

COMISIÓN VS. FEE UN DEBATE QUE SE MANTIENE ABIERTO



Un acercamiento al modelo de fees y cómo los agentes de viajes podrían combinar honorarios y comisiones, redefiniendo su rol consultivo y la estrategia de negocios en un mercado en constante transformación. El nivel de adopción en Latinoamérica y los mercados que marcan el rumbo. **44**

**Via Club concreta fam
trip a Jamaica** **32**

**Bahia Principe potencia
su oferta en el Caribe** **34**

UNIVERSAL ASISSTANCE. Nueva cobertura diseñada especialmente para chilenos que viajan a Brasil **37**

**VERÓNICA
PARDO**

"El turismo chileno vuelve a brillar, pero lo importante ahora es consolidar" **42**



TRAVELAWAY.

"Avión Tuerca" rumbo a la Fórmula 1 São Paulo 2025 con "embajador" especial **38**

PACIFIC REPS.

Xplore: un copiloto digital para los agentes de viajes **36**

TEMPO REPS.

Presentación de los Cruceros Latin Touch 2026 de AmaWaterways **35**

Conoce los beneficios de viajar con **Assist Card**

- Asistencia médica
- Enfermedades preexistentes
- Telemedicina 24 horas
- Equipaje protegido
- Repatriación
- Práctica de deportes

¡Y muchos otros beneficios!



¡Consulta a tu
Ejecutivo Assist Card

**ASSIST
CARD** VIAJAS
SEGURO



Este es el nuevo integrante de la familia Beaches

Treasure Beach Village

Ya disponible para llegadas a partir del 1º de marzo de 2026

Ofrece a tus clientes la mejor escapada familiar en Treasure Beach Village de Beaches®, la nueva villa de lujo en Beaches Turks and Caicos.

Zambúllete en sinuosos senderos a través del agua, flota en una piscina tipo laguna con acceso de rampa infinita y come disfrutando cada bocado para satisfacer todos tus antojos. Y es que, con suites dignas de la realeza de castillos de arena, cada estadía es tan legendaria como la playa que la alberga.



TAPORTAL.SANDALS.ES | +1 (305) 284-1300, EXT. 6665
o ponte en contacto con tu Coordinador Local

Beaches® es una marca registrada. Unique Vacations Inc. es una filial de Unique Travel Corp., el representante mundial de Beaches Resorts. 9211ES/0925



Fedetur presenta plan para potenciar el turismo en Chile a 2030

La Federación de Empresas del Turismo (Fedetur) presentó el programa "Turismo: Motor del Crecimiento Económico para Chile". Una hoja de ruta que plantea una serie de metas y ejes para potenciar la industria nacional durante el período 2026-2030.

De acuerdo con el plan del gremio, al cumplir el plazo propuesto esperan alcanzar los ocho millo-

nes de turistas internacionales. Además de generar 800 mil empleos directos y elevar la contribución del turismo al PIB nacional hasta un 4,5%.

Para esto, el documento cuenta con tres pilares para impulsar el desarrollo del sector.

El primero de ellos tiene como enfoque la promoción inteligente de Chile en el extranjero

con foco en turistas de alto poder adquisitivo, a través del aumento de la inversión en marketing, el desarrollo de una marca país robusta y la creación de incentivos tributarios para atraer visitantes desde mercados internacionales.

La segunda línea se refiere a infraestructura, seguridad y conectividad turística, mientras que el tercer eje corresponde a Capital Humano, desarrollo territorial e innovación; planteando el fortalecimiento de empresas del sector e impulsando la innovación para mejorar la oferta de servicios, con foco en la formación, profesionalización y descentralización del turismo en Chile.

"Esta hoja de ruta entrega una visión realista y responsable, con medidas factibles que pueden transformar al turismo en un eje de desarrollo económico, social y ambiental para el país", señaló Mónica Zalaquett, presidenta ejecutiva de Fedetur. •

CEO de JetSmart se suma a los dardos contra propuesta de tasas de embarque: "Es un error"



Amás de un mes desde que el Gobierno anunció su plan de subir las tasas de embarque para vuelos internacionales, siguen las reacciones contra la propuesta. Esta vez fue el turno de Estuardo Ortiz, CEO de JetSmart, quien calificó el aumento como un "error enorme".

Recordemos que la iniciativa de la Dirección de Presupuestos (Dipres) propone un incremento de US\$ 5 para las tasas en pasajes de vuelos que consideren más de 500 kilómetros de recorrido, tanto para salir como para entrar del país, lo que generó el rechazo de diferentes gremios y

aerolíneas. En el marco del Foro de la Asociación Latinoamericana y del Caribe de Transporte Aéreo (ALTA), el representante de la aerolínea ultra low cost abordó en conversación con El Aéreo el tema de los impuestos en la región, específicamente el caso de Chile.

De acuerdo con Ortiz, la reducción de las tasas de embarque implementadas en 2018 ha tenido resultados positivos para la industria.

"Cuando empezamos a operar, los viajes eran 0,5 por cápita, hoy es de casi el doble, y eso vino con una reducción de precios por mayor competencia y por el modelo de bajo costo", indicó. •

En números

3,1% fue la contracción del tráfico aéreo internacional en Chile según cifras de la Junta Aeronáutica Civil (JAC). Corresponde al único mes donde se quebró la tendencia positiva en llegadas desde el extranjero, anotando un total de 957 mil pasajeros internacionales.

25 naves son las que espera el Puerto de Valparaíso durante la próxima temporada de cruceros. El período estará marcado por el arribo de siete cruceros de la naviera Viking Cruises y seis de Silver Cruises.

7 nominaciones globales son las que suma Chile en los World Travel Awards (WTA) 2025. El país ya obtuvo cinco galardones continentales, donde destaca como novedad el haber ganado como Mejor Destino de Cruceros.

4 días durará la próxima versión del Black Friday en Chile. De acuerdo con Wide Latam, empresa organizadora de la instancia, el evento de ventas online comenzará el viernes 28 de noviembre y se extenderá hasta el 1° de diciembre.

San Pedro de Atacama se proyecta como destino de bodas



Con el objetivo de consolidar a San Pedro de Atacama como un referente nacional del turismo de romance, se realizó el primer Encuentro Regional ANAWEP, que reunió a 11 especialistas en bodas de destino provenientes de distintas regiones del país. Varios de ellos fueron recientemente reconocidos en los Premios LAWA (Latin American Wedding Awards), el galardón más importante del rubro en Latinoamérica.

Durante tres jornadas, los profesionales (entre ellos wedding planners, productores y videógrafos) recorrieron espacios emblemáticos del destino, conocieron a proveedores locales y compartieron experiencias con actores del ecosistema turístico de la zona. La instancia permitió fortalecer vínculos, visibilizar el potencial de San Pedro como destino de bodas y fomentar alianzas orientadas al desarrollo local.

“La conexión con el territorio es clave para diseñar experiencias auténticas. Este encuentro nos permitió conocer de cerca la oferta local, entender sus desafíos y proyectar soluciones conjuntas”, señaló Valentina Vera, directora de Regiones de ANAWEP Chile y organizadora del evento. •

Puerto Natales se suma a la ruta antártica con nuevo programa de microcruceros de lujo

Puerto Natales amplía su horizonte turístico con el lanzamiento de un innovador programa de microerocruceros antárticos, impulsado por Weskar Patagonian Lodge en alianza con la compañía británica Secret Atlas y Aerovías DAP. La iniciativa, presentada con el respaldo del Gobierno Regional de Magallanes y la Adventure Travel Trade Association (ATTA), permitirá que por primera vez la ciudad se integre a la red de conexión hacia la Antártica junto a Punta Arenas y Puerto Williams.



El nuevo modelo combina alojamiento, vuelo y expedición polar en un solo circuito. Los viajeros internacionales (procedentes de Europa, Estados Unidos y Asia) se hospedarán en el Hotel Weskar Lodge, desde donde volarán con DAP hacia el continente blanco para embarcarse en los cruceros de expedición de Secret Atlas, con capacidad entre 12 y 40 pasajeros. Este formato evita el cruce del Pasaje de Drake y permite vivir una experiencia cercana, auténtica y de bajo impacto ambiental.

El programa se desarrollará entre noviembre y marzo, durante las temporadas 2026 y 2027, con itinerarios de 5 a 15 días y una extensión de tres noches en Puerto Natales al regreso desde la Antártica. Los visitantes podrán así disfrutar de la gastronomía local, el avistamiento de fauna y la cultura patagónica. •

Sky Airline se suma a coletazos por cobro de conexión en Perú con el cese de ruta Lima-Cancún

Continúan las consecuencias por la implementación de la Tarifa Unificada de Uso de Aeropuerto (TUUA) en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, esta vez siendo Sky Airline la afectada luego de anunciar el cese de la ruta Lima-Cancún, pese a los buenos números presentados desde la puesta en marcha de la conexión.



La decisión se toma a poco más de dos semanas de que Lima Airport Partners (LAP) anunciara el cobro de una nueva tarifa de US\$ 12 para aquellos pasajeros que realicen viajes con conexión en el terminal limeño. Esto se suma a la implementación de visa para los pasajeros peruanos que visiten México, presentando un escenario desafiante para la ruta de la aerolínea.

Durante 2025, la compañía ha movilizado a más de 427 mil viajeros en ambos destinos. Sin embargo, desde la aerolínea ya advierten una baja en la demanda que hará inviable su permanencia. •

Grupo Abra avanza en su expansión a Chile con una nueva compañía aérea chárter

El Grupo Abra, holding que integra a Avianca y Gol Linhas Aéreas, dio un nuevo paso en su estrategia de expansión regional al solicitar a la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) de Chile la obtención de un Certificado de Operación Aérea (AOC) para su filial NG Servicios Aéreos SpA, una empresa ya registrada en el país y parte del conglomerado con sede en Inglaterra.



La compañía tendrá su base de operaciones en Santiago y estará enfocada a la prestación de servicios chárter y de arriendo de aeronaves, tanto para aerolíneas del propio grupo como para otras compañías del sector que requieran apoyo operativo. Este modelo permitiría al grupo optimizar su flota y generar sinergias entre sus distintas marcas, una tendencia cada vez más extendida entre los grupos aéreos latinoamericanos.

En paralelo, el Grupo Abra mantiene vínculos financieros con Sky Airline, aerolínea chilena ligada a la familia Paulmann. En 2022, a través de Andes Limited Inc., otorgó un crédito convertible por US\$ 70 millones, con vencimiento en octubre de 2026. Este préstamo (estructurado bajo la modalidad bullet, con pago total al final del periodo) contempla la posibilidad de convertirse en una participación accionaria del 41,04% en SKY, dependiendo de la decisión de ambas partes. •

¿Tienes tu propia cartera de clientes?

Potencia tu independencia con la solidez de Turavion

En Turavion, agencia líder con 90 años de trayectoria en la industria, buscamos ejecutivas de viajes con cartera de clientes corporativos o vacacionales y manejo de sistema GDS. Si eres una profesional de los viajes y deseas una alianza flexible, transparente y con verdadero respaldo, esta oportunidad es para ti.

Beneficios de unirte a nuestro equipo:

- Crédito para tus clientes corporativos (sujeto a evaluación).
- Informes detallados de tus comisiones.
- Apoyo especializado en áreas de facturación, comercial y proveedores.
- Flexibilidad en tu forma de trabajo: presencial, virtual o mixto.

¡Contáctanos y sé parte de Turavion hoy mismo!
Escríbenos a: atrewhela@turavion.com

Por el cierre del gobierno, el turismo de EE. UU. pierde US\$ 1.000 millones por semana



Según Tourism Economics, el cierre del gobierno de Estados Unidos genera pérdidas de US\$ 1.000 millones por semana en el turismo, debido a demoras y cancelaciones de vuelos y trenes, además del cierre de parques nacionales y museos.

Geoff Freeman, presidente y CEO de la U.S. Travel Association, advirtió que el shutdown afecta a millones de viajeros y empresas, mientras ejerce presión sobre una fuerza laboral ya sobrecargada. Si se prolonga, aumentarán las filas en la TSA, las cancelaciones y el deterioro de los parques nacionales. Una encuesta de Ipsos reveló que el 60% de los estadounidenses evitaría volar y el 81% cree que el cierre perjudica a la economía. Asimismo, el 88% opina que el Congreso debería trabajar unido para evitarlo, ya que los ciudadanos esperan que se protejan los empleos, el turismo y la economía nacional.

PriceTravel Holding: Juan Socas asume como chief commercial officer

PriceTravel Holding anunció el nombramiento de Juan Socas como nuevo Chief Commercial Officer (CCO), en un movimiento que refuerza la estructura corporativa de la compañía y consolida su liderazgo en la distribución turística. El ejecutivo será responsable de dirigir la estrategia comercial global, impulsando la expansión e innovación de los distintos canales del grupo.

Con más de 20 años de experiencia en la industria de viajes y tecnología, Socas ha sido una



figura clave en el crecimiento del modelo B2B de PriceTravel Holding.

Expedia y Booking.com lanzan sus propias apps dentro de ChatGPT

OpenAI lanzó un nuevo ecosistema de apps en ChatGPT, y el turismo fue uno de los primeros en adoptarlo. Booking.com y Expedia ya integraron sus aplicaciones interactivas, que permiten consultar tarifas, fechas y disponibilidad sin salir del chat. Según Sam Altman, CEO de OpenAI, el objetivo es hacer

de ChatGPT una herramienta más productiva y personalizada. Con comandos simples, los usuarios pueden buscar hoteles o vuelos y recibir resultados con precios y mapas. Esta innovación, presentada en el OpenAI DevDay 2025, marca el ingreso a la era de los agentes de viajes digitales y convierte a



ChatGPT en un nuevo canal de distribución turística.



United Airlines ofrecerá internet a bordo con tecnología Starlink

United Airlines alcanzó un nuevo hito al recibir la certificación de la FAA para operar su primer avión de línea principal con Starlink, el sistema satelital de SpaceX que ofrecerá internet gratuito y de alta velocidad a bordo. El primer vuelo despegará el 15 de octubre desde Newark, marcando una nueva era en la conectividad aérea. Con esta aprobación, United se convierte en una de las primeras aerolíneas en integrar Starlink en aeronaves de gran capacidad, tras implementarlo en su flota regional. El sistema, más ligero y eficiente, reduce el consumo de combustible y mejora la experiencia del pasajero. Más de la mitad de su flota ya cuenta con esta tecnología, que permite realizar streaming, compras y juegos en línea. Según Grant Milstead, vicepresidente de Tecnología Digital, Starlink redefine la conectividad aérea y posiciona a United como líder en innovación.



