

**ASSIST  
CARD**

Más Información aquí 

**LADEVI**  
ECUADOR

**ASSIST  
CARD**  
VIAJAS SEGURO

Más Información aquí 

MENSUARIO PARA PROFESIONALES DE TURISMO

OCTUBRE 2025 - ED. N° 140 - AÑO XII

# LADEVI WORKSHOPS EN QUITO Y GUAYAQUIL ROMPEN RÉCORDS DE ASISTENCIA



Los Workshops Ladevi del segundo semestre en Quito y Guayaquil convocaron a un importante número de agencias de viajes en ambas ciudades. **16**

**Vuelos, frecuencias y nuevas rutas.** Las últimas novedades del mercado aerocomercial en Ecuador **9**

**Manual Islas y Playas:**  
¿cómo potenciar las ventas en un mercado en transformación? **3**



**EUROPAMUNDO.**  
Preventa 2026/27 con precios congelados **14**

**CORPOTURISMO.**  
Festivales, eventos y la oferta hotelera de Cartagena **19**

**CLUB MED.** Resorts all inclusive con atributos únicos **19**

**AVIANCA.** Juan Francisco Ortiz: "Hasta fines de 2025 operaremos 228 vuelos semanales" **12**



Nueva ruta directa



# Guayaquil Miami

**1** vuelo diario.  
Vuela desde el 26 de octubre de 2025.

T&C en [avianca.com](https://www.avianca.com)

Compra en [avianca.com](https://www.avianca.com)

STAR ALLIANCE 

Navidad + Playa

# PLAN PERFECTO

\*Incluye **CENA NAVIDEÑA**



# Punta *Cana*

**1** ROYALTON SPLASH  
4N DESDE  
**\$1 569**

**2** SUNSCAPE COCO  
4N DESDE  
**\$1 339**

**3** VIK ARENA  
4N DESDE  
**\$1 239**

SALIDAS DESDE QUITO/GUAYAQUIL  
**21 - 25 Dic.**

# Manual Islas y Playas: ¿cómo potenciar las ventas en un mercado en transformación?

**E**l turismo de sol y playa continúa siendo el producto estrella del mercado global, generando más de US\$ 3 trillones y representando la mitad del gasto turístico mundial. Su capacidad de adaptación se refleja en la diversificación de perfiles de viajeros: desde familias y parejas hasta aventureros y profesionales que combinan ocio con trabajo remoto.

Los resorts All Inclusive y los paquetes vacacionales, lejos de perder vigencia, evolucionan con propuestas gastronómicas, wellness y experiencias responsables.

El segmento premium también redefine su relación con la playa, apostando por destinos

remotos, personalizados y sostenibles.

Sin embargo, el cambio climático plantea un desafío crítico. La erosión costera y el aumento del nivel del mar amenazan la infraestructura y la economía de destinos clave.

Según WTTC, se requieren US\$ 65.000 millones anuales en inversiones para mitigar estos efectos.

Así, la sostenibilidad ya no es opcional. Es el camino necesario para que el turismo de islas y playas siga siendo sinónimo de éxito y futuro.

## El Manual como herramienta de ventas

En este contexto, Ladevi Me-

Acceda desde  
aquí al Manual Islas  
y Playas 2025



dios y Soluciones presenta el Manual Islas y Playas 2025, una herramienta clave para los agentes de viajes que buscan actualizarse y maximizar sus oportunidades comerciales.

Con información estratégica sobre tendencias globales, novedades de productos, destinos y proveedores, esta guía se consolida como un recurso imprescindible para comprender la evolución del segmento y potenciar las ventas de cara a una nueva temporada marcada por la diversificación y la sostenibilidad. •

## Vuelos: estadísticas develan recuperación de transporte aéreo



**E**l Ministerio de Infraestructura y Transporte (MIT) dio a conocer las últimas estadísticas sobre transporte aéreo en Ecuador. Así, entre enero y agosto de 2025, la entidad contabilizó

63.304 vuelos, tanto domésticos como internacionales, un incremento del 40% con respecto al mismo periodo de 2024, en el que se contabilizaron 45.161.

De los efectuados en 2025,

32.610 (51,53%) vuelos correspondieron a rutas internacionales, lo que representa el doble de los 16.007 registrados en 2024.

### Estadísticas vuelos domésticos

En el ámbito nacional, también se evidenció un incremento del 5%, con 30.694 (48,48%) viajes frente al año anterior.

“Estos resultados demuestran la importancia del transporte aéreo en el fortalecimiento del desarrollo económico y social del país”, manifestó el MIT.

En cuanto al tráfico aéreo, en este mismo periodo del 2025, se movilizaron 5.366.696 pasajeros a nivel nacional e internacional. •

## En números

**US\$ 435** es lo que cuesta desde el 1 de octubre la visa de Estados Unidos tras la implementación de una nueva tarifa denominada “tarifa de integridad”.

**10** hoteles y tour operadores de Ecuador, además de Quito, recibieron un reconocimiento por parte de los World Travel Awards 2025, a nivel de Sudamérica.

**4.4%** creció el tráfico aéreo regional, con un total de 42.8 millones de pasajeros, según la Asociación Latinoamericana y del Caribe de Transporte Aéreo (ALTA).

**9 de cada 10** profesionales que viajan por trabajo en España (88%) y a nivel mundial (89%) enfrentaron problemas en sus desplazamientos.

**US\$ 1 mil millones** por semana pierde el turismo de Estados Unidos debido a las demoras y cancelaciones de vuelos y viajes en tren, y el cierre de parques nacionales y museos, según Tourism Economics.

## Estados Unidos ordena disolver la alianza de Aeroméxico con Delta Air Lines



**E**l Departamento de Transporte de EE. UU. (DOT) ordenó dismantelar la alianza entre Aeroméxico y Delta Air Lines a par-

tir del 1° de enero. La decisión sigue un dictamen desfavorable del Departamento de Justicia (DOJ) que cuestiona la inmunidad an-

timonopolio otorgada a la alianza. Delta lamentó la medida, calificándola de perjudicial para el empleo, las comunidades y los viajeros entre EE. UU. y México, y aseguró que los vuelos seguirán operando normalmente. Aeroméxico, por su parte, destacó que los acuerdos de código compartido y los programas de viajero frecuente continuarán vigentes.

El DOT justificó la medida afirmando que la intervención de México en el mercado transfronterizo creó condiciones anticompetitivas. Según el DOT, la inmunidad antimonopolio otorgada originalmente ya no es válida debido a las restricciones en el Aeropuerto Internacional Benito Juárez (AICM) y la asignación de franjas horarias no transparentes y discriminatorias por parte de México. 

## Cómo la inteligencia artificial determina los precios de cruceros

**E**n el Foro Global de Skift en Nueva York, Jason Liberty, CEO de Royal Caribbean, destacó que "la naviera aplica inteligencia artificial en su operación, incluyendo la fijación dinámica de precios y la reducción de residuos". "La IA calcula y ajusta hasta 15 millones de combinaciones tarifarias al día, optimizando la gestión de cabinas, rutas y fechas según demanda, temporada y competen-

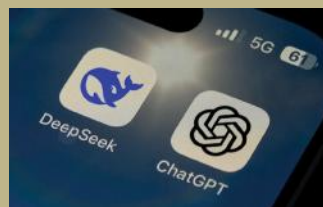


cia. Antes este trabajo requería 100 gestores; hoy el 90% de los precios se define con IA, lo que permite mayor eficiencia y rapidez en las decisiones comerciales", concluyó. 

## El CEO de ChatGPT revela el futuro de la IA en los viajes

**B**ret Taylor, presidente de OpenAI, trazó en el Skift Global Forum la hoja de ruta del impacto de la IA en el turismo. Destacó que los agentes inteligentes ya actúan como asesores de viaje digitales, capaces de acompañar al cliente en todo el proceso. Incluso relató que planificó sus vacaciones en Eu-

ropa solo con ChatGPT, con un resultado sobresaliente. Según Taylor, la voz será el próximo gran canal, dando paso a experiencias multimodales con voz, imagen y video que permitirán personalización masiva. Anticipó, además, un cambio en programas de fidelización con "cierres digitales" que recorda-



rán el historial de cada usuario. Expedia, Booking y Airbnb deberán adaptarse o perderán relevancia. El directivo instó a innovar rápido y usar la IA para rediseñar experiencias y reforzar la lealtad del cliente. 



## Turismo mundial en alza: ¿auge sostenible o riesgo latente?

**E**l Barómetro del Turismo Mundial de ONU Turismo reportó 690 millones de viajes internacionales entre enero y junio de 2025, 33 millones más que en 2024. El secretario general, Zurab Pololikashvili, destacó el aporte del turismo a economías y empleos, aunque recalcó la responsabilidad de un crecimiento sostenible e inclusivo. Por regiones, África lideró con +12%, Europa recibió 340 millones de turistas (+4%), las Américas crecieron 3% con fuerte impulso de Sudamérica (+14%), Asia-Pacífico avanzó 11% y Oriente Medio cayó 4%. Destinos como Japón, Vietnam, Corea del Sur, Marruecos, México y Países Bajos mostraron gran dinamismo. Los ingresos también crecieron, con Japón (+18%) y Reino Unido (+13%) a la cabeza. Pese al avance, ONU Turismo advirtió retos por costos y tensiones geopolíticas, aunque el 50% de los expertos espera un cierre de año con alzas del 3% al 5%. 



# HONEST GLOBAL

ISTANBUL - DUBAI - SYDNEY - BUDAPEST - BANGKOK - OSAKA

## SUPER OFERTAS 2026

DESTINOS SENSACIONALES

1 PAGA  
**2x1**  
2 VIAJES

15 DIAS & 14 NOCHES

## INDIA & TAILANDIA

BANGKOK - PHITSANULOK - CHIANG RAI  
CHIANG MAI - PHUKET - DELHI - JAIPUR - AGRA



A PARTIR DE  
**US\$ 2599**

PRECIO P/ 2 PERSONAS  
+ Voos internos US\$ 610

14 DIAS & 13 NOCHES

## TURQUÍA & DUBAI

ESTAMBUL - ANKARA - CAPADOCIA -  
PAMUKKALE - EFESO - BURSA - DUBAI



A PARTIR DE  
**US\$ 1299**

PRECIO P/ 2 PERSONAS  
+ Voos internos US\$ 350

11 DIAS & 10 NOCHES

## GRECIA & TURQUÍA

ESTAMBUL - ANKARA - CAPADOCIA -  
PAMUKKALE - EFESO - BURSA + CRUCERO  
POR LAS ISLAS GRIEGAS: PATMOS - ATENAS  
MYKONOS - SANTORINI



A PARTIR DE  
**US\$ 1699**

PRECIO P/ 2 PERSONAS

7 DIAS & 6 NOCHES

## JAPÓN MAJESTUOSO

TOKIO - OSAKA



A PARTIR DE  
**US\$ 2299**

PRECIO P/ 2 PERSONAS



OFERTAS COMPLETAS  
<https://tinyurl.com/2x1-honest>



HONEST GLOBAL - AKTIV TURİZM SEY. VE KARGO TAŞIMACILIĞI TİC. LTD. ŞTİ  
ŞENLİKKÖY MAH. YEŞİLKÖY CAD. NO: 9 BAKIRKÖY - İSTANBUL / TÜRKİYE - 34153  
TEL.: +90 212 231 9747 / EMAIL: INFO@HONESTGLOBAL.COM



# HONEST GLOBAL

ISTANBUL - DUBAI - SYDNEY - BUDAPEST - BANGKOK - OSAKA

# ¿Cómo ha impulsado el turismo las ventas en lo que va de 2025?

Entre enero y julio de 2025, las ventas totales en Ecuador alcanzaron los US\$ 144.711 millones, el valor más alto de los últimos 8 años, reveló el Servicio de Rentas Internas (SRI). Además, la tasa de crecimiento anual llegó al 7,4%, superando a las registradas en años prepandemia (2018: 6,5% y 2019: 3,6%).

¿Qué papel desempeñó el turismo en esta elevación de las ventas? Según cifras del SRI, este representó la quinta actividad económica que más impulsó las ventas dentro del periodo señalado, con un crecimiento del 7,3% con respecto a enero-julio de 2024, al haber pasado de US\$ 1.887 millones a US\$ 2.026 millones.

El rubro fue únicamente superado por la minería (+ 20,4%),

**El Servicio de Rentas Internas (SRI) dio a conocer el rol del turismo en el aumento de las ventas en este 2025.**



la agricultura (+ 17,5%), el comercio (+ 8,8%) y la manufactura (+ 8,6%).

A nivel provincial -considerando todas las actividades económicas-, Pichincha (+ 1,8%),

Guayas (+9%), Manabí (+16,5%), Azuay (+ 10,6%), El Oro (+ 13%) y Los Ríos (+ 22,4%), fueron las que registraron una mayor variación interanual positiva de las ventas.

