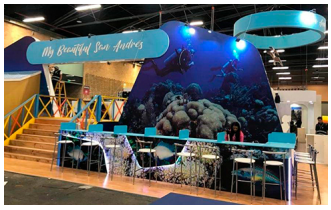

La Vitrina Turística de Anato es un evento que a lo largo de sus 38 versiones se ha ido posicionando como un escenario clave para la promoción de Colombia y el mundo. Este espacio cada año se llena de color con la muestra de sus expositores, para mostrarles a los actores de la industria de los viajes el potencial de cada uno de los destinos, para que reconocidas empresas potencialicen su marca, ya que ha sido un escenario de reencuentro comercial y de nuevas oportunidades de negocios.

Aerolíneas, compañías de cruceros, establecimientos de hospedaje, asistencia médica en viaje, universidades, empresas de seguros, entre muchas otras, han encontrado en este espacio, la mejor alternativa para conocer todo lo relacionado con los viajes en Colombia. La Vitrina Turística de Anato es uno de los escenarios de negocios más importante de América Latina, donde más de 28.000 profesionales de turismo se preparan para confirmar que será el espacio comercial del año en cuanto al sector se refiere.

“Asistir a la Vitrina es abrirse al mundo. Es darse cuenta que hay infinidad de alternativas que podemos ofrecerles a los turistas nacionales e internacionales en cuanto a destinos, segmentos, productos y servicios, y que nosotros, como agremiación, ofrecemos un espacio comercial competitivo, que le permite a todos los proveedores de la cadena y las Agencias de Viajes, empaquetar servicios para así brindarles nuevas experiencias a los viajeros”, explicó Paula Cortés Calle, presidente ejecutiva de Anato.

Por ello, la dirigente gremial invita a que más actores del sector hagan parte de este evento y conozcan sus ventajas:

Una de ellas es que con el objetivo de hacer más productiva la participación de los empresarios, la Asociación pondrá al servicio nuevamente la opción de Agendamiento de Citas para los visitantes profesionales, para que soliciten un espacio con los expositores durante la realización del evento. Es una herramienta web que ha permitido que estos se pongan en contacto con los más de 1.400 expositores nacionales e internacionales. El año pasado, mediante esta alternativa se concretaron alrededor de 5.300 citas efectivas, y se espera que este año se duplique su uso.

Los departamentos se preparan con sus empresarios para ofrecer sus novedades, rutas, gastronomía, y los más de 35 países, alistan la oferta de sus destinos para que sean comercializadas a través de las Agencias mayoristas, por lo cual, es una oportunidad para diversificar los planes que se ofrecen a los viajeros.

Hasta la fecha, hay más de 2.000 solicitudes de escarapela, un 10% más que el mismo periodo del año pasado, las cuales provienen de 123 ciudades, de 16 países incluido Colombia, 84% de estos son visitantes profesionales, 16% expositores.

Como novedad, los participantes del Primer Reto de Tecnología Especializado en las Agencias de Viajes, iniciativa organizada durante el primer semestre de 2019, estarán presentes en un espacio de stands exclusivos de tecnología. Lo anterior hace parte de la prioridad que la Asociación le ha dado a la transformación y el emprendimiento.

Paralelamente, se estará trabajando en la convocatoria de nuevos empresarios para la segunda versión del evento, que combina la innovación y las nuevas apuestas enfocadas a la industria de los viajes. Cabe destacar que para este versión, Perú y Villavicencio serán los destinos invitados de honor, cuyas delegaciones expondrán todos sus atractivos para que los asistentes conozcan de qué manera comercializarlos.