



## CATA Celebra la XVI Reunión Ordinaria del CD-CATA en Managua, Nicaragua

La cálida Managua, Nicaragua fue el escenario para la ceremonia de traspaso de la Presidencia Pro Témprore del Consejo Directivo de CATA (PPT CD-CATA) por parte del Sr. Ministro de Turismo de Honduras D. Emilio Silvestri a la máxima autoridad del turismo en Nicaragua, Dña. Anasha Campbell.

El Ministro Silvestri rindió informe de su gestión al frente de la PPT-CD CATA, destacando que las actividades de la PPT Honduras estuvieron encaminadas a establecer

la sub-sede de CATA en El Salvador, a fortalecer a CATA en el ámbito institucional, y a encaminar el desarrollo de estudios que aporten nuevos elementos sobre el comportamiento del turista en nuestros mercados meta, de cara a mejorar o redefinir – de acuerdo a los resultados – nuestra estrategia de intervención. Honduras tuvo también bajo su responsabilidad apoyar a CATA en los procesos de selección, tanto de la nueva Agencia de Relaciones Públicas de Centroamérica, como de la Agencia de Marketing Digital.

» Continúa en la sig. pág. »

## Mensaje de la Secretaria General de CATA



### Estimados amigos de CATA:

CATA continúa trabajando por Centroamérica, ejecutando acciones que fortalecen nuestra imagen y nos proyectan como multidesino turístico en nuestros mercados meta en Europa. Con esta segunda edición de nuestro boletín informativo queremos compartirles las acciones que hemos realizado desde julio a noviembre del 2016.

Indiscutiblemente, los esfuerzos promocionales de Centroamérica a través de CATA contribuirán en el incremento de visitantes provenientes de nuestros mercados meta, dispuestos a disfrutar y conocer la maravilla llamada Centroamérica.

**Ana Carolina Briones Pereyra**  
Secretaria General - CATA



## Continúa... CATA Celebra la XVI Reunión Ordinaria



Otro aspecto muy importante en el proceso de institucionalización de CATA en la región es el desarrollo –

bajo la dirección de la PPT CD CATA Honduras – de acciones para generar una atmósfera de comunicación dinámica entre CATA y sus grupos de interés. Entre estas acciones se encuentra la creación del sitio web institucional de CATA, [www.catatourismagency.org](http://www.catatourismagency.org), y la institucionalización, a partir del 2015, del reporte de actividades de la agencia para informar a los socios sobre el quehacer de la misma.

Por su parte la Ministro Campbell aseguró que durante su gestión Nicaragua dará continuidad a los procesos ya iniciados, e impulsará y facilitará las acciones previstas para dar cumplimiento a los objetivos que la región ha establecido para el posicionamiento del multidestino centroamericano en los mercados europeos meta.



## Centroamérica participa en la feria WTM 2016



La participación de Centroamérica en la feria internacional de turismo WTM que tuvo lugar del 6 al 9 de noviembre en El Salvador fue exitosa. Los pueblos centroamericanos representados por sus Ministros de Turismo, diplomáticos acreditados en el país, empresarios y personal de CATA, realizaron el tradicional corte de cinta que culminó con un brindis ofrecido por El Salvador y del que participaron comercializadores y medios de comunicación turística del orbe que se dan cita en esta cumbre.

CATA tuvo un ajetreado programa de citas en los cuales se atendió a medios de comunicación, mayoristas con propuestas de cooperación de mercadeo para la promoción del producto multidestino centroamericano, y público interesado en conocer sobre los atractivos y bellezas de nuestra región.

» [Continúa en la sig. pág.](#) »





Al 2015 el flujo de visitantes provenientes del Reino Unido hacia Centroamérica presenta un incremento del 30.05% en relación al número de turistas británicos registrados para el 2013. Este alentador dato nos motiva como región a continuar mejorando y trabajando en la conquista del mercado británico.





## Consejo Directivo de CATA aprueba nuevo logotipo institucional de la agencia



Contar con un emblema que recoja la identidad corporativa de CATA como agencia promotora de una región radiante, llena de vida y color es el objetivo que se persigue con el nuevo logotipo institucional aprobado por el Consejo Directivo de CATA (CD-CATA) el pasado 1 de septiembre del 2016 en Managua, Nicaragua.