## Impacto del turismo en las ventas de septiembre

En septiembre, el sector turístico se situó como el cuarto sector económico con mayor crecimiento (+ 8,9%) con respecto al mismo mes de 2024, con una evolución de las ventas de US\$ 233 millones a US\$ 253 millones, solo por detrás de la construcción (+ 27,2%), la producción petrolera (+ 14,7%) y el comercio (+ 13,4%).

Es importante mencionar que, en septiembre de 2024, la economía ecuatoriana se vio considerablemente afectada por extensos cortes de energía, que en algunos sectores alcanzaron hasta 14 horas diarias.

Por esta razón, varios analistas consideran que esto explica, en parte, este considerable crecimiento de las ventas en septiembre de 2025 comparado con septiembre del año anterior.



# BOGOTÁ Y CAÑO CRISTALES

DESDE **US\$ 797**  
PRECIO POR PERSONA

INCLUYE:

**ALOJAMIENTO 4 NOCHES**

**DESAYUNO**

**TRASLADOS**

**GUÍA DE HABLA HISPANA**

**ACTIVIDADES EN LA MACARENA**

 (+57) 601 2456324  (+57) 322 6108454

[www.doradoexperiences.com](http://www.doradoexperiences.com)



# 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](https://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



# Visa Express celebró apertura de oficina en ubicación estratégica en Quito

**D**ar un mejor soporte a los clientes de las agencias de viajes que buscan tramitar la visa para el Espacio Schengen y Europa en general es uno de los principales objetivos de la nueva oficina del servicio de asesoría de visado Visa Express.

El espacio -cuya apertura tuvo lugar el 19 de septiembre en un evento especial conducido por José Luis Egas, director de Visa Express, y Annie García, gerente-, contó con la presencia de varios de los aliados estratégicos de la empresa.

Algunos de ellos fueron las mayoristas All Travel, Bluesky, Maxitravel, UltraGo, Universal de Viajes y Status Travel; las aerolíneas Iberia y Air Europa; y agencias de viajes como Metropoli-



José Luis Egas, Francisco Arboleda, gerente general de Status Travel; Annie García, Pablo Lara, director de Proyectos de Universal de Viajes; y Fidel Murgueytio, gerente general de Maxitravel.

tan Touring, Cosarco Touring y LifeTrip.

## Ubicación estratégica de oficinas de Visa Express

Una de las principales ventajas del nuevo establecimiento es su ubicación estratégica en la ca-

lle República del Salvador, en Quito, muy cerca de la sede de BLS International, dependencia que gestiona las visas para España.

La flamante dependencia se suma a la otra localizada en la misma avenida, que congrega a los 50 teleoperadores que brindan soporte.

## Beneficios de Visa Express

Egas resaltó que Visa Express no busca competir con las agencias de viajes -ya que no ofrece sus servicios al cliente final-, sino trabajar en conjunto, a fin de que los viajeros puedan recibir la asesoría adecuada para el proceso de visado, desde la obtención de las citas hasta la entrevista y la presentación de la documentación.

Visa Express se destaca por la alta tasa de aprobación de visas de sus clientes, porcentaje que alcanza entre el 85% y 90% a nivel general, y casi el 100% cuando se trata de estudiantes.

Otro aspecto que distingue a la compañía es su infraestructura en hardware y software, así como su personal altamente capacitado.

THE PALACE COMPANY®

**SUPERA TUS METAS: ÚNETE A PRO AGENTS**

The Palace Company, fundada en 1984, ha florecido hasta convertirse en un referente global en hospitalidad. Hoy cuenta con 17 propiedades en seis países, y su crecimiento se ha visto impulsado por un firme compromiso con la sostenibilidad, la participación comunitaria y la innovación.



## Conviértete en PRO Agent y accede a ventajas diseñadas para hacer crecer tu negocio:

- Comisiones competitivas en el mercado
- Disfruta de un 50% de descuento en tarifas por noche
- Gana vacaciones gratis con Puntos Vende-Viaja-Disfruta
- Asistencia estratégica de tu BDM para cerrar ventas
- Viajes de Familiarización
- Herramientas de Marketing
- Sistema de reservaciones Global

Para más información y asistencia escribe a [juanromero@thepalacecompany.com](mailto:juanromero@thepalacecompany.com)

PRO AGENTS®  
PALACE SPECIALIST PROGRAM

@palaceproagents  
[www.palaceproagents.com](http://www.palaceproagents.com)

REGÍSTRATE AHORA

# Las últimas novedades del mercado aerocomercial en Ecuador

A todo momento se producen actualizaciones acerca del mercado aerocomercial. Conozca las últimas novedades al respecto.



**L**as aerolíneas han anunciado novedades en estos últimos días. Una de ellas es la próxima operación de una nueva ruta de JetSmart que conectará Quito con Argentina. Además, American Airlines y United Airlines aumentarán sus frecuencias. Por otro lado, desde el 26 de octubre operará la nueva ruta Guayaquil-Miami de Avianca.

## Aeroméxico volverá a Ecuador

Tras más de un año de su cese de operaciones, Aeroméxico volverá a volar en Ecuador desde el 26 de marzo de 2026, con 4 frecuencias semanales, saliendo de Quito los martes, jueves, sábados y domingos, a las 10:30, y con llegada a Ciudad de México a las 14:10.

Entretanto, desde México los despegues serán los lunes, miércoles, viernes y domingos a las 13:20, con aterrizaje en Quito a las 19:05.

## Avianca incrementa conectividad en Ecuador

Avianca anunció que operará un total de 20 frecuencias adicionales semanales en diciembre



de 2025 en comparación con el mismo mes de 2024, pasando de 44 a 64.

En parte, esto responde a que casi duplicará su operación directa entre Ecuador y Estados Unidos, pasando de 14 a 26 frecuencias semanales.

Esto tras la entrada en operación de la nueva ruta Guayaquil-Miami, con una frecuencia diaria disponible desde el 26 de octubre.

Asimismo, la aerolínea pasará a ofrecer de 8 a 12 frecuencias semanales entre Guayaquil y Nueva York, así como una frecuencia adicional entre Quito y Nueva York.

En otras rutas internacionales como Quito-San Salvador (El Salvador), la compañía también operará un vuelo adicional cada semana.

## JetSmart ampliará conectividad con Argentina

La aerolínea de bajo costo JetSmart informó que, a partir del 26 de octubre de 2025, estará habilitada la nueva ruta Quito-Buenos Aires, mediante una escala en el aeropuerto Jorge Chávez de Lima.

La nueva ruta Quito-Lima-Buenos Aires tendrá tres frecuencias semanales los domingos, miércoles y viernes, cumpliendo el siguiente itinerario:

- Salida de Quito a las 16:49, con llegada a Lima a las 19:05.
- Salida de Lima a las 22:00, con llegada a Buenos Aires a las 04:20 (del día siguiente, es decir los lunes, jueves y sábados).

## American aumentará vuelos a Miami

American Airlines duplicará sus vuelos diarios directos hacia Miami, tanto desde Quito como desde Guayaquil. En el caso de la capital, las nuevas operaciones arrancarán el 3 de noviembre de 2025, y en Guayaquil, el 12 de febrero de 2026.

## United Airlines duplicará vuelos hacia Houston

United Airlines sumará una frecuencia más a sus vuelos diarios Quito-Houston, de manera temporal, abarcando el periodo comprendido entre el 2 de diciembre de 2025 y el 6 de enero de 2026.

A continuación, los itinerarios de ambos vuelos:

- Salida de Quito a las 08:00, con llegada a Houston a las 12:15 (diario).
- Despegue de Houston a la 18:10, con aterrizaje en Quito a las 00:30 (diario).
- Salida de Quito a la 01:35, con llegada a Houston a las 05:50 (diario).
- Despegue de Houston a las 23:55, con aterrizaje en Quito a las 06:10 (diario).

# Maxitravel impulsa capacitaciones sobre destinos estrella de turismo estudiantil

**M**axitravel, reconocida mayorista de turismo con amplia trayectoria en el segmento estudiantil, ha iniciado una serie de capacitaciones especializadas dirigidas a agencias de viajes que gestionan grupos escolares. Estas sesiones están diseñadas para presentar en detalle los beneficios, actividades y destinos destacados para las giras estudiantiles 2026, con un enfoque renovado en experiencias educativas, recreativas y seguras.

Punta Cana y Panamá se posicionan como los programas estrella de turismo estudiantil para el próximo año, según lo anunciado por los representantes de Maxitravel.

Mientras que Punta Cana continúa siendo uno de los des-

tinios preferidos por su propuesta "all inclusive", sus playas caribeñas y actividades integradoras, la gran novedad es la incorporación de Panamá como destino ideal para viajes de colegio, destacándose por su excelente relación calidad-precio.

"Panamá playa es una alternativa estratégica para grupos estudiantiles: accesible, segura, culturalmente rica y con infraestructura moderna para el turismo juvenil", comentó uno de los voceros de Maxitravel durante una de las jornadas de formación.

## ¿Cómo acceder a capacitaciones de turismo estudiantil de Maxitravel?

Estas capacitaciones están orientadas a agencias de viajes



en Ecuador que buscan diversificar su portafolio de destinos escolares y ofrecer programas adaptados a las nuevas demandas de padres, instituciones educativas y estudiantes.

Maxitravel invita a todas las agencias interesadas en acceder a esta información exclusiva a participar de estas capaci-

taciones, que se están desarrollando tanto en formato presencial como virtual.

Para más información o para solicitar una capacitación personalizada, las agencias pueden comunicarse directamente con el equipo comercial de Maxitravel a través de sus canales oficiales. 



**Asientos reclinables y buen espacio para tus piernas.**

Conecta con la dicha de volar.

**¡Reserva ya! [copa.com](https://copa.com)**

 Oficina de ventas  Call center  Agencias de viajes

**Copa Airlines** 

A STAR ALLIANCE MEMBER 

# Polimundo celebró el 40° aniversario con reconocimiento a socios estratégicos

**E**l miércoles 10 de septiembre, el grupo turístico Polimundo celebró su 40° aniversario en un evento especial en el Jardín Botánico de Quito, que congregó a sus directivos, fundadores, asociados y aliados estratégicos, entre ellos, varias aerolíneas.

Avianca, Delta Air Lines, Copa Airlines, Latam Airlines, KLM, Iberia, Air Europa, United Airlines, JetSmart y Air Canadá, así como las asistencias al viajero Assist Card y Universal Assistance, fueron algunas de las empresas reconocidas durante el encuentro. También asistieron hoteles y tarjetas de crédito.

La ceremonia estuvo conducida por Diego Padula, gerente general de Polimundo; y Andrea



Andrea Jaramillo, Lucía de Padula, Ana María Miranda, responsable de Marketing Digital; y Diego Padula.

Jaramillo, gerente comercial. Los acompañaron la actual presidenta, Lucía de Padula; el fundador Esteban Pérez y el director Sebastián Padula.

## Reconocimientos y agradecimientos

Durante la gala se rindió un homenaje especial a la actual presi-

denta de Polimundo, Lucía de Padula -quien ha liderado la empresa por 35 años-, así como a sus fundadores José María Pérez, Nany de Pérez y Esteban Pérez.

Igualmente, se brindó un agradecimiento especial a los asociados Vicente Proaño, Ma. del Carmen Granizo, Natalia Dávalos, Elena Arellano, Jaime Burbano,

Álvaro Moncayo, Monserrat Bravo e Ivonne Ortiz.

“Entré a Polimundo sin mayor conocimiento en agencias de viajes más que haber viajado mucho. Tras la salida de los fundadores me encontré con esta montaña encima de mis hombros, pero con muchas ganas de trabajar y salir adelante. Y así, con el esfuerzo de todos a lo largo de los años, pudimos posicionar a la empresa entre las principales del país”, expresó la presidenta de Polimundo, en un emotivo discurso.

“Este aniversario no es el final, sino el comienzo de nuevas noticias por venir, siempre innovando para hacer de los viajes de nuestros clientes experiencias memorables”, manifestó Diego Padula. 🌟

## Copa Airlines aterrizará en dos joyas de República Dominicana

**C**opa Airlines anunció la incorporación de dos nuevos destinos en República Dominicana, fortaleciendo su red de conectividad en el Caribe. Desde el 13 de enero de 2026 comenzará a volar a Puerto Plata y, apenas dos días después, el 15 de enero, iniciará operaciones hacia Santiago de los Caballeros, la segunda ciudad más grande del país.

Ambas rutas despegarán desde el Hub de las Américas, en Panamá, con tres frecuencias semanales cada una, brindando a los viajeros más opciones para descubrir el norte dominicano con mayor comodidad y eficiencia.

Desde enero de 2026, Copa Airlines volará a Puerto Plata y Santiago de los Caballeros, abriendo nuevas opciones para explorar el norte de República Dominicana.



