vinetur

Europa y Latinoamérica se consolidan como destinos de lujo ante el conflicto en Oriente Medio

La demanda de viajes exclusivos se orienta hacia regiones estables y con oferta cultural diferenciada para Semana Santa

miércoles 25 de marzo de 2026



Europa y Latinoamérica se posicionan como las principales alternativas para el viajero de lujo de cara a la próxima Semana Santa, en un momento en el que el conflicto en Oriente Medio está provocando reajustes en algunos itinerarios. Según datos de

viajeros recogidos por Godwana Experiences, la línea de viajes a medida de VB Group, la tendencia muestra una evolución en la elección de destinos hacia regiones que combinan estabilidad, accesibilidad y una oferta cultural diferenciada.

Italia sigue siendo uno de los destinos más solicitados dentro de Europa, gracias a su patrimonio y a la posibilidad de transformar cada estancia en una experiencia cultural y gastronómica de alto nivel. Los viajeros pueden acceder a enclaves históricos fuera del circuito habitual, lo que añade un valor añadido a la experiencia. Turquía también aparece en los itinerarios, permitiendo a los viajeros acceder a aperturas privadas de palacios, colecciones patrimoniales o propiedades singulares ligadas a la historia local.

En Latinoamérica, Brasil destaca por su diversidad natural, su energía cultural y una oferta de alta gama que se encuentra en pleno desarrollo. Perú mantiene su atractivo para quienes buscan combinar el Valle Sagrado y Machu Picchu con experiencias exclusivas, guías especializados y alojamientos seleccionados con un enfoque más íntimo. En todos los casos, el destino es solo el punto de partida, ya que el verdadero valor diferencial reside en el tipo de experiencia: propuestas diseñadas en privado, acceso a espacios restringidos y una comprensión más profunda de la realidad local.

Godwana Experiences observa una evolución en la demanda, donde el interés se desplaza del volumen hacia itinerarios más sofisticados, diseñados al detalle y con un mayor componente experiencial. Cristina Rodríguez Chaverri, directora de Godwana Experiences, explica que "la Semana Santa es un momento ideal para plantear grandes viajes sin renunciar a la privacidad ni al confort". Según Rodríguez Chaverri, el viajero actual busca itinerarios coherentes, experiencias que realmente aporten sentido al destino y una ejecución impecable en cada fase del viaje.

Este cambio también se refleja en la planificación. Muchos de los viajes se diseñan entre seis y nueve meses antes de la salida, especialmente cuando incluyen alojamientos de muy baja capacidad o experiencias que requieren coordinación previa. El perfil predominante es el de un viajero experimentado, como empresarios, alta dirección y familias con amplia trayectoria internacional, que priorizan la singularidad frente a las tendencias. Más que el destino en sí, buscan acceder a aquello que no está disponible para el viajero convencional: encuentros con expertos, accesos fuera de

horario o estancias en propiedades de escala reducida.

El concepto de lujo se redefine en este segmento. Ya no se trata únicamente del lugar, sino de cómo se accede a él y de la capacidad de convertir cada viaje en una experiencia irrepetible.

VB Group, matriz de Godwana Experiences, es un grupo empresarial especializado en soluciones integrales dentro de la industria del turismo, el entretenimiento y la movilidad corporativa. Los viajes corporativos representan más del 60% de su facturación. La compañía, fundada en 2009 por los hermanos Jorge y Guillermo Espinós, cuenta con más de 300 profesionales y alcanzó en 2025 una facturación de 170 millones de euros, operando en 30 mercados internacionales. Forma parte de UNIGLOBE, una red internacional de gestión de viajes con presencia en más de 70 países. Desde sus oficinas en España y México, VB Group impulsa su expansión internacional a través de VB Global Network, con próximas aperturas en América y un plan estratégico que contempla alcanzar los 500 millones de euros de facturación global en 2028.

Godwana Experiences, fundada en 2006 por Andoni Alfaro, nació con la misión de acercar el mundo a las personas y ofrecer una forma de viajar diferente, hecha a la medida de cada cliente. Desde su incorporación a VB Group, se ha consolidado como la marca especializada en grandes viajes del grupo, dirigida a un público que busca exclusividad, integración cultural y conexión con la naturaleza.