

LLÉVANOS CONTIGO

travel ace assistance

LA AGENCIA DE VIAJES CHILE

TELEASISTENCIA MÉDICA
DISPONIBLE PARA
travel ace assistance

Quincenario para profesionales de turismo

LADEVI

17/2/20 Ed. N° 710 año XXVII - 3.000 Ejemp.

SUMARIO



Assist-med: recuperación del mercado y buenas perspectivas 6



APG Chile ofreció capacitaciones para el mercado corporativo 6



Viajes Abreu: calidad y servicio con 180 años de trayectoria 10



Europamundo: los mejores destinos con un plus de atención 12



Oasis Hotels & Resorts: galardón para Pedro Pueyo Echevarría 14

Coronavirus: se profundiza su efecto en el turismo



Siendo China uno de los principales mercados emisores de viajeros a nivel global (178 millones de turistas), su aislamiento producto de la epidemia remite la crisis turístico-económica a los países que esperaban a esos visitantes. Australia, Japón, Tailandia y Estados Unidos son algunos de los principales perjudicados. 3



ADS Mundo y AMResorts se unieron para capacitar a los minoristas 8

Destino de aventuras y destino de cruceros, los nuevos galardones para Chile 14



La Corporación de Turismo de Valparaíso realizó activaciones en Santiago 8



ISTE Tour Operador y las novedades de Meliá Hotels International 14

EL JOINT VENTURE DEL AÑO

Air France, KLM Royal Dutch Airlines, Delta Air Lines y Virgin Atlantic dieron a conocer un nuevo acuerdo de joint venture ampliado, que de aprobarse por las autoridades significaría una de las mayores empresas conjuntas de aerolíneas del mundo. En números, este joint venture representa el 23% de la capacidad transatlántica total (carga y pasajeros incluidos) del mercado, US\$ 13 mil millones anuales de ingresos, una oferta de 341 vuelos transatlánticos diarios, 352 oportunidades de conexión y 110 rutas transatlánticas sin escalas.

CONTINUAR LEYENDO EN www.ladevi.info

Iberia y la relevancia de América Latina 13

ENTREVISTA

Andrea Wolleter

Sematur

“Como industria turística podemos ser un motor de reactivación en la economía”

11



Suscripciones

(56 2) 2244 1111

suscripcion.cl@ladevi.com

www.ladevi.info

¡LO ESTABAS ESPERANDO!

ASSIST CARD

2x1

Ya tenemos ganadores...

COIN\$ CLUB DE BENEFICIOS

¡Y tú puedes ser el próximo!

Cualquier consulta contacte al área comercial de ASSIST CARD +569 88281709

Promoción válida para la República de Chile, desde el 01/02/2020 al 29/02/2020, ambos inclusive. Fecha límite de inicio de vigencia 30/06/2020. Adquiriendo exclusivamente: Un Producto ASSIST CARD AC 60, AC 150, AC 250 o AC 1M, modalidad Anual, Múltiples viajes 30 o 60 días de viaje a través de alguno de los canales de agencia habilitados, obtenga bonificado otro Producto con idéntica vigencia, modalidad y características al abonado. Promoción no válida para modalidad, Daily, Long Stay Daily, Long Stay Anual, Pack familiar ni para contrataciones de ampliaciones de límites de asistencias y/o contratación de beneficios adicionales; ni acumulable con ningún otro beneficio. Los servicios ASSIST CARD tienen limitaciones exclusivas según el tipo de producto adquirido. Aplican las limitaciones y exclusiones de uso habitual y/o legal en el país en que se emita el Producto ASSIST CARD. Los servicios y productos se rigen por Condiciones Generales que se informan con la compra de cada Producto ASSIST CARD y se hallan a su disposición ingresando en el portal web, así como en las oficinas comerciales y locales de ASSIST CARD donde pueden ser solicitadas en forma personal, telefónicamente o por e-mail. Las enfermedades preexistentes tienen exclusiones y limitaciones. ASSIST CARD no es una empresa de seguros, sino que actúa en calidad de tomadora en beneficio de sus clientes. Compañía de Asistencia al Viajero de Chile Ltda., Av. Andres Bello 2299, piso 2 Santiago, Chile.

VIAJES ABREU. 180 años de calidad en servicios

En conversación con La Agencia de Viajes, Paulo Baião, director comercial de Ventas para Latinoamérica de Viajes Abreu, destacó que "2020 es un año muy especial porque cumplimos nuestro 180° aniversario, por lo tanto vamos a celebrarlo con algunas acciones en nuestros principales mercados para hacerlo notar, porque no hay muchas agencias que se puedan enorgullecer de tener 180 años de vida y seguir creciendo y seguir vendiendo, que es lo más importante".

