



Belice impulsó el posicionamiento en mercados turísticos internacionales durante el primer semestre 2023

Durante el primer trimestre de 2023, Belice ejerció la Presidencia Pro Témpace del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), y con ello, el liderazgo del Consejo Directivo de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés).

En términos de promoción turística, durante el primer trimestre de 2023, Belice continuó los esfuerzos regionales para posicionar a la región como un multidestino único en mercados internacionales, especialmente en Europa. Además, dirigió la agenda turística con acciones para estimular y facilitar el desarrollo sostenible del turismo en Centroamérica y República Dominicana, promoviendo la recuperación responsable del turismo post pandemia, la promoción, el mercadeo turístico con un enfoque de turismo responsable, sostenible y accesible.

Ministro de Turismo y Relaciones con la Diáspora de Belice, Sr. Anthony Mahler, comentó que, para Belice, esta Presidencia Pro Témpace representó una oportunidad única para promover unidad entre las regiones de Centroamérica y el Caribe que juntos reciben aproximadamente el 17% de visitas internacionales en toda las Américas.





En el marco de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) 2023, se desarrolló un acto simbólico en el que Belice asumió la Presidencia Pro Témpore de CATA. El acto estuvo presidido por el honorable Ministro de Turismo y Relaciones con la Diáspora de Belice, Sr. Anthony Mahler, quien recibió de parte del Embajador de la República Dominicana en Madrid, Sr. Aníbal de Castro, la Presidencia Pro Témpore de la plataforma de trabajo que permite avanzar año con año en la integración, promoción y posicionamiento del turismo regional.

El acto del corte de cinta contó con la participación de la Sra. Anasha Campbell, Ministra de Turismo de Nicaragua; la Sra. Yadira Gómez, Ministra de Turismo de Honduras; el Sr. William Rodríguez, Ministro de Turismo de Costa Rica; la Sra. Nicole Solano, Viceministra de Turismo y Relaciones con la Diáspora de Belice; el Excmo. Sr. Mauricio Peñate, Embajador de El Salvador en España; el Excmo. Sr. Allen Sellers, Embajador de Panamá en España; el Sr. Rolando Schweikert Presidente de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR); la Sra. Ligia Miranda, Secretaria Ejecutiva de SITCA; y la Sra. Carolina Briones, Secretaria General de CATA. También, se contó con la presencia del Excmo. Sr. José María Liu, Embajador de la República de China (Taiwán) en España.

CATA realizó exitosa caravana de promoción turística de Centroamérica y República Dominicana en España

La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) desarrolló una caravana de promoción turística para promover la amplia oferta complementaria de Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y República Dominicana, como parte de una ambiciosa agenda que busca reestablecer por completo el vínculo entre la industria turística de la región con Europa.

El evento se realizó en el marco de la Feria Internacional del Turismo (FITUR), la cual se desarrolló del 18 al 22 de enero en Madrid. En ese contexto, CATA aprovechó el primer epicentro global del turismo 2023 para ofrecer un espacio en las principales ciudades de España, con el propósito de generar un mayor conocimiento de los destinos, nuevos productos turísticos, así como las opciones que ofrecen en cualquier época del año y para todo tipo de clientes, reforzando de esta manera las herramientas de ventas.

En ese sentido, Barcelona y Madrid fueron la sede donde del 16 al 17 de enero, respectivamente, más de 90 mayoristas españoles sostuvieron acercamientos de negocios con 23 empresas tour operadoras del turismo de Centroamérica.



La oferta turística presentada en estos eventos aglutinó diferentes circuitos de alta calidad enfocados al Leisure, Cultura, Naturaleza, Bodas, Aventura, Arqueología, Patrimonio de la Humanidad, Wellness.