VERANO EN CUOTAS



SALIDAS CONFIRMADAS



AEREO



TRASLADOS



IMPUESTOS



EQUIPAJE



HOTELES



CRUCERO



REGIMEN



CHILE



EUROPA



CARIBE

CARRETERA AUSTRAL SUR

SALIDAS: ENERO 10 - FEBRERO 12

12 CUOTAS DESDE: \$ 114.642 P/P DBL

LO MEJOR DE LA CARRETERA AUSTRAL

SALIDAS: ENERO 14 & 21

12 CUOTAS DESDE: \$ 124.670 P/P DBL

PUERTO VARAS

SALIDAS: ENERO 19 - FEBRERO 08

12 CUOTAS DESDE: \$ 38.742 P/P DBL

PUERTO NATALES

SALIDA: FEBRERO 12

12 CUOTAS DESDE: \$ 51.183 P/P DBL

LA SERENA

SALIDAS: ENERO 21 - FEBRERO 12

12 CUOTAS DESDE: \$ 35.550 P/P DBL

SAN PEDRO

SALIDA: ENERO 21

12 CUOTAS DESDE: \$ 44.917 P/P DBL

IQUIQUE

SALIDA: ENERO 21 - FEBRERO 12

12 CUOTAS DESDE: \$ 31.292 P/P DBL

VALDIVIA

SALIDA: ENERO 28 - FEBRERO 27

12 CUOTAS DESDE: \$ 37.667 P/P DBL

TURQUIA IMBATIBLE

SALIDA: FEBRERO 27

12 CUOTAS DESDE: \$ 202.317 P/P DBL

CONOCE TODOS NUESTROS PROGRAMAS

WWW.TRAVELAWAY.CL



CONTACTO: INFO@TRAVELAWAY.CL

TELÉFONO: +56 229634370

DIRECCIÓN: AV. PROVIDENCIA 1208, OF 806,
SANTIAGO, CHILE

CANCUN

SALIDAS: ENERO 10, 17, 24 - FEBRERO 01, 14, 15

12 CUOTAS DESDE: \$ 157.459 P/P PLAN FAM

RIO DE JANEIRO

SALIDAS: ENERO 10, 17, 24, 25, 31 - FEBRERO 01

12 CUOTAS DESDE: \$ 100.329 P/P DOBLE

FLORIANOPOLIS

SALIDAS: ENERO 10, 17, 24, 31 - FEBRERO 01, 08, 14, 15, 21, 22

12 CUOTAS DESDE: \$ 114.342 P/P DOBLE

SALVADOR DE BAHIA

SALIDAS: ENERO 17 - FEBRERO 01

12 CUOTAS DESDE: \$ 94.110 P/P DOBLE

CRUCERO MSC FANTASIA

SALIDA: FEBRERO 07

12 CUOTAS DESDE: \$ 218.734 P/P DOBLE

FOZ DO IGUAZU

SALIDA: FEBRERO 12

12 CUOTAS DESDE: \$ 70.396 P/P DOBLE

CRUCERO NCL SKY

SALIDA: FEBRERO 20

12 CUOTAS DESDE: \$ 245.350 P/P DOBLE

PUNTA CANA

SALIDAS: ENERO 12, 19, 26 - FEBRERO 02, 09, 15, 16, 22, 23

12 CUOTAS DESDE: \$ 134.740 P/P PLAN FAM

OFERTA VÁLIDA PARA RESERVAS DE PAQUETES DE VIAJE CON DESTINO A LOS MENCIONADOS, EMITIDAS HASTA EL 30 DE NOVIEMBRE. APLICABLE PARA VIAJES EN ENERO Y FEBRERO DE 2026. LA FINANCIACIÓN EN 12 CUOTAS SIN INTERÉS ESTÁ SUJETA A LA DISPONIBILIDAD DE BANCOS Y TARJETAS ADHERIDAS. CONSULTA TÉRMINOS Y CONDICIONES.

“Chile retrocede”: gremios piden regular en presupuesto de promoción internacional 2026

La preocupación sobre el presupuesto de promoción turística internacional para 2026 sigue instalada en los gremios del sector. A través de una carta pidieron al Congreso retroceder en la reducción de un 28,9%, definiendo la propuesta del Gobierno como una señal “preocupante y contradictoria”.

“Mientras las autoridades declaran que el turismo es motor de desarrollo, generador de empleo e impulsor de las economías regionales, las decisiones concretas del gobierno van en sentido opuesto”, señala el documento publicado este viernes en La Tercera y firmado por Mónica Zalaquett, Fedetur; Guillermo Correa, Achet; Alberto Pirola, Hoteleros de Chile; y Máximo Picallo, Achiga.

Los gremios Fedetur, Achet, Hoteleros y Achiga aseguraron que la decisión del gobierno va en la dirección incorrecta y pidieron al Congreso anular la reducción de 28,9%.



Reforzaron el mensaje que los montos destinados a inversión significan un retorno en beneficios para el país en conceptos de divisas, empleos y desarrollo territorial. Cuestio-

naron, además, que Chile queda en una posición de desventaja frente a presupuestos elevados de promoción de naciones vecinas como Perú, Colombia y Ecuador.

“Pedimos al Congreso corregir este retroceso en el Presupuesto 2026. Chile no puede seguir tratando al turismo como una actividad secundaria mientras el mundo avanza con visión y coherencia”, cierra la carta.

Incertidumbre para 2026

La noticia de la reducción del presupuesto de promoción se conoció 10 días atrás, con el lanzamiento del Proyecto de Ley de Presupuestos 2026.

Actualmente Chile dispone de US\$ 7 millones para promoción turística internacional, un monto que se vería reducido en aproximadamente US\$ 2 millones, con lo cual el país quedaría con una de las carteras más bajas de Sudamérica. •

Ahora tus ventas a



CON





RECIBE BONO DE
USD 50

Por
pasajero*

Por ventas realizadas de Hotel y Boleto de Copa del 01 de octubre al 31 de Octubre.
Aplican condiciones y restricciones.

Cruceros por el Caribe que tus clientes van a amar

Ofrece a tus clientes unas vacaciones en el Caribe diseñadas a su medida: con una amplia variedad de opciones gastronómicas, entretenimiento que supera expectativas y la posibilidad de descubrir cada isla a su propio ritmo. Con experiencias que se sienten personales y sin complicaciones, regresarán encantados de su crucero... y a ti para reservar su próximo viaje con Norwegian.

35% DE DESCUENTO
EN TODOS LOS CRUCEROS*

+

**BAR ABIERTO ILIMITADO
¡Y MÁS!**

¡MÁS DE \$2,000 USD EN VALOR!

*IMPUESTOS NO INCLUIDOS. RESTRICCIONES APLICAN.

Promociona
fácilmente
Norwegian con

NCL CONNECT



Consulta los términos y condiciones completos en ncl.com/masoffer. Las imágenes son solo ilustrativas y están sujetas a cambios.
©2025 NCL Corporation Ltd. Registro de buques: Bahamas y EE. UU. 2598200 10/25

*disfruta **MÁS** en el mar™*

Crucero de 7 días por el Caribe desde Miami:
Great Stirrup Cay y República Dominicana
Norwegian Aqua - Nov 2025 - Abr 2026



Crucero de 7 días por el Caribe desde Miami:
Harvest Caye, Cozumel y Roatán
Norwegian Escape - May y Jun 2026



Crucero de 7 días por el Caribe desde Orlando:
Great Stirrup Cay y República Dominicana
Norwegian Joy - Nov 2025 | Ene - Abr 2026



EE.UU. sube el precio de la Visa Waiver: ¿Cuánto deben pagar pasajeros de Chile?

Desde octubre los pasajeros chilenos que ingresen a Estados Unidos con la "Visa Express" (ESTA) deben pagar casi el doble por el documento.

A partir de octubre, Estados Unidos estableció un incremento en el valor de la Visa Waiver (ESTA), beneficio mediante el cual los pasajeros chilenos pueden ingresar al país en condición de turistas pagando US\$ 21.

Aquel valor estuvo vigente

hasta el 30 de septiembre, pues el Departamento de Seguridad Nacional (DHS) fijó el nuevo precio en US\$ 40. Llevado a la moneda local, representa pasar de pagar aproximadamente \$20 mil a \$38 mil.

La medida afecta a Chile como parte de un selecto grupo de 42 países a los que Estados Unidos les facilita los viajes evitando que sus ciudadanos tramiten un visado tradicional.

Viene al caso recordar que Chile fue incorporado al programa en 2014 y es actualmente el único país de Latinoamérica con acceso al "visado exprés".

Chile y su presencia en el programa Visa Waiver

En los últimos tres años la



permanencia de Chile en el programa ha sido cuestionada por sectores políticos conservadores de Estados Unidos, basados en un incremento de la criminalidad por parte de delincuentes chilenos que ingresaron a EE. UU. a través del beneficio.

A mitad de 2023 ocurrió el momento más crítico, según lo reconocieron desde el Ministerio de Relaciones Exteriores. En

ese entonces, Cancillería activó reuniones con autoridades de seguridad norteamericanas para firmar un documento donde Chile se comprometió, entre otros puntos, a una mayor entrega de antecedentes de sus ciudadanos al gobierno estadounidense.

El último hecho relevante sobre el tema tiene como protagonista al Gobierno de Gabriel Boric, el cual impulsó una campaña para evitar el mal uso de la ESTA.

La nueva política internacional de relaciones impulsada por Donald Trump durante el último año ha reflatado las dudas sobre la permanencia de Chile en el beneficio. A la fecha, sin embargo, la Visa Waiver sigue operando con normalidad para pasajeros chilenos. •

Plataforma Club Med exclusiva para agencias

Cotice y Reserve Online de manera más rápida las 24hs, los 7 días de la semana

Toda la información para sus ventas

- Ψ Detalle de todos los resorts Club Med
- Ψ Herramientas de marketing
- Ψ Reservas seguras
- Ψ Seguimiento de tus ventas e independencia
- Ψ Pago Online

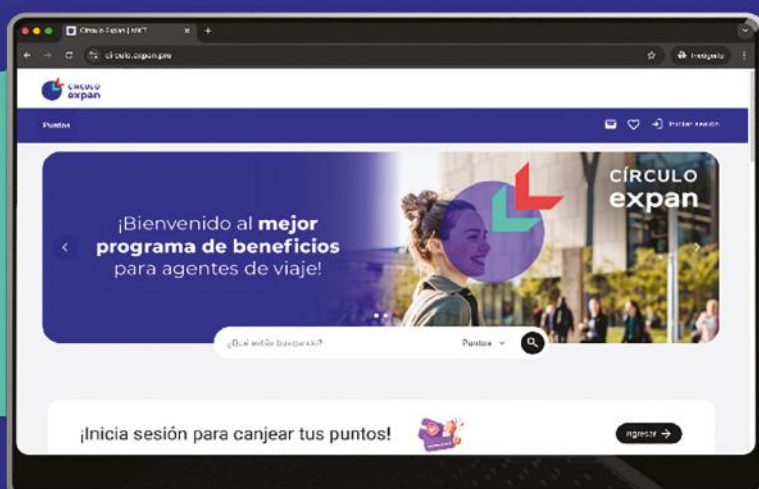
Regístrate ahora: www.travelagents.clubmed.com.ar

Para más información, comunícate a consultas.latam@clubmed.com

Club Med
Travel Agent

CÍRCULO
expan

Sé parte del **nuevo programa de beneficios** exclusivo para el agente de viaje



¿Cómo hacerlo?

Regístrate o inicia sesión en Expan Pro y ya estarás formando parte de Círculo Expan.

Recuerda: por cada dólar que vendas a través de Expan Tours, acumularás 1 punto, que podrás canjear en gift cards en decenas de comercios en todo Chile.

Círculo Expan, tu lealtad nos inspira

Contáctanos  +562 27964600  marketing@expan.cl

Revisa los términos y condiciones del programa de beneficios en <https://expan.pro>

Centros de esquí cierran temporada de invierno 2025 con balance positivo

Grupo Andacor la definió como una de las mejores de la historia y Valle Nevado superó los 305 mil visitantes.



Al cierre de la temporada de invierno 2025 los principales centros de esquí evalúan de forma positiva el ciclo. Incluso algunos aseguran que superaron el volumen de visitantes con respecto a 2024.

"Ha sido una excelente temporada y todavía no termina. Alcanzamos las 305 mil personas,

gracias a un inicio increíble donde recibimos durante los primeros 45 días un 30% más de esquiadores que 2024", declaró Ricardo Margulis, gerente general de Valle Nevado.

En el caso de Andacor, grupo a cargo de Farellones, El Colorado, El Pillán (Pucón) y Volcán Osorno, detallan la llegada 400 mil personas en todos sus

centros de montaña, anotando también un 30% más de público que 2024.

"La temporada 2025 en la zona central fue una de las mejores en la historia de Andacor, con 101 días de operación ininterrumpida en El Colorado y un poco menos en Farellones", señaló José Ignacio Morales, gerente general de Andacor.

Camila Margozzini, gerente comercial de La Parva, definió como excelentes los resultados de la temporada con 145 mil visitantes. Lo atribuyó a innovación en productos como pases de temporada y acceso gratis para niños.

Gremios pidieron "solución definitiva"

A pesar de las cuentas azu-

les la temporada 2025 volvió a mostrar uno de los puntos más débiles de la oferta de nieve en la Región Metropolitana: el acceso a los centros de montaña por la ruta G-21.

Viene al caso recordar que, desde el municipio de Lo Barnechea, el alcalde Felipe Alessandri calificó como "vergüenza nacional" los atochamientos de hasta 5 horas que se produjeron el 29 de agosto. En esta línea, llamó al gobierno de Gabriel Boric a realizar obras a través del Ministerio de Obras Públicas (MOP).

La necesidad de invertir en mejorar los caminos fue recalcada por la Federación de Empresas de Turismo de Chile (Fedetur), organismo que pidió una solución definitiva a las autoridades. •



TUS VACACIONES COMO SIEMPRE LAS SOÑASTE

CARIBE

MIAMI A MIAMI

7 NOCHES A BORDO DEL NORWEGIAN AQUA
14 AL 21 DE DICIEMBRE 2025

MIAMI - PUERTO PLATA - SANTO TOMÁS
TÓRTOLA - GREAT STIRRUP CAY - MIAMI

VALOR CABINA INTERNA PARA 2 PERSONAS:
USD 1.889 o \$1.822.885

BAHAMAS

MIAMI A MIAMI

5 NOCHES A BORDO DEL NORWEGIAN GETAWAY
14 AL 19 DE NOVIEMBRE 2025

MIAMI - COZUMEL
GREAT STIRRUP CAY - MIAMI

VALOR CABINA INTERIOR PARA 2 PERSONAS:
USD 849 o \$819.285

VALORES INCLUYEN:
IMPUESTO PORTUARIOS - BAR ABIERTO ILIMITADO
1 CENA EN RESTAURANTE DE ESPECIALIDAD - PROPINAS PREPAGADAS



TEMPO REPS

REPRESENTANTE EXCLUSIVO DE NORWEGIAN CRUISE LINE EN CHILE
reservas@temporeps.cl | 22 335 2823 | 22 333 2958 | Evaristo Lillo 178 oficina 12, Las Condes



BUENOS AIRES

TRANSFORMA TU VIAJE EN UNA EXPERIENCIA

INOLVIDABLE



VISIT
BUENOS AIRES

Sky Airline firma acuerdo interlineal con United Airlines

A partir de este mes, el acuerdo de ambas aerolíneas permitirá que los pasajeros conecten con más de 30 destinos operados por Sky Airline en Perú y Chile.



le y el resto de la región con un solo pasaje.

Las operaciones conjuntas entre ambas líneas aéreas comenzarán a funcionar durante octubre y se suman a la red de conectividad que la compañía chilena ha ido desarrollando a lo largo de los últimos años, donde destacan colaboraciones con Air Canada, Air France y Aerolíneas Argentinas, entre otras.

“Junto a United fortalecemos nuestro propósito de poner el cielo al alcance de todos, conectando nuestra región con Norteamérica, donde nuestros partners tienen una sólida presencia”, señaló Julio Solar, gerente de Rutas y Alianzas de Sky.

Mayor conexión para destinos de Sky

Gracias a esta alianza, los

viajeros que lleguen a los aeropuertos de Lima y Santiago podrán continuar su recorrido hacia otros destinos como Cusco y Arequipa en el caso del hub en Perú, mientras que en Chile estos podrán continuar su viaje hacia ciudades como Puerto Montt, Concepción y Punta Arenas.