La Secretaria General de CATA presentó propuestas de diseños para el nuevo logotipo institucional de CATA, resultando seleccionado el multicolor, el cual, según el CD-CATA, se ajusta a la línea de trabajo de la Agencia y al sector al que representa.

---

## CATA inaugura oficialmente su subsede en Centroamérica



Con el objetivo de fortalecer los espacios de comunicación y articulación entre CATA, el sector turístico de la región y los mercados metas en Europa, el CD-CATA dispuso en el diciembre del 2014 abrir una subsede centroamericana para CATA, la cual, en su estado incipiente funcionó desde las instalaciones de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) en Managua, Nicaragua, hasta alcanzar la fortaleza necesaria e instalarse por mandato del Consejo en El Salvador desde abril del 2016.

El pasado 25 de agosto del 2016, CATA abrió oficialmente las puertas de su subsede en las instalaciones de la Secretaría

General del Sistema de Integración Centroamericana (SG-SICA).

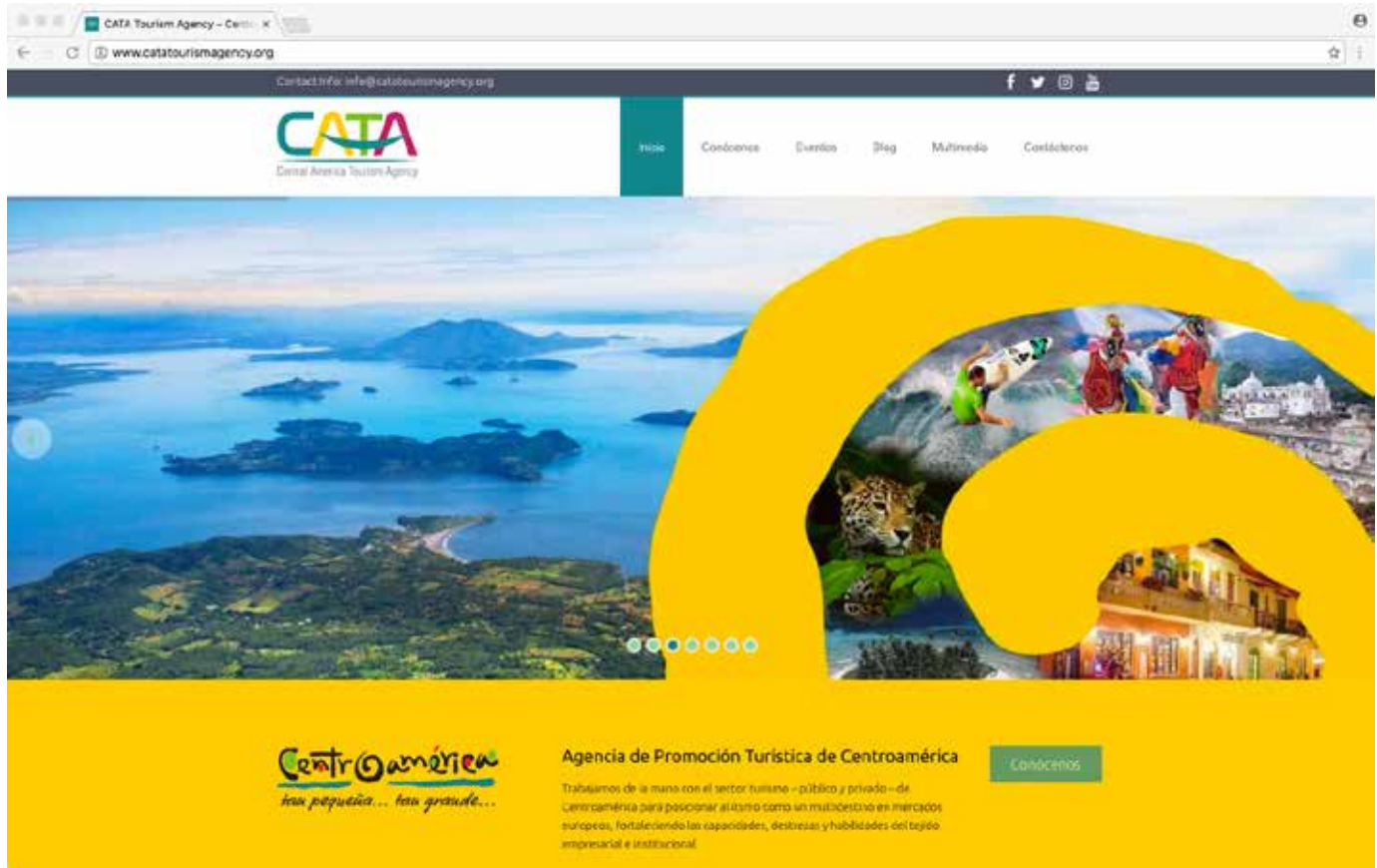
Para este importante hito, CATA contó con la presencia de la Dra. Victoria Marina Velásquez de Avilés – Secretaria General de la SG-SICA, Don Jorge Macías – en representación de la PPT – Nicaragua, Don José Napoleón Duarte – Ministro de Turismo de El Salvador y miembro del Consejo Centroamericano de Ministros de Turismo (CCT), y Dña. Beatriz de Flamenco – Presidente de la Federación Centroamericana de Cámaras de Turismo (FEDECATUR).

