

Fecha: 10-04-2024

Medio: Revista La Agencia de Viajes

Supl.: Revista La Agencia de Viajes

Tipo: Noticia general

Título: Mercado chileno: las tarifas como factor determinante para la demanda a Europa y otros destinos lejanos

Pág.: 8

Cm2: 521,7

VPE: \$ 1.469.041

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

207

621

☐ No Definida



# Mercado chileno: las tarifas aéreas como factor determinante para la demanda a Europa y otros destinos lejanos

*Los turoperadores emisivos nacionales concuerdan en que el viajero chileno está buscando viajar a Europa y otros destinos remotos en 2024. Según señalan, la conectividad aérea será el factor determinante.*

**POR PEDRO ARRAZTIO**

“La gente está desesperada por salir.” Ese es uno de los comentarios que se repiten entre los representantes de servicios turísticos, como hoteles y cruceros, en referencia a las intenciones de viajes para este 2024.

Al parecer, la menor incertidumbre política luego del plebiscito de diciembre de 2023

ha ayudado a que los viajeros se atrevan a buscar destinos en el extranjero, sin una mayor planificación.

“La venta de la temporada alta, que normalmente se hace en octubre o noviembre, estalló luego del 18 de diciembre (fecha de las votaciones). Salió mucha gente, pagando mucho más de lo que habría pagado si hubiera comprado en septiembre o octubre. Hubo muchas personas que en

pleno febrero estaban pidiendo cupos en los hoteles de una semana para otra o para fines de febrero e inicios de marzo”, indicaron desde una cadena hotelera.

En el turoperador **Pacific Reps** comentan que si bien la economía, la tendencia del alza del dólar y su efecto en los costos al viajar repercuten significativamente en los viajes de larga distancia, han visto gran interés por parte de los

clientes a pesar de las condiciones adversas.

“Deciden viajar igualmente, reorganizando fechas, buscando tours regulares u otras opciones como, por ejemplo, nuestras salidas grupales, donde con un grupo reducido de clientes se puede viajar con paquetes a **Turquía** o **Reino Unido** con valores muy atractivos”, expresó **Jacqueline Vergara**, gerente de Ventas y Marketing de **Pacific Reps**.

## EL FACTOR CONECTIVIDAD

En cuanto a los vuelos que conectan a **Chile** con el mundo, 2024 comenzó de manera positiva: los datos apuntan a que el tráfico aéreo ha superado ya ligeramente las cifras previas a la pandemia.

El **Aeropuerto de Santiago** –principal puerto aéreo del país y el único con conectividad a **Europa**–, durante enero pasado, movilizó un total de 2.512.286 pasajeros, lo que significa un alza marginal de 0,4% en comparación a enero de 2019. Si lo medimos con enero de 2023, el aumento fue del 24,8%.

Sin embargo, esta recuperación ha estado dada principalmente por los vuelos nacionales e internacionales dentro de **Sudamérica**, **Norteamérica**, **Europa** y otros destinos más remotos aún no lograron repuntar de manera definitiva.

Según cifras de la **Junta Aeronáutica Civil (JAC)**, en 2023 el mercado europeo ocupó el 9,2% de la torta de las subregiones, ocupado primeramente por **Sudamérica**

Fecha: 10-04-2024  
 Medio: Revista La Agencia de Viajes  
 Supl.: Revista La Agencia de Viajes  
 Tipo: Noticia general  
 Título: Mercado chileno: las tarifas como factor determinante para la demanda a Europa y otros destinos lejanos

Pág.: 9  
 Cm2: 558,3  
 VPE: \$ 1.572.130

Tiraje: 207  
 Lectoría: 621  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

(67,6%), luego **Norteamérica** (14,8%), posteriormente el **Viejo Continente** y más atrás el **Caribe** (5,4%)

Durante enero de 2024, viajaron 46.397 pasajeros a **Europa**, siendo el principal destino **España** (31.101 pasajeros), seguido de **Francia** (9.085), luego **Reino Unido** (4.153) y **Países Bajos** (2.058).

De las aerolíneas europeas que operan en **Chile**, **Iberia-Level** tuvo un 3,4% de participación en el mercado durante enero (con un crecimiento de 24% respecto de 2023), **Air France** un 1,6% (un 7% menos que el año anterior), **KLM** 1,1% (-7,7%) y **British Airways** 0,7% (un 28,7% más que en 2023).