La caravana de promoción turística fue un esfuerzo organizado por CATA en estrecha coordinación con las Administraciones Nacional de Turismo de la región, la cual contó con la participación especial de la Organización del Mundo Maya, robusteciendo dichas jornadas de negociación. El desarrollo del evento contó con el apoyo financiero de la República de China (Taiwán), como parte del proyecto "Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana".



La Agencia de Promoción inició el año con una apuesta decidida por recuperar los espacios para la promoción, comercialización y posicionamiento del multidestino turístico en los mercados internacionales, especialmente en Europa.

Las rondas de negociaciones contaron con la participación de Sra. Ninotchka Torres, Ministra Consejera de la Embajada de la República Dominicana; Sra. Nicole Solano, Viceministra de Turismo y Relaciones con la Diáspora de Belice; Sr. Carlos Augusto Medrano Galicia, Consejero Comercial de Inversión y Turismo de la Embajada de Guatemala; Sra. Reizel Vilorio, Viceministra de Turismo de Honduras; Sra. Carolina Valerio Ministra de la Embajada de Honduras; Sr. Benito Miró Castells, Cónsul General de El Salvador en Barcelona; Sr. Pablo Campos Servellón, Cónsul de El Salvador en Barcelona; Excmo. José María Liu, Embajador de la República de China Taiwán en España; Sra. Ana Beatriz González, Secretaria Técnica la Organización del Mundo Maya (OMM); Sra. Ligia Miranda, Secretaria Ejecutiva de SITCA; Carolina Briones, Secretaria General de CATA.





CATA participó en FITUR 2023 con altas expectativas para el turismo de Centroamérica y República Dominicana



La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) participó con gran optimismo y mucha expectativa en la edición número 43 de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), la cual se realizó del 18 al 22 de enero de 2023 en el recinto de Ifema, Madrid, España.

El incremento de la actividad turística registrado en la región, con cifras muy alentadoras, durante los últimos años propiciaron un clima ideal para el repunte definitivo del turismo. Es por ello, que CATA centró su participación en FITUR con una ambiciosa agenda de trabajo para promover ante el mundo la oferta complementaria de Centroamérica y República Dominicana.

La nueva edición de FITUR se consolidó como el punto de encuentro global para los profesionales de turismo, ideal para hacer crecer la red de contactos, alcanzar las mejores ofertas personalizadas y conocer las nuevas tendencias para la industria.

Guatemala figuró como país socio, así mismo la República Dominicana participó como patrocinador oficial de la feria. Con estas acciones, ambos países miembros de CATA abrieron una ventana de oportunidades para que los ojos del mundo se situaran sobre el resto de la región, la cual destaca por su impresionante riqueza natural y cultural.

En el marco de la feria, CATA también realizó una conferencia de prensa donde de manera formal se Belice asumió la Presidencia Pro Témptore del Consejo Directivo de la Agencia. Asimismo, desarrolló una caravana de promoción turística en Madrid y Barcelona respectivamente. Las principales ciudades de España fueron sede de este evento completamente presencial donde se dio a conocer directamente la oferta turística renovada y adaptada que la región tiene para ofrecer durante 2023 a los viajeros.

La Agencia de Promoción inició el año con una apuesta decidida por recuperar los espacios para la promoción, comercialización y posicionamiento del multidestino turístico en los mercados internacionales, especialmente en Europa. Con ello, se pretende consolidar la recuperación plena del turismo en Centroamérica y República Dominicana.



CATA recibió premio a la Excelencia Turística Internacional 2022 por innovación en campañas digitales para la promoción del turismo regional



La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) recibió por cuarta ocasión el Premio a la Excelencia Turística, otorgado por el Grupo Excelencias, durante la edición número 43 de la Feria Internacional de Turismo FITUR, la cual se realizó del 18 al 22 de enero en el recinto de IFEMA, Madrid, España.

Dicho reconocimiento es otorgado a los proyectos turísticos, empresas o instituciones que destacan a lo largo del año por acciones relevantes, ideas significativas o planes creativos que marcaron la diferencia en el sector turístico durante el 2022, convirtiéndose en un referente para el ámbito del turismo y la gastronomía de Iberoamérica.