La Secretaria General de CATA, Dña. Ana Carolina Briones Pereyra, al dirigirse a los distinguidos invitados, entre los que se contaban Embajadores de los países centroamericanos y europeos acreditados en El Salvador, representantes de Organismos No Gubernamentales, comunidad donante, funcionarios de las distintas secretarías del SICA, representantes del Gobierno de El Salvador y medios de comunicación, agradeció la hospitalidad del pueblo y Gobierno de El Salvador, así como, a la Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana por su apoyo a este esfuerzo de unificación y fortificación de una entidad que busca y trabaja por la promoción de nuestros valores como región a través del turismo.





## CATA presenta su nuevo sitio web institucional



Conocer sobre el funcionamiento de CATA, su misión, visión, objetivos, logros y resultados de su gestión, así como, mantenerse informado de su quehacer como entidad promotora del multidestino centroamericano estará a partir de agosto del 2016 al alcance de sólo un clic en la dirección [www.catatourismagency.org](http://www.catatourismagency.org).

El sitio institucional de CATA se caracteriza por ser una página vistosa, dinámica y de fácil navegación. Está dividida en

seis secciones las cuales facilitan al usuario conocer sobre CATA, sus objetivos como organización, los eventos que se realizan, y las acciones y actividades que se ejecutan como parte de la estrategia de posicionamiento de la región como un multidestino turístico en el mercado europeo. El sitio también es una gran herramienta de consulta, pues cuenta con una sección que compila – y desde donde se pueden descargar – las publicaciones de CATA en materia de informes, así como videos promocionales.

## CATA promueve la Feria Central America Travel Market



Con el fin de promover y exponer más ampliamente la feria Central America Travel Market (CATM), se está diseñando un sitio para la feria.

El Salvador, sede de la CATM 2017, a través del Comité Organizador del evento podrá presentar en el sitio información relativa a la feria, que va desde como participar, tanto para expositores como para

» Continúa en la sig. pág. »



## Continúa... CATA promueve la Feria

compradores, hasta como adquirir un stand, así como las ventajas de participar en la misma, entre otra información importante.

Durante el brindis de apertura ofrecido por Centroamérica a mayoristas y medios de comunicación en la feria WTM recién pasada, el Ministro de Turismo de El Salvador, Don José Napoleón Duarte, hizo propicia la oportunidad para invitar a los representantes de la industria turística británica a ser parte de este gran evento, destacando la oportunidad que tendrán para entrar en contacto directo con un producto multidestino que destaca por su historia unida al misticismo ancestral de sus razas, y la riqueza y variedad cultural fusionadas con su extraordinaria biodiversidad y agreste naturaleza.



## CATA realiza exitosas caravanas centroamericanas en París y Milán



En el contexto de la feria WTM 2016 se realizaron las caravanas centroamericanas en París y Milán como parte de las acciones proyectadas para la promoción del multidestino centroamericano en los mercados meta europeos para el período 2016 -2017.

Los eventos, encabezados por CATA y representantes del sector privado miembros de FEDECATUR, lograron en París una nutrida asistencia de mayoristas, agentes de viajes y medios de

[» Continúa en la sig. pág. »](#)







### **Continúa...** CATA realiza exitosas caravanas

comunicación que se dieron cita el 10 de noviembre en el exclusivo Salon Des Miroirs para disfrutar de la Mañana de Centroamérica.

