

Costa Rica lideró la integración y promoción turística de Centroamérica y República Dominicana durante el semestre I de 2021, el año del Bicentenario

De enero a junio de 2021 el Gobierno de Costa Rica por medio del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), representado por el Ministro Gustavo Segura, ejerció la Presidencia Pro Témporte del Consejo Directivo de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés), impulsando una agenda de integración más verde, sostenible y resiliente.

A lo largo del semestre, Costa Rica apostó por continuar con las labores realizadas durante el 2020 para garantizar la adaptabilidad de la industria ante el escenario provocado por la COVID-19. En ese sentido, promovió el fortalecimiento de las capacidades en planificación, el apoyo al desarrollo del capital humano, así como la transformación digital. Al mismo tiempo, lideró las primeras acciones de promoción en el marco del año del Bicentenario de Independencia de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

Asimismo, durante dicho periodo la innovación y la búsqueda de alianzas estratégicas fueron uno de los

componentes claves para el país centroamericano, centrando sus esfuerzos en promover iniciativas que inyectaran celeridad a la reactivación del sector turístico de la región. Esto con el propósito de contribuir a la recuperación, con desarrollo socioeconómico inclusivo para mejorar la calidad de vida de las personas que encuentran en el turismo su fuente principal fuente de oportunidades.





CATA fortaleció su marco de acción institucional al aprobar los Estatutos de la Agencia de Promoción Turística

Con el compromiso de reforzar la institucionalidad de la Agencia y dar seguimiento a las acciones implementadas por esta, bajo la gestión de la Presidencia Pro Tempore de Costa Rica se dio prioridad a las pautas institucionales de CATA, sentando las bases para un accionar más ágil y robusto.

En ese sentido, con las sinergias del Consejo Directivo, se logró la Aprobación del texto definitivo de los Estatutos de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica -CATA, conforme a la propuesta de modificación presentada por el Comité Ad-Hoc y a las votaciones realizadas por el Consejo Directivo de CATA. Este es un documento normativo de la Agencia y de sus miembros, que permitirá modular el quehacer de la institución adaptándose con ello a la nueva realidad y necesidades del sector turismo en la región.



Central America Tourism Agency

ESTATUTOS DE LA AGENCIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CENTROAMÉRICA (CATA)

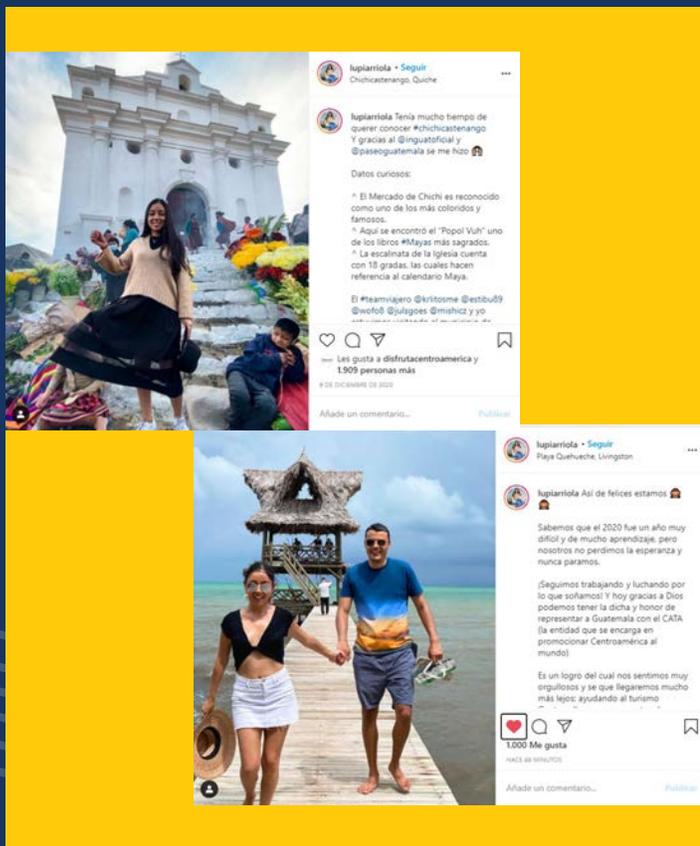


CATA desarrolló campaña con influenciadores de Centroamérica para la promoción del turismo intrarregional

El mercado intrarregional constituye el segundo nicho más importante para el sector turístico de los países de Centroamérica. En 2019, 5.13 millones de turistas fueron provenientes de los países de la región representando el 29% del total. En ese sentido, CATA desarrolló una campaña con influenciadores de la región denominada “Puentes de Centroamérica”, realizada de marzo a mayo de 2021 con el objetivo de fortalecer, promocionar y reactivar el turismo en el mercado intrarregional en tiempos post confinamiento.

