SCOLLO**
juanscollo@ladevi.com

El año pasado cerró para Europa con un motivo para festejar: la principal región receptora de turismo del mundo registró 747 millones de llegadas internacionales, superando –al fin– los niveles de 2019 (+1%) y sobrepasando por un 5% a los de 2023.

De todos modos, el protagonismo de la demanda intrarregional contrastó con el sabor agri dulce que sigue dejando la lenta y trabajosa recuperación de los mercados de larga distancia.

La vuelta del "long-haul"

Para Europa es crucial impul-

sar la demanda de viajes de larga distancia para apoyar y sostener la recuperación, ya que los visitantes que vienen de más lejos tienden a gastar más dinero y realizan estadías más prolongadas.

Sin embargo, las tensiones geopolíticas, sumadas al agravamiento de ciertos problemas de competitividad, pronostican otro año desafiante, donde las empresas que participan de la cadena de valor deberán aplicar sintonía fina para conectar con las condiciones imperantes en los mercados internacionales.

En 2025, el turismo europeo continúa su recuperación, aunque a un ritmo más moderado. Las llegadas crecieron un 4,9 %

en el primer trimestre y otro 3,3 % en el segundo, aunque se espera que el gasto turístico ascienda más decididamente (un 13 %) respecto a 2024.

Puntualmente sobre los viajes de larga distancia –como dijimos– las expectativas no eran las mejores y el agravamiento de las tensiones geopolíticas no hizo más que echarle sal a la herida desde enero.

De hecho, la última edición del Barómetro de Viajes de Larga Distancia, publicado por ETC y Eurail BV, revelaba una caída en la confianza de los viajeros de larga distancia a Europa para la temporada de verano de 2025.

La intención de visitar Europa específicamente había dismi-

nuido del 41% en 2024 al 39% este año, con una moderación notable en Estados Unidos (-7%), Brasil (-6%), Canadá (-5%) y Japón (-5%).

Sin embargo, los últimos datos de la Comisión Europea de Turismo (ETC) muestran una sorprendente resiliencia del long haul en medio de las persistentes presiones económicas y la incertidumbre geopolítica.

Esperando a China

Desde 2022, en cada víspera de temporada alta, Europa se sienta en sus fronteras a esperar el aluvión de turistas transcontinentales. Pero –como si emulara la famosa obra de Samuel Beckett, "Esperando a Godot"– recibe en cambio un mensajero en forma de estadística que le avisa que el esperado visitante no llegará, aunque se anuncia que lo hará mañana.

Aunque obviamente el paralelismo es una exageración adrede, lo cierto es que los viajes de larga distancia a Europa siguen rezagados, y se estima que en 2024 se mantuvieron un 5% por debajo de 2019.

En los últimos años la "Godot" de esta obra sí es conocida y se llama China. La lenta recuperación de Asia/Pacífico es el lastre para las estadísticas. La demanda de este mercado clave se ha desplazado hacia los viajes regionales, recortando los de larga distancia. Algo que impactó de lleno al receptivo europeo y se vio reforzado por la conectividad limitada y los requisitos de visado.

Conclusión, en promedio, las llegadas desde China a destinos en el Viejo Continente están un 39,5% por debajo de los niveles previos a la pandemia.

Pese a todo lo dicho, nuevamente sorprenden los datos que están mostrando signos más

fuerzas de recuperación en 2025 del flujo del gigante asiático. Incluso, la demanda de destinos más pequeños como Croacia, Estonia y Rumania ha repuntado en el segundo trimestre, mientras que la recuperación de los más grandes continúa y se espera que mejore aún más con una mejor conectividad aérea desde las ciudades chinas a París y Madrid.

Una tendencia que también podría verse reforzada por la reticencia de los viajeros chinos a visitar Estados Unidos en 2025, debido a las tensiones geopolíticas, el mayor control sobre los visados y las preocupaciones de seguridad en general.