Juntas, Puerto Plata y Santiago ofrecen una mezcla única

que equilibra el descanso frente al mar con el descubrimiento cul-

tural del interior del país, perfecta tanto para parejas como para familias o viajeros que buscan experiencias más locales.

## Dos destinos por el precio de uno con Stopover Panamá

A través del Programa Panamá Stopover de Copa Airlines, los pasajeros pueden visitar dos destinos por el precio de uno, haciendo una escala extendida en Panamá sin costo adicional en la tarifa aérea. Esta opción permite, por ejemplo, explorar la vibrante Ciudad de Panamá antes de continuar el viaje hacia República Dominicana.

Con esta estrategia, la compañía promueve una forma de viajar más flexible y enriquecedora, donde cada parada se convierte en una oportunidad para descubrir nuevos lugares. 🌟

# Juan Francisco Ortiz: “Hasta fines de 2025 operaremos 228 vuelos semanales”

Juan Francisco Ortiz, country officer de Avianca Ecuador, se refirió al aumento en la conectividad de la aerolínea desde y hacia Ecuador.

**R**ecientemente, Avianca anunció que operará en Ecuador un total de 20 frecuencias adicionales semanales en 2025 en comparación con 2024, convirtiéndola en la aerolínea que sumará mayor conectividad en el país este año.

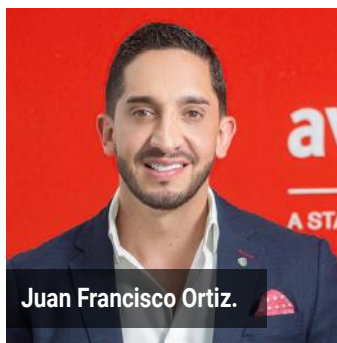
En entrevista con Ladevi, Juan Francisco Ortiz, country officer de Avianca Ecuador, compar-

tió esta y otras novedades de la compañía.

**- ¿Qué nos puede contar sobre su operación hacia Estados Unidos ahora que inaugurarán una nueva ruta entre Guayaquil y Miami?**

-La buena noticia que traemos es que justamente estamos casi duplicando la operación hacia los Estados Unidos, pasando de 14 a 26 frecuencias semanales. La ruta Quito-Nueva York, que estábamos operando 6 veces a la semana, la pasaremos a 7. La Guayaquil-Nueva York, con 9 semanales, la estamos pasando a 12, y la nueva Guayaquil-Miami operará de manera diaria, desde el 26 de octubre de 2025.

**- ¿Qué novedades hay sobre sus otras operaciones en Ecuador?**



Juan Francisco Ortiz.

-Desde el 26 de octubre, Avianca aumentará una frecuencia en la ruta Quito-El Salvador, pasando de 6 a 7, y desde el 1 de noviembre de 2025 retomaremos la ruta directa Guayaquil-Cartagena. Así, entre vuelos domésticos e internacionales, hasta fines de año, operaremos un total de 228 vuelos semanales desde las seis estaciones en Ecuador donde trabajamos: Qui-

to, Guayaquil, Cuenca, Mantay y las dos islas de Galápagos, Baltra y San Cristóbal.

Lo importante es que son rutas a largo plazo que vienen para quedarse, sumándose a otros vuelos directos que inauguramos recientemente, como el Quito-Buenos Aires o el Guayaquil-Buenos Aires. Es decir, no las abriremos solo por fin de año o temporada alta.

**-¿Qué nos puede decir acerca de la reanudación del vuelo directo Guayaquil-Cartagena?**

Desde el 1 de noviembre, ofreceremos 2 frecuencias semanales de este vuelo. •

**▶ LEA LA ENTREVISTA COMPLETA EN LADEVI.INFO**



**Hard Rock**  
HOTEL & CASINO  
PUNTA CANA  
AN ALL-INCLUSIVE EXPERIENCE

**PUNTA CANA HARD.  
ESCAPA HARD.**

La tranquilidad y un cambio de escenario están a la vuelta de la esquina en Hard Rock Hotel & Casino Punta Cana. Con espectaculares piscinas, experiencias de spa únicas, nuestro exclusivo Hard Rock Roxity Kids Club y gastronomía de clase mundial para deleitar tu paladar.

**AMPLIFIED REWARDS**

Vende, Registra y Participa en **FAM FEST LATAM 2025**

# Sandals celebró su tradicional Torneo de Golf en Jamaica con agentes de América Latina

La cadena hotelera Sandals Resorts celebró su 11° Torneo de Golf para Agentes de Viajes de América Latina en Jamaica, durante el 2 y 3 de septiembre, evento que reunió a 50 agentes de viajes de distintos países de la región en torno a un ambiente de camaradería y experiencias inmersivas en sus resorts.

A través de este evento, auspiciado por Island Routes, Copa Airlines y Ladevi Medios, la cadena ofreció a los participantes la oportunidad de capacitarse, disfrutar del deporte y vivir la hospitalidad caribeña.

En ese marco, Arlenes García, directora de Ventas y Marketing para Latinoamérica de Sandals and Beaches, conversó en exclusiva con Ladevi y destacó que este torneo se ha consolidado como un espacio único donde los agentes de viajes no solo comparten su pasión por el golf, sino que también conocen de primera mano la propuesta de valor de la marca.

El torneo de Sandals en modalidad scramble se desarrolló a lo largo de dos días en un campo de 18 hoyos. La competencia permitió a los equipos interactuar entre sí y compartir experiencias tanto deportivas como profesionales.

Para muchos agentes de viajes fue la primera vez en un evento de estas características, lo que generó entusiasmo y un ambiente de amistad.

La ejecutiva de Sandals destacó que el golf es una parte integral de la experiencia que ofrecen sus resorts, con green fees, traslados al campo y acceso a clases con especialistas incluidos.



Estas ventajas permiten que tanto principiantes como jugadores experimentados disfruten del deporte sin costos adicionales.

## Conexión con el producto en Jamaica

Además del torneo, los agentes de viajes participaron en recorridos a través de propiedades de la cadena en el destino como el Sandals Ochi, y hospedarse en el Sandals Dunn's River 2.0.

En este sentido, García remarcó que este contacto directo permite a los profesionales comprender y transmitir el valor diferencial de sus resorts al momento de vender. "Ver es creer y es vender", señaló la representante de la compañía al destacar la im-

portancia de vivir personalmente los servicios de Sandals, desde la gastronomía hasta la atención personalizada.

## Aliados estratégicos

La convocatoria reunió a representantes de países como Argentina, Chile, Brasil, México, Colombia, Perú, Costa Rica y Panamá, consolidando el papel de las agencias de viajes como socios estratégicos en la promoción de la marca.

La experiencia también incluyó instancias de integración con el equipo de ventas de Sandals para Latinoamérica, fortaleciendo los lazos comerciales.

La empresa destacó que el torneo no solo fomenta el de-

porte, sino que genera nuevas oportunidades de negocio, como grupos de golf, viajes de bodas o lunas de miel, integrando a los agentes de viajes en la estrategia de crecimiento de la cadena en la región.

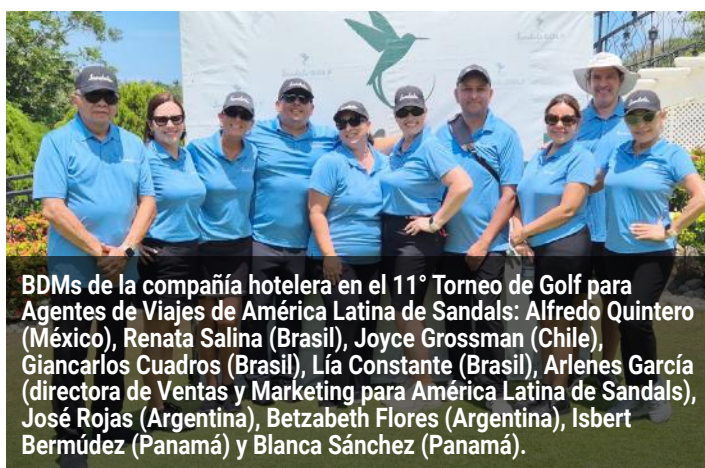
## Copa Airlines refuerza su vínculo con las agencias de viajes

En el marco de la acción, Ladevi dialogó con Catherine Lira Ugarte, gerente general Copa Airlines Chile.

"Apoyar este tipo de iniciativas es relevante para Copa Airlines, ya que nos permite fortalecer el relacionamiento con las agencias de viajes y operadores turísticos, además de nuestra oferta de valor como aerolínea, así como los destinos que tenemos desde y hacia Jamaica, en el que operamos en Kingston y Montego Bay con 5 y 7 frecuencias a la semana, respectivamente", explicó.

Respecto de la performance de la ruta a Jamaica en los mercados de América Latina, señaló: "De las ciudades que servimos en Jamaica, Montego Bay ha tenido un crecimiento en pasajeros por encima del 68%, comparado con el mismo período del año anterior".

A la pregunta sobre los aspectos diferenciales de Copa respecto de la competencia, Catherine Lira Ugarte respondió: "Además de los beneficios de servicio completo que brindamos a nuestros usuarios, el Hub de las Américas en Panamá tiene una ubicación privilegiada que nos permite ofrecer conexiones en tan solo 50 minutos, con los mejores estándares de confiabilidad y puntualidad. La ampliación del aeropuerto de Tocumen con la terminal 2 nos da la posibilidad de ofrecer más de 54 puertas de abordaje para ofrecer mayor cantidad de conexiones a través de nuestros 6 bancos de operación".



BDMs de la compañía hotelera en el 11° Torneo de Golf para Agentes de Viajes de América Latina de Sandals: Alfredo Quintero (México), Renata Salina (Brasil), Joyce Grossman (Chile), Giancarlo Cuadros (Brasil), Lia Constante (Brasil), Arlenes García (directora de Ventas y Marketing para América Latina de Sandals), José Rojas (Argentina), Betzabeth Flores (Argentina), Isbert Bermúdez (Panamá) y Blanca Sánchez (Panamá).



anticipadas, permite analizar tendencias futuras del mercado y ofrece mayor margen de organización.

Además, la promoción se extiende a los grupos en regular, siempre que los nombres de los participantes se registren antes de la fecha límite.

“Cada año la preventa nos confirma que los viajeros valoran la planificación y la seguridad de contar con precios cerrados. Para **Europamundo** es también un termómetro estratégico que nos ayuda a anticipar las preferencias de nuestros clientes”, destacaron desde la compañía.

Con itinerarios que abarcan desde las grandes capitales europeas hasta un amplio abanico de experiencias culturales en **Asia, América y África**, la oferta del turoperador se consolida como una de las más amplias del mercado.

Asimismo, después de sus 30 años de auspicioso desarrollo, **Europamundo** es reconocida por ofrecer una de las programaciones más amplias y estables del sector, que incluye:

- Más de 2.000 circuitos propios.
- Salidas garantizadas desde solo 2 pasajeros durante todo el año.
- Precios fijos, sin sorpresas.
- Operativa eficiente y un firme compromiso con la sostenibilidad.

De esta manera, la empresa renueva su compromiso con los profesionales y sus clientes, colocando una vez más en el mercado múltiples atrayentes opciones en los principales destinos del mundo. 

**E**uropamundo se encuentra presentando su esperada preventa 2026/2027, iniciativa que representa una gran oportunidad para los viajeros que desean asegurar su próximo viaje con los mejores precios garantizados y que, con vigencia hasta el 15 de enero de 2026, pone a disposición más de 1.700 viajes a destinos de los cinco continentes.

Así, ya es posible seleccionar y reservar atractivas propuestas para disfrutarlas hasta marzo de 2027, una ventaja única en el mercado.

### La preventa como herramienta

En este marco, al reservar con anticipación a través del representante oficial local, los

## EUROPAMUNDO Lanzamiento de la preventa 2026/27 con precios congelados

La preventa de Europamundo tiene vigencia hasta el 15 de enero de 2026 e incluye programas en destinos de Europa, América, Asia y África con precios garantizados.

viajeros tienen la oportunidad de congelar tarifas y garantizar su lugar en los circuitos más demandados.

A la vez, para los agentes de viajes, esta preventa representa una valiosa herramienta comercial, ya que fomenta las ventas

# ¡Pre-Venta de Viajes 2026/2027!

Elige entre más de **1700 circuitos disponibles** y asegura tu próxima aventura a **precios increíbles**.



**europamundo**  
vacaciones

**Statustravel**

[www.statustravel.com.ec](http://www.statustravel.com.ec)  
[reservas1@statustravel.com.ec](mailto:reservas1@statustravel.com.ec)

REGISTRO TURISTICO: 1701500031



# Ladevi Workshops en Quito y Guayaquil rompen récords de asistencia

■ POR CLAUDIA OLEAS

**L**os Ladevi Workshops en Quito y Guayaquil, eventos de turismo organizados por Ladevi Medios y Soluciones -medio de comunicación especializado en el sector- marcaron un hito en la industria turística ecuatoriana, con la asistencia de más de 600 agencias de viajes en ambas ciudades.