CATA fue seleccionada por su relevante innovación en campañas digitales para la promoción y reactivación turística de Centroamérica y República Dominicana. Puntualmente con la campaña “El Origen”, un elemento latente en la idiosincrasia de la región, cuna de la evolución, la naturaleza y las culturas milenarias. Un producto turístico de gran interés para los mercados europeos.

Asimismo, la Agencia apostó por nuevos segmentos en el marco de la reactivación turística, desarrollando una campaña dirigida a nómadas digitales. Con el lema “vive, viaja y conéctate”, buscó promover al istmo como un multidesino ideal para hacer turismo de estadias prolongadas, con la capacidad instalada necesaria para la conectividad digital e infraestructura turística, brindando la oportunidad a los viajeros de rodearse de entornos culturales, naturales y con la garantía de estar siempre conectados al mundo.

Cada una de las campañas se desarrollaron con el ánimo de promover una industria turística más sostenible y resiliente. Lo anterior, marcó la pauta para incursionar con más fuerza en los mercados internacionales, permitiendo avanzar con pasos firmes hacia la recuperación plena del turismo en la región, dando como resultado el reconocimiento en la categoría PREMIOS EXCELENCIAS TURÍSTICAS 2022.

El galardón fue recibido por la Sra. Carolina Briones, Secretaria General de CATA, junto a la Sra. Nicole Solano, Viceministra de Turismo y Relaciones con la Diáspora de Belice, en calidad de Presidencia Pro Tempore de CATA; y la Sra. Yadira Gómez, Ministra de Turismo de Honduras y miembro del Consejo Directivo de la Agencia. También, asistió el Sr. Marlon Brevé, Embajador de Honduras ante el Reino de España; y el Sr. Mauricio Peñate, Embajador de la República de El Salvador ante el Reino de España.

Los PREMIOS EXCELENCIAS fueron creados en 2005 por Grupo Excelencias, con el propósito de fomentar la excelencia en diferentes ámbitos relacionados con el turismo, la gastronomía y la cultura en Iberoamérica.





Convenio de Cooperación Internacional busca mejorar la accesibilidad de los productos turísticos de Centroamérica para personas con discapacidad



La Federación de Cámaras de Turismo de Centro América (FEDECATUR), como ente ejecutor del proyecto, “Herramientas para la Reactivación del Turismo en Centroamérica” (REACTUR), firmó un Convenio de Cooperación Internacional con la Red Costarricense de Turismo Accesible con el objetivo de apoyar en el desarrollo de productos turísticos accesibles e innovadores para mejorar la experiencia de ocio y recreación de personas con discapacidad.

La firma del convenio se realizó durante la 43ª edición de la Feria de Turismo Internacional (FITUR), en Madrid, España.

Este convenio de cooperación entre la RED y FEDECATUR, busca impulsar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en la región, considerando la convención de los derechos de las personas con discapacidad, promoviendo el derecho al ocio y recreación de todas las personas.

Bajo este contexto ahora, ambas entidades cuentan con objetivos definidos dentro del marco de esta iniciativa, lo que permitirá generar sinergias dirigidas a potenciar el impacto en el ámbito de la inclusión de personas con discapacidad en el sector turístico.

De esta forma se pone en marcha la incorporación de iniciativas que promuevan la accesibilidad y la inclusión en el turismo, la promoción conjunta de campañas de promoción de turismo accesible, así como brindar capacitación y formación a personas, empresas, gobiernos locales y organizaciones relacionadas al turismo, para que promuevan o mejoren el servicio que ofrecen a personas con discapacidad.



CATA promovió la oferta turística de la región en la ITB, Feria de Turismo de Alemania



La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) acudió a la edición anual del World's Leading Travel Trade Show, ITB Berlín, donde los actores del turismo internacional se reunieron en el foro central del turismo de Alemania.