Además, la oferta de atractivos se extiende hacia otras urbes donde la aerolínea chilena opera, como Mendoza, Bariloche y Montevideo.

Por su parte, los usuarios que inicien su viaje en Chile o Perú podrán acceder, a través de los servicios de United Airlines, a diferentes destinos de Norteamérica y del mundo.

“A través de esta alianza, United podrá ofrecer en sus canales de venta la red de SKY, facilitando la conexión en distintos puntos de la región donde ambas operan, combinando dos redes líderes en América”, agregó el representante de la compañía chilena. •

MAWDY
MAPFRE Worldwide Digital Assistance

ESTA TEMPORADA VACACIONAL QUE EMPIEZA DALE UN PLUS A TU OFERTA DE PAQUETES TURÍSTICOS CON NUESTRA ASISTENCIA EN VIAJES MAWDY

Contáctanos emision.viajes@mawdy.com [+562 2707 4538](tel:+56227074538) [mawdy_chile](https://www.instagram.com/mawdy_chile)



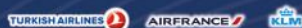
HONEST GLOBAL

ISTANBUL - DUBAI - SYDNEY - BUDAPEST - BANGKOK - OSAKA

BLOQUEOS

AÉREOS 2026/ SCL

JOYAS TURCAS



PAQUETE CIRCUITO TERRESTRE + VUELO INTERNACIONAL DESDE CHILE - SCL
9 NOCHES EN DESTINO: ESTAMBUL - ANKARA - CAPADOCIA - PAMUKKALE - SELÇUK - IZMIR/KUSADASI - BURSA

US\$ 2440



POR PERSONA EN HAB. DOBLE

JOYAS TURCAS & DUBÁI



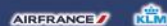
PAQUETE CIRCUITO TERRESTRE + VUELO INTERNACIONAL DESDE CHILE - SCL
13 NOCHES EN DESTINO: ESTAMBUL - ANKARA - CAPADOCIA - PAMUKKALE - SELÇUK - IZMIR/KUSADASI - BURSA - DUBAI

US\$ 3015



POR PERSONA EN HAB. DBL

TURQUÍA & LAS ISLAS GRIEGAS



PAQUETE CIRCUITO TERRESTRE + VUELO INTERNACIONAL DESDE CHILE - SCL
12 NOCHES EN DESTINO: ESTAMBUL - ANKARA - CAPADOCIA - PAMUKKALE - SELÇUK - IZMIR/KUSADASI - BURSA - ATENAS - MYKONOS - SANTORINI - RODAS

US\$ 3195



POR PERSONA EN HAB. DBL

JOYAS DE LOS BALCANES



PAQUETE CIRCUITO TERRESTRE + VUELO INTERNACIONAL DESDE CHILE - SCL
15 O 16 NOCHES EN DESTINO: ESTAMBUL, SOFIA, SKOPJE, ORHID, TIRANA, SHKODER, BUDVA, KOTOR, TREBINJE, MEDJULGORJE, MOSTAR, SARAJEVO, BELGRADO

US\$ 3360



POR PERSONA EN HAB. DBL

TURQUÍA, GRECIA & DUBÁI



PAQUETE CIRCUITO TERRESTRE + VUELO INTERNACIONAL DESDE CHILE - SCL
16 NOCHES EN DESTINO: ESTAMBUL - ANKARA - CAPADOCIA - PAMUKKALE - SELÇUK - IZMIR/KUSADASI - BURSA - ATENAS - MYKONOS - SANTORINI - RODAS - DUBAI

US\$ 3769



POR PERSONA EN HAB. DBL

ESENCIAS CENTRO EUROPEAS



PAQUETE CIRCUITO TERRESTRE + VUELO INTERNACIONAL DESDE CHILE - SCL
14 NOCHES EN DESTINO: AMSTERDAM, PRAGA, BUDAPEST, VIENA, HAMBURG, MUNICH, FRANKFURT, BERLIN

US\$ 3999



POR PERSONA EN HAB. DBL



travelaway
Somos lo que hacemos

☎ CENTRAL : +56 22 963 4370

✉ INFO@TRAVELAWAY.CL

🌐 WWW.TRAVELAWAY.CL

📍 AV. PROVIDENCIA 1208, SANTIAGO - CHILE

Chile consolida su liderazgo en turismo aventura con cumbre en Puerto Natales

La cumbre global del turismo aventura reunió a más de 70 países y generó más de 1.500 reuniones de negocios en la Patagonia chilena.



Puerto Natales se convirtió en el epicentro del turismo aventura global con la realización de la Adventure Travel World Summit (ATWS) 2025, evento organizado por la Adventure Travel Trade Association (ATTA) y Sernatur, con el apoyo del Gobierno Regional de Magallanes y de la Antártica chilena.

Durante tres intensas jornadas, representantes de más de 70 países, entre operadores internacionales, medios especializados y destinos, participaron en actividades que combinaron negocios, aprendizaje e intercambio de experiencias, consolidando a Chile como referente en turismo sostenible y de naturaleza.

Impacto regional y trabajo colaborativo

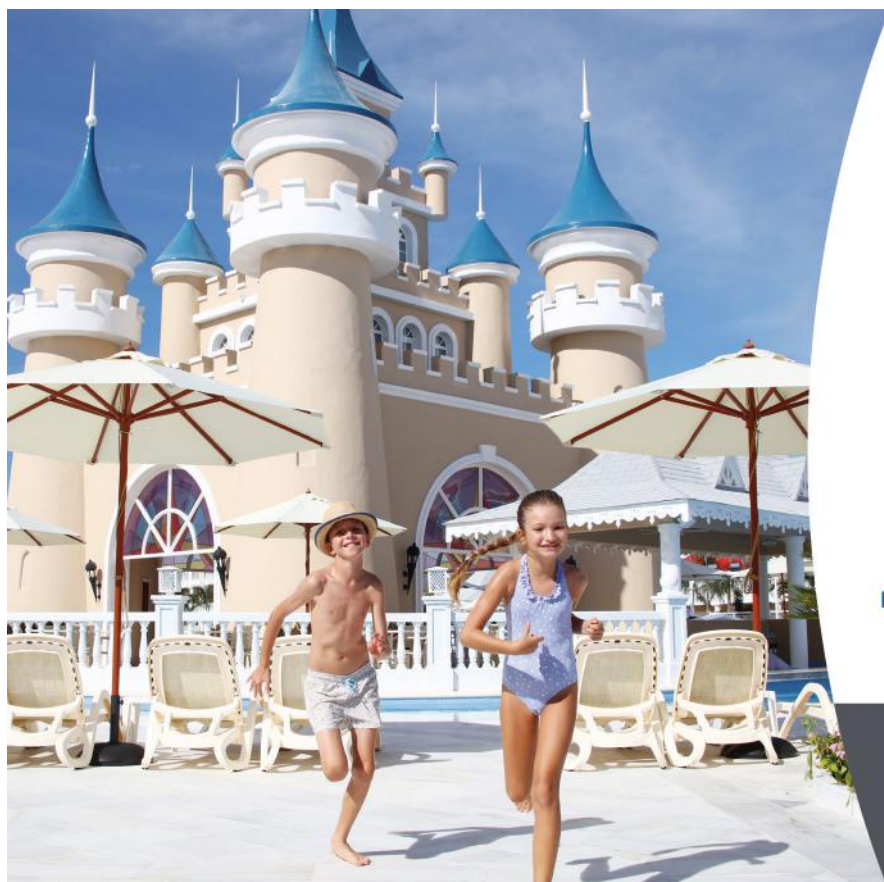
La Región de Magallanes jugó un rol central en la organización, acogiendo a seis de los 23 Pre-Summit Adventures y 38 experiencias del Day of Adventure, realizadas el martes 14. Todo el ecosistema turístico local —desde proveedores y guías hasta transportistas y restau-

rantes— participó activamente en el evento.

Innovación

Entre los espacios más valorados por los participantes destacó el Media Connect, una dinámica instancia que conectó a marcas, destinos y operadores del turismo aventura con medios especializados de todo el mundo, generando nuevas oportunidades de promoción y difusión.

La última jornada de la ATWS 2025 estuvo dedicada al intercambio de experiencias, la innovación tecnológica y la reflexión sobre los desafíos del sector. Embajadores de la ATTA y expertos internacionales abordaron temas como el poder del relato, la inteligencia artificial y la colaboración en la industria turística. •



3 **BAHIA PRINCIPE**
HOTELS & RESORTS

**Su próximo destino
soñado los espera
en Punta Cana!**

**¡Vivan la magia del paraíso
en un hotel de fantasía!**

Habitaciones con vista al mar
Restaurantes temáticos · Parque acuático
Kids Club · Shows en vivo · Todo incluido

**Diversión sin límites. Ideal para familias que
buscan sol, playa y momentos mágicos.**

Regístrate ahora en **Bahia Principe Rewards**, y comienza con nuestro bono de bienvenida: 1000 puntos para todos los agentes recién registrados!

Rewards BAHIA PRINCIPE
Pro Agents



Cuando necesitas **asistencia real**, la calidad se nota

*Estás cubierto ante cada imprevisto, con la confianza
de un servicio que responde.*



Registra tu agencia:



Gastos por vuelo
demorado o cancelado



Reintegro por
medicamentos



Tech Protection

Iberia proyecta operar dos vuelos diarios entre Madrid y Santiago

Este aumento va en línea con el objetivo de reforzar las operaciones entre América Latina y España por parte de Iberia.



Iberia proyecta afirmar su posición como una de las principales aerolíneas que conectan a Chile con España, considerada la principal puerta de entrada a Europa para los pasajeros nacionales.

Víctor Moneo, director global de Ventas, explicó que la compañía está invirtiendo recursos en

duplicar la flota de aviones, a través del Plan de Vuelo 2030, para reforzar la conexión con los mercados de América Latina y Estados Unidos, que juntos alcanzan 350 vuelos semanales de la aerolínea durante el presente año.

El ejecutivo recordó que durante la pandemia operaban un vuelo diario entre Santiago y Madrid, que se aumentó a 10 frecuencias semanales a fines del

año 2023. “En estos momentos acabamos de tener la frecuencia número 11 y a partir de noviembre ya estaremos con 12 frecuencias semanales, es decir, estamos casi ya en dos vuelos diarios. Hablamos de tener este año 400.000 asientos, que es una cantidad muy importante. Nuestra ambición es ir, en cuanto podamos, a los dos vuelos diarios a Chile”, declaró.

Latinoamérica en la mira de Iberia

Este 2025, Iberia destacó por establecer 23 vuelos semanales entre Buenos Aires y Madrid, una cifra récord enmarcada dentro de los objetivos que buscan potenciar la conectividad con América Latina.

Entre las novedades destacan un nuevo vuelo directo entre Monterrey (México) – Madrid que inició en junio, y un aumento en los vuelos a Puerto Rico, con miras a alcanzar 11 frecuencias semanales entre octubre y marzo de 2026.

Desde el 26 de octubre, asimismo, Iberia operará una ruta directa desde la capital española a Orlando, Estados Unidos.

Otra apuesta de la compañía son los vuelos con conexión a Brasil: Recife y Fortaleza, en la temporada de verano, iniciarán como dos tramos nuevos especialmente pensados para la temporada de verano. •

EL VERANO EN EL CARIBE SE VIVE CON

BY WYNDHAM ALL-INCLUSIVE RESORTS

VIVA MICHES

MICHES 7 NOCHES

SALIDA CONFIRMADA: 14 DE FEBRERO 2026

PRECIO DESDE: USD 2.264

*P/P EN BASE A PLAN FAM.

VUELO DIRECTO!

VIVA MAYA BY WYNDHAM

PLAYA DEL CARMEN 7 NOCHES

SALIDA CONFIRMADA: 27 DE ENERO 2026

PRECIO DESDE: USD 1.839

*P/P EN BASE A PLAN FAM.

VUELO DIRECTO!

Para conocer más sobre estos programas, contacta a tu ejecutiva Via Club o escríbenos a ventas@viaclub.cl

[viaclubchile](https://www.facebook.com/viaclubchile) [viaclubcl](https://www.instagram.com/viaclubcl) www.viaclub.cl

VIA CLUB OPERADORA DE TURISMO

Special
tours

Nueva temporada 2026/2027

VIAJEMOS JUNTOS

para contar historias

Donde tus viajeros vivan un
nuevo capítulo en cada destino

HDR



Expolagos 2026 confirma a Bariloche como sede para la 12° edición

Expolagos Patagonia oficializó a la ciudad de Bariloche como escenario para la 12° edición de la rueda de negocios. El evento reunirá a más de 60 operadores turísticos del mundo deseosos de conocer la oferta del sur de Argentina y Chile.

La realización de la rueda de negocios está programada para el 7 y 8 de septiembre de 2026 en el Sheraton Bariloche Hotel, siendo el regreso a la ciudad argentina luego de once años desde su paso en 2015.

Foco en Brasil

De acuerdo con los organizadores del encuentro se están haciendo los esfuerzos para atraer a miembros de la industria de diferentes partes del mundo, como

La rueda de negocios se realizará el 7 y 8 de septiembre de 2026 y reunirá a más de 60 operadores turísticos de todo el mundo.



Paula Viacava, del Llao Llao Hotel & Resort; María Cecilia Caldelari, de Emprotur Bariloche; Angélica Bosh, del Sheraton Marriott; y Adriana Pérez, de LS travel; junto a Roque Palacios.

de Estados Unidos, Europa, Canadá, Medio y Lejano Oriente, y Latinoamérica, especialmente de Brasil.

El gigante sudamericano figura como uno de los principa-

les mercados de la ciudad patagónica. Según estadísticas del Municipio de Bariloche, durante el año pasado Brasil representó un 6,2% de la llegada de turistas internacionales al destino, atraí-

dos principalmente por su oferta de nieve.

Éxito en Chile

La nueva cita se anuncia tras el éxito de la última versión realizada el pasado 1 de septiembre en la ciudad de Coyhaique, Región de Aysén.

Durante la instancia asistieron más de 140 profesionales del turismo, incluyendo a 60 empresas de las regiones de Los Lagos, Aysén y Magallanes, además de diversas provincias del sur de Argentina, lo que lo consolidó como uno de los encuentros más importantes para la zona sur de ambos países.

Las postulaciones para la nueva versión de Expolagos se encuentran abiertas en el siguiente link de la rueda de negocios: www.expolagos.com.

NOVIEMBRE CON PROMOS ÚNICAS



www.assistotuviaje.com

infochile@assistotuviaje.com

[in assisto-tu-viaje](#)

[+56 9 8920 0668](tel:+56989200668)



VIVA MÉXICO

GASTRONOMÍA, CULTURA Y PLAYAS

DEL PACÍFICO AL CARIBE

europamundo
vacaciones

Teotihuacán



Incluye:

- Visitas panorámicas en:** Chichen Itzá, Ciudad de México, Guadalajara, Guanajuato, Mérida.
- Excursión:** Recinto Arqueológico de Teotihuacán
- Barco:** Lancha por el Cañón de Sumidero, Paseo en barco hasta Janitzio en Lago de Pátzcuaro, Paseo en lancha hasta Playa Las Gatas
- Traslado nocturno:** Zócalo en Mérida
- Entradas:** Fortaleza de San Diego, Parque Nacional Agua Azul, Recinto arqueológico de Chichen Itzá, Museo regional, Basílica de Guadalupe y Recinto Arqueológico de Teotihuacán, Hospicio Cabañas y Destilería de Tequila Mundo Cuervo en Guadalajara, Recinto arqueológico de Monte-Albán en Oaxaca, recinto arqueológico maya de Palenque, Santuario de Atotonilco, Recinto Arqueológico de Tula
- Funicular:** Pípila en Guanajuato

México



Playas México



+40 circuitos
para elegir
+20 nuevas
opciones

Salidas garantidas
hasta Marzo 2026

Somos MÉXICO, Somos europamundo

andesreps

Pon un viaje en tu vida

www.andesreps.com • online@andesreps.com

KUALITY
COCHA

Ladevi Workshop: una nueva versión con las novedades para la temporada de verano

La segunda versión de Ladevi Workshop 2025 proyecta replicar el éxito de las últimas ediciones, con una variada oferta de expositores.

