

Travel Services mira al futuro con “conexiones de lujo” como motor de su estrategia regional

Travel Services realizó su 4° Convención Regional de Ventas bajo el lema “Conexiones de lujo”, una jornada que reunió a su fuerza de ventas de Argentina, Chile y Uruguay para compartir aprendizajes, fortalecer vínculos y renovar el compromiso con la excelencia en el servicio.

El encuentro se realizó en el hotel Sofitel Buenos Aires Recoleta, un entorno elegido especialmente para reflejar el crecimiento del segmento de viajes de alta gama, que viene registrando un aumento sostenido del 100% año tras año. La jornada incluyó una agenda completa con espacios de capacitación, charlas y momentos dedicados al networking entre los 290 asistentes.

Como en ediciones anteriores, Ignacio Aguilar, presidente, Pablo Aperio, gerente general, y Federico Rovida, gerente comercial, fueron los anfitriones del evento, dando la bienvenida a los más de 180 profesionales del área comercial (incluyendo franquiciados, vendedores y asociados) junto con 50 colaboradores internos y 60 representantes de socios estratégicos.

Este número significó un 15% más de participación respecto al año anterior.

¿Cómo fue la IV Convención Regional de Ventas de Travel Services?

La convención mantuvo los pilares ya conocidos por los equipos, con un enfoque renovado: sorprender, motivar, compartir tendencias regionales de la industria, abrir es-

Los viajes de lujo y el turismo de alta gama fueron el foco de la IV Convención Regional de Ventas de Travel Services. La incorporación de ATN Viajes.

pacios de relacionamiento, e impulsar nuevas ideas de negocio.

En ese orden, las capacitaciones estuvieron a cargo de sus socios estratégicos y contaron con el valor agregado de charlas motivacionales. Se destacaron las intervenciones de Fer Niizawa, conferencista internacional, quien abordó el arte de elevar la experiencia a través del propósito, y Kristel Van Waveren, especialista en capacitación y desarrollo profesional, quien compartió tendencias actuales en turismo de lujo, por el lado de Virtuoso.

Además de crecer hacia nuevos mercados, la compañía también expande sus unidades de negocio dentro de cada país, sumando nuevas franquicias y puntos de venta. Actualmente, cuenta con 40 franquicias activas y un ecosistema de marcas.

El valor de la omnicanalidad y las alianzas estratégicas

Travel Services continúa fortaleciendo su modelo de omnicanalidad, con canales diferenciados que permiten atender de manera especializada los distin-



Ignacio Aguilar, presidente de Travel Services; Federico Rovida, gerente comercial; y Pablo Aperio, CEO; fueron los maestros de ceremonia.

tos segmentos del mercado: vacacional, lujo, corporativo, educativo y receptivo.

“Atacar distintos segmentos nos permite estabilidad. Sabemos que en turismo los mercados suben y bajan, y la diversificación es nuestra fortaleza”, señaló Aperio. En ese marco, se destacaron alianzas clave como Virtuoso, Altour (segmento corporativo) y la representación oficial de Royal Caribbean.

Por su parte, el área de Producto, liderada por Agustín Almetre, se posiciona como una unidad estratégica. Desde la adquisición de bloques aéreos con márgenes superiores al 18%, hasta la consolidación del uso de plataformas como OneDesk, la compañía apuesta por la eficiencia y la rentabilidad: “Hoy el 90% de la hotelería se gestiona a través de OneDesk. A mayor volumen, mejores condiciones para nuestras agencias y clientes”, detallaron los directivos.

En cuanto a tecnología, el enfoque está puesto en dotar a los equipos de herramientas que fa-

ciliten la operación diaria y potencien el valor agregado, incluyendo el desarrollo de soluciones con inteligencia artificial.

ATN Viajes, la nueva incorporación de Travel Services en Chile

Uno de los momentos más destacados de la jornada fue la **presentación de ATN Viajes, que se incorpora al ecosistema de Travel Services**. Con cuentas de gobierno y grandes empresas, la firma ya se encuentra en proceso de integración, proyectando una sinergia total para 2026.

