



INDUSTRIA TURÍSTICA RUMBO A LA REACTIVACIÓN

La pandemia plantea un desafío en constante evolución, que trae consigo retos y oportunidades. Este reporte pretende brindarte la información disponible para que tomes decisiones informadas y conscientes rumbo a la reactivación.



COLABORACIÓN ENTRE EMPRESAS, ASOCIACIONES Y DESTINOS

SMARTTRAVEL NEWS

Smart Travel News expone la importancia de involucrar a los cuatro agentes (destinos, empresas, asociaciones y turistas/ciudadanos) para la reactivación del Turismo. Lo resume en 4 líneas de acción en pro del ecosistema turístico:

- Revalorizar el know-how y creación de asistencia técnica.
- Recopilación de datos (Sistema de Inteligencia Turística).
- Transformación y preparación digital para todos los agentes del Turismo.
- Reforzar las relaciones público-privadas.

NOTA COMPLETA

REUTERS

CEO DE AIRBNB: VIAJAR NUNCA VOLVERÁ A SER COMO ERA ANTES DE LA PANDEMIA

“Los viajes masivos serán reemplazados por viajes con sentido”, predice Brian Chesky, CEO de Airbnb, pues supone que el turismo tradicional y las visitas turísticas en los principales e icónicos destinos mundiales se verían reducidos significativamente por los viajeros que conducirán a comunidades más pequeñas y volarán menos para reuniones de negocios.

NOTA COMPLETA

LA RECUPERACIÓN COMPLETA TOMARÁ TRES AÑOS: PATA

PATA
Pacific Asia Travel Association

En su reporte más reciente, PATA (Pacific Asia Travel Association) expone tres escenarios de cómo podría ser la recuperación turística en la región. Desde una perspectiva positiva, la llegada de turistas internacionales para 2023 será sólo 4% por debajo de 2019.

Sin embargo, también se analiza la posibilidad de alcanzar menos de la mitad del volumen de llegadas. Si bien el crecimiento de las llegadas de visitantes internacionales hacia y a través de Asia Pacífico sigue siendo difícil en 2021, hay señales prometedoras para 2022 y 2023.

REPORTE COMPLETO



EVENTOS Y REUNIONES

ufi
The Global Association of the Exhibition Industry

BARÓMETRO GLOBAL DE LA INDUSTRIA DE EVENTOS Y REUNIONES

Basado en una encuesta global, brinda información actualizada sobre el desarrollo y las perspectivas de la Industria a nivel global, y analiza específicamente a 24 países y 5 zonas regionales. Entre los hallazgos; para 2021 la proporción de empresas que esperan un nivel "normal" de actividad crece del 10% en enero al 37% en junio.

REPORTE COMPLETO

CÓMO MAXIMIZAR LOS INGRESOS DE EVENTOS VIRTUALES

EVENT SKIFT
NOW PART OF Skift

Los eventos virtuales siguen siendo la opción viable para las empresas. A medida que el mercado madura, el enfoque se desplaza hacia objetivos más tangibles: hacer negocios.

Estas son las áreas de enfoque para el futuro:

- Monetizar los eventos virtuales.
- Evolucionar el networking a cerrar tratos de negocio.
- Más y mejores opciones de asistencia asincrónica.
- Construir comunidades “year-long”.

NOTA COMPLETA

PR CENTRAL

EVENTOS ONLINE: CÓMO REALIZAR UNA CONVOCATORIA INFALIBLE

Uno de los objetivos primordiales para realizar eventos online exitosos es que la gente se conecte a alguna plataforma para escuchar lo que tienes que decir. Para eso, hay que asegurarse de realizar una muy buena convocatoria, el diseño, la audiencia elegida, bases de datos y redes sociales son algunos de los elementos clave para lograrlo.

NOTA COMPLETA

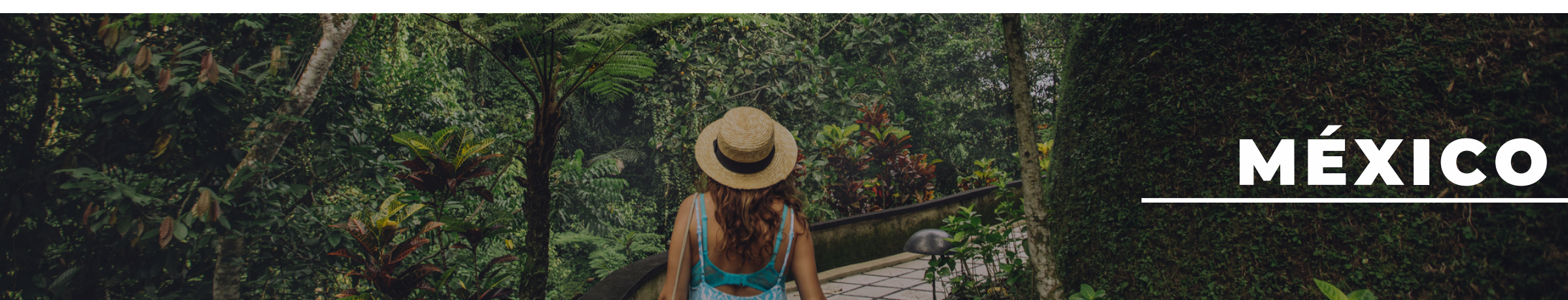
AFECTACIONES DE LA CRISIS SANITARIA Y ECONÓMICA 2020

COMIR

A finales del 2020 el Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones hizo una encuesta a la Industria de Reuniones para conocer las afectaciones económicas, la actitud de actores clave ante la crisis y las estimaciones para la reactivación y recuperación.