Año tras año Ladevi Workshop se ha posicionado como un espacio de negocios esencial en la agenda turística del país, sirviendo como plataforma para que los profesionales del turismo promocionen y comercialicen su oferta de productos, esta vez, para la temporada de verano 2025/2026.

Las ediciones de 2024 dejaron

cifras auspiciosas de participación y comentarios positivos por parte de las agencias de viajes visitantes y expositores, destacándose el valor del evento respecto de su potencia para dinamizar la actividad comercial del sector, servir como punto de encuentro y actualización de productos.

Durante el primer Ladevi Workshop de 2025, correspondiente a la temporada baja, la tendencia se repitió con una alta afluencia de público, que además participó de diversas capacitaciones.

Una vitrina para la oferta turística

Esta edición, a diferencia de las anteriores de temporada alta, el workshop se realiza el 6 de noviembre en el Hotel InterContinental



y reunirá una infinidad de expositores, entre escritorios y stands, enfocados en facilitar el contacto comercial entre agentes y proveedores.

Al igual que la primera versión del año, se ha incluido una amplia oferta de turismo nacional, segmento que estos últimos años se ha posicionado en el catálogo de los agentes y viajeros.

Se espera que sean más de

800 los profesionales que se den cita en el encuentro que marcará el termómetro del período de verano.

Además, Ladevi Workshop de temporada alta tiene como propuesta interesantes capacitaciones para actualizar a los profesionales del turismo respecto de ciertos productos, las cuales se realizan en el salón Calbuco (piso -2 del Hotel InterContinental).

DISFRUTA DE TUS VIAJES SIN MIEDO.

 **europ
assistance**
you live we care

AIRPORT

Con Europ Assistance los imprevistos dejan de ser un terror.

Viaja protegido siempre.

PARTE DEL GRUPO  GENERALI

Para más información contáctanos al correo ventas@europ-assistance.cl

60 AÑOS PROTEGIENDO
A LOS VIAJEROS
Revisa nuestras condiciones.

HotelDO▶

¡YA LLEGA!

3^{RA}
EDICIÓN



CAMPUS + AWARDS

📅 5 de NOVIEMBRE 📍 Santiago de Chile

PALLADIUM
HOTEL GROUP

ARUBA

GRUPO
xcaret

uniyersal
assistance

LIMATOURS
- EST. 1956 -

PREFEITURA
PORTO
SEGURO
O Brasil nasceu aqui!

HM hotels
& whala!hotels

INTERCONTINENTAL
SANTIAGO

LOPESAN
COSTA BÁVARO
RESORT, SPA & CASINO
BÁVARO - PUNTA CANA - REP. DOMINICANA

COSTA
DEL SOL
HOTELES
WYNDHAM

HotelDO▶ APP

“ENCUENTRA LAS MEJORES
OFERTAS AL CARIBE Y BRASIL,
DIRECTO DESDE TU CELULAR.”

DISPONIBLE EN  App Store  Google Play



¿Aún no eres
agencia registrada?
¡REGÍSTRATE!



HotelDO▶

“Offers & Orders” está cambiando el juego para los agentes de viajes

El sector aéreo vive una transformación con Offers & Orders, impulsada por NDC y ONE Order, que busca más personalización y eficiencia, pero plantea retos a los agentes.

Qué son y por qué las aerolíneas los usan

Offers & Orders permite a las aerolíneas crear propuestas personalizadas de precios y servicios, y gestionar todo el proceso de compra —emisión, facturación, cambios y cancelaciones— en un sistema unificado, ofreciendo mayor personalización, márgenes más altos y una experiencia más moderna.

Cómo impacta en los agentes

- **Pérdida de control:** con Offers & Orders la aerolínea define tarifas y extras; sin buena integración, los agentes pierden competitividad.
- **Mayor complejidad:** exige dominar nuevas APIs, precios dinámicos y bundles variables, con capacitación y adaptación tecnológica.
- **Riesgo de exclusión:** aunque el 66% de las aerolíneas usa NDC, solo 27% avanza en Offers & Orders, generando desigualdad de acceso.
- **Pérdida de ingresos:** bundles o tarifas exclusivas en cana-



les directos o NDC pueden restar comisiones y mostrar condiciones distintas a los clientes.

Los agentes deben adaptarse en tecnología o alianzas para competir.

Ejemplos del impacto

Según Accelya y Atmosphere Research, aunque el 72% de las aerolíneas considera clave la transición a Offers & Orders, solo 27% ha avanzado. IATA afirma que estándares como ONE Order simplificarán procesos y eliminarán documentos múltiples. Además, los bundles exclusivos en canales NDC obligan a inver-

Posibles soluciones

Los agentes deben adaptarse en varios frentes: capacitarse en los nuevos modelos Offers & Orders y en el uso de APIs NDC; actualizar su tecnología o aliarse con GDS que ofrezcan estas integraciones; negociar acceso justo y comisiones transparentes con las aerolíneas; fortalecer el servicio y la asesoría; y mantenerse al día con los estándares y regulaciones del sector. •

TOUR OPERATOR
FoundTrip
Your best friends, your best choice!

FoundTrip Tour Operator
foundtrip
www.foundtrip.com

CMS
Certified Meetings Specialist

WORLD TRAVEL AWARDS
WINNER
2023

VIVE LA NAVIDAD EN **EUROPA**

y descubre la magia de sus mercadillos

Nuestra propuesta

Experiencias
auténticas

Salidas
garantizadas

Hotelería 4*
seleccionada

Guía acompañante
en español

Descubre los **Mercadillos Navideños**

8 días

París
y Países Bajos

Desde
1365EUR

NOVEDAD

7 días

**Países
Bajos**

Desde
1130EUR

NOVEDAD

9 días

**Capitales
Imperiales**

Desde
1310EUR

8 días

**Países
Bálticos**

Desde
1140EUR

NOVEDAD

CONSULTE CON NUESTROS DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS

www.surland.com

Pasaporte de Chile: el más poderoso de Sudamérica y puesto 16 a nivel mundial

Documento de Chile retrocedió un lugar respecto a 2024 en el ranking de Henley & Partners, donde destacaron los retrocesos de Estados Unidos y Francia.

El pasaporte de Chile se mantiene como el más poderoso en Sudamérica, en tanto a nivel mundial se posicionó en el lugar 16, destacando

por facilitar el ingreso a un grupo de 175 países. El Ranking Global de Pasaportes de Henley & Partners considera 199 pasaportes y 227 destinos.

Con respecto a 2024 el pasaporte nacional retrocedió un casillero, lo que se explica por la reducción del acceso a dos destinos y también a los movimientos y mejoras registradas entre las 15 primeras naciones.

Más atrás vienen Brasil y Argentina, empatados en el puesto 19 con vía rápida para 169 países. Siguen Uruguay (25°), Paraguay (32°), Perú (35°), Colombia (40°) y Venezuela (50°).

Fuera de los primeros cincuenta están Ecuador (56°) y Bolivia (78°).



Singapur, el más poderoso; Estados Unidos pierde influencia

La muestra elaborada a partir de datos aportados por IATA, entre los cambios más significativos respecto a la edición 2024,

posicionó al documento de identidad de Singapur en el top 1 ya que permite el ingreso a 193 destinos.

Estados Unidos, en un año marcado por una nueva política internacional de relaciones, salió por primera vez del top ten al retroceder desde el puesto 7 al 12.

Francia, que en 2024 ocupó el primer puesto, bajó hasta el quinto lugar, que comparte con Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Irlanda y Países Bajos.

Causas de rezagos

Los analistas destacan tres factores principales que explican la debilidad de los pasaportes peor posicionados:

- Conflictos armados y crisis políticas que limitan los acuerdos de reciprocidad.
- Débil infraestructura diplomática: pocas embajadas y convenios bilaterales.
- Inestabilidad económica y migración irregular que generan desconfianza internacional. •



VIVA HEAVENS
BY WYNDHAM
ALL-INCLUSIVE RESORTS

#MITODOINCLUIDO
VIVARESORTS.COM @VIVARESORTS

Copa Airlines

¡AHORA TENÉS MÁS OPCIONES PARA LLEGAR A TU VIVA RESORTS!

DESDE **ENERO 2026**, VOLÁ POR COPA AIRLINES DESDE BUENOS AIRES, ROSARIO, CÓRDOBA, MENDOZA, TUCUMÁN Y SALTA A VIVA HEAVENS, EN PUERTO PLATA

ABSOLUTAMENTE TODO INCLUIDO





A company of  ZURICH®

¡Prepárate, desde ahora Universal Assistance premia tu confianza con nuestro club de beneficios!



Desde ahora podrás acumular puntos con **tus ventas en productos de folleto.**



Para que tus ventas cuenten debes autogestionarlas a través de nuestro portal de emisión. **Si todavía no tenés usuario contáctate con tu ejecutivo.**

Válido desde el 3/07/2025, sólo para productos de folleto, y emitidos mediante autogestión de emisión en Portal Partner. Para más información contactate con tu ejecutiva comercial UA o escribenos a beneficiosbigbox@universal-Assistance.com

Turisclub presenta salidas confirmadas a Brasil y el Caribe para el verano 2026

Turisclub presentó su oferta de salidas confirmadas en la temporada de verano 2026 para destinos del Caribe y Brasil. Desde el turoperador destacaron para el mercado nacional su oferta de hoteles all inclusive en las paradisíacas playas de México y República Dominicana.

La compañía cuenta con fechas confirmadas para gran parte de los meses de enero y febrero, con estadías de 7 noches y 8 días y precios que van desde los US\$ 929 para quienes escojan al gigante sudamericano.

Brasil: un portafolio para todos los gustos

Para la temporada alta próxima a comenzar, Turisclub destacó su variada oferta de paquetes

El turoperador destacó su oferta de hoteles all inclusive en las playas de Brasil y destinos del Caribe como República Dominicana y México.



en destinos de Brasil, con opciones que ofrecen desde estadías en las ciudades más populares del país hasta cupos en resorts de lujo para vacacionar.

Desde la compañía resaltaron principalmente sus paquetes all inclusive en destinos co-

mo Angra dos Reis y Praia do Forte en Bahia, con pasajes aéreos vía Sky Airline (ida y vuelta), traslados desde el aeropuerto al hotel (y viceversa), siete noches de alojamiento en un recinto a elección, seguro de asistencia y tasas de embarque incluidas.

Sol y playa en el Caribe

Por otro lado, para quienes busquen comodidad y relax, Turisclub cuenta con una atractiva oferta de paquetes en República Dominicana con destinos como Juan Dolio, Punta Cana, Miches y Bayahíbe, por precios que van desde US\$ 1.799.

Para complementar la experiencia caribeña, el turoperador también dispone de salidas confirmadas a México, con estadías en las icónicas playas de Cancún, Riviera Maya, Costa Mujeres y Playa del Carmen, desde US\$ 1.939.

Estos paquetes al Caribe incluyen también programación de actividades para niños y adultos, además de una potente oferta gastronómica. •

WWW.TURISCLUB.CL







VERANO 2026

CURAÇAO

SALIDA 20 DE FEBRERO VÍA LATAM

Pasaje aéreo + Equipaje de bodega y cabina + Traslados + 7 noches de alojamiento + Todo incluido + asistencia en viaje + tasas de embarque

desde USD 2.425*

p/p en base habitación doble

*Tarifas dinámicas sujetas a disponibilidad y cambios sin previo aviso. Aplica condiciones y restricciones

Sandals Royal Curaçao, donde la elegancia se vive en cada detalle

En el marco del Simposio Sudamérica de Curazao 2025, agencias de viajes y Ladevi visitaron el Sandals Royal Curaçao, un resort que redefine el lujo todo incluido en el Caribe.

Ubicado en la bahía privada de Santa Bárbara, a 24 km del aeropuerto, el Sandals Royal Curaçao combina playas cristalinas, naturaleza y una ubicación estratégica, con atardeceres que se han convertido en su sello distintivo.

Cuenta con 361 habitaciones y suites en 24 categorías, diseñadas bajo el concepto de lujo y confort. Destacan los Awa Seaside Butler Bungalows, con piscina privada y MINI Cooper de cortesía; los Kurason Island Poolside Bungalows, rodeados

El Sandals Royal Curaçao recibió a agentes de viajes en un recorrido exclusivo que destacó el lujo, el entretenimiento y los servicios de primer nivel.



de lagunas; y las Swim-up Suites y Rondoal Villas con acceso directo a piscinas o espacios privados.

Con opciones Luxury, Club Sandals y Butler Elite, la propiedad reúne la mayor variedad de

experiencias exclusivas del portafolio todo incluido de Sandals.

Gastronomía y experiencias

El Sandals Royal Curaçao ofrece una de las propuestas culinarias

más completas de la cadena, con 11 opciones gastronómicas, entre ellas 8 restaurantes —siete exclusivos del resort— que van desde la cocina latina hasta un café neerlandés abierto todo el día, y 3 camiones gourmet frente al mar con sabores locales y asiáticos. A esto se suman 13 bares, incluido uno sobre el agua, con licores premium y vinos Robert Mondavi Twin Oaks® sin límite, además de minibar reabastecido en la habitación.

El resort es un refugio para el romance y el bienestar, con tres escenarios frente al mar para bodas y eventos, el Red Lane Spa con cabinas al aire libre y más de 3.500 m² de espacios para reuniones, siendo el centro de convenciones más grande de Curazao.

La experiencia se completa con una oferta deportiva y de entretenimiento que contempla buceo, esnórquel, tenis, golf en campo de 18 hoyos diseñado por Pete Dye, ciclismo y actividades diarias y nocturnas. •



TERMAS COCHAMÓ
PATAGONIA CHILE



5 PISCINAS + 9 TINAJAS

A SÓLO 1 HR. DE PUERTO VARAS

@termascochamo
www.termascochamo.com

Safe Travel Assistance anticipa renovada línea Multiviajes

Safe Travel Assistance presenta su renovada línea Multiviajes, una propuesta con opciones flexibles de cobertura anual en la que destaca el plan de asistencia para viajes de 15 días.

Los planes de la compañía incluyen cobertura tanto para viajes internacionales como nacionales, ofreciendo protección en cada momento de las vacaciones.

Entre las novedades destacan el lanzamiento de nuevas alternativas de cobertura en el extranjero, diseñadas para acompañar a los usuarios en cualquier experiencia, ya sea estudios, viajes corporativos o turismo.

Asimismo, Safe Travel Assistance resalta su línea de productos nacionales que llega para complementar la actual cobertura

Safe Travel Assistance proyecta fortalecer su presencia en la región y la relación con las agencias con la incorporación de una nueva gerente comercial.



ra local con los mismos estándares de cobertura. Entre los beneficios que la empresa de asistencia ofrece en sus planes destacan atención médica 24/7, telemedicina y protección ante imprevistos.