Del 7 al 9 de marzo, el pabellón 22 de la feria acogió la participación de CATA, desde donde promovió la oferta multidestino del istmo que permite combinar 2 o más destinos de la región con experiencias de aventura, naturaleza, arqueología y cultura. En ese sentido, compartió las novedades turísticas e información sobre el desempeño del turismo del corazón de las Américas.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), los países de Centroamérica y República Dominicana recibieron en 2022; un total de 21.2 millones de visitantes, de los cuales el 77.4% fueron turistas y 22.6% excursionistas.

De acuerdo con datos preliminares presentado por algunos países de la región, en 2022 la cifra de turistas procedentes de Alemania superó los más de 50,000 viajeros que decidieron viajar a los diferentes países del istmo centroamericano para disfrutar de la excepcional oferta turística complementaria.

En concordancia con los datos más recientes, publicado en enero 2023, la Organización Mundial del Turismo indica que más de 900 millones de turistas realizaron viajes internacionales en 2022, el doble que en 2021. Las Américas, incluidos los países de Centroamérica y República Dominicana, recuperaron alrededor del 65% de los visitantes prepandémicos, lo cual permite prever una recuperación mucho más robusta para el final del año 2023.

En ese sentido, CATA continúa apostando por plataformas internacionales para insertar la oferta turística regional en la nueva dinámica del turismo mundial, por medio de acciones de promoción y mercadeo que permita a los potenciales turistas conocer de primera mano las opciones para visitar los países de Centroamérica y República Dominicana.





CATA ejecuta campaña para promover los beneficios de usar la marca Centroamérica entre los sectores de la industria turística regional

La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) conmemoró la creación de la marca Centroamérica con la puesta en marcha de una campaña para promover el prestigio y los beneficios de utilizar la única marca multidestino en las Américas, encargada de promover la oferta turística de la región en los mercados internacionales.

Este esfuerzo de promoción estuvo dirigido a los diferentes sectores que integran la cadena de valor de la industria del turismo de la región como lo son operadores de turismo, transporte, alojamiento, alimentación, entretenimiento, entre otros. Asimismo, sumó esfuerzos con instituciones regionales vinculadas a la integración centroamericana.

La amplia oferta turística de Centroamérica y República Dominicana se nutre del trabajo realizado día a día por los diferentes rubros que operan para brindar servicios de calidad a los turistas que visitan cada país de la región, por lo que esta acción de promoción se suma a los esfuerzos realizados en los últimos dos años por CATA para acompañar y respaldar al sector turístico empresarial del istmo.





La marca está inspirada en la esencia ancestral de la región. Su tipografía e isotipo está basado en el sistema logo-silábico compuesto por signos y símbolos, utilizado por las culturas prehispánicas. Sus colores representan el calor humano de su gente, el sol, los océanos, y la biodiversidad.

Este esfuerzo se realizó en el marco de la agenda de trabajo impulsada por la Presidencia Pro Témpore del Consejo Directivo de CATA, ejercida por Belice, con apoyo de la República de China (Taiwán) por medio del proyecto "Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana".

Creada en 2002 y renovada en 2017 es la única marca comunitaria en el marco del Sistema de Integración Centroamericana, registrada ante la oficina de propiedad intelectual de la Unión Europea (EUIPO), mercado donde CATA centra sus esfuerzos de promoción de la oferta turística regional.

La Marca Centroamérica es producto de la voluntad y el espíritu unificado de los países de la región, quienes conforman el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y, que desde, el Consejo Directivo de CATA impulsan acciones para estimular la promoción y comercialización del turismo regional con un enfoque de innovación, digitalización y sostenibilidad.





Avianca y CATA promovieron turismo intrarregional con la campaña “Centroamérica es para vivirla”

En una apuesta por fomentar la conectividad y el turismo la aerolínea presentó su promoción para la venta de boletos aéreos desde \$79 por trayecto.