El encuentro, orientado a la generación de networking y nuevas relaciones de negocios, se celebró en Quito el miércoles 10 de septiembre, en el Swissôtel, mientras que en Guayaquil tuvo lugar el 11 de septiembre, en el Sheraton Hotel.

"A pesar de la crisis económica, Ladevi, proveedores y agencias de viajes unimos fuerzas para lograr lo que muchos consideraban inalcanzable: impulsar la reactivación turística del país", manifestó Fabián Manotas, di-

**Los Workshops Ladevi del segundo semestre en Quito y Guayaquil convocaron a un importante número de agencias de viajes en ambas ciudades.**

rector de Ladevi Colombia, Ecuador y Perú.

Cabe mencionar que, atendiendo al pedido de las empresas turísticas ecuatorianas, los Ladevi Workshops se trasladaron de noviembre a septiembre, decisión acertada tras los buenos resultados.

Además de empresas de Quito y Guayaquil, esta última ciudad también convocó a agencias de viajes de Manta y Machala.

## Expositores y capacitaciones

Para ambas citas turísticas -Quito y Guayaquil- se contó con la participación de 36 empresas proveedoras de agencias de viajes nacionales e internacionales, como mayoristas, hoteles, tour operadores, cruceros, aerolíneas, asistencias al viajero, planes de datos, plataformas de reservas y oficinas de turismo.

En general, se destacaron productos para los próximos feriados en Ecuador, como el de noviembre y fin de año, así como para las temporadas 2026 y 2027.

Un punto importante fue la presencia de una delegación de Corpoturismo Cartagena -Corporación de Turismo de Cartagena de Indias- liderada por Héctor González, coordinador de Promoción y Mercadeo, y conformada por 6 empresas del destino turístico (EM Hotels, GEHsuits Hotels, Hotel Almirante, Ho-

tel Dann Cartagena, Hotel El Dorado y Hotel Isla Palma), con el apoyo de Avianca.

En el marco de los Ladevi Workshops la entidad organizó una capacitación para agencias de viajes tanto en Quito como en Guayaquil, donde presentó la nueva canción oficial del destino, así como las distintas ofertas turísticas para las próximas fiestas de la independencia de noviembre.

Otra capacitación importante fue la impartida por la cadena de resorts premium all inclusive Club Med, en Quito con Pablo Bálsamo, ejecutivo comercial y, en Guayaquil, con Abin Rosales Monascal, gerente regional de Ventas, en modalidad virtual.

## Más actividades

Como novedad en esta edición de los Workshops en Ecuador, Ladevi organizó una rue-



da de negocios entre los expositores, previo al inicio de los eventos.

Los encuentros de turismo concluyeron con el sorteo de premios entre las agencias de viajes asistentes, entregados por empresas como Tu Viaje Protegido, Aerotouring y United Travel Assist -que hizo entrega de una moto eléctrica-, además de los adjudicados por Corpoturismo Cartagena.

### Testimonios de proveedores participantes

En general, los expositores se mostraron satisfechos con la organización de los Workshops, destacando su valor como vitrina para presentar sus ofertas y fortalecer el posicionamiento de sus marcas, tanto ante las agencias de viajes consolidadas como entre las más nuevas. A continuación, se comparten algunos testimonios:

Alejandro Dussan, gerente de GEH Suites Hotels: "Los Workshops de Ladevi son excelentes. Este poder de convocatoria no lo he visto en toda la trayec-

toria que llevo en turismo, y esto es justamente lo que nos motivaba a los empresarios a venir, porque es una garantía de que podremos concretar negocios entre las agencias, los operadores y los hoteles".

Andrea Cabrera, gerente general del turoperador y mayorista ¡Qué Gara Viajar!: "Los Workshops de Ladevi son muy importantes por el gran alcance que generan, por lo que participamos cada vez que tenemos la oportunidad, a fin de darnos a conocer y para que nos reconozcan po-

co a poco como la marca ¡Qué Gara Viajar!".

Juan Andrés Calderón, gerente comercial del turoperador mayorista Tritón DMC: "Septiembre y octubre son considerados meses de temporada baja para algunas agencias de viajes, por lo que los Ladevi Workshops resultan plataformas ideales para acceder a nuevos productos e impulsar el turismo, sobre todo para el feriado de noviembre".

Patricia Elías, presidenta ejecutiva de la mayorista Tecno-

rep's: "Me ha sorprendido ver tanta afluencia. Participar en los Workshops de Ladevi representa una actualización, al ser eventos que siempre están en la vanguardia, reuniendo a las mejores mayoristas y proveedores. Además, siempre participan empresas debidamente certificadas, lo que garantiza un servicio confiable a las agencias de viajes".

Giovanny Pinargote, presidente de la mayorista Ciudadela: "Los Workshops de Ladevi me parecen muy importantes y siempre nos generan muy buenos re-





sultados tanto en Guayaquil como en Quito. Nuestro pedido es también replicar los eventos en Cuenca, un mercado muy importante que aporta muchas ventas, sobre todo en lo referente al turismo de alta gama”.

Jean Malavé, gerente comercial regional de Royal Caribbean en Ecuador: “Para nosotros es muy trascendente participar en este tipo de eventos, sobre todo para actualizar nuestra base de datos, porque el personal de las agencias de viajes siempre rota o se va renovando. Por eso, lo aprovechamos al máximo”.

Fidel Murgueytio, gerente general de la mayorista Maxitravel: “Nosotros siempre participamos en los Workshops de Ladevi porque son una herramienta comercial muy importante, que nos permite acceder a cientos de agencias de viajes en una sola mañana y en un solo lugar, además de dirigirnos a quienes gestionan directamente las ventas”.

Gustavo Zapata, jefe de la Oficina en Quito de la mayorista HDP Representaciones: “Los Workshops de Ladevi nos ayudan a posicionar nuestra marca y a recordar que estamos siempre dispuestos a generar nuevas alianzas comerciales y alcanzar buenas negociaciones, no solo con las agencias de viajes, sino también con otros exposito-



res, como aerolíneas y asistencias al viajero”.

Héctor González, coordinador de Promoción y Mercadeo de Corpoturismo Cartagena de Indias: “Para nosotros Ladevi se ha convertido en un gran aliado para conectar con ese público especializado, conformado por mayoristas y minoristas de uno de nuestros mercados prioritarios, el ecuatoriano. Estos encuentros siempre son muy necesarios para que se conozcan las novedades

de Cartagena y de los productos y servicios de nuestros empresarios. Si bien es un destino predilecto, hay que estar siempre presentes fidelizando el mercado y generando acciones que nos permitan llegar a más y nuevos públicos, a fin de que nuestra ciudad sea concebida como un destino diverso, en constante actualización en experiencias”.

Ángel Velásquez, director de Ventas de Grupos y Eventos de Meliá Hotels: “Los Ladevi

## Lista de expositores de los Workshops de Ladevi

- Aerotouring
- All Travel
- Avianca
- Bluesea
- Citadel
- Club Med
- Decameron
- EM Hotels
- GEH Suites Hotels
- GTT
- HDP Representaciones
- Hotel Almirante
- Hotel Dann Cartagena
- Hotel El Dorado
- Hotel Isla Palma
- Lopesan
- Más Travel
- Maxitravel
- Meliá
- MSC Cruises
- MW Mayorista de Turismo
- On Vacation
- Plus Travel Assist
- PriceAgencies
- PromPerú
- ¡Qué Gara Viajar!
- Royal Caribbean (Viajes Amazonas)
- TBO
- Tecnorep's
- Travelkit
- Tritón DMC
- Tu Viaje Protegido
- UltraGo
- Universal Assistance
- Universal Mayorista de Viajes
- United Travel Assist.

Workshops nos dan la oportunidad de hablar personalmente con los agentes de viajes, aclarar sus dudas y generar networking. Esta es una de las ventajas de este tipo de formatos. Además, en nuestro caso, nos permite inscribir a más agencias a nuestro programa de fidelidad Meliá PRO”.

# Corpoturismo Cartagena presentó las últimas novedades del destino

**L**a nueva canción oficial de Cartagena de Indias, así como la agenda de las fiestas de independencia de noviembre, constituyeron los principales temas que dio a conocer Corpoturismo Cartagena-Corporación de Turismo de esa ciudad- durante las capacitaciones ofrecidas en el marco de los más recientes Ladevi Workshops en Ecuador.

En lo que respecta a las festividades de independencia del 11 de noviembre, que se conmemorarán en la segunda semana del mes, la agenda incluirá diversos eventos culturales, musicales y gastronómicos.

De todos ellos, Liliana Rodríguez, presidenta ejecutiva de Corpoturismo, destacó el desfile de la independencia del 13 de no-



Delegación de Corpoturismo Cartagena en los Workshops Ladevi.

viembre por la avenida Santander, durante el cual comparsas con más de 2.000 artistas exhibirán lo más representativo de la música y tradiciones del destino.

Igualmente, mencionó los festivales náuticos del 14 y 15 de noviembre en la bahía de Cartagena, que también contarán con la presencia de renombrados artistas como Marc Anthony, Car-

los Vives y Maluma. La participación de Corpoturismo Cartagena en los Ladevi Workshops tuvo como propósito fortalecer la fidelidad del mercado ecuatoriano, que continúa considerando a la ciudad entre sus destinos vacacionales preferidos. Como muestra de ello, Ecuador se mantiene dentro de los cinco principales emisores de turismo.

## Hoteles que conformaron la delegación

Los hoteles Dann Cartagena, GEH Suites, Cartagena Plaza by EM Hotels, Almirante Cartagena, Dorado Plaza e Isla Palma formaron parte de esta representación, participando con stands propios en los workshops.

Igualmente, se contó con el apoyo de Avianca y ProColombia, entidad encargada de promover el turismo de ese país.

Durante las capacitaciones en Quito y Guayaquil -conducidas por Héctor González, coordinador de Promoción y Mercadeo de Corpoturismo Cartagena-, también se entregaron varios premios a las agencias de viajes. 

# Club Med presentó sus resorts all inclusive y atributos únicos

**P**resentarse como una "oferta distinta" dentro del segmento de alta gama, así como dar a conocer más la marca en Ecuador, constituyeron los principales objetivos de la cadena de resorts all inclusive Club Med, que participó por primera vez en los Ladevi Workshops en Ecuador a través de dos capacitaciones dirigidas a agencias de viajes.

El evento en Quito, conducido por Pablo Bálsamo, ejecutivo comercial de Club Med, tuvo lugar el miércoles 10 de septiembre, mientras que el de Guayaquil, impartido en modalidad online por Abin Rosales Monascal, director comercial de la ca-



Agentes de viajes durante las capacitaciones de Club Med en los Workshops Ladevi.

dena, se llevó a cabo el 11 de septiembre.

Actualmente, Club Med cuenta con 70 propiedades a nivel mundial. En el marco de las capacitaciones en los Workshops de Ladevi, se destacaron las existentes en República Dominicana,

específicamente las de Punta Cana y la de Miches -esta última de categoría Exclusive Collection-.

## Diferenciales de la marca

Uno de los principales diferenciales del complejo de resorts

all inclusive es disponer de entre 7 y 10 escuelas de deportes por hotel, en los que se puede practicar, además de esquí, tenis, golf, al igual que disciplinas acuáticas como windsurf, kitesurf, buceo, entre otras.

Estas actividades están disponibles para todos los niveles, desde los 4 años de edad.

Igualmente, Club Med se distingue por su amplia oferta gastronómica, con buffets presentados de manera innovadora, a través de islas donde los chefs cocinan en vivo (show cooking).

En cuanto a nichos, además del leisure, las bodas de destino ocupan un lugar destacado en Club Med. Ejemplo de ello son sus propiedades en Río de Janeiro y Punta Cana, que disponen de espacios para ceremonias y eventos con capacidad para congregarse entre 150 y 200 personas. 

## Aerotouring: salidas individuales y grupales en el Caribe



**L**a mayorista Aerotouring participó por primera vez en el Ladevi Workshop en Quito, donde presentó salidas confirmadas al Caribe, sobre todo a Punta Cana y Panamá, señaló Marcelo Tanco, presidente de Aerotouring.

A estas propuestas se sumó el crucero sin visa de Royal Caribbean, con salidas desde Cartagena y Panamá.

En Punta Cana y Panamá, así como en Cartagena y Curazao, Aerotouring ofrece alternativas individuales y grupales, con y sin aéreo, con paquetes con hoteles de tres a cinco estrellas y planes que van desde todo incluido hasta solo desayuno.

Asimismo, la mayorista dispone de circuitos en Europa, con itinerarios de 14 días; atractivas promociones en Medio Oriente bajo la modalidad dos por uno, en destinos como Turquía, Egipto y Dubái; y programas en América del Norte y América del Sur. •

## All Travel: promociones en asistencia al viajero y otros servicios



**E**n el más reciente Ladevi Workshop, All Travel promovió a Euroamerican Assistance, asistencia al viajero con más de 25 años y que la mayorista ha representado en Ecuador por 11 años, destacó Antonio Lucio, gerente general de All Travel.