La campaña se implementó mediante trabajo colaborativo con 10 perfiles de influenciadores de Guatemala, Belice, Costa Rica, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Panamá, los cuales realizaron 164 publicaciones en total entre post, stories y lives con los cuales se alcanzó a una audiencia de 739,000 personas, con 580,713 impresiones, un alcance de 119,043 usuarios únicos impactados con esta campaña y un engagement de 16,621%.

Los recorridos contemplaron la exploración de bosques, volcanes, ciudades coloniales, surf, sol y playa. Asimismo, cada influenciador constituyó el puente para dar a conocer sobre la gastronomía, el misticismo, el wellness, mindfulness y la cultura milenaria que la región tiene para ofrecer al viajar a Centroamérica.



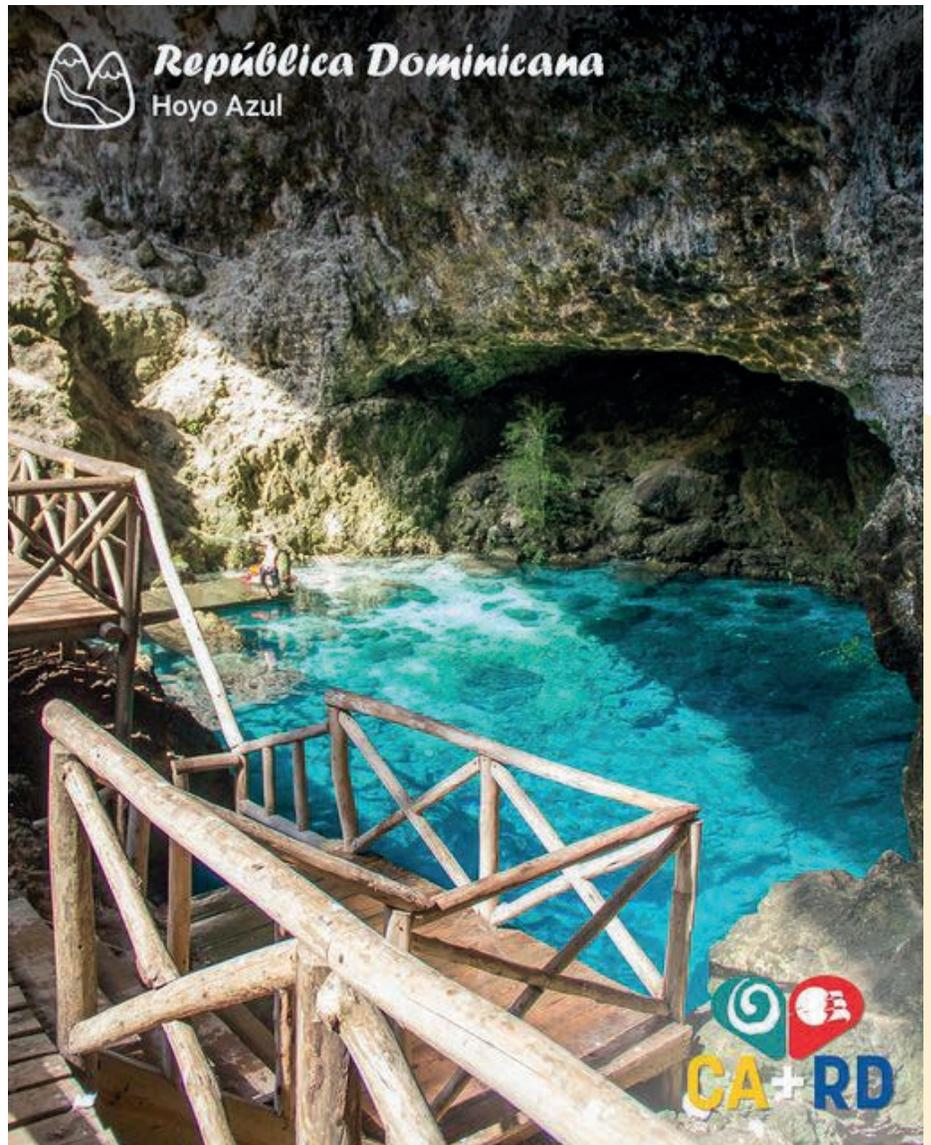


Centroamérica y República Dominicana dijeron sí a la fusión de sus mundos para la promoción y reactivación turística de la región

La industria turística mundial vive un momento histórico y se abre con esperanza hacia el futuro. Centroamérica y la República Dominicana no se quedaron atrás y durante el primer semestre de 2021 apostaron por proyectarse de manera conjunta con el lanzamiento de la campaña: “Centroamérica + República Dominicana: El viaje más saludable del mundo”, que es ejecutada por CATA.

La puesta en marcha de la campaña con el lema #JuntosSumamos contempla entre algunas de sus acciones crear productos turísticos entre operadores de ambos territorios para darlos a conocer a mayoristas de Europa y América, así como aprovechar la conectividad de República Dominicana – Panamá como un puente entre la región.

La iniciativa está basada en un concepto de salud y bioseguridad simbolizados a través de un corazón saludable en donde se refleja a República Dominicana como un socio estratégico de Centroamérica para la promoción de ofertas vinculadas al wellness, combinados con playa, naturaleza y patrimonio que permite al viajero disfrutar de un todo.





CATA inició la campaña “Centroamérica 200” para conmemorar el Bicentenario de los países de Centroamérica