Avianca tiene una oferta de 829 vuelos mensuales con más de 100.000 sillitas disponibles para los pasajeros que viajan por turismo, negocios o viajes familiares por El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Honduras y Nicaragua.

Con la iniciativa se buscó un crecimiento de pasajeros del 20% lo que se traduce en más turismo para los países de Centroamérica.

Con el objetivo de potencializar la conectividad y fomentar el turismo, Avianca y la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) promovieron la campaña “Centroamérica es para vivirla”, con la que buscaron despertar el interés entre los centroamericanos para conocer y reconocer los grandes íconos turísticos que los países de la región ofrecen volando en avión y a bajos precios.

La iniciativa buscó un crecimiento del 20% en la ocupación ya que por sus precios bajos es una invitación para que quienes toman un transporte terrestre empiecen a volar, acortar distancias y aumentar el tiempo para disfrutar con amigos y familia o para hacer negocios. Por ello, la aerolínea puso a disposición de sus clientes más de 100,000 sillitas en 829 vuelos en un mes a precios bajos para comprar hasta el 30 de abril y volar hasta el 1 de noviembre de 2023.





“Vivimos en un tesoro que debe ser explorado y disfrutado por toda la riqueza cultural y natural que existe. Centroamérica es para vivirla y en Avianca los sabemos por ello reiteramos nuestro compromiso por impulsar la accesibilidad y que más personas descubran las bellezas que tenemos”, comentó Rolando Damas, Director de Ventas de Avianca para Norteamérica, Centroamérica y El Caribe.

Viajar por Centroamérica es conectarse con volcanes, playas, cultura ancestral, gastronomía, ciudades modernas e históricas a solo un vuelo de pocas horas. Desde El Salvador, la aerolínea conecta a los viajeros de forma directa sin escalas con San José Costa Rica, Ciudad de Guatemala, Tegucigalpa y San Pedro Sula en Honduras y Managua Nicaragua. Además, conecta con Tikal haciendo una pequeña escala en Ciudad de Guatemala.

Algunos de los principales atractivos para vivir al máximo las maravillas de la región:

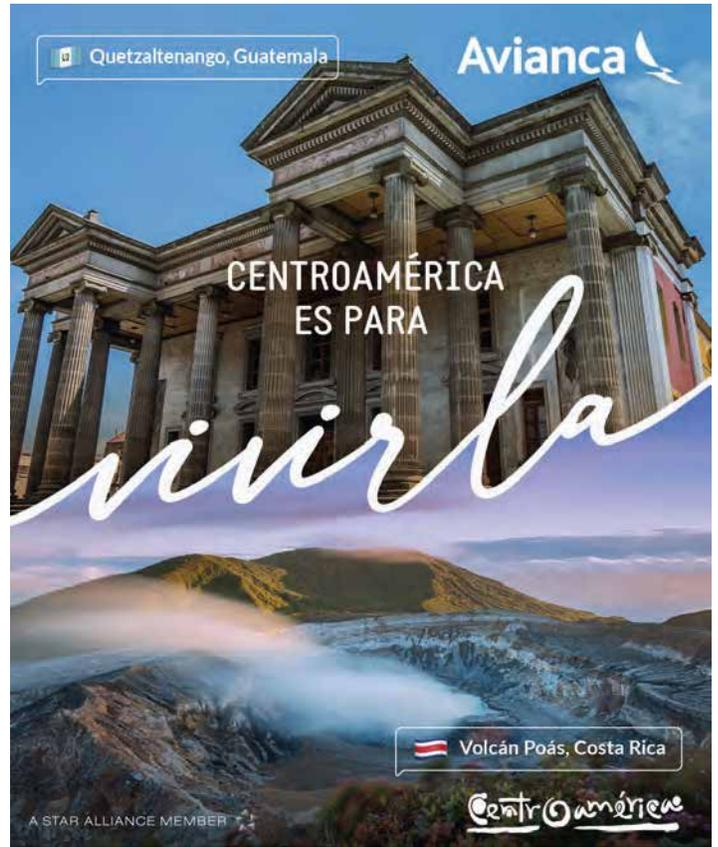
El Salvador: Zona costera de La Libertad, Ruta de Las Flores, Volcán de Santa Ana y Parque Cerro Verde, Lago de Coatepeque, Golfo de Fonseca, Centro Histórico.