En relación con este producto, la compañía resaltó la promoción especial que otor-

gó un 2x1 para el plan Platino, el de mayor categoría, con una cobertura que asciende a 720.000 dólares, y para el Plan Gold, que ofrece protección de hasta 428.000 dólares.

Además de la cobertura médica, estos planes han incorporado beneficios como acceso a salas VIP en casos de vuelos demorados, asistencia para mascotas y telemedicina para familiares que permanecen en casa.

All Travel también apoyó la comercialización de los chips internacionales de telefonía e internet Conectly, así como de servicios de asesorías para la gestión de visados en diversos destinos. •

## Lopesan Costa Bávaro: experiencia all inclusive para ocio y bodas

**D**urante los Ladevi Workshop, Lopesan Costa Bávaro Resort, Spa & Casino presentó su moderna propiedad all inclusive ubicada en Playa Bávaro, Punta Cana, que despunta por su Boulevard de 20.000 m², espacio que alberga restaurantes, bares, tiendas, teatro, spa, sport bar, parque acuático y áreas para niños y adolescentes, explicó Saúl Camilo, coordinador de Ventas Latinoamérica de Lopesan Costa Bávaro.

En el ámbito gastronómico, el hotel dispone de siete restaurantes a la carta, dos de tipo buffet, dos clubes de playa y un lugar de comida rápida. Igualmente, existen siete piscinas de agua dulce.

El diseño y la oferta del Lope-



san Costa Bávaro Resort, Spa & Casino lo convierten en una opción ideal también para bodas, grupos corporativos y celebraciones especiales como quinceañeras o renovaciones de votos, gracias a sus 300 metros de playa privada, así como por su rooftop con vista panorámica a Playa Bávaro. •

## BlueSea promovió nuevo vuelo a Antigua y Barbuda y fam trip

**E**l operador BlueSea participó por primera vez en los Ladevi Workshop en Ecuador para presentar el nuevo vuelo chárter que iniciará operaciones el 24 de octubre de 2025, conectando Cartagena, Colombia, con la isla caribeña.

La operación correrá a cargo de Liat Air, aerolínea del gobierno de Antigua y Barbuda que conecta el destino con otras 12 islas del Caribe.

Igualmente, Luz Estela Mayorga, representante en Latinoamérica de BlueSea, motivó a las agencias a participar en el próximo fam trip que organizará entre octubre y noviembre.

La compañía ofrece expe-



riencias de lujo a la medida en Antigua y Barbuda, que incluyen hoteles de cuatro, cinco y seis estrellas, con cadenas reconocidas como Sandals y Royalton.

Entre las actividades promovidas en la isla del Caribe, se destacan deportes acuáticos, así como el carnaval local, considerado uno de los más prestigiosos de la región. •

## Citadel: bloqueos a Galápagos, Curazao, Aruba y Dominicana



**D**urante los más recientes Ladevi Workshop, Citadel Mayorista de Turismo se enfocó en la promoción de Galápagos, destacando los bloqueos para 2025 y 2026, en colaboración con Latam Airlines y Avianca, informó Giovanni Pinargote, presidente de la compañía.

Cabe destacar que, desde octubre, Citadel organizará varios fam trips hacia ese destino para agencias de viajes de Quito, Ambato, Guayaquil y Cuenca.

En el ámbito internacional, la mayorista enfatizó su fortaleza en el Caribe, con especial atención en Puerto Plata, República Dominicana, además de Punta Cana, Curazao y Aruba. Asimismo, como socia de Copa Vacaciones, Citadel resaltó su paquetería en Panamá.

Por otro lado, Citadel firmó una negociación con MSC Cruceiros para promocionar las salidas sin visa desde La Romana, programadas desde noviembre de 2026 hasta noviembre de 2027. •

## TBO.COM impulsó hoteles, trenes y turismo de lujo en Europa



**D**urante los más recientes Ladevi Workshop, la plataforma de distribución de viajes TBO.COM dio a conocer que la herramienta no solo integra en un solo sistema cerca de 2 millones de hoteles en todo el mundo, sino también traslados, excursiones, aéreos, trenes en Europa, cruceros de río, mar y expedición, y renta de autos a nivel global.

Entre las próximas innovaciones se incorporarán los trenes Amtrak y Brightline en Estados Unidos, así como los de alta velocidad en Japón, manifestó Mauricio Peralta, director regional para Latinoamérica de TBO.COM.

Otro de los lanzamientos recientes es TBO Platinum, una colección de 300 hoteles de lujo y cinco estrellas.

En relación con el segmento de viajes de lujo, TBO también adquirió recientemente Classic Vacations, compañía estadounidense especializada en turismo de lujo y ultralujo, con un portafolio de hoteles y experiencias exclusivas para viajeros de alto nivel. •

## Hoteles Dorado Plaza Cartagena destacó a una de sus propiedades

**H**oteles Dorado Plaza de Cartagena participó en los más recientes Ladevi Workshop, destacando especialmente la propiedad de Bocagrande, con sus planes completos de entre US\$ 245 y US\$ 278 por persona en acomodación doble.

Los paquetes, vigentes hasta octubre, para viajar hasta el 29 de diciembre, incluyen traslados in/out, city tour con entrada al Castillo de San Felipe, visita a las Islas del Rosario, y una experiencia romántica al atardecer en un bote privado con cóctel de bienvenida y bebidas. La duración de la estadía es de tres noches y cuatro días.

El Hotel Dorado Plaza en Bo-



cagrande se distingue por su ubicación estratégica frente a la playa del mismo nombre, a tan solo 15 minutos del centro histórico y a 20 minutos del aeropuerto, además de tener a varios centros comerciales en los alrededores. La propiedad también sobresale por su atención de alta calidad. •

## EM Hotels: novedades en el icónico Hotel Cartagena Plaza

**L**a cadena hotelera EM Hotels destacó en los más recientes Ladevi Workshop sus propiedades en Cartagena. Durante el encuentro, Gustavo Pineda, director de Mercadeo, promovió especialmente el Hotel Cartagena Plaza, considerado su "hotel insignia".

Este establecimiento se distingue por su servicio todo incluido 24 horas, así como por tener cuatro pisos temáticos premium diseñados para distintos perfiles de huéspedes: Cultura Caribe, Women Floor, Piso Tecnológico y Corporativo, orientado al turismo de negocios; con servicios de mayordomos, check-in y check-out exclusivos,



restaurante en el mismo piso y atención personalizada 24 horas. Adicionalmente, EM Hotels presentó el Baía Bella Beach Club, un club de playa ubicado en la isla de Tierra Bomba que amplía la experiencia de sol y playa con un concepto exclusivo de descanso y entretenimiento.

Igualmente, anunció la próxima inauguración de Casa Berta Hotel, hotel boutique en Bocagrande. •

## United Travel Assist resaltó innovaciones tecnológicas



En los más recientes Ladevi Workshop, United Travel Assist, una de las principales empresas de asistencia al viajero en Ecuador y Latinoamérica, destacó importantes novedades, entre ellas la actualización de su sistema de emisiones, explicó Roberto Moscoso, gerente comercial.

Esto, por cuanto desde ahora la herramienta es más amigable e intuitiva para las agencias de viajes, brokers, mayoristas y empresas de visados, proporcionando mayor información y agilidad en los procesos.

En cuanto a su app, acaba de incorporar el servicio de telemedicina, permitiendo a los usuarios acceder a consultas médicas en línea de manera inmediata.

Asimismo, United Travel Assist informó sobre el próximo lanzamiento de un nuevo upgrade para enfermedades preexistentes.

Otra de las ventajas que la empresa resaltó es que sus planes ya no tienen límite de edad. •



## GTT: salidas confirmadas, lujo y asistencia al viajero

Entre los productos que promovió Grupo Turístico GTT durante los más recientes Ladevi Workshop, estuvieron los paquetes con aéreo -a través de Copa Vacaciones, Avianca y vuelos chárter-, así como land tours en Punta Cana y Panamá.

Jorge Sánchez, gerente de GTT Región Sierra, también brindó información sobre los paquetes para la Copa Mundial de Fútbol Canadá, Estados Unidos y México 2026, que incluyen vuelos y traslados en los 3

países, además de las salidas confirmadas para Galápagos.

En paralelo, a través de su línea de alta gama GTT Deluxe, la mayorista busca fortalecer su segmento premium con un enfoque en destinos y cadenas hoteleras de lujo.

Por su parte, TuAssistance, la asistencia al viajero de GTT, presentó sus renovadas coberturas que oscilan de los US\$ 25.000 a 100.000, con tarifas desde US\$ 1,20 hasta 3,30 por día. •

## HDP recalcó Mundial de Fútbol y viajes de lujo en Europa y Sudamérica

HDP Representaciones presentó sus novedades y programas exclusivos, destacando la Copa Mundial de Fútbol, viajes de lujo y experiencias personalizadas, durante los más recientes Ladevi Workshop.

Con respecto al Mundial, la mayorista promovió sus paquetes de preventa, que parten desde un programa básico de tres noches para un partido en Estados Unidos, señaló Gustavo Zapata, jefe de Oficina en Quito de HDP Representaciones.

Además, la mayorista presentó sus viajes en Europa, disponibles en alianza con operadores como Mapa Group y Surland, así como en Sudamérica, en países



como Argentina, Chile, Perú, Brasil, los cuales se comercializan con hoteles cuatro y cinco estrellas, y operadores de renombre.

En el caso de los viajes de lujo, en destinos como Europa y Sudamérica, Zapata enfatizó que HDP trabaja bajo la modalidad "tailor-made". •

## Hotel Almirante: referente de lujo y servicio en Cartagena

En los más recientes Ladevi Workshop participó el Hotel Almirante, referente del turismo de lujo en Cartagena. Situado en Bocagrande, a solo cinco minutos del centro histórico y a 15 del aeropuerto internacional, el hotel de cinco estrellas combina la comodidad urbana con el acceso a uno de los mejores sectores de playa, explicó Juliana Duque, ejecutiva comercial de Hotel Almirante.

El hotel cuenta con 258 habitaciones distribuidas en 21 pisos, que van desde habitaciones ejecutivas hasta Master Suites con jacuzzi y un rooftop en el piso 15, con bar y áreas de solario. También cuenta con



nueve salones multifuncionales, incluyendo uno con capacidad para hasta 400 personas.

Además, su certificación BASC y la seguridad de sus instalaciones, con más de 200 cámaras y perros antiexplosivos, posicionan al hotel como opción preferida para embajadas, consulados y eventos políticos y corporativos. •

## Hotel Isla Palma: turismo sostenible y experiencias personalizadas

En el Ladevi Workshop, el Hotel Isla Palma resaltó su oferta ubicada a una hora y 45 minutos de Cartagena, bajo un concepto diferenciado: playa privada de un kilómetro alejada del bullicio, ideal para un público que busca exclusividad, descanso y contacto con la naturaleza, destacó Eliana Guzmán, gerente comercial,

Además de su playa, la isla cuenta con 27 hectáreas de reserva natural, donde los visitantes pueden realizar caminatas educativas y observar fauna en libertad. La propuesta se complementa con un programa de guardería de corales.

En cuanto a servicios, el hotel cuenta con 42 habitaciones den-



tro de una estructura de estilo caribeño, enfocadas principalmente a parejas.

Así, el Hotel Isla Palma diseña experiencias personalizadas como pedidos de mano y bodas en la playa, además de excursiones escolares, corporativas y pasadías. •

## Avianca: vuelos hacia Cartagena y novedades en rutas y servicios

En el marco de los Ladevi Workshop, Avianca destacó sus principales itinerarios y novedades para los viajeros ecuatorianos. Según Patricio Ayala, ejecutivo de Ventas de la aerolínea, la compañía se enfocó especialmente en promocionar sus vuelos hacia Cartagena.

De esta manera, se destacaron las 118 frecuencias semanales que la compañía opera hacia ese destino desde Bogotá, como apoyo a la delegación de Corpoturismo Cartagena.

Por otro lado, la aerolínea socializó los próximos vuelos directos desde Guayaquil a Miami que comenzarán a operar desde el 26 de octubre de



2025, con siete frecuencias semanales

Otro punto que compartió la compañía es la operación, desde el próximo 1 de noviembre, de rutas adicionales desde Quito y Guayaquil que incorporarán la categoría Business Class Américas, ya disponible en rutas como Quito-Bogotá. •

## Tecnoreps: emisor, receptor, MICE y consolidador aéreo



gramas de temporada baja y fin de año, que incluyen circuitos en Europa, Turquía y Uzbekistán.

