# WTM Latin America 2027

São Paulo, Brasil · 13 al 15 de abril de 2027

WTM Latin America es la principal feria B2B de viajes y turismo de la región: en su edición 2026 reunió a 935 expositores de 53 países y a unos 35.000 profesionales del turismo. SERNATUR participa con un stand país Chile en el que empresas chilenas pueden exhibir como coexpositoras y reunirse con compradores de Brasil y del resto de Latinoamérica.

- **Cupos para coexpositores en stand Chile: 46**
  - Cupos para tour operadores / DMC: 10
  - Cupos para productos / experiencias: 30
  - Cupos para mesones regionales: 6

## Qué obtiene el expositor

- Espacio de trabajo (mesa o counter) dentro del stand país Chile durante los tres días de feria.
- Acceso a la plataforma de citas de la feria para agendar reuniones con compradores y operadores.
- Contacto con compradores de Brasil y de otros mercados latinoamericanos en un solo lugar.
- Presencia bajo la marca país Chile, con el respaldo institucional de SERNATUR.

## Qué se espera del expositor

- Material comercial en portugués (y, de preferencia, en español e inglés): presentación, tarifario de referencia, fichas de producto.
- Presencia permanente en el stand de un representante con capacidad de decisión comercial durante los tres días.
- Agenda de citas gestionada con anticipación y seguimiento activo de los contactos generados.

# Ficha del evento

## Datos generales

| | |
|---|---|
| **Nombre del evento** | WTM Latin America 2027 |
| **Ciudad y país** | São Paulo, Brasil |
| **Fecha y horario** | 13 al 15 de abril de 2027 / 12:00 a 20:00 hrs. |
| **Sede** | Expo Center Norte, São Paulo |
| **Sitio oficial** | www.wtm.com/latin-america |
| **Mercado objetivo** | Brasil y Latinoamérica |
| **Organiza** | RX (organizador de la feria) / participación Chile: SERNATUR – Subdirección de Marketing |
| **Cupos expositores chilenos** | 46 cupos (coexpositores en stand Chile) |
| **Costo de participación** | $1.600.000 – incluye: una credencial y servicios del stand. |
| **Contacto SERNATUR** | Mercados: Pía Basualdo – pbasualdo@sernatur.cl |

## Objetivo del evento

Posicionar a Chile y a su oferta turística ante la industria de viajes de Brasil y Latinoamérica, y generar oportunidades de negocios para las empresas chilenas en la principal feria profesional del continente.

## Objetivos específicos

- Facilitar el encuentro entre la oferta chilena y operadores, agencias y compradores de Brasil y otros mercados de la región.
- Mostrar la diversidad de destinos y experiencias de Chile en las cuatro estaciones del año e impulsar la desestacionalización.
- Fortalecer la relación con socios comerciales actuales y abrir nuevas cuentas para las empresas coexpositoras.

## Formato del evento

La participación se realiza en el stand país Chile durante los tres días de feria, todos de carácter profesional.

| Módulo | Contraparte | Dinámica | Enfoque |
|---|---|---|---|
| **Citas agendadas** | Operadores, mayoristas y compradores | Reuniones pactadas con anticipación a través de la plataforma de la feria, en la mesa del coexpositor dentro del stand Chile. | Negociación: tarifas, condiciones y productos para programación. |
| **Atención en stand** | Agentes de viaje y visitantes profesionales | Atención de visitas espontáneas al stand durante el horario de la feria. | Difusión del producto y generación de nuevos contactos. |

| Módulo | Contraparte | Dinámica | Enfoque |
|---|---|---|---|
| **Actividades de stand** | Prensa y trade | Presentaciones de destino, degustaciones u otras acciones de promoción por definir. | Visibilidad de la marca Chile y de los coexpositores. |

Cada coexpositor es responsable de gestionar su agenda de citas en la plataforma de la feria; SERNATUR informará el acceso y los plazos.

La distribución de mesas dentro del stand será definida por SERNATUR.

Este formato puede tener modificaciones según las condiciones del mercado y de la organización del evento; cualquier cambio será informado oportunamente a los expositores inscritos.

## Perfil esperado de la oferta chilena

Empresas con programas y productos listos para comercializarse en Brasil y Latinoamérica a través de intermediarios.

## Tipo de empresas

- DMC y operadores receptivos.
- Productos turísticos: hotelería, lodges, viñas y enoturismo, centros de esquí, cruceros, excursiones y experiencias upscale / lujo, turismo aventura y naturaleza soft.

## Requisitos

- Cumplir con todos los requisitos indicados en el instructivo de Ferias y Eventos de SERNATUR, incluido el registro vigente en SERNATUR cuando corresponda al tipo de servicio.
- Experiencia de trabajo con el canal (tarifas netas / comisionables y políticas claras de reserva y cancelación).
- Capacidad de atención en portugués o disposición a incorporarla.
- Deseable: experiencia previa con el mercado brasileño o latinoamericano.

## Oferta de especial interés para Brasil y Latinoamérica

- Actividades de nieve y esquí, enoturismo y Santiago como puerta de entrada.
- Destinos de diversificación: Patagonia, Lagos y Volcanes, Rapa Nui, Valparaíso y costa central.
- Productos que ayudan a desestacionalizar la demanda (primavera, verano y otoño) y experiencias de alto valor para segmentos premium.