Costa Rica: Volcán Arenal y área de La Fortuna, Parque Nacional Manuel Antonio y sus playas, Canales de Tortuguero, Puerto Viejo de Talamanca y Cahuita, Playas de Guanacaste.

Guatemala: Ciudad de Guatemala, Antigua Guatemala, Lago de Atitlán, Río Dulce, Tikal y la zona de Petén, Volcán de Pacaya, Castillo de San Felipe, Playa Blanca.

Honduras: Roatán e Islas de la Bahía, Tela, Ruinas de Copán, Fortaleza de San Fernando, Cayos Cochinos y la zona de La Ceiba, Reserva de la Biósfera del Río Plátano.

Nicaragua: Ciudades coloniales de Granada y León, San Juan de Sur, Isla de Ometepe, Volcán Masaya, Islas El Maíz.





CATA realizó con éxito el Centroamérica y República Dominicana: Innovation Tourism + Talk 2023



La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) desarrolló la cuarta edición del Centroamérica Innovation Tourism + Talk, el cual se ha consolidado como el mayor evento de innovación turística para el fortalecimiento de las capacidades de las micro, pequeñas y medianas empresas turística del istmo.

Con esta nueva edición, CATA buscó dar un salto de calidad en la gestión del turismo por medio de 10 conferencias impartidas por expertos en innovación tecnológica, especialistas en datos y profesionales de la industria para continuar fomentando la reinención, debate, formación y el desarrollo del turismo. Asimismo, habilitó un espacio para ruedas de negocios y talleres para la co-creación de productos turísticos con inteligencia artificial.

Las jornadas de innovación fueron inauguradas por el Sr. Werner Vargas, Secretario General del SICA; Antonio Chen, Asesor de proyectos SICA de la República de China – (Taiwán); la Sra. Nicole Solano, Chief Executive Officer, Ministry of Tourism & Diaspora Relations of Belize; y la Sra. Carolina Briones, Secretaria General de CATA.

El encuentro reunió a más de 30 empresas turísticas, así como Administraciones Nacionales de turismo, cámaras empresariales, aerolíneas, universidades e industria tecnológica para avanzar juntos hacia el futuro del multidestino centroamericano y los destinos de cada uno de los países en la era digital.





Entre los expositores destacaron Jimmy Pons, Co Fundador NFT Management System; Javier Sirvent, Technology Evangelist; Benjamín Jiménez Hernández, Mabrian Technologies; Enrique Lancis, Ex-director de Tecnología de SEGITUR; Juan Miguel Moreno, CEO de Moreturismo Internacional.

El Innovation Talk 2023 fue ejecutado en el marco de la agenda de trabajo impulsada por la Presidencia Pro Témpore del Consejo Directivo de CATA, ejercida por Belice, y como parte del proyecto “Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana fase III”, ejecutado por CATA con el apoyo de la República de China (Taiwán).



Este importante evento de innovación también contó con el copatrocinio de aerolíneas que operan en la región como Avianca, TAG Airlines y Arajet Airlines, quienes participan como ponentes y, en un espacio de networking para el establecimiento de alianzas comerciales.

Debido a su contribución para el fortalecimiento de capacidades de ciento de empresas turísticas en los países de Centroamérica y República Dominicana, el Innovation Tourism + Talk ha sido reconocido a nivel internacional como un modelo ejemplar para la gestión del turismo regional.