En junio de 2021, CATA inició una campaña de promoción turística en el marco de los 200 años de independencia de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica. A la iniciativa también se sumó Panamá, quien conmemora su bicentenario de independencia en noviembre de 2021, con lo cual se espera prolongar la campaña a finales del año.

Bajo los lemas “Centroamérica 200” y “Abraza tu bandera” se espera generar mayor involucramiento de los distintos sectores afines al turismo y la integración centroamericana. La campaña está dividida en 3 fases entre las que se destacan sensibilización, co-marketing, seguido de una etapa de comercialización conjunta para promover el turismo intrarregional con la que se espera impulsar acciones con aerolíneas de la región para promover los destinos de Centroamérica en la etapa de reactivación turística.

Desde el inicio de su implementación a la fecha, la campaña ha alcanzado casi medio millón de usuarios con solo la implementación de su primera fase, una campaña que sin duda generará flujo turístico a la región, combinando el sentimiento patriótico, histórico y cultural con un eje comercial fomentando el turismo intrarregional.

#Centroamerica200



¡SOMOS
Color, ritmo y
eSpiritu de fuerza!

Centroamérica
#Centroamerica200



¡SOMOS
un pulmón
del planeta,
que da vida al 12% de la biodiversidad del mundo!

Centroamérica
#Centroamerica200



¡SOMOS
el corazón
de América,
una región nacida en hermandad!

Centroamérica
#Centroamerica200



CATA realizó The Best Of The Best, un tour por lo mejor de Centroamérica y República Dominicana 2021

Con el ánimo de dar continuidad a las acciones de mitigación y recuperación realizadas durante el 2020, CATA desarrolló un tour por lo mejor de Centroamérica y República Dominicana denominado The Best Of The Best, con los productos turísticos estrella que cada uno de los países de la región prepararon para este 2021.

Una oferta vinculada a la naturaleza, aventura, ecología y sostenibilidad figuraron entre una de las grandes potencialidades de la región. Todo esto con el propósito de mantener el puente de comunicación con el mercado europeo, dando como resultado la participación de alrededor de 400 personas entre mayoristas y medios de comunicación de los mercados meta de CATA en Europa.