En Italia, Centroamérica realizó un evento de alta calidad al presentar y promover el producto multidestino de la región. El evento tuvo lugar el 11 de noviembre en el exclusivo centro de conferencias del Hotel Meliá en la ciudad de Milán, capital económica e industrial de Italia. CATA logró un alto índice de participación de los principales actores de la industria turística italiana y medios de comunicación.

La última caravana programada para este ciclo 2016-2017 se realizará en el marco de la feria ITB de Berlín y tendrá lugar en la ciudad de Barcelona el 6 de marzo del 2017.



## Centroamérica presente en Roadshow para Mercado Alemán de Viajes



Del 17 al 21 de octubre del 2016 se desarrolló el Roadshow turístico organizado por la reconocida asociación alemana de viajes ARGE Lateinamerika – de la cual CATA es miembro activo - por las ciudades alemanas de Karlsruhe, Colonia y Frankfurt, así como en la ciudad suiza de Zurich, logrando proyectar, presentar y promover entre más de 200 profesionales del turismo el producto multidestino centroamericano.

## CATA diseña el primer Catálogo de Oferta Multidestino Centroamericana



Con el objetivo de sistematizar la oferta de los Operadores de Turismo de Centroamérica especializados en el producto multidestino, CATA y FEDECATUR se dieron a la tarea de compilar los programas diseñados por los comercializadores turísticos a partir de los productos y atractivos de la región.

El catálogo, que cuenta con un aproximado de 50 ofertas, está siendo editado y traducido al idioma inglés para proceder a su diseño digital y se espera poder presentar y hacer uso de este importante instrumento informativo y de comercialización a partir de la FITUR 2017.





## ATREVIA seleccionada como la agencia de relaciones públicas de Centroamérica en Europa

# ATREVIA

LA CONSULTORA GLOBAL  
DE COMUNICACIÓN  
CON ESPÍRITU LATINO  
Nº1 EN ESPAÑA

El pasado 29 de junio del 2016 se llevó a cabo en las instalaciones del SICA el proceso de apertura de ofertas y selección de la agencia de Relaciones Públicas de Centroamérica en Europa.

El Comité evaluador, conformado por representantes de FEDECATUR, representantes de COMECATUR y personal de CATA, leyó y analizó exhaustivamente las propuestas recibidas, recomendando de acuerdo al resultado de las calificaciones contratar a la empresa ATREVIA.

ATREVIA como la Agencia de RRPP de C.A. en Europa tendrá a cargo desarrollar las acciones previstas en la estrategia de posicionamiento del multidestino en los mercados meta europeos.

## 4m SAATCHI & SAATCHI – Guatemala desarrollará la Estrategia de Marketing Digital de Centroamérica en Europa



4M  
SAATCHI & SAATCHI

lovemarkia

El pasado 30 de junio del 2016 se llevó a cabo en las instalaciones del SICA el proceso de apertura de ofertas y selección de una “*Empresa especializada en marketing digital para desarrollar la estrategia de promoción y mercadeo digital para Centroamérica en Europa*”.

Varias empresas presentaron oportunamente su oferta técnico-económica resultando seleccionada la empresa AM SAATCHI & SAATCHI de GUATEMALA/ATREVIA. El Comité Evaluador, conformado por representantes de COMECATUR y personal de CATA, recomendó contratar a dicha empresa basado en sus calificaciones. AM SAATCHI & SAATCHI de Guatemala será la empresa encargada de desarrollar la estrategia de marketing digital de Centroamérica en seis mercados de Europa.

## Centroamérica trabaja en la innovación turística de su producto multidestino



Con el objetivo de potenciar y acelerar el proceso de innovación de los productos multidestino de la región centroamericana en los mercados europeos, CATA, contando con el apoyo de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) y la Presidencia Pro Témpore del CD-CATA de Nicaragua, llevó a cabo en Managua, Nicaragua del 28 al 30 de septiembre el Taller de Innovación de Productos Turísticos Multidestino.

Cerca de 42 profesionales del turismo de Centroamérica se dieron cita en Managua para participar en el evento. Entre ellos destacaban propietarios y gerentes de producto de las Tour Operadoras, representantes de las Autoridades Nacionales de Turismo, representantes de las Cámaras miembros de FEDECATUR y de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana. El ejercicio desarrollado en Managua dejó como resultado seis magníficas e innovadoras propuestas de las cuales se espera poder perfilar planes para conformar la cartera de proyectos que CATA presentaría al seno del CD-CATA para su aprobación y ulterior búsqueda de fondos para su ejecución.