“Nuestro foco está en ofrecer productos flexibles, accesibles y con respaldo global, manteniendo la calidad y cercanía que distinguen a Safe Travel Assistance, y destacando que nuestras solu-

ciones son tanto receptivas como de venta internacional”, señalaron desde la compañía.

Fortalecimiento de presencia en Latinoamérica y agencias

De cara al inicio de la temporada de verano 2025/2026, Safe Travel Assistance proyecta un crecimiento sostenido en toda Latinoamérica con especial foco en fortalecer la relación con agencias de viajes.

Para esto, la compañía apuesta por la incorporación de Jessica Migliorino como gerente comercial regional, encargada, además, en potenciar el enfoque al pasajero.

“Esperamos una temporada fuerte, con foco en turismo familiar y viajes regionales, potenciando las alianzas con agencias y fortaleciendo nuestras líneas Multiviajes, con eje en servicio, cercanía y calidad”, agregaron. •

HABANA Y VARADERO

7 noches / 8 días



Programa Incluye:

- Transfer compartido Apt. Habana / Hotel Habana
- 02 noches de alojamiento en La Habana, plan alimenticio desayunos
- Transfer compartido Hotel Habana / Hotel Varadero
- 05 noches de alojamiento en Varadero, plan alimenticio todo incluido
- Transfer compartido Hotel Varadero / Apt. Habana
- Asistencia de nuestros representantes en aeropuerto y hoteles
- Seguro de asistencia en viaje por un valor máximo global de USD 60.000 por pax
- Visa de turista de entrada a Cuba

desde **USD 574**

CAYO SANTA MARIA

7 noches / 8 días



Programa Incluye:

- Transfer compartido Apt. Santa Clara / Hotel en Cayo Santa María
- 07 noches de alojamiento en Cayo Santa María, plan alimenticio todo incluido
- Transfer compartido Hotel en Cayo Santa María / Apt. Santa Clara
- Asistencia de nuestros representantes en aeropuertos y hoteles
- Seguro de asistencia en viaje por un valor máximo global de USD 60.000 por pax
- Visa de turista de entrada a Cuba

desde **USD 417**

CONTACTO COMERCIAL:

Elizabeth Tolosa Email: ger.comercial@havanatur.cl • Tel: 9 76366948
Barbara Carrasco Email: producto@havanatur.cl • Tel: 222330844

VISÍTENOS:

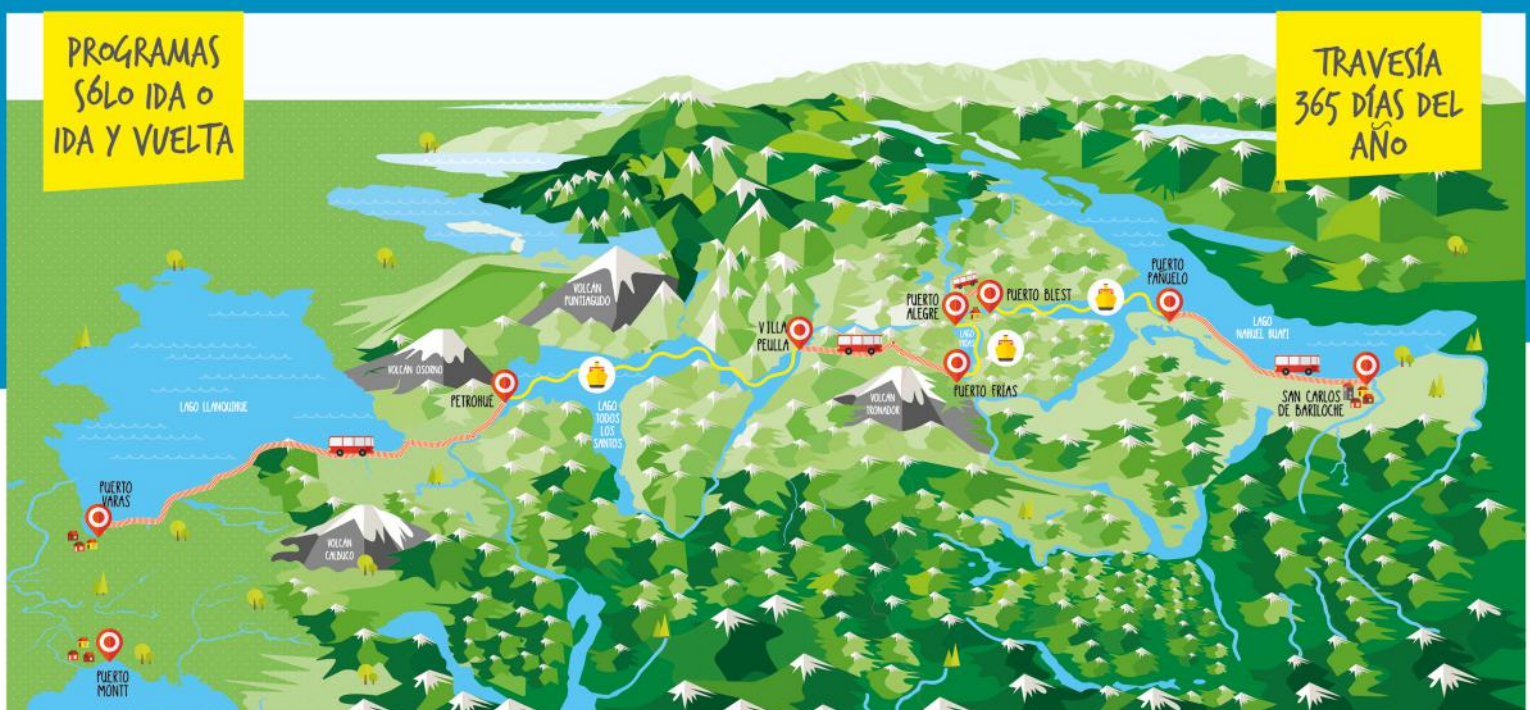
Padre Mariano 82 oficina 1103 Providencia

www.havanatur.cl



¡NAVEGA LA CORDILLERA DE LOS ANDES!

Una travesía inolvidable por la Patagonia Chilena - Argentina



El Cruce Andino te conecta con la naturaleza como nunca antes.
Entre Argentina y Chile: 3 lagos navegables, 4 tramos terrestres y paisajes inolvidables.



 **Navega** los lagos Nahuel Huapi, Frías y Todos Los Santos en cómodos catamaranes.

 **Recorre** en nuestros modernos buses los tramos terrestres.

 **Programas especiales** Villa Peulla, Chile y/o Puerto Blest, Argentina.

Via Club realizó Fam Trip con agencias de viajes a Jamaica



El viaje de familiarización de Via Club permitió al grupo de agentes explorar los atractivos del destino, además de la oferta hotelera del turoperador.

Via Club organizó un Fam Trip con siete agentes de viajes para conocer los principales atractivos de Jamaica y el Caribe.

La experiencia, diseñada por el turoperador, permitió al grupo fortalecer sus conocimientos sobre el destino y la oferta hotelera de la isla.

La iniciativa se realizó con el apoyo de la Oficina de Turismo de Jamaica, quienes aportaron con diferentes excursiones por el país, y se prolongó desde el 11 hasta el 18 de octubre.

El itinerario del viaje tuvo especial foco en la oferta de alojamientos del destino, de la mano de los hoteles de Palladium, Princess y RIU.

Tras su arribo a la isla en Montego Bay los participantes

se hospedaron dos noches en el Grand Palladium Lady Hamilton Resort, donde exploraron la oferta y áreas exclusivas que el recinto tiene para ofrecer a los huéspedes.

Posteriormente, los agentes realizaron una site inspection en el Princess Grand Jamaica, donde también se hospedaron por dos noches.

Finalmente, las últimas dos jornadas en la isla se alojaron en el nuevo Riu Palace Aquarelle, en donde vivieron la comodidad y exclusividad que ofrece esta cadena.

El programa de Via Club se realizó con vuelos de Copa Airlines con escala en Panamá, donde la última jornada realizaron un Stopover de una noche -sin costo adicional en el pasaje aéreo- para explorar los atractivos de este país y la propuesta para aquellos viajeros que desean sumar destinos y actividades a su lista. •

VISTA
Rapa Nui

RESERVA AHORA

www.hotumatur.com

HOTUMATUR
RAPANUI

Expan Tours lanza nuevo programa de fidelización para agentes de viajes

Con un workshop y una ceremonia de distinción a los mejores agentes de viajes, Expan Tours celebró 29 años de vida y un millón de pasajeros.



Equipo de Expan Tours junto a proveedores que participaron del workshop.

Expan Tours presentó oficialmente Círculo Expan, un innovador programa de fidelización dirigido a agentes de viajes, durante su evento anual realizado en el Hotel DoubleTree by Hilton de Vitacura. La jornada incluyó además un workshop con la participación de 32 proveedores del sector.

La apertura estuvo a cargo de Alfonso Hartard, socio gerente general, y Eugenio Cox, socio y gerente fundador, quienes agradecieron la buena respuesta de los profesionales a la convocatoria. En su discurso señalaron que, en sus 29 años de historia, la empresa trabajó ya con un millón de pasajeros repartidos entre viajes corporativos y vacacionales.

En su intervención, Hartard subrayó que la compañía mantiene un compromiso permanente con la innovación y la tecnología, lo que este 2025 se traduce en el lanzamiento de Círculo Expan, una herramienta que busca reconocer y premiar la labor de los agentes de viajes.

“Círculo Expan viene a contener a este grupo maravilloso de profesionales que han confiado en nuestro postulado de que juntos hacemos un mejor trabajo. En

Círculo van a encontrar una amplia red de comercios y servicios, en diferentes categorías, donde van a poder canjear a través del sistema de puntos que van a ganar por cada venta que generen”, detalló Alfonso Hartard.

Premio al trabajo de los agentes de viajes

El nuevo programa está completamente integrado a la plataforma Expan Pro, y con un registro sencillo permite a los agentes comenzar a acumular puntos por cada venta realizada: un dólar equivale a un punto. A partir de los 6.000 puntos, los participantes pueden canjear gift cards válidas en diversas tiendas nacionales.

Tras la presentación de esta novedad, el evento continuó con la exposición de las diferentes áreas que conforman Expan

Tours (marketing, producto, servicio al cliente, asesorías, ventas y administración), instancia en la que se destacó el trabajo en equipo y la cercanía con los agentes.

La jornada incluyó también un simbólico corte de cinta y una ceremonia de reconocimiento a destacados profesionales del canal minorista, quienes recibieron premios junto a los proveedores participantes del workshop.

Entre los homenajeados, se otorgó un reconocimiento especial a Angélica Mandujano, de Turismo Cocha, por sus años de trabajo, dedicación y compromiso con Expan Tours.

Participantes del workshop

El workshop de Expan Tours tuvo la participación de 32 proveedores segmentados por zo-

nas: nacionales, latinoamericanos, Estados Unidos y Caribe, Europa, Medio Oriente y Asia.

Los participantes fueron: Elqui Spirit, Salfa Rent, Remota Patagonia Lodge, Hotel Loberías del Sur, Journeys Special Travel, Hotel Solar Porto de Galinhas, 4 Hats Travel Argentina, Lima Tours, Somos Tours, Club Med, Universal Assistance, Copa Airlines, Hoteles Meliá, Bahía Príncipe, The Fives, Oficina de Turismo de Aruba, Iberostar Hoteles, RIU Hotels & Resort, Viva Resorts, Lopesan Costa Bávaro Resorts, Oficina de Turismo de Anguilla, Playa Hoteles & Resorts, Oficina de Turismo de Curazao, Journey's Costa Rica, Viajes Arcoiris Panamá, Bal Harbour Florida, Viajes Internacionales Carisma, Turkish Airlines, 3E Holidays, Special Tours, Exotic Tours & Travel y Qantas. •



Expan Tours presentó su nuevo programa de fidelización para agentes de viajes: Círculo Expan.

Bahia Principe potencia su oferta en el Caribe con aperturas y renovaciones

Bahia Principe Hotels & Resorts amplía su presencia en el Caribe con nuevas aperturas y renovaciones en Riviera Maya, Punta Cana y Jamaica.

Bahia Principe Hotels & Resorts cierra 2025 con importantes novedades en su portafolio de destinos de República Dominicana, México y Jamaica.

Entre los hitos más relevantes destaca la apertura del Bahia Principe Grand Tequila (sólo para adultos) en Riviera Maya en diciembre de 2025, la renovación integral del Bahia Principe Grand Jamaica en Jamaica, cuya apertura está estimada para diciembre de 2026 y el avance de obras de las últimas villas del Bahia Principe Grand Punta Cana y el Bahia Principe Luxury Akumal, consolidando y continuando de esta forma con la estrategia de renovación de todas las propiedades de la compañía.



El Bahia Principe Grand Tequila es la gran novedad de la cadena en este 2025.

El Bahia Principe Grand Tequila +18 se suma como el quinto hotel del complejo Riviera Maya y marca una nueva etapa con su concepto basado en la esencia de la cultura mexicana y muchas otras novedades. “Tendrá un look muy mexicano y un espíritu alegre, con espacios de entretenimiento como la Sala del Despecho, que promete convertirse en un punto de encuentro icónico para todos los huéspedes”, explicó Carmen Pérez de Burgos Rubbe, key account marketing manager Latam de la cadena.

La ejecutiva destacó además el compromiso de la compañía por impulsar la recuperación de

Quintana Roo, un destino históricamente preferido por los chilenos. “México atraviesa un momento difícil, por lo que queremos ofrecer diversidad de opciones dentro de un solo complejo y motivar nuevamente a los viajeros a redescubrir su cultura, naturaleza y vida nocturna”, subrayó.

Preparando el verano 2026

De cara a la próxima temporada alta, Bahia Principe proyecta un sólido desempeño comercial, apoyado en las renovaciones ya finalizadas en República Dominicana (Bahia Principe Luxury Ambar, Bahia Principe Lu-

xury Esmeralda y buena parte del Bahia Principe Grand Punta Cana) y en las mejoras en curso en el Bahia Principe Fantasia Punta Cana y el Bahia Principe Grand Aquamarine.

Asimismo, la compañía busca fortalecer la promoción de La Romana, con alternativas familiares y adults only en el Bahia Principe Grand La Romana y el Bahia Principe Luxury Bouganville, y en Samaná, donde los hoteles Bahia Principe Grand El Portillo y Bahia Principe Grand Samaná ofrecen entornos naturales únicos y la posibilidad de observar ballenas entre enero y marzo.

En Jamaica, el foco estará puesto en el Bahia Principe Luxury Runaway Bay, único disponible durante 2026, mientras el Bahia Principe Grand Jamaica permanece cerrado por renovación total hasta noviembre.

Carmen Pérez de Burgos también resaltó la oportunidad que representa la temporada estival del Cono Sur para comunicar un dato clave: “Durante nuestro verano, todos nuestros destinos están libres del fenómeno del sargazo, lo que garantiza playas turquesas y experiencias de descanso sin interrupciones”. •



15.234.356
Páginas Vistas

1,59
Páginas por Visitas

00:03:58
Tiempo por Visitas

Fuente 2024:  Google Analytics

Tempo Reps presenta los Cruceros Latin Touch 2026 de AmaWaterways

AmaWaterways y Tempo Reps lanzan Latin Touch 2026, una colección de cruceros fluviales de lujo en español por el Danubio y el río Magdalena.



AmaWaterways, representada en Chile por Tempo Reps, presentó la edición 2026 de su programa Latin Touch, una colección de salidas fluviales que combina el lujo característico de la naviera con un enfoque completamente cultural y lingüístico en español.