Con esta acción, CATA junto a los países de la región continuaron su apuesta por la innovación de la industria y la aceleración de la digitalización de los servicios, lo cual se combina perfectamente con una oferta turística idónea para realizar turismo en tiempos post confinamiento provocado por la COVID-19



Punta Cana fue la sede del Innovation Tourism + Talk edición República Dominicana impulsado por CATA

CATA en estrecha vinculación con la Asociación de Hoteles y Turismo de la República Dominicana (ASONAHORES) y el Ministerio de Turismo de la República Dominicana (MITUR), realizaron el Innovation + Tourism Talk - Edición República Dominicana, un capítulo conceptualizado con el propósito de fortalecer la competitividad y capacidad innovadora del sector turismo, así como transformar inteligentemente la propuesta turística ante el nuevo escenario provocado por la pandemia.



APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN ÉPOCA DE COVID

8 de abril
9:00 a.m. - 12:30 m.d.

Punta Cana, República Dominicana

PARTICIPAN:

ORGANIZAN:

MAYOR INFORMACIÓN CON ASONAHORES
mercadeo@asonahores.com

Los asistentes abordaron temáticas como la transformación digital y la robótica para el renacer de un nuevo sector hotelero; la innovación y sostenibilidad: energizando el futuro del turismo, así como la presentación de CATA como un modelo de éxito para la promoción de Centroamérica ante el mercado turístico internacional.

**PUNTA CANA
8 DE ABRIL 2021**



En el evento participaron 135 personas del sector público y privado de la Isla para fortalecer su competitividad y capacidad innovadora, así como transformar inteligentemente la propuesta turística ante el nuevo escenario provocado por la pandemia.





CATA promovió las mejores mezclas de Centroamérica y República Dominicana con un cocktail Show para el mercado europeo

La cultura de coctelería de la región se caracteriza por la fusión de sus culturas, ubicación geográfica, así como su diversidad climática, lo cual es fuente de una gran variedad y disponibilidad de ingredientes que permite disfrutar de mezclas únicas.

En ese sentido, CATA desarrolló un espacio para que descubrir Centroamérica y la República Dominicana desde el sabor de sus tragos, una verdadera oportunidad para promover uno de los atractivos más emblemáticos de la gastronomía regional.

Al evento dieron asistencia alrededor de 75 medios de comunicación quienes a través de zoom y Facebook live fueron testigos de una forma innovadora de promover los países de la región con un evento dinámico donde los protagonistas fueron los frutos tropicales y los licores más característicos de la región.

COCKTAIL SHOW





Centroamérica y República Dominicana promovieron su oferta turística en FITUR 2021

CATA junto a los países de la región participaron en la Feria Internacional de Turismo – FITUR, con el propósito de promover la resiliencia y sostenibilidad a través de viajes llenos de salud y naturaleza. La edición número 49 de FITUR se realizó del 19 al 23 de mayo en Madrid, España, constituyendo un punto de encuentro esencial para la reactivación de la industria turística.



Por su alto impacto internacional, buscó favorecer la reconexión entre profesionales, empresas, países y destinos para avanzar con esperanza hacia la recuperación del sector. En ese sentido, CATA apostó por poner en valor la oferta turística de Centroamérica y República Dominicana, impulsando una industria más verde.

Además, durante la edición de FITUR, los países de Centroamérica y República Dominicana promovieron en diferentes espacios información oportuna y de actualidad sobre los productos y novedades turísticas de la región, entre ellos conexiones aéreas, sellos de calidad turística, protocolos de bioseguridad, solicitud de pruebas PCR/antígenos. Todo esto con el propósito de regenerar la confianza y la consolidación de destinos bio-seguros.





Centroamérica y República Dominicana participaron en la XXIV edición de CIMET en el marco de FITUR 2021

Los países que conforman la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) participaron de forma híbrida en la XXIV edición de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo CIMET 2021, el evento tuvo lugar el martes 18 de mayo en el Centro de Convenciones de IFEMA.

Autoridades Institucionales, Turísticas y Empresariales de Iberoamérica se dieron cita en una sesión que puso en relieve la importancia de las Oportunidades de la Inversión Turística en los países. Para ello, se realizaron intervenciones de aproximadamente cinco minutos, donde los asistentes dieron a conocer los planes e incentivos a la inversión de empresas turísticas, directamente de boca de los ministros de Turismo de cada Gobierno.