En el ámbito del turismo MICE puso en relieve que las agencias de viajes pueden con-

Tecnoreps participó en el más reciente Ladevi Workshop reafirmando su compromiso con el servicio integral para agencias de viajes.

Durante el encuentro, la mayorista resaltó que aún dispone de espacios en sus bloques con vuelos regulares hacia Punta Cana y Galápagos.

Asimismo, presentó sus pro-

gramas de temporada baja y fin de año, que incluyen circuitos en Europa, Turquía y Uzbekistán. En el ámbito del turismo MICE puso en relieve que las agencias de viajes pueden confiar en sus servicios para grupos e incentivos, tanto dentro como fuera del país. Asimismo, la mayorista destacó su plataforma web gratuita, que integra una amplia variedad de productos emisivos y receptivos, como hoteles, así como su consolidador aéreo Tecnoticket, que dispone de inventarios de vuelos en Amadeus, Sabre y NDC. •



## Más Travel: cruceros en Galápagos y plataforma con bonos

En el más reciente Ladevi Workshop, la mayorista Más Travel destacó su oferta de turismo receptivo bajo la marca "593 Mas Travel".

Entre las opciones más destacadas se presentaron cruceros en Galápagos, con tarifas especiales para nacionales, y salidas de 4 días y 3 noches con disponibilidad hasta el mes de diciembre, explicó Karla Silva, ejecutiva comercial de Más Travel.

El turismo continental tam-

bién formó parte de la oferta de la mayorista, con programas de 2 días y 1 noche que comprenden visitas a Cuenca, Inapirca y el tren Nariz del Diablo, en Alausí.

Más Travel también promovió a Bnext Generation, su plataforma de reservas, como una opción integral para agencias de viajes, al tener acceso a más de 2 millones de hoteles, 10 millones de actividades, más de 100 rentadoras de autos y 2.000 aerolíneas. •

## TRAVELKIT: coberturas de preexistencias y chips de internet



cial de TRAVELKIT. Un detalle importante es que la cobertura de preexistencias abarca US\$ 21.000 de los US\$ 70.000.

Dentro de este plan también existe la posibilidad de, en lugar de preexistencias, incluir una eSIM internacional con 1 GB de datos de internet.

La compañía también presentó un plan de US\$ 55.000 de cobertura, que mantiene la inclusión de preexistencias, además de beneficios adicionales como salas VIP en aeropuertos, guardería de mascotas, compensación por pérdida de vuelo por cualquier motivo, incluyendo a vuelos charter. •

**E**n el más reciente Ladevi Workshop, la asistencia al viajero TRAVELKIT lanzó su plan de US\$ 70.000 de cobertura, que incluye, sin costo adicional, los tratamientos de enfermedades preexistentes requeridos tras las emergencias, incluso en casos de padecimientos crónicos como cáncer o insuficiencia renal, manifestó Alfredo Chiriboga, gerente com-

## Meliá: propiedades y beneficios para agencias de viajes



**D**urante el Ladevi Workshop, Meliá Hotels, representado por Ángel Velásquez, presentó Meliá Pro, plataforma de reservaciones exclusiva para agentes de viajes.

A través de esta herramienta se accede a tarifas comisionables, además de sumar puntos para canjear por estadías o servicios.

En cuanto a novedades hote-

leras, la compañía pronto abrirá el Meliá Casa Maya en Cancún, y remodelará el Paradisus Cancún, que reabrirá en abril de 2026.

Igualmente, se dieron a conocer las tres nuevas propiedades en Buenos Aires, Casa Lucía, Almarena Madero Urbano y Almarena Puerto Retiro. Asimismo, se confirmó la apertura de un nuevo hotel en Lima.

En Europa, Meliá continúa su expansión con la reapertura del ME Marbella, la próxima inauguración del ME Málaga y la inauguración de un nuevo hotel ME en Lisboa.

La cadena también destacó el lanzamiento del primer hotel Zel en América en Punta Cana. •

## MSC Cruceros: itinerarios sin visa y otras experiencias

**L**os Ladevi Workshop contaron por primera vez con la participación de MSC Cruceros, marca que presentó oficialmente el Crucero Sin Visa desde La Romana, ruta disponible desde noviembre de 2026 hasta octubre de 2027, con salidas semanales, explicó Karem Nova, sales executive, "Tendremos nueve itinerarios diferentes, visitando destinos como Isla Catalina, Virgin Gorda, Saint Kitts, Saint Martin y Tórtola, con un solo día en alta mar para que los pasajeros disfruten al máximo", destacó.

Las tarifas incluyen impuestos y propinas, recomendando a los agentes de viajes ofrecer el paquete de bebidas para garanti-



zar una experiencia más completa y sin preocupaciones.

Además, MSC Cruceros promocionó el MSC World America, inaugurado en abril de 2025 y con base en Miami, que realiza itinerarios de 7 noches por el Caribe Oriental y Occidental, e invitó a participar en abril de 2026 en el fam trip "Sales Academy". •

## MW: turismo MICE y vacacional en isla del Caribe

**M**W Turismo participó como expositor en Ladevi Workshop, donde destacó la expansión de su departamento MICE para el manejo de grupos corporativos, incentivos y congresos, al haber pasado a integrar ya a tres ejecutivos, explicó Wilmer Constante, presidente.

En el plano vacacional, la mayorista presentó salidas garantizadas hacia Curazao de 4 noches para los feriados de noviembre, fin de año y Carnaval, en alianza con la cadena hotelera Hyatt Inclusive Collection, de la cual MW es mayorista au-



torizada. Entre las propiedades disponibles destacan: Sunscape Curaçao Resort, Spa & Casino; Dreams Curaçao Resort, Spa & Casino; Il Mare; y Zoëtry Curaçao Resort & Spa.

De cara a 2026, MW anunció que sus bloqueos para Carnaval migrarán de Sunscape hacia Dreams, asegurando así una experiencia cinco estrellas. •

## On Vacation promovió plan de pagos y hoteles remozados en Colombia



10% y pagar en cuotas hasta 30 días antes de la fecha de viaje.

Esta propuesta está disponible para San Andrés y La Guajira, en Colombia, con paquetes que incluyen boletos aéreos con Avianca, manifestó Miguel Yáñez, gerente comercial cuentas B2B de On Vacation Ecuador.

Además, la compañía informó sobre las remodelaciones y ampliaciones de su infraestructura hotelera, constituyendo los ejemplos más destacados los hoteles Toné y Hotel Tower, en San Andrés. Y en La Guajira, el Hotel Wayira Beach, que tras su ampliación alcanzó las 600 habitaciones, consolidándose como el resort más grande de Colombia. •

**D**urante su participación en los Ladevi Workshop, la cadena de hoteles On Vacation presentó su plan "Pague a cuotas y sin intereses", una propuesta que permite reservar con un abono del

## Plus Travel Assist presentó novedades en sus apps y productos



mersivas y detalladas, permitiendo explorar destinos, planificar rutas y acceder a información sobre negocios locales, funcionando como un guía turístico virtual con inteligencia artificial, explicó Crystian Vinuesa, gerente regional en Latinoamérica de Plus Travel Assist.

Además, la app integrará servicios de telemedicina y prescripciones automatizadas de acuerdo con el país de destino.

Plus Travel Assist también presentó mejoras en su plataforma web y aplicación para agencias de viajes, que ahora emiten la tarjeta de asistencia de manera más rápida, con pocos clics. •

**D**urante los Ladevi Workshop, la asistencia al viajero Plus Travel Assist destacó el próximo lanzamiento de la nueva versión de su app para viajeros, que incorporará inteligencia artificial a través de la herramienta Smartchat Plus.

Este asistente virtual permitirá consultar información en tiempo real, desde el clima hasta experiencias de viaje in-

## PriceAgencies: novedades en parques de Orlando y fam trips



tuito para las agencias de viajes afiliadas, incluye desde hoteles y circuitos hasta entradas para los reconocidos parques de Disney y Universal, manifestó Harold Asca, gerente de Desarrollo de Negocios de PriceAgencies.

La compañía resaltó además su servicio posventa 24/7, diseñado para acompañar y responder de manera inmediata a las consultas.

Asimismo, PriceAgencies anunció la próxima organización de fam trips para los agentes aliados con mejores ventas. Las primeras salidas ya tienen fecha: Orlando en la segunda semana de octubre y Universal a fines de noviembre. •

**D**urante su participación en los Ladevi Workshop, PriceAgencies presentó las innovaciones de su plataforma de reservas, un sistema dinámico e intuitivo que permite acceder a una amplia diversidad de productos turísticos a nivel global.

La herramienta, de uso gra-

## PromPerú: circuitos complementarios a Lima y Machu Picchu

**D**urante el Ladevi Workshop, PromPerú presentó la oferta urbana, gastronómica y de compras en Lima, destacando la opción complementaria de visitar el desierto de Paracas e



Ica, con actividades como sobrevuelos a las Líneas de Nazca, visita al oasis de Huacachina, la ruta del pisco, a solo cuatro horas de la capital peruana.

En Cusco, se promovieron alternativas en la ciudad y el Valle Sagrado, dirigidas a distintos segmentos: turismo cultural, aventura y naturaleza. También se reforzó la información

sobre los tres circuitos de Machu Picchu. Además, se presentó Palcoyo, una opción complementaria de Vinicunca, famosa Montaña de Siete Colores, pero menos exigente físicamente.

Finalmente, se brindó información sobre Puno y el Lago Titicaca, así como de la Ruta del Papa León XIV por Chiclayo, Trujillo, Piura y Callao. •

## Galápagos, Perú y Colombia: destacados de ¡Qué Gara Viajar!



**D**urante el Ladevi Workshop, la mayorista y turoperador ¡Qué Gara Viajar! destacó sus operaciones en Galápagos. Al respecto, Andrea Cabrera, gerente general de la empresa, explicó que cuentan con una oficina en la isla Santa Cruz, lo que permite ofrecer una atención directa en el destino.

En cuanto a la oferta interna-

cional, ¡Qué Gara Viajar! maneja destinos en Sudamérica, Centroamérica y el Caribe, con especial experiencia en países como Colombia, Perú, República Dominicana, Panamá, Argentina, Chile y Brasil.

Uno de los productos más competitivos es el paquete "Cusco completo", desde 4 noches y 5 días, que incluye Machu Picchu, la Montaña de Siete Colores, Valle Sagrado y un city tour.

Asimismo, ¡Qué Gara Viajar! ha desarrollado una propuesta especializada en Colombia, especialmente en el Eje Cafetero, un destino que muchas agencias consideran complejo para comercializar. •



## Royal Caribbean extiende periodo de crucero sin visa

**E**n el más reciente Ladevi Workshop en Guayaquil, Royal Caribbean, representada en Ecuador por Viajes Amazonas, anunció que el crucero sin visa Serenade of the Seas, que inicia su recorrido en octubre de 2025, estará operativo, sin pausas, hasta abril de 2027.

La ruta parte desde Panamá y Cartagena, visitando también Aruba, Bonaire y Curazao, uno de los destinos más demandados del Caribe sur, explicó Jean

Malavé, representante regional de Royal Caribbean. Con respecto a este itinerario, la naviera confirmó que se ofrecen salidas semanales y la posibilidad de reservar con un abono inicial de US\$ 250 por persona, y la facilidad de pagar hasta tres meses antes de la salida.

Otro de los anuncios destacados fue el próximo inicio de operaciones del crucero Legend of the Seas, el tercer barco de la clase Icon, en agosto de 2026 desde Barcelona. •

## Maxitravel: Caribe y programas para el Mundial de Fútbol 2026



**M**axitravel cerrará 2025 con una fuerte apuesta en destinos del Caribe, programas de compras y su portafolio para 2026, como los paquetes exclusivos para la Copa Mundial de Fútbol. Así lo dio a conocer Fidel Murgueytio, gerente general, durante los más recientes Ladevi Workshop.

Durante el evento se promovieron paquetes hacia Panamá y Punta Cana. A estas ofertas se sumó el lanzamiento de los paquetes para la Copa Mundial de Fútbol 2026, con bloqueos y entradas garantizadas.

Otro de los productos que estuvo en agenda fue el turismo estudiantil. Para 2026, la mayorista ha estructurado programas para colegios hacia Punta Cana.

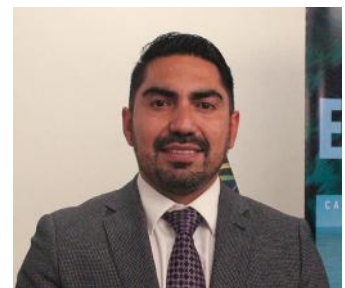
Como novedad, Maxitravel presentó también circuitos confirmados por Turquía. "Estamos trabajando en una oferta diversificada. En los próximos meses tendremos más novedades, especialmente en el Caribe", finalizó Murgueytio. •

## Decameron: hoteles nacionales e internacionales

**L**a cadena de hoteles all inclusive Decameron está potenciando su oferta turística tanto a nivel nacional como internacional, con una estrategia enfocada en remodelaciones, paquetes accesibles y experiencias diferenciadas, detalló Óscar Loarte, gerente comercial de la compañía, que participó como expositora durante los Ladevi Workshop.