Desde su lanzamiento en 2022, Latin Touch se ha consolidado como una de las propuestas más exitosas entre los viajeros latinoamericanos, al integrar servicio personalizado, excursiones en español y actividades temáticas que celebran la identidad y la calidez de la cultura hispana.

“El programa Latin Touch busca crear una experiencia fluvial verdaderamente personalizada para nuestros huéspedes de habla hispana”, destacó Joao Miranda, director de Desarrollo de Negocios para América Latina de AmaWaterways.

“Desde su lanzamiento hemos comprobado cuánto disfrutaban los pasajeros estas salidas, y estamos comprometidos a seguir ampliando esta propuesta adaptada a sus gustos y necesidades”, agregó.

Tres itinerarios exclusivos en Europa y Sudamérica

La edición Latin Touch 2026 incluirá tres travesías inmersivas que reflejan la diversidad cultural de los destinos y el espíritu latino que distingue al programa:

- **Melodies of the Danube (21 al 28 de junio 2026):** navegación por el corazón de Europa (Budapest, Viena, Bratislava y Linz) con excursiones culturales, paseos en bicicleta y degustaciones de vino a bordo del nuevo AmaSofia, que ofrecerá espectáculos de inspiración latina.

- **Wonders of Colombia (21 al 28 de octubre 2026):** recorrido por el río Magdalena, entre Cartagena y Barranquilla, con experiencias auténticas en Sitio Nuevo, Magangué y Mompox, declarado Patrimonio Mundial por la Unesco.

- **Magic of Colombia (31 de octubre al 7 de noviembre 2026):** segunda salida por el Magdalena, con enfoque en la cultura caribeña, la gastronomía local y la naturaleza tropical, a bordo de

los barcos AmaMelodia y AmaMagdalena.

Un concepto de lujo boutique todo incluido

Cada salida Latin Touch cuenta con un director de crucero de habla hispana, excursiones guiadas y menús en español, además de actividades que ponen en valor la cultura latina.

Los huéspedes disfrutarán de la gastronomía premiada de AmaWaterways, elaborada con ingredientes locales y acompañada de vinos regionales y bebi-

das de cortesía, además de bicicletas a bordo, Wi-Fi gratuito y excursiones adaptadas a distintos estilos de viaje.

“AmaWaterways combina el lujo con la calidez humana y el descubrimiento cultural”, subrayó Héctor Hermosilla, product manager de Tempo Reps. “Las salidas Latin Touch son una oportunidad única para que el viajero chileno explore Europa y Sudamérica con servicio personalizado y en su propio idioma”, añadió. •

RESERVAS@TEMPOREPS.CL

El Staff de Ladevi Ediciones
viaja más tranquilo por cortesía de

ASSIST CARD | VIAJAS SEGURO

www.assistcard.com

Pacific Reps se potencia con Xplore: un copiloto digital para los agentes de viajes

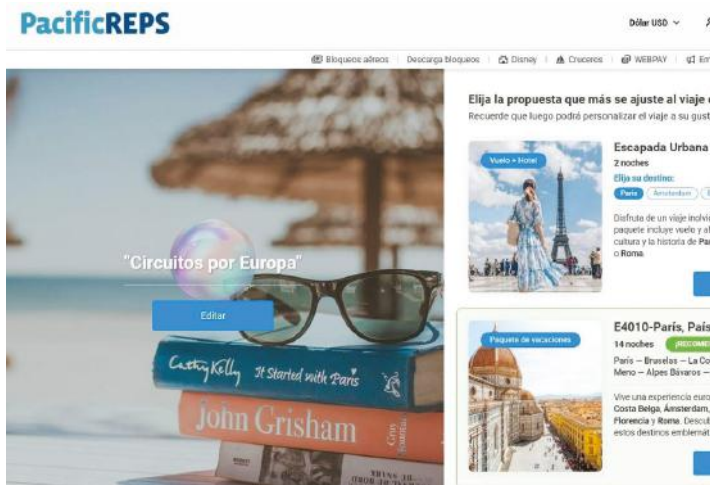
La nueva herramienta de inteligencia artificial de Pacific Reps permite a las agencias optimizar tiempos, mejorar la precisión en las cotizaciones y ofrecer una atención personalizada.

Pacific Reps dio un paso estratégico hacia la digitalización de su operación con Xplore, un sistema de inteligencia artificial integrado directamente en su plataforma B2B.

La herramienta actúa como asistente inteligente de viajes, brindando a los agentes acceso en tiempo real a información sobre vuelos, hoteles, paquetes y actividades, y está conectada a los motores de búsqueda del tour operador para garantizar resultados rápidos y precisos.

“Funciona como un copiloto que acompaña al agente en todo el proceso de venta. Su objetivo es liberar al profesional de tareas operativas y permitirle concentrarse en lo más importante: el servicio humano y la personalización”, explicó Israel Guzmán, líder de Tecnología y Desarrollo de Pacific Reps.

Este desarrollo está disponible a través de la web pacificreps.com.



Búsquedas predictivas y cross-selling inteligente

Entre las principales funcionalidades destacan la búsqueda predictiva, las recomendaciones personalizadas en función de búsquedas previas o prompts ingresados por el usuario, y la capacidad de generar ofertas combinadas que integran distintos productos (por ejemplo, circuito + vuelo) a través de un sistema de cross-selling automatizado.

Según Guzmán, la herramienta reduce significativamente los tiempos de respuesta, mejora la precisión en las cotizaciones y ofrece una vista consolidada de todas las opciones disponibles, sin necesidad de navegar entre múltiples proveedores.

Las agencias que ya utilizan la herramienta valoran especialmente la rapidez en la atención, la facilidad para armar propuestas personalizadas y la sensación de trabajar

junto a un sistema que “piensa” junto al agente.

Israel Guzmán enfatiza que la inteligencia artificial no reemplaza al agente, sino que lo potencia: “La empatía, el criterio profesional, la interpretación cultural y la creatividad para resolver situaciones complejas siguen siendo elementos insustituibles”.

Desde esta perspectiva, la IA se convierte en un copiloto digital que impulsa la eficiencia operativa y permite a los profesionales entregar valor añadido en la asesoría personalizada.

Un cambio cultural en el canal turístico

El ejecutivo destaca que la incorporación de la IA representa una oportunidad para que las agencias chilenas compitan en igualdad de condiciones con grandes plataformas internacionales, adoptando tecnología sin perder la esencia del servicio humano.

“Estamos convencidos de que la innovación debe ir de la mano del conocimiento y la experiencia que tienen nuestros agentes. Xplore no sustituye su labor: la complementa y la lleva a otro nivel”, concluyó Guzmán. •



MEDIOS Y SOLUCIONES

NOTICIAS

- Periodistas Profesionales.
- Tecnología de punta.



NOTAS PUBLICADAS EN LOS PORTALES

2022.....	10.664
2023.....	13.795

29%

de crecimiento en artículos



Universal Assistance lanza cobertura especial para los viajeros de Chile a Brasil

Universal Assistance presentó un nuevo plan de asistencia en viaje creado para los chilenos que viajan a Brasil, con tarifas desde US\$ 4 por día.

Universal Assistance presenta un nuevo plan de asistencia en viaje diseñado especialmente para los pasajeros chilenos que eligen Brasil como destino en la temporada 2025-2026.

Los productos Master Sudamérica y Value Sudamérica ofre-

cen coberturas médicas de US\$ 40.000 y US\$ 80.000, respectivamente, con tarifas que parten desde US\$ 4 por día.

Marcelo Pérez Castillo, director general de Universal Assistance, señaló que la iniciativa responde a un comportamiento claro del mercado:

“En los últimos meses hemos visto un incremento notable en la elección de Brasil como destino por parte de los chilenos. Muchos viajeros aún deciden hacerlo sin cobertura, pensando que la cercanía reduce el riesgo. Con este producto buscamos acompañar esa tendencia con una solución flexible, accesible y completa”, dijo.

El nuevo plan incluye todas las coberturas habituales, como asistencia médica, protección de

equipaje y compensación por demoras, pero con topes adaptados al perfil del viajero regional. Además, no tiene límite de edad y está disponible para todas las agencias del mercado chileno exclusivamente con Universal Assistance.

“Queremos que nuestros partners cuenten con una propuesta que se adapte mejor al valor que los pasajeros pagan por un viaje a este destino, y que el pasajero se sienta protegido por menos de lo que cuesta un café en el aeropuerto”, agregó Pérez Castillo.

La app suma el “Chequeo de Bienestar IA”

En paralelo, la compañía presentó una nueva actualización



de su aplicación móvil, que incorpora la innovadora herramienta “Chequeo de Bienestar IA”. Esta función, basada en inteligencia artificial, permite a los usuarios realizar un escaneo rápido y preventivo de su estado general de salud simplemente mirando a la cámara del celular durante algunos segundos. •

**Tu mejor verano empieza antes...
... Atrévete a descubrirlo aquí!!**

CON ESTOS ESPACIOS CONFIRMADOS

Salidas **Enero y Febrero**

Brasil

CON DESAYUNO

desde
US\$ **929**
pp. dbl.

Buzios•Rio•Bahía

CON MEDIA PENSIÓN

desde
US\$ **1.139**
pp. dbl.

Camboriú

TODO INCLUIDO

desde
US\$ **1.799**
pp. dbl.

•Angra dos Reis
•Praia do Forte
•Costao do Santinho

Caribe

TODO INCLUIDO

MEXICO

desde
US\$ **1.939**
pp. dbl.

•Cancún•Playa del Carmen
•Riviera Maya•Costa Mujeres

REP. DOMINICANA

desde
US\$ **1.799**
pp. dbl.

•Juan Dolio•Punta Cana
•Bayahibe•Miches

TE LLEVA
SIY



GARANTIZA

TURIS CLUB
OPERADORES

www.turisclub.cl

turisclub_operadores

turisclub.operadores

224466900

Achet
ASOCIACIÓN CHILENA DE
EMPRESAS DE TURISMO

Travelaway despegua con su “Avión Tuerca” rumbo a la Fórmula 1 São Paulo 2025

Travelaway apuesta por los viajes experienciales con un vuelo chárter exclusivo que contará con la presencia del piloto Gerardo Rosselot.

Del 7 al 9 de noviembre de 2025, São Paulo volverá a transformarse en el epicentro mundial de la velocidad al recibir una nueva fecha del campeonato de Fórmula 1. Y Travelaway, operador pionero

en turismo deportivo, lo hará una vez más con una propuesta única: su tradicional “Avión Tuerca”, un programa integral que une viajes, adrenalina y pasión automotriz.

La iniciativa contará con la presencia especial de Gerardo Rosselot, joven promesa del RallyMobil e integrante de una familia emblemática del automovilismo chileno, quien será el rostro y capitán del vuelo. Su participación refuerza el vínculo entre Travelaway y el deporte motor, en una experiencia que trasciende el turismo convencional.

El programa ha sido diseñado y operado íntegramente por Travelaway, consolidando una trayectoria de más de siete años como el principal operador chileno especializado en viajes a la Fórmula 1.



Gerardo Rosselot es parte de la experiencia Travelaway en el GP de São Paulo.

lento, seguro de viaje y equipaje en bodega.

Gerardo Rosselot, embajador del “Avión Tuerca”

La alianza con el piloto chileno busca fortalecer el lazo entre viajes y deporte, potenciando un mensaje de energía y conexión colectiva.

“Con Travelaway hemos entendido que los deportes son una pasión que se contagia y se vive en colectivo; por lo mismo, tenemos nuestro Avión Tuerca a São Paulo para que todos los apasionados de la Fórmula 1 vivan esta experiencia”, destacó María Paz Gallego, gerente general de Travelaway.

Incluye pasajes aéreos Santiago–São Paulo–Santiago en vuelo exclusivo, cuatro noches de alojamiento con desayuno, traslados regulares aeropuerto–hotel–autódromo, entradas en sectores preferenciales del circuito (A, B, D, M, R y Orange), kit de regalo, asistencia de un guía chi-

INFO@TRAVELAWAY.CL

Ven a crear experiencias memorables

HOTEL BELLAVISTA®
PUERTO VARAS

+56 9 5873 4328
kesparza@hotelbellavista.cl

WWW.HOTELBELLAVISTA.CL | PUERTO VARAS, CHILE
HOTEL | RESTAURANT | BAR | SPA | EVENTOS Y REUNIONES

Wyndham Grand Cancún presentó a su nueva directora de Ventas

Adriana Meda es la nueva directora de Ventas y Marketing del Wyndham Grand Cancún. La ejecutiva destacó el potencial del resort.

Adriana Meda asumió en julio como directora de Ventas y Marketing del resort all inclusive, que cumple tres años bajo la marca Wyndham Grand. Con 351 habitaciones, 6 restaurantes, 7 bares y espacios de entretenimiento, el hotel refuerza su estrategia en el mercado latinoamericano, con especial crecimiento en Argentina.

Características

El Wyndham Grand Cancún se encuentra a 15 minutos del aeropuerto y a 10 minutos del centro comercial La Isla.

Según Meda, “el producto está pensado principalmente para familias, aunque también atrae a grupos de amigos, sobre todo argentinos, que valoran la propuesta nocturna del hotel”.

“Tenemos discoteca abierta todos los días hasta la 1 de la mañana y afuera un carrito de panchos, que le encanta a los huéspedes argentinos”, señaló la directiva.

Las habitaciones permiten una ocupación máxima de cuatro personas, cuentan con camas queen y balcón con vistas al mar o a la laguna.

Además, el resort ofrece 30 vi-

llas, parque acuático infantil, sala de videojuegos para adolescentes, spa, gimnasio, canchas deportivas, tres piscinas y dos jacuzzis climatizados.

Crecimiento en el mercado latinoamericano

La marca Wyndham Grand, con pocos exponentes en Latinoamérica, suma prestigio y visibilidad al complejo: “Contamos con un posicionamiento muy claro. Me sorprende ver cada mañana a grupos de argentinos, paraguayos y chilenos disfrutando del hotel. El mercado latinoamericano es nuestra apuesta”.

Otro segmento en expansión son las bodas y eventos corporativos. El Wyndham Grand Cancún dispone de un salón para 700



Adriana Meda.

personas, terrazas, áreas exteriores y una capilla católica consagrada, lo que le permite celebrar ceremonias religiosas, bautizos y comuniones.

Cabe señalar que hasta el 19 de diciembre el resort ofrece la promoción de niños gratis hasta 11 años compartiendo habitación con los padres. •



PacificREPS
CONVERTIENDO VIAJES EN HISTORIAS

¡CONGELAMOS LOS PRECIOS!

Europa y Oriente

Viaja en 2026 a precios 2025

[Reserva acá](#)

Surland

Condiciones generales: Válido para Circuitos Europa y Oriente reservados y pagados entre el 15/09/2025 y el 15/12/2025. Los precios se aplican sobre el valor de habitación doble, Suplemento de Valor Añadido y Suplemento Individual. No aplica al valor de las noches extras. Cambio de nombre o reprogramación de fechas sin gastos hasta 15 días antes de la salida. Esta promoción no aplica a grupos, o bloqueos de plazas.

PacificREPS
www.pacificreps.com

Av Vitacura 2771 oficina 201, Las Condes, Santiago Chile | (56-2) 2334 7000 | info@pacificreps.cl

Crisis climática, el desafío silencioso para el turismo en Latinoamérica

En un año en el cual la crisis climática ha salido del foco principal de varios gobiernos y corporaciones, los expertos insisten en el riesgo de subestimar una realidad que puede marcar la diferencia entre la supervivencia y el estancamiento de los destinos latinoamericanos.