Vale mencionar que en el evento se encontraban representantes de la agencia de viajes líder en el segmento corporativo de Chile que se suma a la familia Travel Services,

Sandra Espinosa Gerard, gerente general de Travel Services Chile, destacó con entusiasmo el proceso de integración de ATN Viajes como parte de una estrategia de expansión regional que busca consolidar una red latinoamericana sólida y competitiva.



El equipo de Travel Services Chile junto a representantes de ATN Viajes, de reciente incorporación al grupo.



Equipo de Administración y otros de Travel Services.



Los representantes de las franquicias de Travel Services.

“Estamos conociéndonos. Empezamos en enero de este año, integrando y conociéndonos”, señaló la ejecutiva, quien anticipó una fase de transición que se extenderá a lo largo de 2025, con el objetivo de alinear las mejores prácticas de ambas estructuras.

En ese marco, Pablo Aperio, gerente general de Travel Services, remarcó el valor estratégico de ATN Viajes: “Es una agencia de perfil corporativo, con cuentas privadas, de servicios y de gobierno, incluida la Policía de Investigaciones”. Además, enfatizó el impacto de esta fusión en el posicionamiento del grupo en el competitivo mercado chileno: “El mercado de Chile está muy concentrado, hay cuatro agencias que manejan el 80% del negocio. Hoy, juntos, estamos ya dentro del top ten, y eso es muy importante para nosotros”.

Un modelo de negocio con visión a largo plazo

A diferencia de otras compañías del sector, Travel Services reafirma su independencia finan-

ciera y su modelo de expansión sostenible:

“No somos un fondo de inversión que compra y vende. Nuestro negocio es rentable y nos enfocamos en la recompra. El secreto está en que el cliente nos elija una y otra vez”, concluyó Aguilar.

Con más de 400 mil transacciones anuales, más de 21 mil clientes retail y más de 1.900 empresas activas, Travel Services se consolida como uno de los grupos turísticos más sólidos y con mayor proyección de América Latina.

¿Qué socios estratégicos acompañaron este evento de turismo?

Participaron de este encuentro como socios estratégicos de Travel Services:

- Assist Card
- Palladium Hotel Group
- Aruba Tourism Authority
- Spherical Tours
- Turkish Airlines
- Norwegian Cruise Line
- Oceania Cruises

- Regent Seven Seas Cruises
- Europcar
- United Airlines
- Arabian Connection
- Experience Kissimmee
- Visit Florida
- Walt Disney World Resort
- Abreu Agency
- Iberia
- Air Europa
- Lima Tours
- Avianca
- MSC Cruises
- Civitatis
- Meridian Tours
- VPT Viajes Para Todos
- Exotic Tours and Travel
- Journeys Special Travel
- Julia Travel
- Otsi

A su vez, las empresas participantes en el Lounge de Networking exclusivo para Alta Gama fueron:

- House of Kooser
- Dawe Yachts
- TL Portfolio
- Meridian Tours
- Terra Valdes
- The Trust Collection
- Trump Hotels
- Palmaïa – The House of AïA.

Hacia el final del evento, se presentó oficialmente la Campaña de Marketing 2025, que se desplegará en medios digitales, radio, vía pública, redes sociales, cine y prensa gráfica. La estrategia busca amplificar el alcance de la marca, reforzando su presencia nacional e impulsando el vínculo con nuevos públicos.

La jornada concluyó con el anuncio de un viaje de incentivo para premiar el desempeño de su equipo comercial, seguido por un cóctel que dio cierre a este encuentro.

Desde Travel Services expresaron su satisfacción por los resultados obtenidos, destacando la importancia de generar estos espacios para alinear objetivos, compartir experiencias y fortalecer el sentido de pertenencia. “Todo está pensado por y para nuestra fuerza de ventas, con foco en el acompañamiento y la mejora continua”, coincidieron los directivos. ➡

GALERÍA DE IMÁGENES DE LA 4ª CONVENCIÓN REGIONAL DE VENTAS “CONEXIONES DE LUJO”