### EXPECTATIVAS PARA 2024

Los turoperadores concuerdan en que la recuperación aérea a destinos como **Europa** será clave para aprovechar el “ánimo viajero” que observan en el mercado. Por ahora, aseguran que lo más probable es que siga el ascenso paulatino de turistas emisivos conseguido desde el año pasado.

“Principalmente esperamos que la venta se siga manteniendo en los destinos tradicionales como **España**, **Italia** y **Francia**, además de otros como **Turquía**, **Portugal**, **Grecia** y **Croacia**. Entre otros destinos, **Egipto** sigue liderando la demanda, seguido de **India** y el **Sudeste Asiático**. La idea es consolidar nuestra presencia en el mercado con estos destinos, destacando nuestra operación en



SHUTTERSTOCK / ROSSHELEN

viajes personalizados y grupales, tanto en **Europa** como en **Medio Oriente** durante la temporada 2024-2025”, señaló **Bernardita Gepp**, gerente comercial de **Via Club**.

Según detectan desde el mayorista, entre los destinos más demandados están los clásicos de siempre, además del repunte de los cruceros y de otros destinos más lejanos, como **China**.

“Por ejemplo, en **Italia**, **La Puglia** está con bastante demanda. La combinación de crucero por las **islas griegas** y **Croacia** es muy atractiva. Europa Clásica, con **Madrid-París-Londres-Italia-Costa amalfitana**, tanto en circuitos como en viajes a medida son requeridos. Se observa un leve repunte e interés por **China**, destino que estuvo estancado desde la pandemia. En cruceros, la demanda está marcada por el **Mediterráneo Occidental** (Costas de **España**, **Francia** e **Italia**), **Islas Griegas** y **Turquía**”, agregaron.

También apuestan a un

crecimiento en el interés por **Croacia**, ya que aerolíneas como **Croatia Airlines**, **Iberia** y **Vueling** han reforzado sus conexiones desde las principales capitales de **Europa** a ciudades como **Zagreb**, **Dubrovnik** y **Split**.

“**París**, que será sede de los **Juegos Olímpicos**, será un buen inicio de viaje para recorrer el resto de **Europa**”, dijo **Bernardita Gepp**.

Por su parte, desde el turoperador **Pacific Reps** indicaron que los viajes de experiencia han tomado protagonismo en el último trimestre, como los de meditación en **India**, jornadas de detox en el **Sudeste Asiático** o renta de embarcaciones privadas en el **Mediterráneo**.

“Creemos que están tomando gran fuerza los viajes que abarcan experiencias de relax y desconexión; de espiritualidad y cultura; de silencio y felicidad; de aventura y adrenalina. Estas son tendencias que hoy vemos dentro de las solicitudes”, señaló **Jacqueline Vergara**.

### EL COMPORTAMIENTO DEL VIAJERO CHILENO

En **Via Club** expresaron que la planificación de los viajes a destinos lejanos se está realizando con unos cuatro a cinco meses de anticipación.

“El factor determinante para ello es la disponibilidad de tarifas aéreas convenientes. Los meses fuertes para **Europa Continental** son de abril a junio y de septiembre a octubre. Las **islas griegas** y **Turquía** tienen demanda de mayo a octubre. En el **Sudeste Asiático** y **Medio Oriente** la temporada alta es de octubre a marzo. Los pasajeros saben que planificar un viaje a estos destinos es algo más complejo, por lo que normalmente lo hacen con varios meses de antelación”, comentó la gerente comercial del turoperador.

Desde **Pacific Reps** indican que los tiempos de anticipación tienen que ver con el destino, la conectividad y los eventos a los que se quiere asistir, pero en los últimos meses se ha visto una mayor apertura a los itinerarios “de último momento”.

“En promedio son 8 meses de planificación previa o un poco más si es por un evento deportivo. Sin embargo, hemos visto durante el último año solicitudes de último minuto para destinos como **Tailandia**, **Japón** e incluso **Tahití**. Algo poco habitual, pero que nuestro equipo con su experiencia ha sabido asesorar y manejar”, concluyó **Jacqueline Vergara**.