La crisis climática sobrevuela amenazante sobre los destinos turísticos de América Latina.

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

Mientras la industria turística latinoamericana celebra la recuperación pospandemia y enfoca su agenda en la digitalización y la conectividad, un riesgo estructural y existencial permanece peligrosamente subestimado: la crisis climática.

Aunque los informes de 2025 de las principales agencias meteorológicas y financieras pintan un panorama de volatilidad extrema (ver recuadro), la mitigación y adaptación climática aún luchan por ascender al primer plano en las juntas directivas de los grandes holdings.

Tampoco ayuda que varios

países de América Latina estén desmantelando aceleradamente su legislación ambiental, obnubilados por la promesa del desarrollo basado en el extraactivismo.

Lo que no avanza

Un reciente informe del Foro Económico Mundial (WEF) presentado en Davos, en colaboración con el Instituto Potsdam de Investigación sobre el Impacto Climático, sobre la salud de los sistemas planetarios y el estado de la acción corporativa en relación con la naturaleza y el clima, muestra que solo el 10% de las empresas están logrando avances tangibles y significativos en sus objetivos climáticos y de naturaleza.

“Las empresas enfrentan dificultades para desarrollar resilien-

cia y agilidad frente a las incertidumbres y complejidades derivadas de las tensiones geopolíticas, las disrupciones tecnológicas y los efectos del cambio climático en su fuerza laboral, activos y cadenas de suministro. Al mismo tiempo, deben seguir asegurando el crecimiento y la rentabilidad”, explicó Gim Huay Neo, director ejecutivo de WEF.

Lo cierto es que el clima ha dejado de ser una externalidad para convertirse en un costo operativo y un factor de descapitalización de activos para el turismo. En este informe analizamos los riesgos, las oportunidades de negocio y las estrategias de resiliencia que marcan la diferencia entre la supervivencia y el estancamiento de los destinos latinoamericanos.

Una región con extrema volatilidad

Los datos de la Organización Meteorológica Mundial (OMM) son contundentes y sirven como el primer gran llamado de atención. Según el Informe sobre el Estado del Clima en América Latina y el Caribe 2024 (publicado en marzo de 2025), la región vivió “12 meses de extremos climáticos sin precedentes”.

Según advirtió el organismo, la temperatura promedio de la región superó en 0.90° C la media del período 1991-2020. Esta cifra colocó al año 2024 entre los más cálidos jamás registrados en la región.

Desde la desaparición del último glaciar en Venezuela, el Humboldt, pasando por fenómenos de sequía extrema en Colombia hasta las peores inundaciones de la historia en el sur de Brasil, el calentamiento récord se tradujo en eventos catastróficos que golpearon directamente la infraestructura turística y la estabilidad económica de las zonas más dependientes del turismo.

Aunque estos casos evidenciaron que el riesgo es multisectorial y geográficamente disperso, la afectación sobre la cadena de valor turística, desde aeropuertos hasta resorts y ecosistemas clave, es evidente.

La amenaza al modelo caribeño

El Caribe, pilar del turismo regional, enfrenta una doble vulnerabilidad: la exposición a ciclones intensos y la presión incesante de un modelo turístico masivo.

El problema para el negocio se centra en la descapitalización

de los activos inmobiliarios en zonas costeras. El análisis de Mapfre Global Risks (julio de 2025) señala que los fenómenos meteorológicos extremos (tormentas y huracanes) y el aumento del nivel del mar impactan en la infraestructura, obligando a inversiones constantes en resiliencia que erosionan los márgenes corporativos.

Además, las temporadas de huracanes cada vez más largas e impredecibles, sumadas a las intensas olas de calor, generan una volatilidad en las reservas, lo cual estrangula el flujo de caja.

El riesgo para los inversores es claro: la certeza sobre la duración de la temporada alta se diluye, dificultando la planificación financiera a medio y largo plazo.

Cuando el atractivo natural se evapora

El segmento de ecoturismo, uno de los de mayor crecimiento en la región, está directamente amenazado por el colapso hídrico en ecosistemas icónicos.

La Amazonía ha pasado de ser un sumidero de carbono a un emisor. El proyecto experimental Esecaflor reveló que la selva, tras una sequía inducida, perdió cerca del 40% de su biomasa y, por ende, su capacidad para absorber carbono.

La causa principal, sin embargo, es la acción humana. Un estudio científico reportado por Actualidad Ambiental en septiembre de 2025 señala que “casi el 75% de la disminución de las lluvias en la Amazonía de Brasil se debe directamente a la deforestación, lo que incrementa el riesgo de incendios forestales y agrava el círculo de degradación”.

Para el negocio turístico, esto significa el colapso del ecoturismo fluvial, la pérdida de biodiversidad (la atracción principal) y la necesidad de pivotar rápidamente



te hacia modelos de “turismo de conservación” que inyecten capital directamente en la lucha contra la deforestación.

Lo mismo ocurre en el lago Titicaca, donde la crisis hídrica ha llevado a la reducción de la masa de agua dulce afectando la navegabilidad y la experiencia turística lacustre, y obligando a buscar fuentes de agua alternativas, aumentando los costos operativos.

El Negocio de la Resiliencia

El mercado ha comenzado a desarrollar soluciones financieras para transferir el riesgo, siendo los seguros la primera línea de defensa para los activos turísticos.

No obstante, a principios de este año el Foro Económico Mundial (WEF) lanzó una advertencia clara sobre los “desiertos de seguros”: regiones de alto riesgo donde las aseguradoras retiran o restringen drásticamente la cobertura. Esta situación genera una doble crisis:

Aumento de Primas: Hace que la cobertura sea inalcanzable para muchos operadores.

Riesgo Crediticio: Sin seguro, los activos quedan fuera de la garantía bancaria, pudiendo

congelar los mercados inmobiliarios en áreas de alto riesgo, e impactando en la renovación de capital e inversión.

La oportunidad de los seguros paramétricos

Para contrarrestar esta amenaza, el modelo de seguro paramétrico emerge como una innovación financiera crucial. A diferencia del seguro tradicional, este instrumento garantiza pagos automáticos cuando se alcanza un parámetro climático predefinido (ej. velocidad del viento por encima de 150 km/h o un nivel de sequía determinado).

El análisis del Real Instituto Elcano y Mapfre Global Risks concluyen que esta solución permite la liquidez inmediata para la recuperación de un hotel o destino, garantizando la continuidad del negocio ante un evento extremo.

De esta forma, la inversión en este tipo de productos y en la tecnología para medir los riesgos podría convertirse en una ventaja competitiva para atraer turoperadores internacionales.

El giro regenerativo

La última y más rentable oportunidad de mercado reside en un cambio de paradigma: el paso de la sostenibilidad (no dejar hue-

lla) a la regeneración (dejar el lugar mejor de cómo se encontró).

El nicho del turismo regenerativo es el de más rápido crecimiento, con expertos que esperan un aumento del 30% al 40% en la demanda para 2025, según datos de la plataforma Arkangeles (diciembre de 2024). Este modelo no solo atrae al viajero consciente, sino que le permite cobrar un precio premium por el valor añadido de la “experiencia transformadora”.

Los estudios académicos confirman la validez del enfoque como estrategia de negocio y desarrollo local:

Modelo de Socioecogestión: El Repositorio Institucional de la UNSAM destaca que la regeneración se implementa a través de la “recuperación de saberes ancestrales” y la capacitación de comunidades para que el destino “devuelva más de lo que consume”.

Regeneración del Paisaje: El análisis de Tourism&landscape (octubre de 2025) concluye que el turismo regenerativo es vital para la “reconstrucción de paisajes degradados” y la “resignificación de lugares marcados por el extractivismo”.

El ejemplo del Eje Cafetero en Colombia, que ha utilizado este enfoque para generar nuevas fuentes de ingresos en comunidades previamente afectadas por conflictos armados, demuestra que la inversión en regeneración es, de hecho, una inversión en estabilidad económica y resiliencia social a largo plazo.

En un entorno de riesgos climáticos crecientes, la resiliencia se ha convertido en la nueva métrica de la rentabilidad. Los stakeholders que integren la mitigación y la adaptación en su estrategia de capital tendrán más chances de hacer viable el negocio turístico latinoamericano en el próximo decenio. •

Verónica Pardo: “El turismo chileno vuelve a brillar, pero lo importante ahora es consolidar”

Con más de 3,1 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2025 y cinco premios en los WTA Sudamérica, la subsecretaria Verónica Pardo analiza los logros de su gestión.



Verónica Pardo en la inauguración del stand de Chile en FIT 2025.

En el cierre de su gestión, la subsecretaria de Turismo, Verónica Pardo, deja un balance ampliamente positivo: Chile recibió más de 3,1 millones de turistas internacionales durante el primer semestre de 2025, un aumento de 32,6% respecto al año anterior y de 72,9% frente a 2023.

El crecimiento, impulsado principalmente por el mercado argentino (que concentró el 55% de los arribos) y la recuperación de la conectividad aérea regional, refleja la consolidación de un sector que se reactiva con fuerza. A ello se suma el éxito en los World Travel Awards Sudamérica 2025, donde Chile fue reconocido en cinco categorías: Mejor Destino de Turismo Aventura, Romántico, Verde, de Naturaleza y de Cruceros.

En el marco de su presencia en la Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT), celebrada en Argentina, Verónica Pardo conversó con Ladevi Medios sobre los principales logros, desafíos y legado de su administración, marcada por la recuperación del turismo receptivo, la expansión de rutas internacionales y una estrategia enfocada en sostenibilidad y cooperación regional.

-Chile vuelve a brillar en el escenario internacional con nuevos premios. ¿Qué significado tiene este reconocimiento para usted, justo al cierre de su gestión?

-El turismo es una posta. A mí me tocó tomarla en un momento muy duro para el sector, tanto a nivel mundial como nacional. Chile fue el último país de Amé-

“Chile mantiene tarifas competitivas a nivel regional, y seguimos siendo uno de los países con precios más bajos en vuelos domésticos e internacionales. Por eso, antes de criticar, debemos evaluar con evidencia si realmente un alza de cinco dólares podría afectar la demanda.”

PARDO



rica Latina en abrir plenamente sus fronteras, y eso nos puso una presión enorme. El exministro de Economía, Nicolás Grau, me pidió que le devolviéramos la esperanza a la industria y que volviéramos a mirar con entusiasmo el turismo.

Ese fue nuestro foco: recuperar la conectividad y reposicionar a Chile. Hemos trabajado estratégicamente en Brasil, entendiendo que no es un solo mercado, sino varios. Hoy tenemos 15 conexiones con siete estados brasileños y estamos retomando conversaciones con Paraguay para abrir vuelos hacia el norte.

Esta segunda etapa busca justamente diversificar: sumar vuelos internacionales en el norte y en el sur. Y los reconocimientos recientes (Mejor Destino de Turismo Aventura, Romántico, Verde, de Naturaleza y de Cruceros) son reflejo de esa estrategia. En especial, el premio como Destino de Cruceros nos abre grandes oportunidades y marca un nuevo capítulo para Chile en ese segmento.

- ¿Qué desafíos implica precisamente este nuevo reconocimiento como Destino de Cruceros?

-Los premios traen consigo una gran responsabilidad. Por eso aprovechamos FIT para sostener una reunión con el ministro Daniel Scioli con el fin de coordinar una mesa técnica junto a Puerto Buenos Aires. La idea es trabajar junto a Argentina y Uruguay en una propuesta regional ante SeaTrade, y así consolidar al Cono Sur como polo de cruceros.

A la vez, seguimos avanzando en otros frentes. El proyecto de ley de Turismo Aventura, por ejemplo, permitirá consolidar estándares de seguridad y certificación, fortaleciendo el liderazgo de Chile en ese nicho.



El turismo es una posta. A mí me tocó tomarla en un momento muy duro para el sector, tanto a nivel mundial como nacional. Chile fue el último país de América Latina en abrir plenamente sus fronteras, y eso nos puso una presión enorme. El exministro de Economía, Nicolás Grau, me pidió que le devolviéramos la esperanza a la industria y que volviéramos a mirar con entusiasmo el turismo.

PARDO



Promoción turística internacional

Si bien la subsecretaria deja una gestión respaldada por las cifras, el sector observa con preocupación el recorte del 27% en los fondos asignados al Programa de Promoción Turística Internacional, contemplado en el Proyecto de Ley de Presupuestos 2026.

Esta entrevista fue realizada antes de dicho anuncio. La-devi Medios consultó posteriormente a la Subsecretaría de Turismo sobre este punto, sin obtener respuesta hasta el cierre de esta edición.



-Las cifras de FIT también reflejan un fuerte repunte del turismo receptivo, con Argentina como principal mercado. ¿Cómo abordar la alta proporción de visitantes motivados por el turismo de compras?

-Sabemos que las variaciones macroeconómicas de Argentina inciden directamente en los flujos. Siempre habrá un porcentaje de turistas que vienen por compras, pero nuestro desafío es diversificar.

Por eso mantenemos presencia constante en Buenos Aires y otras regiones de Argentina, pero al mismo tiempo hemos reforzado nuestra estrategia con Brasil y Paraguay. Chile no debe pensar solo en atraer más turistas, sino en atraerlos más veces.

Estamos trabajando bajo la lógica de "América para América": ofrecer escapadas cortas y frecuentes, en lugar de viajes largos. Para Brasil, Chile es prácticamente un vuelo doméstico, y ese es el tipo de conectividad que queremos potenciar.

-Usted mencionó el proyecto de ley de promoción turística internacional. ¿Cómo impactará en la promoción de Chile en el exterior?

-Este proyecto es clave por-

que duplica los fondos de promoción internacional. Además, fortalece la institucionalidad: la actual comisión se transformará en un comité de promoción internacional con representación por macrozonas y fondos directos para el trabajo con países fronterizos.

Esto permitirá financiar la presencia en ferias de países vecinos y crear productos binacionales, algo esencial en regiones donde la cordillera no es una barrera, como el sur de Chile. En resumen, será una herramienta concreta para fortalecer la promoción regional y la cooperación transfronteriza.

-Uno de los temas más debatidos últimamente es el eventual aumento de las tasas de embarque. ¿Cómo evalúa ese impacto?

-Estamos trabajando coordinadamente con el Ministerio de Transporte, Defensa y la Dipres para analizar alternativas. Hay una propuesta del Ejecutivo orientada a aumentar la recaudación, pero queremos basar la discusión en datos, no solo en percepciones.

Chile mantiene tarifas competitivas a nivel regional, y segui-

mos siendo uno de los países con precios más bajos en vuelos domésticos e internacionales. Además, la reciente liberación de la visa con Australia abre una nueva posibilidad: que Chile se convierta en un hub hacia Oceanía y Asia, reduciendo horas de vuelo para toda la región.

Por eso, antes de criticar, debemos evaluar con evidencia si realmente un alza de cinco dólares podría afectar la demanda.

-Por último, si tuviera que resumir el sello de su gestión, ¿cuál sería?

Conocer, querer y cuidar: el CQC del turismo. Nadie puede cuidar lo que no quiere, ni querer lo que no conoce. Encontré una industria desmotivada, que se hablaba entre convencidos. Hoy el turismo volvió a entusiasmar al país.

Creo que ese es el sello: volver a mirar el turismo como una causa nacional. Los premios internacionales, la cumbre mundial ATWS 2025 en Puerto Natales, el Encuentro Gastronómico Turismo y Sabores con Brasil como país invitado, y las nuevas conectividades logradas son hitos que consolidan ese legado. •

Comisión vs. fee, un debate que se mantiene abierto

Un acercamiento al modelo de fees y cómo los agentes de viajes podrían combinar honorarios y comisiones, redefiniendo su rol consultivo y la estrategia de negocios en un mercado en constante transformación. El nivel de adopción en Latinoamérica y los mercados que marcan el rumbo.