Para el caso de la región, se contó con la participación presencial del Ministro de Turismo de Guatemala, Mynor Córdón; y de la Ministra de Turismo de Honduras, Nicol Marrder. Asimismo, se contó con la participación virtual de la Ministra de Turismo de El Salvador, Morena Valdez; la Ministra de Turismo de Nicaragua, Anasha Campbell; Ministro de Turismo de Costa Rica, Gustavo Segura; y Vice Ministra de Turismo de Panamá.





CATA entregó "The Best Article Awards" a periodistas de España por su contribución a la promoción del multidestino

En el marco de la edición 49 de FITUR, la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica realizó la entrega de premios The Best Article Awards 2021, con la cual reconoció a periodistas de España que durante el 2020 publicaron artículos para destacar la oferta turística de Centroamérica y República Dominicana con un enfoque de multidestino.

Los ganadores fueron Rafael Miñana, director de Gaceta del Turismo, por el artículo Bodas y lunas de miel 2021: Vive la experiencia más romántica en Centroamérica; Juanjo Santacana, editor en el suplemento Status del diario El Economista, con su artículo La lista de las mejores playas de Centroamérica y República Dominicana; Lola Mora, redactora del suplemento Viajes del diario El Mundo, con su artículo Estos son los yacimientos mayas más fascinantes de Centroamérica.



La entrega de reconocimiento tuvo como propósito poner en valor la excelencia del trabajo informativo y la contribución de los trabajos editoriales a la divulgación de la riqueza cultural, natural y patrimonial de la región.





CATA implementó taller de marketing digital en tiempos de COVID-19 para fortalecer la industria turística regional



CATA siguió trabajando con mayores niveles de innovación e integración de la industria del turismo en la región, en estrecha relación con el sector público y privado para garantizar su inserción en el nuevo escenario para el desarrollo de la actividad turística.

En ese sentido CATA desarrolló el taller denominado “¿Cómo elaborar planes de marketing digital en época de COVID?”, enfocado en asesorar a los gerentes de mercadeo de las Administraciones Nacionales de Turismo de Centroamérica y República Dominicana, así como representantes de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) para la implementación de una estrategia digital efectiva sobre los destinos en los mercados meta de la región.

La sesión estuvo compuesta de tres conferencias magistrales impartidas por el equipo de especialistas de Moreturismo Internacional, en las que participaron 60 personas provenientes de los diferentes sectores que integran la industria turística. El taller estuvo complementado con cápsulas informativas impartidas por representantes de Expedia y Euromonitor, unas de las principales empresas especializadas en viajes e investigación del mercado.



CATA fortaleció la interlocución con actores estratégicos vinculados al turismo

Durante el primer semestre de 2021, CATA intensificó la búsqueda de espacio con diferentes actores del sector turístico para diversificar los espacios de diálogo en pro de una recuperación acelerada, para ello compartió espacio con la academia, sector privado, líneas aéreas, gestores de conectividad, organismos entre otros, participando en espacios de diálogo para dar a conocer la gestión regional del turismo y las acciones particulares realizadas desde la agencia en la etapa de reactivación turística.



ADMINISTRACIÓN CUNREU

Gestión Regional del Turismo

CAROLINA BRIONES
Secretaria General de CATA

Su experiencia en turismo ha estado más enfocada al marketing, desempeñando importantes trabajos con el sector turismo privado - público

CUNREU
Centro Universitario de Guatemala
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Turismo Comunitario en Sitios Arqueológicos

ANA BEATRIZ GONZALES
Organización Mundo Maya

Coordinación y asistencia a viajes de estudio, viajes de familiarización y de prensa dentro de la región Mundo Maya (Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y México).

