



Latam Airlines se asocia con la aseguradora WTW en Brasil para reforzar programa de fidelización

POR MARÍA GABRIELA ARTEAGA

Latam Airlines y la firma británico-estadounidense de corretaje de seguros WTW anunciaron una nueva alianza en Brasil que permitirá a los usuarios acumular millas al contratar seguros a través del sitio web de la aerolínea.

Desde ahora, los clientes pueden adquirir planes para autos y telefonía móvil, obteniendo puntos en el programa Latam Pass por cada real invertido.

Con este acuerdo, Latam

■ La alianza va más allá del seguro de viaje y permite sumar millas al contratar planes para autos y celulares.

se convierte en la primera aerolínea en Brasil en ofrecer seguros –más allá del tradicional seguro de viaje– vinculados directamente a su programa de fidelización, y en colabo-

ración con un intermediario especializado.

“Este paso significa que vamos por buen camino buscando innovar en la forma en que le entregamos más y mejores beneficios a las personas que deciden volar con nosotros, o que eligen una marca o un servicio que está asociado a nuestro programa”, respondió la compañía al ser consultada al respecto.

En agosto, la oferta se ampliará a seguros de vida y de hogar. “Siempre estamos buscando nuevas oportunidades

para que nuestros pasajeros puedan acceder a millas y canjearlas en la aplicación Latam Pass en los distintos mercados donde estamos presentes”, señaló.

Aunque la alianza se refiere a Brasil, Latam explicó que su plan de fidelidad en “Perú y Colombia cuenta con convenios similares de seguros con WTW, siguiendo las especificidades de cada país”.

El aporte a WTW

Para WTW, en tanto, la alianza representa una oportunidad para explorar una nueva base de clientes. “Creemos que tenemos un gran potencial de penetración, especialmente en términos de crecimiento del mercado, y que podemos llegar a diferentes públicos que aún no son consumidores de seguros”, dijo Felipe Barranco, director de Affinity, una división de seguros y beneficios para públicos específicos.

Y agregó: “Esta colaboración refuerza la nueva dirección estratégica de WTW, enfocada en atender las necesidades específicas de distintos perfiles de clientes –incluyendo empresas, colectivos e individuos– a través de soluciones que combinan tecnología, flexibilidad y rentabilidad”.

WTW tiene alianzas con aseguradoras como Yelum (del grupo HDI), Sura, Mag Seguros y Generali, y la cantidad de millas varía según el seguro contratado y el perfil del cliente.

Según detallaron las empresas, “en el tercer mes de permanencia con el seguro activo, el cliente acumulará el doble de millas sobre el valor de la cuota”.

Lee la nota completa en DFSUD.com.

Aerolínea invertirá US\$ 60 millones para implementar WiFi en vuelos largos

■ La firma prevé cerrar 2025 con el 100% de su flota de pasillo único conectada a Internet satelital de alta velocidad.

Latam Airlines anunció que comenzará a ofrecer WiFi a bordo en los aviones de fuselaje ancho para vuelos de larga distancia como Santiago-Sydney, Lima-Madrid, São Paulo-Londres, entre otros.

El nuevo servicio, explicó la empresa en un comunicado, contará con una inversión de US\$ 60 millones y comenzará a implementarse en 2026, sumándose a la conectividad ya disponible en los vuelos de corta y media distancia. El grupo proyecta que, hacia finales de este año, el 100% de la flota de pasillo

único contará con este servicio.

Este avance se realizó por un acuerdo comercial con Viasat, proveedor de conectividad satelital.

A la fecha, el grupo opera más de 250 aviones equipados con WiFi, servicio que ya ha sido utilizado por más de 8 millones de pasajeros, siendo las rutas de las filiales con mayor uso del servicio Medellín-Miami, Santiago-Fortaleza y Lima-La Habana. Además de beneficiar a los pasajeros, la nueva conectividad permitirá optimizar las operaciones a través de comunicación en tiempo real entre la tripulación y los equipos en tierra, transmisión de datos para el mantenimiento predictivo de las aeronaves y optimización de rutas.