Uno de los hallazgos supone que entre la segunda quincena de mayo y la tercera de agosto se podrá ver la luz al final del túnel y podremos planificar la recuperación con mejores bases e información suficiente hacia la Nueva Realidad.

REPORTE COMPLETO



MÉXICO



CLAVES PARA LA RECUPERACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA MEXICANA

El Consejo Nacional Empresarial Turístico presenta un reporte que incluye datos del cierre 2020, pronósticos para 2021, pero principalmente una serie de premisas para guiar la recuperación turística de nuestro país.

[REPORTE COMPLETO](#)


INTERNACIONAL

DE PROTOCOLOS A UNA CULTURA EMPRESARIAL DE SEGURIDAD



A medida que el Turismo apunta a recuperarse de la pandemia, reconstruir la confianza del consumidor a través de protocolos de salud e higiene en todas las operaciones se ha convertido en una de las mayores prioridades. Este documento, además de proporcionar nuevos protocolos recomendados, hace relación con la importancia de integrar a los colaboradores a través de la comunicación y el empoderamiento para cumplir los objetivos.

[NOTA COMPLETA](#)

VIAJES SEGUROS EN LA ERA DE LAS VACUNAS 2021

El Comité Mundial de Crisis para el Turismo celebró su primera reunión de 2021, cuyo objetivo fue avanzar con la elaboración de planes sólidos destinados a la reactivación del Turismo, mediante, la integración de las vacunas en un enfoque armonizado para viajes seguros. Entre otras medidas, también se propuso el fomento de la coordinación de los esfuerzos para potenciar la confianza en el sector.


[REPORTE COMPLETO](#)

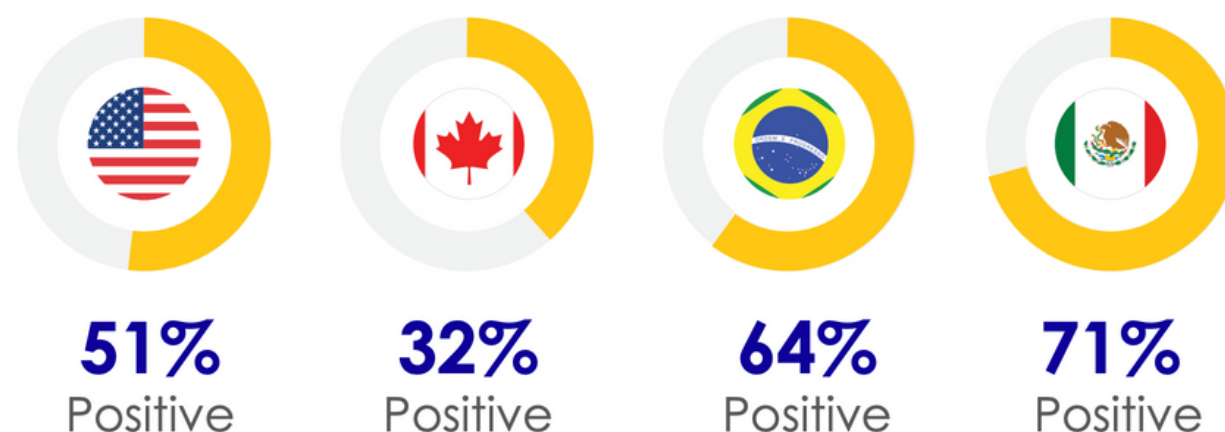
SENTIMIENTOS E INFLUENCIAS DE LOS VIAJEROS DE AMERICA



Gracias a una encuesta realizada por Expedia Group a 11.000 viajeros de 11 países, comparten insights del impacto a los viajes y como lo perciben los viajeros del continente Americano.

Como resultado revela la variación en la confianza de los viajeros en las Américas. Por ejemplo, 7 de cada 10 viajeros mexicanos tienen una perspectiva optimista para los viajes futuros, en comparación con sólo 3 de cada 10 canadienses.

Traveler Confidence Varies by Country


[REPORTE COMPLETO](#)


INNOVACIÓN DIGITAL



NUEVO "IATA TRAVEL PASS" PARA VIAJEROS

El IATA Travel Pass es una aplicación móvil en desarrollo que permite a los viajeros almacenar y administrar certificaciones para pruebas o vacunas COVID-19. La aplicación debería estar disponible en las tiendas de iOS y Android en marzo de 2021. Conoce cómo funcionará y qué incluye esta nueva app que planea ser un gran paso hacia la reactivación.

[NOTA COMPLETA](#)

CÓMO CAMBIARÁ EL MARKETING DIGITAL A LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL 2021

En el mundo del marketing digital utilizado para el turismo, hay muchas estrategias distintas. Estas son algunas tendencias que se han ido desarrollando en los últimos tiempos y que, seguramente, tendrán un gran peso durante 2021:

- Storydoing
- Video marketing
- Venta online de experiencias
- Influencers y redes sociales


[NOTA COMPLETA](#)


TENDENCIAS TECNOLÓGICAS PARA VIAJES EN UN MUNDO POST COVID-19

Con el desarrollo de tecnología cada vez más futurista a un ritmo sorprendente, las empresas deben adoptar estas tendencias para mantenerse relevantes entre sus públicos más tecnológicos.

Aquí están las que llegaron para quedarse:

- Pagos sin contacto
- Realidad Virtual
- Tecnología de reconocimiento
- Identidad digital del viajero (KTDI)
- Robots de Inteligencia Artificial
- Identificación por Radiofrecuencia
- Internet of Things (IOT)

[NOTA COMPLETA](#)