## CATA inicia Estudios Best Prospect - o Mejores Prospectos - en tres de sus seis mercados meta europeos

Con el objetivo de mejorar el trabajo de promoción y posicionamiento de Centroamérica en los mercados del Reino Unido, España y Alemania, CATA llevó a cabo el proceso de licitación privada para desarrollar los estudios "best prospect" (mejores prospectos) para el producto multidestino. Dichos estudios ayudarán a alcanzar dicho objetivo a partir de la ejecución de acciones efectivas y eficientes y del diseño de estrategias con base en las expectativas, y demandas de los mejores prospectos turísticos y de potencial interés para la región.



Del proceso resultó seleccionada la empresa norteamericana Euromonitor, la cual ha tenido una excelente

experiencia de trabajo en Centroamérica. Como resultado de esta contratación, CATA espera contar con un documento actualizado sobre la demanda potencial de los mejores prospectos por país de origen con enfoque hacia los viajeros multidestino y long haul, y un reporte sobre el nivel de posicionamiento de la marca Centroamérica en esos mercados específicos.

## CATA participa en su Segundo Taller Regional para la Construcción del Programa de MIPYME's Turísticas



Con el objetivo de contar con un esquema general de la iniciativa, ruta crítica, actores y definición de los componentes para la construcción de un producto financiero para el Programa de MIPYME's turísticas, Centroamérica está desarrollando una serie de talleres participativos a través de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) con el apoyo del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).

CATA fue parte del segundo taller que se llevó a cabo en la ciudad de Panamá el 21 de septiembre pasado, en el cual tuvo la oportunidad de contribuir con la formulación y definición del marco conceptual de los componentes del programa, especialmente en el componente de Mercadeo y Promoción.

## Multidestino Centroamericano siempre es noticia en Europa



Como parte de la estrategia de posicionamiento y difusión de los atractivos y producto multidestino centroamericano, CATA llevó a cabo en el segundo semestre del 2016 un total de 97 viajes de prensa en el cual movilizó por todo el istmo a cerca de 54 medios de comunicación provenientes de Francia, Italia, España, Alemania, Reino Unido, Holanda y Francia. Entre los medios de comunicación figuran: SZ Wohlfühlen, Touristik aktuell de Alemania; BBC-Radio, Sunday Independent del Reino Unido; Diario ABC, El Economista, Radio Euskadi de España; Lonely Planet France,

France Dimanche de Francia; De Telegraaf, VRIJ Magazine de Holanda; Il Giornale, Icon Panorama de Italia.

Basado en el nivel de audiencia que alcanzan los medios de comunicación invitados durante este segundo semestre del 2016, podemos indicar que las bellezas, riqueza cultural, histórica y patrimonial de Centroamérica han sido expuestas a más de setenta y nueve millones de europeos distribuidos en Italia, Reino Unido, Holanda, Francia, España y Alemania.

Con el fin de dar continuidad a la línea de trabajo implementada por Centroamérica para mantener a la región como parte de las noticias de viaje en nuestros mercados meta en Europa, durante este segundo semestre CATA, además de invitar a los medios de comunicación tradicionales, también atendió a blogueros de gran influencia para cada mercado, y que hacen uso de las nuevas tendencias de comunicación digital. Centroamérica se presentó como un multidestino de gran belleza que destaca por su riqueza natural, arqueológica, y cultural, y la calidez y receptividad de sus pueblos,





## Multidestino Centroamericano en franco ascenso en mercados metas de Europa

Promover y facilitar la comercialización del producto multidestino centroamericano es una de las tareas que CATA ha venido ejecutando como parte de la estrategia de promoción del producto para los comercializadores de los mercados meta de Europa y el acercamiento a los mercados de las empresas turísticas centroamericanas promotoras de las ofertas multidestino.

Durante el segundo semestre del 2016, CATA, en conjunto con las Autoridades de Turismo de Centroamérica y FEDECATUR, operó 80 viajes de familiarización en Centroamérica, en los cuales fueron movilizados 36 nuevos mayoristas interesados en el producto multidestino de la región.

Durante este período tuvimos mayoristas como TUI Spain, Nuba y Press Tours, todos de España; Santana Travel, Take Off Erlebnireisen, Aventour GmbH, Reisebüro Kruse, de Alemania; Jet Tours, Alma Latina, Marco Vasco y



Características de Américas, provenientes de Francia; Tenzing Travel, Treasury Travel, Travel Counseulors y Travel Club de Holanda. Del Reino Unido llegaron 11 mayoristas entre los que se encuentran: Last Frontieres, Original Travel Select, Latin America, y Mot Mot Travel.