Se anunció una nueva edición de la Centroamérica Travel Market - El Salvador 2024

La Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) desarrollará una nueva edición de la Centroamérica Travel Market con apoyo de las Administraciones Nacionales de Turismo y la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés).

El Salvador se convertirá en la capital del turismo de Centroamérica y República Dominicana al desarrollar del 16 al 18 de abril de 2024, la XIII edición de la prestigiosa feria. El evento brindará una plataforma única para establecer alianzas comerciales entre los empresarios turísticos de la región y los compradores más destacados de los mercados internacionales en la industria del turismo a nivel mundial.

El CATM será una oportunidad inigualable para el intercambio de ideas, experiencias y oportunidades de negocio entre los actores clave de la industria turística. El evento contará con ruedas de negocios, conferencias y presentaciones enfocadas en la industria turística.



Una plataforma única para promover la oferta del turismo multidestino, llena de oportunidades de negocios, encuentros inspiradores y la posibilidad de crear conexiones duraderas entre la industria turística internacional.



¡REGISTRATE AHORA!





Centroamérica participará en la World Travel Expo para promover la oferta turística del corazón de las Américas



La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) participó en la World Travel Expo de Miami, Estado Unidos, el escaparate del turismo mundial que realizó su primera edición en el Miami Airport Convention Center del 13 al 15 de junio de 2023.

La feria internacional se convirtió en la plataforma por excelencia para el establecimiento de alianzas comerciales del turismo en el continente americano. La exposición reunió a los principales destinos, instituciones, profesionales de la industria, y empresas turísticas, teniendo especial énfasis para Latinoamérica, Europa y Asia.

CATA junto a los países de Centroamérica participaron para dar a conocer los principales atractivos turísticos para el mercado norteamericano, proveyendo información sobre las terminales áreas para el ingreso directo y conexiones hacia sus destinos, así como información relativa a las disposiciones de ingreso para los viajeros internacionales.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), los países de Centroamérica y República Dominicana recibieron en 2022; un total de 21.2 millones de visitantes, de los cuales el 77.4% fueron turistas y 22.6% excursionistas.





Los datos correspondientes al 2022, en contraste al año anterior, representan un crecimiento del 214% de turistas y más del 69% de excursionistas, influyendo en el aumento de un 89.3% en el total de visitantes, siendo Estados Unidos el principal mercado emisor de viajeros hacia la región con un 53.4% del total.

Para 2023, se prevé una recuperación turística mucho más robusta que permitirá alcanzar niveles de desempeño similares a la prepandemia. Por ello, CATA continuó amplificando sus esfuerzos para potenciar mercados de oportunidades como Norteamérica, participando en esta ocasión como Socio Platinum de la feria.

La WTE - Miami (USA) fue auspiciada por el departamento de Aviación de Miami-Dade, el operador del Aeropuerto Internacional de Miami, y cuenta con la colaboración del Consorcio Internacional de Comercio de Miami-Dade, el World Trade Center de la ciudad y el Departamento de Comercio de Estados Unidos.