■ POR PEDRO ARRAZTIO Y MATEO CASAL

El último estudio elaborado por WTAAA –Alianza Mundial de Asociaciones de Agentes de Viajes, por sus siglas en inglés– pone la lupa sobre una incómoda realidad: el servicio profesional de los agentes de viajes de América Latina no está tan bien remunerado como podría.

Mientras son cada vez más los profesionales de Estados Unidos, Canadá y Europa que ponen en valor su trabajo con un cobro por asesoría, en América Latina hay una fuerte resistencia –de parte de clientes, pero también de los propios agentes– a sumarse a la era del “modern retailing” en el rubro.



El modelo de cobro de fees por servicio cuenta con una amplia historia y diversos matices, pero lo cierto es que se trata de una tendencia creciente donde los mercados más desarrollados marcan el norte, y que necesariamente mercados como el latinoamericano deberán seguir,

a su ritmo, para garantizar la supervivencia del sector.

América Latina y sus resistencias

Si de adoptar el modelo de fees se trata, el gran interrogante es cómo hacerlo para que el cliente acepte su incorporación.

¿Qué es WTAAA?

Creada en 2008, WTAAA es una asociación de agencias de viajes a nivel global sin fines de lucro. Está compuesta por los presidentes de las asociaciones regionales o nacionales más relevantes en cada zona del mundo. Por Latinoamérica participa Folatur.

En este sentido, de implementarse en el segmento vacacional, existen dos modalidades ya definidas, con escasa aplicación en la práctica: management fee –porcentaje sobre el volumen gestionado– y transaction fee –monto fijo por operación–. Según indican referentes de diversas agencias, el transaccional sería el que más se ajusta a los viajes vacacionales.

Guillermo Correa, presidente de ACHET y del Foro Latinoamericano de Turismo (Folatur), señaló que “el escenario ha cambiado: las comisiones están desapareciendo y, para que el negocio sea viable, es necesario cobrar directamente al cliente. El mon-

Europa, Estados Unidos y Canadá, casos de éxito

Los tres mercados registran cada vez más agencias adeptas a la adopción de fees por servicio.

“Tanto en Canadá como en Estados Unidos sabemos que al menos el 50% de los asesores cobran honorarios profesionales al vender viajes vacacionales. En Europa la tasa es más alta, especialmente en el segmento corporativo”, indicó Paradis.

Algunas particularidades por mercado de acuerdo con el informe de WTAAA:

• **Estados Unidos:** el 55% de las agen-

cias de viajes tradicionales cobran honorarios. Quienes implementan modelos híbridos de fees (asesoría + comisiones) registran un incremento de hasta el 20% en sus ingresos anuales.

• **Europa:** dos de cada tres agencias cobran honorarios; la mayoría de ellas a través de depósitos no reembolsables y tarifas por proyecto. El 85% reportó una mayor previsión en los ingresos luego de implementar los fees y el 60% registró mayores márgenes de ganancias al depender menos de la volatilidad de las comisiones. El modelo es-

tá más expandido en países nórdicos que en los del sur de Europa.

• **Nueva Zelanda:** tomado como referente del mercado oceánico, el 95% de las agencias neozelandesas cobran fees. Las agencias consultadas reportaron márgenes de ganancias del 12% al 20% en base al cobro de fees, frente a menos de un 5% al basarse solo en comisiones. Un ejemplo: un fee de US\$ 120 sobre la venta de un ticket aéreo de US\$ 1.000 representa un margen del 12%, mientras que la mera comisión apenas aporta US\$ 15 (1,5%).



“Las comisiones están desapareciendo y, para que el negocio sea viable, es necesario cobrarle directamente al cliente.”

Correa

to y la forma dependerán de cada agencia, pero la justificación es clara: el asesor ofrece acceso a toda la oferta aérea, recomienda lo más conveniente, gestiona conexiones y tiempos, prevé eventualidades y optimiza la experiencia de viaje”.

Además, los profesionales concuerdan en que los modelos de comisión y de fee no son contrapuestos, sino, por el contrario, complementarios.

“El cobro de honorarios apunta a reconocer la expertise, la responsabilidad que asume un asesor al recomendar un producto y el tiempo que dedica a cada cliente”, comentó Correa.

Con este puntapié, cabe preguntarse por qué tanta reticencia en América Latina en relación con la adopción de fees. Si el modelo tiene ventajas tales como la profesionalización del sector, el filtrado de clientes que priorizan lo gratuito y la sostenibilidad del negocio, entre otros, ¿por qué cuesta tanto su adopción en la región?

El informe de WTAAA brinda algunas respuestas:

La IA, ¿aliada o amenaza para el fee?

Para Capdevila, la inteligencia artificial no es un enemigo de los agentes de viajes, sino “el mejor aliado”. A su juicio, la tecnología permite multiplicar la productividad de las agencias de forma inédita: “Si una persona puede hacer 20 itinerarios complejos y queda agotada, con la IA podríamos generar a futuro 200 o 300 itinerarios por minuto. Eso aumenta notablemente la capacidad de venta”.

En esta línea considera que el debate sobre el cobro de fees es “extemporáneo”: “Hace 20 años hablábamos de que no se valoraba el trabajo del agente de viajes, que era la cotización. Hoy esa discusión que-

dó desfasada, porque la inteligencia artificial y sus capacidades están al alcance de la mano y van a resolver gran parte del trabajo que el agente realizaba sin concreción de venta, por lo que no va a necesitar cobrar el fee”.

Según Capdevila, la combinación de inteligencia artificial y plataformas B2B amplía el abanico de soluciones disponibles para el profesional: “Hoy las plataformas de distribución hotelera o de circuitos le dan al agente de viajes muchísimo contenido para operar fácil y rápido. Por suerte, fueron los sistemas de distribución los que evolucionaron tecnológicamente”, destacó.

- **La expectativa de gratuidad:** en América Latina el cliente espera que la actividad solo sea remunerada si se concreta una venta, con lo que la ganancia del profesional proviene exclusivamente del proveedor.

- **La alta competitividad:** en caso de añadir un fee, las agencias de viajes temen perder clientela ante quienes no la cobren y solo se basen en comisiones. Esto es aún más evidente al compararse con una OTA.

- **Falta de estándares:** aún no existen pautas estandarizadas a nivel regional sobre cómo implementar una estructura de fees transparente. En este punto, el uso frecuente de efectivo o cheques en las transacciones – en detrimento de una mayor automatización– puede afectar su adopción.

- **Temores internos:** muchas veces los agentes evitan explicitar su valor por temor al rechazo de los clientes.

- **Posibles barreras legales:** cada mercado cuenta con particularidades legales, que facilitan o complejizan el agregado de fees.

- **Baja implementación directa del fee:** muchas agencias

Los modelos de fee más efectivos según WTAAA		
Modelo	Descripción	Ideal para
Fee por consulta	Cargo único antes de comenzar la planificación	Pasajeros vacacionales en general
Fee por proyecto	Costo fijo por la planificación de un viaje complejo	Viajes grupales / Eventos / Bodas
Modelo de Retención	Pago mensual/ anual para asesoría y apoyo continuo	Clientes corporativos/ Viajes de lujo / Viajeros frecuentes
Modelo Híbrido	Fee de consulta básico + comisiones de reservas	Lujo / Aventura / Viajes personalizados
Servicio ConciERGE por Suscripción	Membresía anual con consultas ilimitadas y beneficios VIP	Personas de altos ingresos

añaden su ganancia como consultores dentro del precio de un paquete, en lugar de cobrarlo de manera explícita.

- **Percepción del valor:** los clientes pueden ver a los fees como un “costo extra” más que una inversión en un servicio.

Sobre este listado, Correa evaluó: “La resistencia proviene tanto de las agencias como de los clientes. Necesitamos pasajeros que valoren el servicio y estén dispuestos a pagarlo. Quien no lo haga, no es un cliente ideal”.

“Hay que entender que un pasajero exigente necesariamente tiene que pagar por un servicio

que cumpla con sus expectativas. El problema en nuestra región es que ese servicio, muchas veces, está implícito en las comisiones y no se percibe como un valor independiente”, analizó el presidente de Folatur.

Animarse a más

Wendy Paradis, presidenta de WTAAA y expresidenta de ACTA (Association of Canadian Travel Agencies and Travel Advisors), aportó su visión sobre cómo superar algunos de estos obstáculos.

“Hay que saber que no se puede ser todo para todos. Cuan-



“Hay que saber que no se puede ser todo para todos. Cuando los asesores y agencias se enfocan en clientes que valoran su trabajo, las tarifas no resultan un obstáculo. Y quienes prefieren una computadora y el precio más bajo posible, simplemente no son nuestros clientes.”

Paradis

do los asesores y agencias se enfocan en clientes que valoran su trabajo, las tarifas no resultan un obstáculo. Y quienes prefieren una computadora y el precio más bajo posible, simplemente no son nuestros clientes”, sentenció.

En este sentido, Paradis com-

El negocio del agente de viajes, más allá del fee

Las oscilaciones del contexto económico en Argentina marcan que la rentabilidad de las agencias de viajes trasciende al fee por servicio, y está determinada principalmente por las estrategias operativas.

Negocian tarifas preferenciales con proveedores, adquieren servicios anticipadamente, aprovechan tipos de cambio favorables, dolarizan transacciones para protegerse de la inflación y la devaluación, y utilizan instrumentos financieros como dólar MEP o blue para minimizar riesgos. Al mismo tiempo, optimizan costos operativos mediante digitalización, automatización y consolidación de compras.

Así, maximizan márgenes y sostienen su negocio en un entorno económico volátil.

partió un caso interesante, donde la perspectiva del cobro del fee por servicio es incluso generacional.

“Un agente con apenas dos años en la industria dijo en una conferencia que, desde que empezó, aprendió a cobrar tarifas y a hablar de ellas como parte de su capacitación. No conoce otra forma de trabajar, así que no le supone ningún problema. En cambio, asesores con 10 o 15 años de experiencia, que antes no cobraban honorarios, tienen más dificultad para adaptarse.”

Así, una de las claves pasa por practicar cómo presentar la tarifa: “Al principio los agentes pueden sentirse un poco torpes, pero con el tiempo comunicar el fee se volvió tan natural como recomen-

dar un destino. Y, aunque perdieron algunos clientes, se sorprendieron de que fueran muy pocos. En definitiva, el mayor obstáculo eran ellos mismos”.

Sin embargo, la presidenta de WTAAA augura un futuro positivo para el modelo: “Aunque pueda llevar tiempo, creo que las tarifas por servicios serán una norma en todo el mundo, incluyendo a América Latina”.

“Un punto realmente importante –cuya responsabilidad recae en nosotros como agencias de viajes y asesores de viajes profesionales– es que como industria nos irá mejor mientras más gente adopte las tarifas profesionales. Si se convierte en una norma, todos ganamos”, concluyó Paradis. •



ladevi.info

Director Periodístico

Pedro Arraztio (redaccion1.cl@ladevi.com)

Relaciones Institucionales

Andrés Azuaga (aazuaga@ladevi.com)

Arte y Diagramación

Gabriel Cancellara (arte3@ladevi.com)

Periodista

Guillermo Adrianzen (redaccion2.cl@ladevi.com)

Coordinación periodística

Juan Subiatebehere (redaccion12@ladevi.com)

Publicidad

publicidad@ladevi.com

Suscripción

Marcelo Valenzuela (informes2.cl@ladevi.com)



ladevi.info

Director - Editor: Gonzalo Yrurtia

Consejero Editorial: Alberto Sánchez Lavalle

Dirección Comercial: Claudia González

Director en Argentina y Chile: Gonzalo Yrurtia

Director en Colombia, Ecuador y Perú:
Fabián Manotas

Director en México: Adrián González

Chile: El Canelo 2715, oficina 503. Providencia, Santiago.
Teléfono: +56 9 5649 0924.

Argentina: Av. Corrientes 880, 13° Piso, Buenos Aires.
(C1043AAV) Tel.: (5411) 5217 7700. E-mail: informes@ladevi.com

Perú: Los Pinos 156, oficina 1006 A. Miraflores.

Teléfono: (511) 7595291. E-mail: peru@ladevi.com

Colombia: Cra. 15 # 93 A-84. Of. 312 PBX. Tel.: (571) 744 7238.

E-mail: colombia@ladevi.com

México: Praga #52, piso 5º. Col. Juárez, C.P. 06600 Deleg. Cuauhtémoc México, D.F. Tel.: 55-6721 8834

Ladevi Medios & Soluciones
imprime sus productos bajo
normas sustentables



Representante de: PANROTAS

Media sponsor oficial de: world travel awards (Fitur)

Miembro de: FEDETUR (Asociación Permanente de Asesores de Viajes) Achet

La Agencia de Viajes Chile, propiedad de Ladevi Producciones Editoriales, es una publicación quincenal de noticias de interés profesional para quienes operan en turismo. Las notas y servicios publicados son informaciones no relacionadas, directa ni indirectamente, con los mensajes publicitarios, que tienen su espacio y ubicación bien determinados, y por cuyo contenido La Agencia de Viajes no asume ninguna responsabilidad. El editor no se hace responsable por errores u omisiones de información, como así tampoco de sus consecuencias. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida o transmitida por cualquier medio, escrito, radial, o televisivo, en modo alguno, sea electrónico o químico, mecánico, óptico o tipográfico, o cualquier otro, sin permiso previo y por escrito de Ladevi Producciones Editoriales.

11.497.253

Páginas Vistas

2,41

Páginas por Visitas

00:05:36

Tiempo por Visitas

Fuente 2024: Google Analytics

Visitanos
LADEVI
.INFO
Información estratégica
para impulsar tu negocio.





Una joya escondida de la República Dominicana



Ahorros bajo el sol. Aproveche hasta un 40% de descuento en su estadía y disfrute de **\$200 USD en cupones del resort**, un **detalle de bienvenida de alta gama en la habitación** y un **servicio de turn-down elevado** en su próxima escapada a Cap Cana.

¡Su paraíso bajo el sol le está esperando!

Reserve antes del 7 de enero, 2026. Viaje hasta el 20 de diciembre, 2026.

**Aplican términos y condiciones.*



Reserve Ahora



Magic Kingdom Park

Hay un lugar en el mundo donde la magia ocurre cada día,
a cada hora, en cada segundo y en cada rincón.
Vive momentos de ensueño y alegría en El Lugar Más
Mágico Del Mundo: *Walt Disney World Resort*.

WALT DISNEY WORLD RESORT | FLORIDA

EL LUGAR MÁS MÁGICO DEL MUNDO

Para reservas o más información, contacta a uno de los distribuidores autorizados de *Walt Disney World Resort*.



EPCOT



Disney's Hollywood Studios



Disney's Animal Kingdom Theme Park

Para ingresar a un Parque Temático, se requiere una entrada válida para el mismo Parque y la misma fecha. Los tickets y las opciones no son transferibles ni reembolsables y no incluyen actividades ni eventos que se cobran por separado.

Los tickets son para un Parque Temático por día, a menos que se adquiera la Opción *Park Hopper* o *Park Hopper Plus*. Los Parques, las atracciones y otras ofertas están sujetos a disponibilidad, cierres y cambios o cancelaciones sin previa notificación ni responsabilidad alguna.

©Disney © & TM Lucasfilm Ltd. 4473820