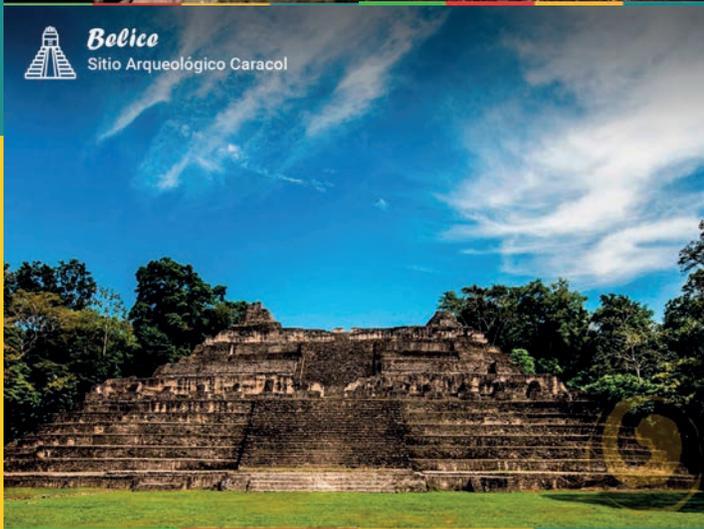
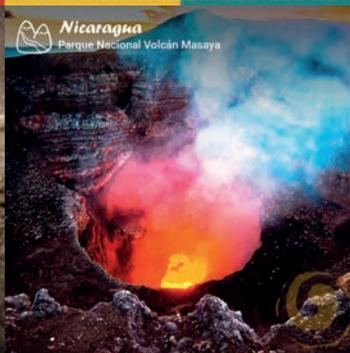
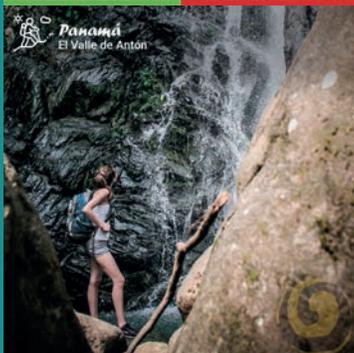
CATA
Central America Tourism Agency

MUNDO MAYA





Centroamérica posicionada en el mercado intrarregional y Europeo por medio de las gestiones de CATA



Tras la implementación de la Estrategia de promoción y mercadeo digital para posicionar tanto el turismo intrarregional en los países de la región SICA como el multidestino Centroamericano en los seis mercados meta de CATA durante el semestre se logró alcanzar tanto en la web como en redes sociales a más de 12 millones de personas, las cuales generaron más de 13 millones de impresiones.

Además, aunado a las acciones de mercadeo digital la región fue posicionada en los medios de comunicación de los mercados meta de CATA en Europa, logrando solo en el semestre un valor publicitario total de 2,938,895 un valor informativo total de 8,300,249 y una audiencia total de 1,291,134,532.



CATA realizó el primer HACKATHON para la creación de productos turísticos multidestino entre Centroamérica y República Dominicana

La etapa de reactivación turística representa la oportunidad perfecta para el renacer de una industria más resiliente y sostenible. En ese contexto CATA desarrolló el primer gran hackathon para la creación de productos turísticos multidestino denominado “Juntos sumamos”, un evento digital sin precedentes, el cual se ejecutó en el marco de la estrategia de fortalecimiento del intercambio e integración turística entre la República Dominicana y Centroamérica.

El evento se realizó los días 13 y 15 de Julio del 2021 de manera virtual, fechas en las que más de 40 tour operadores de la región se dieron cita para rescatar la esencia de los destinos y generar ofertas que promuevan una experiencia integral entre los dos mundos turísticos con un alto sentido de bienestar y salud.

A la iniciativa también se sumaron aerolíneas que operan en la región para contribuir a la construcción de paquetes multidestino con especial énfasis en la conectividad entre los destinos para confeccionar ofertas apegadas a las demandas de los viajeros. Es por ello que Volaris, Copa Airlines y la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), así como Director de Líneas Aéreas del Ministerio de Turismo de la República Dominicana se sumaron a este innovador evento para dinamizar y enriquecer la discusión y creación de productos entre los empresarios desde su experiencia en el rubro.



1º HACKATHON DE CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

Un evento digital sin precedentes en la integración turística regional con la participación de **40 OPERADORES** para construir paquetes multidestinos únicos.

13 y 15 de julio de 2021

CA+RD
¡EL VIAJE MÁS SALUDABLE DEL MUNDO!



CATA desarrolló talleres para fortalecer la presencia de la industria turística de Centroamérica en el ecosistema digital

CATA ejecutó una serie de talleres para fortalecer la presencia de la industria turística de Centroamérica en el ecosistema digital como parte del proyecto 'Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana', a través del apoyo de la República de China (Taiwán).