“Los últimos meses han planteado nuevos desafíos al sector turístico: presiones económicas, cambios geopolíticos y una creciente preocupación por el desequilibrio turístico en algunos puntos turísticos clave. Sin embargo, los destinos europeos siguen mostrando una resiliencia notable”, comentó Miguel Sanz, presidente de ETC.

Este año manda la billetera

La asequibilidad del destino sigue siendo el obstáculo más importante para los viajes internacionales, al menos es lo que plantean el 46% de los encuestados en el informe de ETC que no planean un viaje a Europa.

“Los resultados ponen de relieve los desafíos actuales que supone mantener la competitividad de Europa como destino global en un mercado cada vez más saturado”, analizó Miguel Sanz, quien completó: “Para seguir siendo una opción de primer nivel para los turistas internacionales, Europa debe centrarse en gestionar su marca de forma estratégica.

Efectivamente, los consumidores están optando cada vez



Según ETC, el mercado prefiere viajar a Europa con paquete completo.

más por destinos con mejor relación calidad-precio y por estancias más cortas. Y no es casual, ya que esto está directamente relacionado con los mayores costos de viajar causados por la elevada inflación de los servicios.

Las decisiones de los viajeros preocupados por los costes van desde cambiar a un destino más barato o seguir con la elección original, pero con una estancia más corta. Recordemos que una estadía más larga tiende a proporcionar un mayor gasto e impacto económico.

En esa línea, la entidad advirtió que la creciente adopción de tasas turísticas en destinos populares también puede influir en la modificación de los hábitos de los visitantes, especialmente entre los más sensibles a las variaciones de precios.

Pese a todas las advertencias desplegadas hasta ahora, el estudio de ETC concluye que las atracciones emblemáticas de Europa seguirán siendo un gran imán para los viajeros internacionales en 2025.

Con lo cual, volveremos a ver aglomeraciones, especialmente durante las temporadas altas. Por eso, es necesaria una mejor

gestión del flujo de los viajes en toda Europa para aliviar la congestión y, al mismo tiempo, impulsar económicamente los destinos alternativos.

Ventajas de apuntar al segmento joven

En comparación con otros grupos de edad, los viajeros más jóvenes (menores de 35 años) son menos taxativos en cuanto a su época preferida para viajar a Europa. Casi el mismo porcentaje de los encuestados prefiere viajar en los meses de temporada baja (52%) y en los de mayor afluencia (48%).

Además, los encuestados de este segmento expresan un interés ligeramente mayor por los destinos más populares que los adultos de más de 50 años. Su experiencia relativamente limitada en viajes y su deseo de visitar lugares emblemáticos y pintorescos de Europa pueden explicar esta tendencia.

Por otra parte, a pesar de estar muy familiarizados con la tecnología y de tener acceso a una amplia gama de canales de información, los encuestados menores de 34 años se inclinan mucho más que los de más edad (47%

frente a 35%) a comprar paquetes con todo incluido a turoperadores o agencias de viajes, por ejemplo, que incluyen vuelos, alojamiento, excursiones, entradas, entre otros servicios.

Esta preferencia podría deberse al deseo de un precio inicial más claro, al ahorro potencial que ofrecen los paquetes, a la comodidad de tener todos los preparativos listos de antemano o, simplemente, a la falta de experiencia en viajes que hace que se prefiera una planificación sin complicaciones.

A pesar de los desafíos de asequibilidad, los turistas muestran una preferencia creciente por los viajes multidestino. El informe de ETC muestra que el 94% de los encuestados que planean visitar Europa en los primeros cuatro meses de 2025 tenían la intención de explorar más de un país. En promedio, los viajeros de larga distancia buscan visitar 3,4 países en su itinerario.

La mayoría de los encuestados prefiere los viajes a Europa con paquete completo, y los que viajan por primera vez muestran una preferencia mucho mayor (59%) que los que repiten (41%).