"En el ámbito nacional, las propiedades en Mompiche y Punta Centinela han recibido inversiones significativas dirigidas a la renovación de su imagen y mejora de la infraestructura", señaló Loarte.

Además, la cadena buscó



incentivar el segmento corporativo, ofreciendo espacios para eventos MICE, incentivos y convenciones.

En el ámbito internacional, Decameron destacó destinos en el Caribe, como Cartagena, San Andrés y Panamá.

Igualmente, en Perú, la cadena promovió el Royal Decameron Punta Sal. •

## GEH Suites: plataforma para agencias y hoteles en Cartagena



**D**urante los más recientes Ladevi Workshop, la cadena de hoteles GEH Suites presentó Booking Connect, su nueva plataforma B2B para agencias de viajes que permite consultar tarifas y disponibilidad en tiempo real, así como gestionar reservas directas.

Además, permite armar paquetes con hoteles, traslados y experiencias, acceder a material multimedia y soporte 24/7 por videollamada con agentes en línea, y cuenta con una herramienta con Inteligencia Artificial que contesta preguntas sobre el portal.

Alejandro Dussan, gerente de GEH Suites, destacó que esta tecnología busca superar la tradicional comunicación por correo electrónico o WhatsApp, aparte de reemplazar los conectores pagos, al ofrecer un acceso totalmente gratuito para las agencias.

En el Workshop, GEH Suites también promovió sus seis hoteles en Cartagena. •

## Tritón DMC: programas en Galápagos y emisivo en Latinoamérica



**D**urante el más reciente Ladevi Workshop, la mayorista y turoperador Tritón DMC destacó sus programas en Galápagos, especialmente los de 4 días y 3 noches para los meses de septiembre y octubre.

Igualmente, presentó tarifas competitivas del crucero Galápagos Legend, al ser representante de la naviera en Guayaquil.

La mayorista también resaltó sus propuestas de turismo receptivo para conocer Ecuador en profundidad, con circuitos de 10, 15 y hasta 18 días que incluyen recorridos por la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, informó Juan Andrés Calderón, gerente comercial de Tritón DMC.

Dentro del turismo emisivo, la marca expuso su portafolio en Cartagena y Medellín —donde opera de manera directa—, además de Lima, Argentina y Brasil.

En cuanto a promociones, lanzó sus planes Galápagos Low Cost y Cartagena Low Cost para septiembre y octubre. •

## Tu Viaje Protegido presentó diferenciales y tarifas especiales

**D**urante los más recientes Ladevi Workshop, Tu Viaje Protegido presentó su asistencia al viajero, la cual puede ser adquirida 100% en línea de forma rápida y segura a través de su plataforma, detalló Rommel Andino, gerente comercial.

“Nuestro servicio no tiene límite de edad: un pasajero de 80 o 90 años recibe la misma cobertura y tarifa que alguien de 40 o 50 años”, destacó.

Otro de los diferenciales de Tu Viaje Protegido es que sus certificados están avalados por embajadas de todo el mundo, garantizando a los viajeros un documento legítimo y original.

En cuanto a planes, la com-



pañía ofrece algunos que superan los requisitos internacionales: por ejemplo, la cobertura mínima exigida para ingresar al espacio Schengen (US\$ 30.000) es mejorada por Tu Viaje Protegido a US\$ 35.000. Igualmente, la compañía dispone de planes hasta los US\$ 250.000. •

## UltraGo: descuentos en alquiler de autos y nuevo módulo Disney

**D**urante los más recientes Ladevi Workshop, la mayorista UltraGo destacó los descuentos en las compañías de alquiler de autos que representa en Ecuador: Hertz, Dollar y Thrifty, según Camilo Salazar, director comercial de UltraGo.

Específicamente, las listas desplegables de su plataforma permiten a los agentes de viajes seleccionar la opción que más les convengan, evitando llamadas o correos electrónicos.

Además, la mayorista destacó el nuevo módulo de hoteles Disney, que permite también acceder a los tickets y planes de comidas de los parques temáticos en Orlando, al ser UltraGo re-



presentante selecto de estos últimos. Finalmente, la mayorista también resaltó la importancia de su programa de incentivos para agentes de viajes GoPoints, que se reforzó durante septiembre con una recompensa cuádruple por cada renta de vehículo. •

## Hoteles Dann promovió su propiedad en Cartagena

**H**oteles Dann participó con su propiedad en Cartagena en los más recientes Ladevi Workshop. Ubicado en El Laguito, una de las zonas más turísticas de la ciudad, el hotel invitó a los ecuatorianos a considerarlo como su primera opción al visitarla, señaló Glendis Florez, jefe de Ventas y Reservas.

El establecimiento, de cuatro estrellas, se distingue por su atención cercana y cálida. Entre sus servicios ofrece planes de alojamiento con desayuno o alimentación completa, bar abierto de licores nacionales desde las 11 hasta las 21 h, así como un salón con capacidad para 50 personas, ideal para reuniones



de incentivos. Uno de sus principales atractivos es su acceso directo al mar, lo que permite a los huéspedes disfrutar de la playa frente al hotel.

La presencia en el Workshop de Ladevi permitió al Hotel Dann Cartagena establecer nuevos contactos y fortalecer la relación con los agentes de viajes ecuatorianos. •

## Universal Assistance: coberturas de hasta 1 millón de dólares



**U**niversal Assistance participó en el más reciente Ladevi Workshop, donde presentó una promoción del 30% de descuento en sus planes con coberturas de US\$ 150.000 y 300.000.

Además, la compañía, con más de 35 años de trayectoria, destacó su amplio portafolio

que incluye planes para estudiantes, embarazadas y deportistas, todos con beneficios que van más allá de la cobertura médica, como protección ante demora de vuelos y de equipaje.

Uno de los productos estrella es el plan de un millón de dólares de cobertura, muy demandado por viajeros que visitan Norteamérica, donde los costos médicos son elevados, con protección de US\$ 30.000 para preexistencias.

En cuanto a innovación tecnológica, la firma presentó su aplicación móvil, que permite a los usuarios acceder fácilmente a servicios como videoconsultas. •

## Universal de Viajes: nuevo motor de cruceros y viajes de lujo



**D**urante su participación en los Ladevi Workshop, la mayorista Universal de Viajes presentó un nuevo motor de cruceros dentro de Fenixia, su plataforma de reservas para agencias de viajes.

El nuevo sistema permite consultar disponibilidad en línea, reservar y comprar, con el respaldo permanente de la compañía.

La mayorista también anun-

ció el reciente lanzamiento de su departamento de viajes de lujo a la medida Experience Design, dirigido tanto a pasajeros individuales como a grupos MICE, con propuestas personalizadas.

También brindó información sobre el programa Enjoy Orlando, con bloqueos confirmados desde el 26 de diciembre de 2025 al 1 de enero de 2026, y que tendrá como punto culminante la celebración del 31 de diciembre en Magic Kingdom, con el desfile de personajes de Disney y actividades especiales, destacó Cecilia Paredes, gerente general de Universal de Viajes. •

## Cub Med: atributos diferenciales de los resorts



**C**lub Med, con 70 propiedades a nivel mundial, destaca por ofrecer atributos diferenciales en sus resorts all inclusive. Por ejemplo, dispone de entre 7 y 10 escuelas de deportes por hotel, en los que se puede practicar, además de esquí, tenis, golf, además de disciplinas acuáticas como windsurf, kitesurf, buceo, entre otras.

Estas actividades están disponibles para todos los niveles, desde los 4 años de edad.

Igualmente, Club Med se distingue por su amplia oferta gastronómica, con buffets presentados de manera innovadora, a través de islas donde los chefs cocinan en vivo (show cooking).

En cuanto a nichos, además del leisure, las bodas de destino ocupan un lugar destacado en Club Med. Ejemplo de ello son sus propiedades en Río de Janeiro y Punta Cana, que disponen de espacios para ceremonias y eventos con capacidad para congregarse entre 150 y 200 personas. •

# IPW 2026 en Fort Lauderdale: apuesta por América Latina y múltiples novedades

IPW 2026 en Fort Lauderdale representa la ocasión ideal para que profesionales de América Latina se nutran de la oferta de Estados Unidos. Tarifa “early bird”.



Natalia Venturini y Danielle Roman (Interamerican Network); Aimee Gabel y Tyler Gosnell (U.S. Travel Association/IPW); Vera Achcar y Osmar Maduro (Interamerican).

U.S. Travel Association trabaja fuertemente en la edición 2026 de IPW, que tendrá lugar en Fort Lauderdale, con el objetivo de convertirse nuevamente en el punto de encuentro de profesionales interesados en comercializar los atractivos de Estados Unidos.

Al respecto se expresaron, durante una entrevista con Ladevi, Tyler Gosnell, managing director International Inbound Travel de U.S. Travel Association; y Aimee Gabel, vicepresidente senior Events & Education de U.S. Travel Association.

## La experiencia IPW para 2026: cruceros y más networking

Acerca de las innovaciones, Gabel explicó que IPW 2026 buscará ofrecer más espacios de descubrimiento y networking para expositores y compradores.

“Queremos que los almuerzos y las instancias sociales sean oportunidades reales para generar conversaciones y negocios. IPW seguirá abriéndose para crear más tiempo de descubrimiento”, señaló.

Entre las novedades de la próxima edición, IPW incluirá un pabellón dedicado a la industria de cruceros, aprovechando la relevancia de Florida como hub marítimo.

Gabel subrayó que el encuentro también incorporará contenidos orientados a entender nuevas tendencias de viaje, desde grupos intergeneracionales hasta el impacto de la inteligencia artificial en la distribución turística.

“Cada año sumamos diferentes componentes. Nuestro objetivo es que destinos y compradores salgan de IPW con información útil para atraer a la próxima generación de viajeros”, afirmó la ejecutiva.

## América Latina, prioridad estratégica

Por su parte, Tyler Gosnell, managing director International Inbound Travel, remarcó que Latinoamérica es hoy la gran apuesta de crecimiento para la llegada de viajeros a Estados Unidos.

“Florida es la puerta natural de entrada para los latinoamericanos. Estamos aumentando

nuestra inversión en la región y esperamos contar con la mayor delegación de América Latina en la historia de IPW”, aseguró.

El directivo destacó que países como Brasil, México, Argentina y Colombia son clave para la recuperación del turismo, teniendo en cuenta que aún no se han alcanzado los números previos a la pandemia.

En ese sentido, se refirió al avance de Argentina en el proceso para incorporarse al Visa Waiver Program: “Sería un cambio enorme para eliminar barreras”.

## Reducción de trabas y nuevas oportunidades

La asociación también trabaja junto al gobierno estadounidense en la agilización de procesos migratorios y aduaneros.

Gosnell recordó que se aprobó un presupuesto para sumar más oficiales de aduana en aeropuertos y así reducir los tiempos de espera: “Queremos que viajar a Estados Unidos sea más fácil y atractivo para los visitantes internacionales”.

Además, celebró que se haya pospuesto la implementación

de la Visa Integrity Fee, un cargo adicional de US\$ 250 por visitante que el sector privado considera perjudicial para el turismo.

“Estamos trabajando para que se elimine definitivamente, porque sería un golpe al negocio y a la economía”, advirtió.

Todos estos esfuerzos se producen en un contexto en el que Estados Unidos se prepara para ser sede de múltiples eventos globales, como la Copa del Mundo de la FIFA 2026 y los Juegos Olímpicos de 2028, en Los Ángeles.

## Fort Lauderdale, el anfitrión que busca más visibilidad

En cuanto a la ciudad anfitriona, Gabel destacó que Fort Lauderdale busca posicionarse más allá de su cercanía con Miami y Orlando, mostrando su diversidad cultural, gastronómica y deportiva, además de su reconocida infraestructura para cruceros y yates.

“Quieren ser conocidos como una comunidad completa, no solo por sus playas. IPW será una gran oportunidad para que el mundo descubra esa faceta”, expresó.

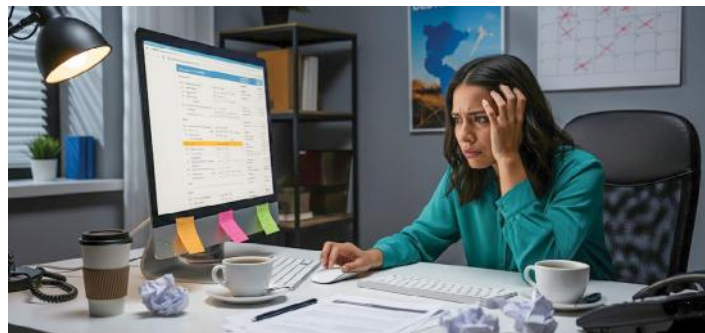
# Los principales desafíos para los agentes de viajes latinoamericanos

Un reciente informe señala las motivaciones y problemas que enfrentan los agentes de viajes en Latinoamérica. La tecnología como vía para ser más competitivos.

