

Iberostar Hotels & Resorts presenta sus novedades en WTM Latin America 2025

São Paulo, 14 de abril de 2025 – Iberostar Hotels & Resorts estará presente en **WTM Latin América 2025**, que se celebra del 14 al 16 de abril en el Expo Center de São Paulo. La compañía presentará las tendencias de viaje identificadas en el primer trimestre de 2025, diferentes iniciativas dirigidas a los agentes de viajes y el regreso de Iberostar a Estados Unidos.

Primer trimestre marcado por el crecimiento



Fundamentado en un sólido aumento de la demanda internacional y una progresiva renovación de su planta hotelera a lo largo de los últimos años, Iberostar ha registrado un aumento del 41% en sus ventas en Latinoamérica en el primer trimestre del año respecto al mismo período del año anterior. Argentina lidera los resultados de la región, con un incremento del 65% y representa ya el 74% del total de ventas en Latinoamérica. Chile, Uruguay y Perú lograron también resultados positivos. En cuanto a los destinos, República Dominicana experimentó un crecimiento en el mercado latinoamericano del 53%, mientras que México y Brasil aumentaron un 22% respectivamente.

Nick Balzan, vicepresidente comercial y de ventas para América en Iberostar Hotels & Resorts ha explicado que *“2024 fue un año de éxito para Iberostar apoyado en el crecimiento y la rentabilidad, y el continente americano desempeñó un papel clave en estos resultados. En el primer trimestre de 2025, mientras que Argentina destaca por su gran evolución como emisor de viajeros, Brasil sigue en auge como destino, con un aumento del 13% en ventas en dicho periodo respecto a 2024. Los hoteles de Iberostar en el país registraron un incremento del 18% en ocupación, reflejo de la fuerte demanda hacia este mercado”*.

*“Además, en línea con la apuesta por consolidar nuestra presencia en destinos frente al mar, **JOIA Aruba by Iberostar**, un hotel de nueva creación que acepta niños, se ha convertido en el primer hotel de la cadena en Aruba. Esta incorporación ofrece a nuestros clientes de Latinoamérica una opción idónea para disfrutar de una de las playas más populares del mundo y una experiencia de vacaciones con la calidad propia de Iberostar en un destino de fácil acceso”, completa Balzan.*

Iberostar vuelve a Estados Unidos y se refuerza en Europa

Iberostar Hotels & Resorts refuerza su presencia internacional con la apertura del **Iberostar Waves Berkeley Shore** y el **Iberostar Waves Miami Beach**, en Miami, una localización con alto atractivo para el viajero brasileño. Estos hoteles marcan el regreso de la compañía al mercado estadounidense, consolidando su estrategia de expansión global y su compromiso de ofrecer experiencias exclusivas en destinos estratégicos cerca del mar. Estos establecimientos se unieron al portfolio Iberostar en diciembre de 2024 y enero de 2025 respectivamente.



A lo largo del segundo cuatrimestre de 2025 la compañía refuerza su presencia en el Mediterráneo con la apertura de **Iberostar Selection Es Trenc**, su décimo sexto hotel en Mallorca, e **Iberostar Selection Mirage Hammamet**, en Túnez.

Agentes de viajes en el foco

Este año, los agentes latinoamericanos que forman parte del programa **Star Agents** se reunirán en junio en el **Complejo Praia do Forte**, en Bahía, para celebrar los resultados y la colaboración con Iberostar. Por otro lado, aquellos **Star Agents** de Brasil con mejor desempeño en ventas se reunirán a bordo del **Grand Amazon Expedition**, un crucero que ofrece diferentes itinerarios a lo largo del río Amazonas. Ambos encuentros reconocerán el papel esencial de los agentes en el éxito de la compañía.

Los visitantes que se acerquen al stand de Iberostar (**F90**), podrán participar en un juego de memoria interactivo en una gran pantalla LED, que combina tecnología y creatividad. Inspirado en la segmentación de marcas implementada en 2024, el juego busca destacar los atributos de los diferentes segmentos hoteles Iberostar Beachfront Resorts: **JOIA**, **Selection** y **Waves**, además del Grand Amazon Expedition.

Iberostar Wave of Change

El movimiento [Iberostar Wave of Change](#) busca impulsar un modelo de turismo responsable. El movimiento ha evolucionado integrando las dimensiones social, ambiental y de gobernanza en una visión transversal con siete áreas foco: **cuidado de las personas, alianzas en destinos, naturaleza, blue foods, acción climática, economía circular y crecimiento responsable.**

En línea con la estrategia de descarbonización de la compañía, el complejo Iberostar Praia do Forte (Brasil) opera con electricidad 100% renovable y cuenta con certificados de compensación de emisiones, lo que permite que el funcionamiento del complejo tenga una huella de carbono neutra. Además, en 2024, Iberostar amplió su departamento de 3R, que ahora cuenta con 250 profesionales en todo el mundo, un departamento enfocado en lograr la eliminación de residuos enviados a vertedero.

La cadena también reforzó su programa internacional de restauración de arrecifes, con ocho viveros submarinos de coral activos en el Caribe. Actualmente, Iberostar cuenta ya con un equipo interno de más de 30 perfiles científicos que colaboran con el sector público-privado y la comunidad científica para promover la innovación en sostenibilidad y generar un impacto real tanto en sus operaciones como en los destinos donde está presente. Ese mismo año, la compañía logró que el 90% del pescado y marisco servido en sus hoteles fueran de origen responsable.

Acerca de Iberostar Hotels & Resorts

Iberostar Hotels & Resorts es la división hotelera y negocio principal de Grupo Iberostar, una multinacional española 100% familiar con casi 70 años de historia en el turismo y unos orígenes empresariales que se remontan a 1877. Su portfolio suma 31,500 habitaciones en sus 100 hoteles de 4 y 5 estrellas ubicados en 13 países, con el compromiso de ofrecer una calidad excepcional, mientras impulsa un modelo de turismo responsable que se centra en el cuidado de las personas y del entorno. A través de su movimiento Iberostar Wave of Change, catalizador de su estrategia de sostenibilidad, la compañía avanza en torno a siete áreas integradas que abarcan las dimensiones sociales, de gobernanza y medioambiental.

Con 2.5 millones de clientes anuales y una privilegiada presencia frente al mar, Iberostar ofrece con su marca Iberostar Beachfront Resorts* tres segmentos para responder a las aspiraciones vacacionales de los huéspedes. Iberostar Waves ofrece experiencias divertidas, cercanas y reconfortantes, ideales para familias y parejas que disfrutan de la playa. Iberostar Selection se centra en proporcionar experiencias vacacionales premium, generosas y relajadas, con un alto nivel de confort y servicio. Por último, JOIA by Iberostar representa una colección de resorts de lujo en ubicaciones únicas y privilegiadas, caracterizados por un servicio altamente personalizado y exquisito.

**La cartera de Iberostar Beachfront Resorts no incluye los intereses de Iberostar en Cuba.*

Más información en: <https://press.iberostar.com/>

Contacto de prensa AME: comms.ame@iberostar.com