## CATA presenta su Informe de Ejecución Técnica Presupuestaria del III desembolso de Proyecto de Fortalecimiento financiado por China Taiwán

En octubre recién pasado, CATA como órgano ejecutor del proyecto "Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana", rindió su tercer informe de ejecución técnica y financiera al Gobierno de China Taiwán a través de la Secretaria de Integración Turística Centroamericana (SITCA), organismo gestor de dicho proyecto.

Entre las acciones ejecutadas en el período de junio 2015 a octubre 2016 con los fondos provenientes de Taiwán se realizaron seminarios de capacitación y presentaciones del destino dirigidas a Mayoristas y Agentes de Viajes europeos; y, viajes de familiarización de 54 agencias mayoristas y 65 periodistas procedentes de los seis mercados metas europeos. Con el aporte de Taiwán para el desarrollo de la estrategia de posicionamiento de Centroamérica en Europa se ejecutaron campañas de promoción integral del multidestino, y actualmente se hace el estudio de mejores prospectos en el mercado español.

Así mismo, el proyecto apoyó a finales del 2015 la realización de tres caravanas que tuvieron lugar en París,



Milán y Ámsterdam en las que participaron 14 Tour Operadores centroamericanos que tuvieron acceso a negociar con 83 mayoristas europeos. De igual manera, se desarrolló en Managua el Taller de Lineamientos Estratégicos e Innovación de Productos Multidestino que dio como resultado seis innovadoras propuestas.

Centroamérica agradece al pueblo y Gobierno de Taiwán su invaluable apoyo al desarrollo turístico de la región.



## CATA y American Airlines - Spain promueven Centroamérica como Destino MICE

De cara a la búsqueda de nuevas ofertas para el producto MICE (Encuentros, Incentivos, Ferias y Congresos, por sus siglas en inglés) los representantes de las empresas Grupo Pacífico, Terra Viajes, BCD Travel, American Express Spain, TUI Spain, NUBA y Press Tours, todas ellas especializadas en el producto MICE, atendieron la invitación de CATA y American Airlines-Spain para visitar Honduras y Guatemala del 11 al 18 de noviembre a fin de reconocer el potencial y facilidad instalada en estos países para atender a este exigente segmento de viajes.

## CATA presenta estrategias de promoción del multidestino a sector turístico guatemalteco



La capital guatemalteca se vistió de gala los días 21 y 22 de noviembre pasado con la celebración del X Congreso Nacional de Turismo. El evento, organizado y promovido por la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR), logró reunir a más de doscientos empresarios provenientes de todos los rincones del país, así como a reconocidos expositores procedentes de Guatemala, resto de Centroamérica y Europa que tuvieron bajo su responsabilidad el disertar sobre temas de actualidad y gran alcance para el desarrollo de este importante y dinámico sector económico.

CATA fue invitada a presentar la estrategia de promoción del multidestino que ejecuta Centroamérica en seis mercados europeos. Durante la presentación a cargo de su Secretaria General, Lic. Ana Carolina Briones Pereyra, se explicó ampliamente el trabajo y actividades que se realizan en seis mercados metas: Alemania, España, Francia, Holanda, Italia y Reino Unido, para posicionar la marca y el producto multidestino de la región en la preferencia de los viajeros de aquellas latitudes. Así mismo, CATA informó a los empresarios que la Agencia se encuentra desarrollando tres importantes estudios – best prospect – para el mercado británico, español y alemán respectivamente. Los resultados, a ser compartidos con los empresarios a través de la Federación Centroamericana de Cámaras de Turismo (FEDECATUR), serán la base sobre la cual se construirá un plan de acción para mejorar el trabajo de promoción y posicionamiento de Centroamérica en estos mercados específicos.



[www.catatourismagency.org](http://www.catatourismagency.org) • [www.visitcentroamerica.com](http://www.visitcentroamerica.com)

**Agencia de Promoción Turística de Centroamérica - CATA - Centroamérica**

Edificio SG- SICA, Final Bulevar Cancillería, Distrito El Espino, Ciudad Merliot, Antiguo Cuscatlán. La Libertad, El Salvador  
(503) 2248-8800 / 2248-6923