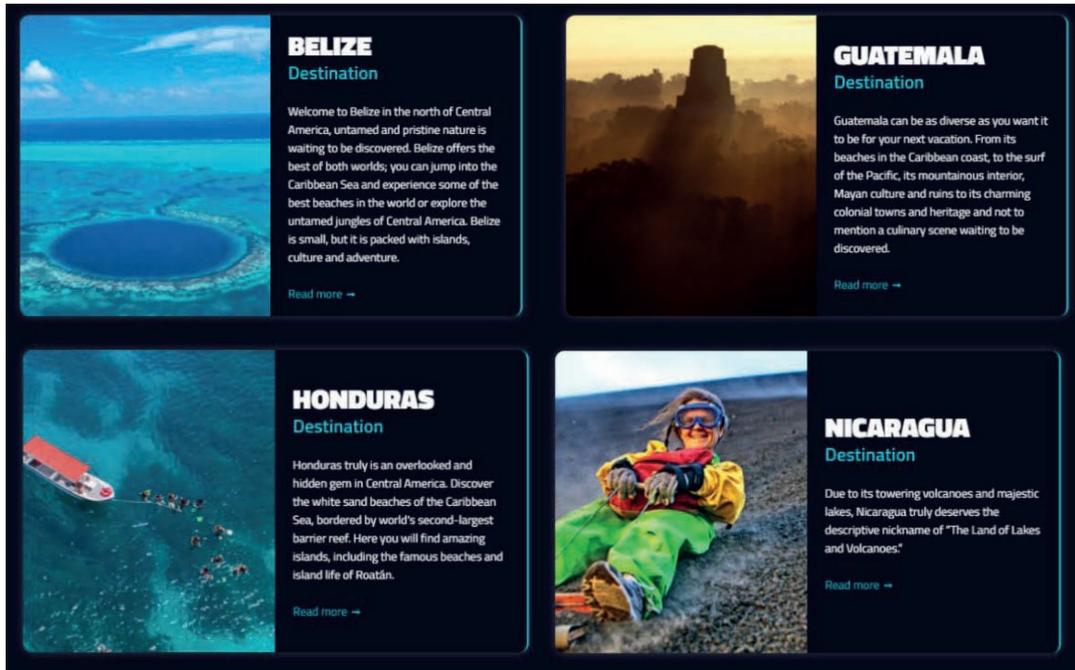
En el encuentro de formación participaron alrededor de 280 empresas, así como representantes de las Administraciones Nacionales de Turismo de Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua en el marco de la estrategia de promoción turística, dirigida al mercado de Estados Unidos, en la que participan en conjunto los 4 países.

La jornada estuvo centrada en el aprendizaje a través de plataformas digitales como Google My Business, con la cual se buscó que las empresas aprendieran a configurar, verificar y administrar su perfil comercial en la plataforma de Google mediante la herramienta de aplicación gratuita. Asimismo, en el taller los participantes aprendieron cómo crear o solicitar y maximizar su perfil comercial en Tripadvisor, mientras aprovechan las herramientas gratuitas que ofrece esta plataforma para administrar su reputación online.





CATA realizó presentaciones de destino de Centroamérica para el mercado de Estados Unidos



La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica realizó una presentación de destino con el ánimo de promover la oferta turística de Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua en el mercado de los Estados Unidos de Norte América, en el marco del proyecto 'Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana', ejecutado con apoyo de la República de China (Taiwán).

El evento se desarrolló los días 2 y 3 de junio de 2021 con el propósito de posicionar, en la mente de mayoristas estadounidenses, el producto turístico de los 4 países, para que sean incluidos en las acciones de comercialización por medio de sus catálogos de oferta turística. También se contó con la participación de medios de comunicación para proporcionarles los insumos necesarios para difundir los atractivos a través de sus artículos o notas periodísticas.



www.catatourismagency.org • www.visitcentroamerica.com

Agencia de Promoción Turística de Centroamérica - CATA - Centroamérica

Edificio SG- SICA, Final Bulevar Cancillería, Distrito El Espino, Ciudad Merliot, Antigua Cuscatlán. La Libertad, El Salvador

(503) 2248-8800 / ☎ +503 7051-8862