

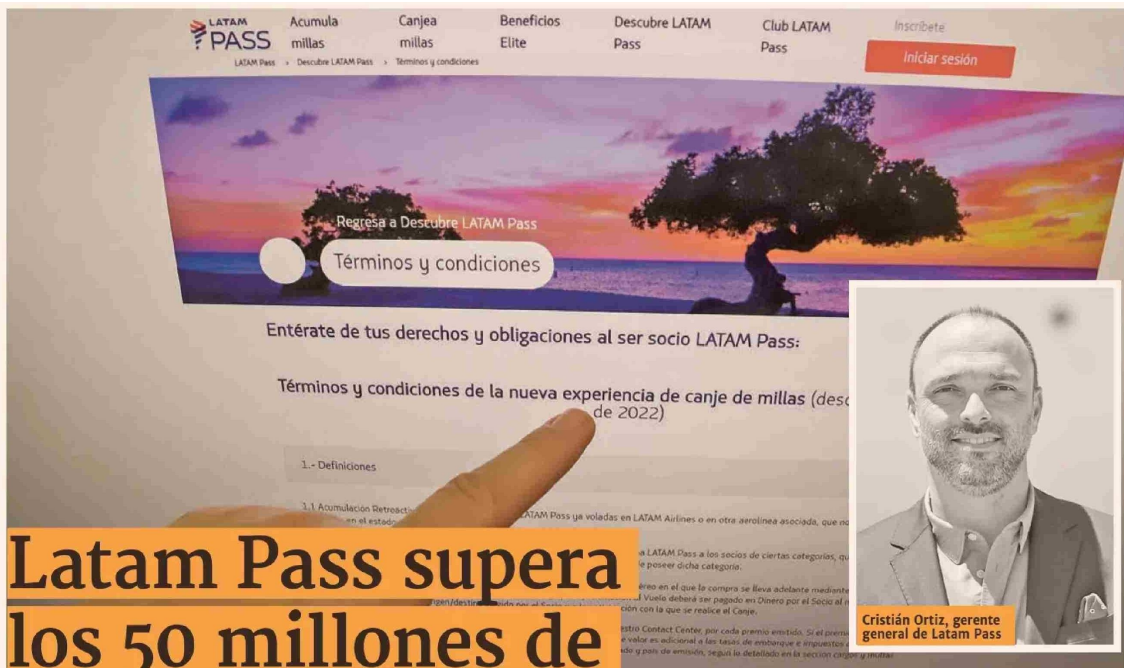
Fecha: 23-06-2025
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero
Tipo: Noticia general

Pág.: 13
Cm2: 578,3
VPE: \$ 5.124.409

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

16.150
48.450
■ No Definida

Título: Latam Pass supera : los 50 millones de usuarios y aerolínea fortalece estrategia a nivel regional



Latam Pass supera los 50 millones de usuarios y aerolínea fortalece estrategia a nivel regional

■ El CEO de Latam Pass, Cristián Ortiz, sostuvo que esperan cerrar el año con 53 millones de socios y con la mayor cantidad de alianzas posibles.

POR BLANCA DULANTO

“¿Cómo acumular millas Latam Pass sin subirse a un avión?” Es una pregunta frecuente que se hacen las personas que les interesan los beneficios del programa de lealtad de pasajero frecuente de la aerolínea.

Y es que este sistema que cuenta con 40 años de historia y permite acumular millas para canjear por pasajes (en Latam y otras aerolíneas) o por otros productos, es líder en Sudamérica: es el cuarto más grande de todo el continente –después de los que tienen las aerolíneas norteamericanas como American, United o Delta– e incluso el séptimo a nivel mundial.