Respecto a la participación en ferias, Baião explicó que para

Abreu "la Fitur reviste de una serie de acciones de mucha importancia porque aquí se conjugan muchos de nuestros clientes. Nosotros en los últimos años hemos participado también en ferias en el exterior, como FIT en Argentina; y Anato en Colombia, pero la Fitur da la posibilidad de encontrarnos con mucha gente de interés para nosotros, por tanto para una empresa ibérica reviste una importancia muy grande, donde además -por ser la primera feria del año- aprovechamos para lanzar la temporada 2020, tanto en los circuitos europeos como también en las áreas Abreu Online y Abreu Es-

tados Unidos, que son todos los tres productos que estamos distribuyendo en Latinoamérica".

-¿Cómo ven el mercado latinoamericano?

-Por nuestra naturaleza, digámoslo así, fue el último mercado donde entramos. Nosotros estamos desde 1960 en Brasil gracias a la facilidad del idioma, entonces la expansión era natural. Pero desde hace siete años -por la calidad y diferenciación de producto que tenemos- nos atrevimos a ir a Latinoamérica hispánica, lo que representa mucho para nosotros. Es un mercado con

una potencialidad tremenda pero sabemos que estamos entrando en territorio que no es nuestro por naturaleza, que hay gente muy buena trabajando desde hace muchos años, pero estamos dispuestos y yo creo que tenemos argumentos muy buenos para buscar nuestro espacio.

-¿Cuáles son las novedades para 2020?

-Por haber nacido en la Península Ibérica, reforzamos mucho nuestra gama de circuitos en esta zona con más salidas, más combinaciones entre Portugal y España o solo Portugal o España.

Apostamos mucho también por lo que es la zona de Europa Central, las capitales imperiales, como Praga, Viena y Budapest, a las que nosotros le sumamos Berlín, que es una ciudad que los últimos años ha destacado en Europa, y le añadimos Polonia, que es un país maravilloso. Fortalecimos también la oferta de circuitos en los Balcanes; mientras que para Rusia y los Países Bálticos también tenemos opciones. Y claro, el producto que acabó por transformarnos y hacernos conocidos en el mercado es Turquía, donde estamos invirtiendo también con más itinerarios y ofreciéndolo prácticamente con todo lo que se puede hacer con Egipto, Dubai, Israel y Jordania.



Vitor Belucci, Paulo Baião y Victor Alonso, gerente para Latinoamérica de Abreu Online.

-¿Cuáles son los diferenciales de Abreu?

-Una de las principales es la ubicación de los hoteles, que para nosotros es fundamental. No manejamos cadena o el "similar", los hoteles publicados en el folleto son los hoteles que garantizamos, no hay sorpresas para los clientes. Después, todos los otros detalles como la calidad, el acompañamiento durante to-

do el circuito, guía de habla hispana de nuestra organización. El servicio de maleteros y, muy importante, el número de noches que tenemos en las ciudades, que comparativamente a lo que se ofrece generalmente en el mercado, nosotros tenemos siempre una o dos noches más en las principales ciudades. Lo que hace el itinerario más pausado y mucho más completo.

+ ABREU ONLINE

Diogo Julião, director de Abreu Online, destacó el crecimiento que ha tenido esta área del grupo en 2019. "Hemos cerrado el año con cifras importantes en ventas y contratación, lo que nos pone muy contentos. Es por ello que este año vamos a hacer énfasis en crecer en contratación en destinos específicos, donde estamos priorizando Argentina, Brasil, Chi-



le, Colombia y Estados Unidos, junto a un enfoque importante en el Caribe y la consolidación de algunos destinos en Europa y Oriente Medio". Como novedad, Julião destacó servicios a Asia, como Tailandia, Malasia y Singapur. También se invertirá en capacitación de personal y un número telefónico 24/7 para seis mercados en Latinoamérica.

+ ABREU ESTADOS UNIDOS

Con oficinas en Orlando, la compañía es miembro de Disney Select y de Universal Orlando Resort, por lo que, según Vitor Belucci, director de Abreu para Estados Unidos, este año se orientarán a promocionar principalmente programas y circuitos que incluyan

los parques temáticos. "Estamos trabajando con 'marca blanca', principalmente en mercados como Argentina y Chile, así como como DMC, para grupos e incentivos. Seguimos trabajando con circuitos a la medida y salidas y precios garantizados", detalló Belucci.

VISITA URUGUAY EN FAMILIA

BENEFICIOS A TURISTAS

ABONANDO CON TARJETA DE DÉBITO Y/O CRÉDITO EMITIDAS EN EL EXTERIOR.

DEVOLUCIÓN DEL

IVA

SOBRE SERVICIOS GASTRONÓMICOS, CATERING Y ALQUILER DE VEHÍCULOS*

DESCUENTO DEL

10,5%

EN ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES*

TAX FREE

EN LOCALES ADHERIDOS

IVA 0%

EN HOTELES

Más información: www.turismo.gub.uy

Descarga esta guía en www.turismo.gub.uy, www.biblioteca.digital.ceibal.edu.uy y descubre más destinos para disfrutar en familia.

UruguayNatural

Ministerio de Turismo

* Vigencia desde el 31 de octubre de 2019 al 30 de abril de 2020.