RateHawk, plataforma B2B para reservas de hoteles, vuelos y traslados, publicó un informe basado en encuestas a más de 1.300 agentes de viajes, revelando los principales desafíos que enfrentan en 2025 y las herramientas que buscan para optimizar su trabajo.

## Qué preocupa a los agentes en Latam

Según el informe, hay tres problemáticas principales que enfrentan los profesionales latinoamericanos:



**Alta competencia:** el 26% señala que el grado de competitividad es su desafío central.

**Satisfacer las expectativas del cliente:** inmediata preocupación tras la competitividad, aunque por debajo del porcentaje global -22% vs. 24%-.

**Plataforma de reservas adecuada:** hallar y lograr operar en una plataforma funcional completa el podio de los desafíos señalados por los agentes de

Latinoamérica, posicionándose 5 puntos porcentuales por encima del número global -19% vs. 14%-.

El 24% de los profesionales de la región considera que la inestabilidad financiera y el riesgo de quiebra de proveedores es el mayor desafío. Solo el 27% espera comisiones más altas, el porcentaje más bajo a nivel global. Además, casi la mitad de los encuestados señala que la prin-

cipal pérdida de tiempo está en la búsqueda manual de ofertas, una tendencia común en todas las regiones.

## Tecnología, clave para ganar competitividad

Si la labor manual es vista como la mayor pérdida de tiempo, la tecnología aparece como la solución para ganar competitividad. El 44% de los profesionales de la región espera un mayor uso de herramientas digitales, 15 puntos por encima del promedio global. Entre sus prioridades destacan la automatización de tareas rutinarias (46%), la personalización con inteligencia artificial (41%), mejoras en reservas móviles (37%) y el análisis avanzado de datos (32%).

# Cómo LinkedIn ayuda a las agencias a generar clientes potenciales

En un mercado donde el turismo B2B exige estrategias profesionales, LinkedIn se consolida como la plataforma ideal para que agencias generen leads de calidad y fortalezcan su posicionamiento ante clientes corporativos y viajeros premium.

Según LinkedIn Business, las agencias que optimizan su presencia en la red pueden generar más oportunidades de negocio con Lead Gen Forms, contenido y networking.

## Cómo ayuda a las agencias de viajes

Cuatro factores clave ayudan a las agencias a mejorar su

posicionamiento y contacto en la industria:

- **Segmentación precisa:** la plataforma filtra audiencias por industria, cargo, ubicación y tamaño, facilitando llegar a hoteles, corporativos, operadores y agencias asociadas.

- **Generación de leads con formularios integrados:** los Lead Gen Forms (formulario utilizado en marketing digital para recopilar información de contacto de personas que han mostrado interés en un producto o servicio) permiten a los usuarios compartir datos profesionales de forma segura en LinkedIn, generando contactos calificados para viajes corporativos, de incentivo o personalizados.



- **Posicionamiento de marca y autoridad:** publicar tips, estudios y promociones posiciona a la agencia y refuerza la confianza de clientes y aliados.

- **Publicidad dirigida:** LinkedIn Ads crea campañas para nichos, promoviendo ofertas, eventos o paquetes premium.

- **Networking estratégico:** a

diferencia de otras redes, LinkedIn facilita relaciones profesionales duraderas, participación en grupos turísticos y conexión con decisores de viajes corporativos.

Quienes implementen LinkedIn como parte de su estrategia digital lograrán:

- Mayor visibilidad frente a clientes corporativos y viajeros premium.

- Incremento de leads calificados y reducción de costos de adquisición.

- Posicionamiento como expertos en destinos y experiencias turísticas.

- Oportunidades de colaboración con proveedores, aerolíneas y operadores.

# Por el cierre del gobierno, el turismo de Estados Unidos pierde US\$ 1 mil millones por semana

Según Tourism Economics, el cierre del gobierno de Estados Unidos ocasiona que el turismo pierda US\$ 1 mil millones por semana debido a las demoras y cancelaciones de vuelos y viajes en tren, y el cierre de parques nacionales y museos.

“Un cierre es un golpe totalmente prevenible para la economía de viajes de Estados Unidos, que cuesta US\$ 1 mil millones cada semana, y afecta a millones de viajeros y empresas, al tiempo que ejerce una presión innecesaria sobre una fuerza laboral federal de viajes ya sobrecargada”, señaló Geoff Freeman, presidente y CEO de U.S. Travel Association.

## El turismo, víctima directa del shutdown en Estados Unidos

De prolongarse el cierre del gobierno, para Freeman “es más probable que veamos filas más largas de la TSA, demoras y cancelaciones de vuelos, parques nacionales en mal estado y retrasos innecesarios en la modernización de la infraestructura de viajes”.

De hecho, una encuesta de Ipsos marca las posturas que tomarían los estadounidenses en relación con el turismo frente al cierre del gobierno. A saber:



• El 60% cancelaría o evitaría vuelos.

• El 81% está de acuerdo en que el cierre del gobierno perjudica a la economía y causa inconvenientes a los viajeros aéreos (86%).

• El 88% está de acuerdo en que los miembros del Congreso de ambos partidos deberían trabajar juntos para evitar un cierre del gobierno.

• El 69% sería menos probable que vote por un miembro del Congreso que apoya un cierre del gobierno.

“Casi 9 de cada 10 estadounidenses están de acuerdo en que el Congreso debería trabajar en conjunto para evitar un cierre. Los ciudadanos merecen algo mejor: que los legisladores siempre actúen antes del 1º de octubre para mantener a nuestro gobierno financiado y protegiendo los empleos, los viajeros y nuestra economía”, expresó Freeman.

Seguendo esta línea, y a modo de curiosidad, en la web de U.S. Travel Association se puede encontrar un contador del monto total de dinero que ha perdido el turismo por el cierre del gobierno, comenzando la cuenta el 1º de octubre y tomando como base que por semana completa se pierden US\$ 1 mil millones.



**Director Editorial**  
Fabián Manotas  
<colombia@ladevi.com>

**Comercial**  
Jéssica Sánchez  
<ventasladevi.ec@gmail.com>

**Redacción**  
Juan F. Subiatebehere (coordinación),  
Claudia Oleas,  
Alberto Gianoli (corrección)

**Arte**  
Diego Imas, Pablo Paz,  
Gabriel Cancellara

Es una publicación de:



**Director-Editor**  
Gonzalo Rodrigo Yrurtia

**Consejero Editorial**  
Alberto Sánchez Lavalle

**Dirección Comercial**  
Claudia González

**LADEVI Ediciones - Oficinas y representantes:**

**Argentina:** Av. Corrientes 880, 13º Piso,  
Buenos Aires (C1043AAV), Tel.: (5411)  
5217-7700, Fax: 4325-0694  
informes@ladevi.com

**Chile:** Santa Magdalena 75, of. 604,  
Providencia,  
Tel.: (56-2) 244-1111, Fax: (56-2) 242-8487;  
ladevi@ladevi.cl

**Colombia:** Cra. 15 # 93 A - 84. Ofc. 312 PBX  
Tel.: (57) 300-143-4513, colombia@ladevi.  
com; comercial1@ladevi.com.co

**Ecuador:** Ponce Carrasco E8-06  
y Diego de Almagro.  
Tel.: (593) 98-404-1630

**México:** Praga #52, piso 5º,  
Col. Juárez, C.P. 06600  
Deleg. Cuauhtémoc, México, D.F.  
Tel.: 55-67218834

**Perú:** comercialperu@ladevi.com,  
ladevicomercialperu@gmail.com,  
peru@ladevi.com

**Uruguay:** García Cortinas 2541, Ap. 502,  
Montevideo (11300)  
Tel.: (5982) 710-4430, Fax: 711-9320

Todos los derechos reservados 2014  
BUREAU COMUNICACIONES BURNOTUR S.A.

La Agencia de Viajes Ecuador, es una publicación mensual 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. El editor no se responsabiliza por errores u omisiones de información, como así tampoco de sus consecuencias.

➔ **Suscríbese a**  
**La Agencia de Viajes**  
al ☎ (593)98-404-1630

**11.497.253**

Páginas Vistas

**2,41**

Páginas por Visitas

**00:05:36**

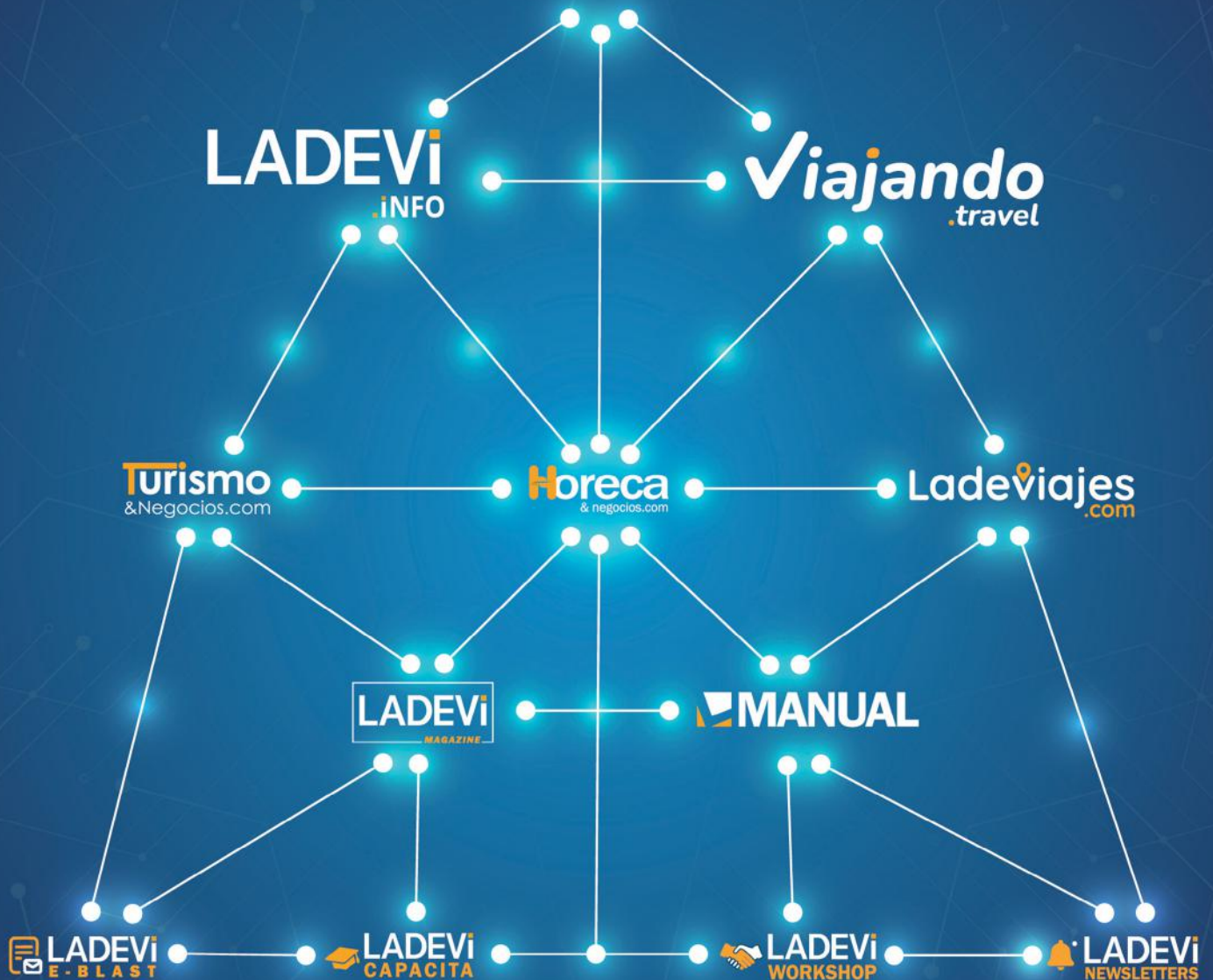
Tiempo por Visitas

Fuente 2024: Google Analytics

— Visitanos —  
**LADEVI**  
**.iNFO**  
*Información estratégica  
para impulsar tu negocio.*



# La multiplataforma **Ladevi+IA** revoluciona tu audiencia



La **multiplataforma Ladevi** y su red de información turística líder de habla hispana, implementa IA para aumentar el impacto de los contenidos en el ecosistema digital.



Páginas vistas

**11.497.253**

ladevi.info  
B2B



Páginas vistas

**15.234.356**

viajando.travel  
B2C



Visitantes E-Mag

**1.740.540**

Ejemplares Print

**67.000**

Revista  
La Agencia de Viajes



Suscriptores

**130.959**

Click rate

**21%**

e-News

Referencia: Google Analytic y Emm Report