A principios de este año alcanzó los 50 millones de socios. En estos primeros meses ya ha sumado otro millón más y esperan cerrar el 2025 con 53 millones de personas en el programa. ¿Cómo? Si bien el tamaño

de su cartera está muy relacionado a la magnitud de la aerolínea –siendo Latam Airlines la más relevante de la región–, el equipo de Latam Pass encabezado por su CEO, Cristián Ortiz, ha puesto sus esfuerzos en nuevas alianzas estratégicas, más beneficios

Cada día despegan el equivalente a 83 aviones Boeing B787-9 a máxima capacidad, 300 personas, con pasajeros que canjearon millas a través de Latam Pass.

y canales que permitan un crecimiento orgánico del número de socios.

Para Ortiz –quien lleva cerca de 22 años trabajando en Latam– el objetivo es migrar de un programa de viajero frecuente a uno de fidelidad, porque –a su juicio– “la diferencia es que el programa de fidelidad está en tu día a día y no sólo cuando viajas”.

Desde hace más de dos años que están enfocados en esta transformación. “Nosotros aplicamos una encuesta al principio del 2023 en toda la geografía, pero particularmente en Chile, donde le preguntamos si tenían algún programa de fidelidad y si la respuesta era sí, les preguntamos abiertamente para qué acumulaban puntos. El 65% de las respuestas fue “para viajar gratis”, o sea que la mayoría de las personas que acumula algún tipo de punto lo relaciona automáticamente con viajar”, contó Ortiz en conversación con DF.

Fue ahí cuando hicieron “click” y como aerolínea se concentraron en ser capaces de tener la mejor propuesta de valor del mercado. “Eso es justamente en lo que hemos

estado trabajando y evolucionando nuestra propuesta de valor”, sostuvo el gerente de Latam Pass.

La evolución

“Queremos estar en el día a día de las personas” afirmó Ortiz y agregó que “mi sueño es que todo lo que cualquier chileno gaste en su día, ya sea arriendo, transporte, delivery, farmacia, educación, entre otros; Latam te da una opción de hacerlo acumulando millas. Ese sería mi sueño. Todavía estamos lejos, pero hemos estado avanzando”.

Añadió que la alianza con el banco Santander los acerca a su ideal, pero “queremos ir más allá y no necesariamente pensar en la persona que viaja todos los días las semanas, sino que también

en el que viaja menos, para que esa persona también piense en Latam Pass como el programa de fidelidad que le va a permitir cumplir ese sueño de viajar en algún momento”.

Sin dejar de preocuparse de la satisfacción de sus clientes, siempre están mirando para incorporar más partners que pregunten “¿acumula millas Latam?” y hacer crecer el

40 AÑOS
TIENE EL PLAN DE FIDELIDAD DE LATAM

ecosistema.

Hoy, a nivel regional tiene alianzas comerciales con más de 50 marcas y en Chile ya cuenta con 36 –como Ripley, Unimarc, Marriott, Cabify y Rappi– y pronto estarán anunciando nuevas. Esto, además de tener alianzas con una veintena de aerolíneas que amplían su red y sus beneficios hasta los cinco continentes, permitiendo acumular millas a quienes viajen con Delta, Iberia, Qantas, Qatar, British Airways, Aerolíneas Argentinas, entre otros.

Lo nuevo

El programa Latam Pass permitió que más de 10 millones de pasajeros fueran transportados gracias a la acumulación y canje de millas en 2024, de los cuales 1,6 millones fueron socios chilenos. De acuerdo a datos de Latam, cada día despegan el equivalente a 83 aviones Boeing B787-9 a máxima capacidad (300 personas) de pasajeros que canjearon millas con Latam Pass, lo que equivale a que hoy se realiza un canje cada 17 minutos.

Y con el fin de seguir fortaleciendo el programa de fidelización de forma constante y sumando más beneficios, a partir de este año Latam Pass evolucionó su propuesta de valor, otorgando beneficios elegibles por los socios, más opciones de acumulación y canje de millas, con su nuevo producto Bonus Latam en su nueva app y con Shopping Latam Pass, el marketplace que lanzó en 2024 para el canje de millas el cual ha seguido avanzando en su implementación en el resto de las filiales durante este año, como Brasil, Ecuador, Perú, Colombia, Argentina y Uruguay.