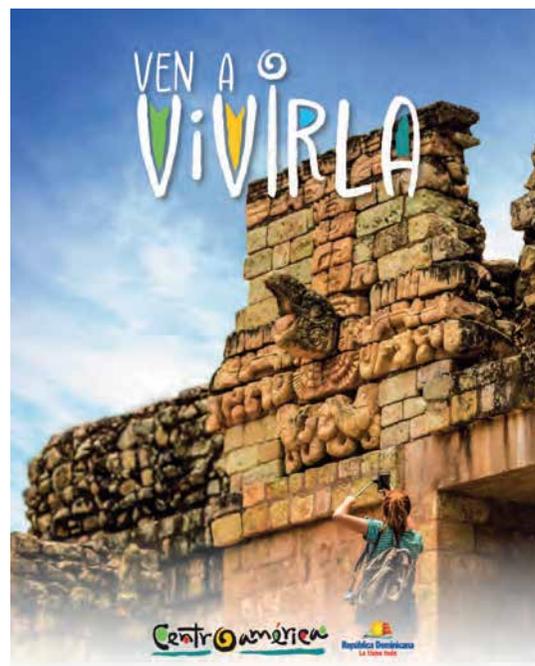
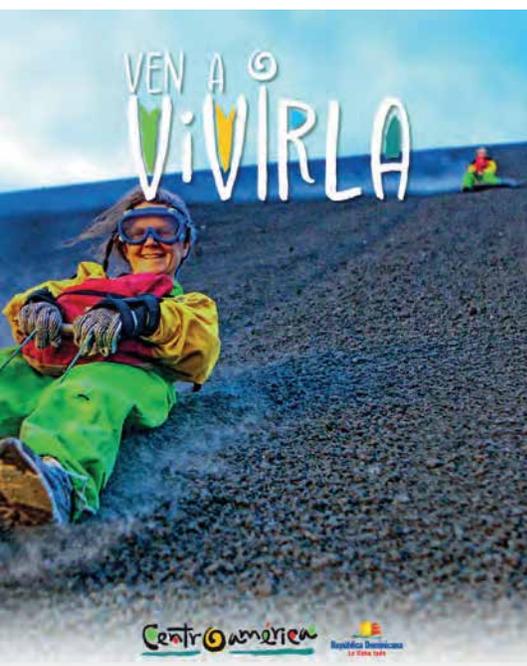
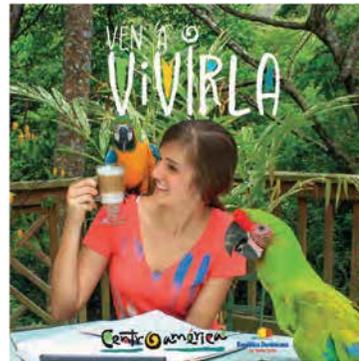
CATA inicia nueva estrategia de marketing para fortalecer la presencia de Centroamérica y República Dominicana en Europa

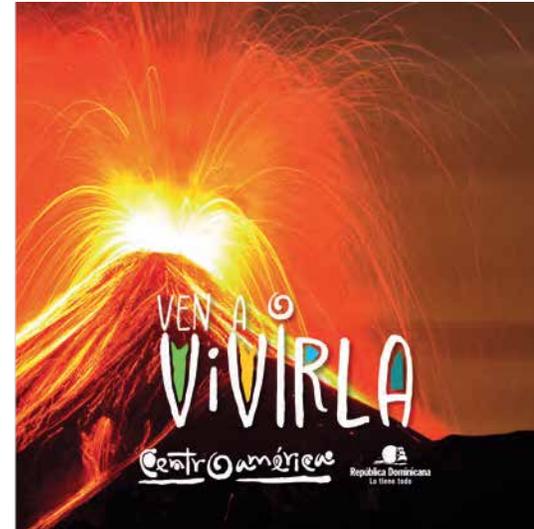
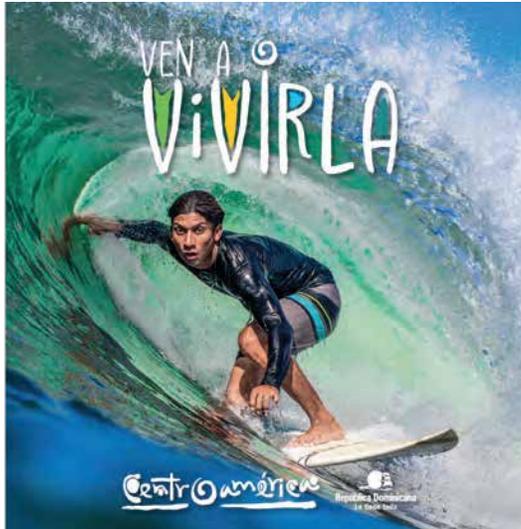
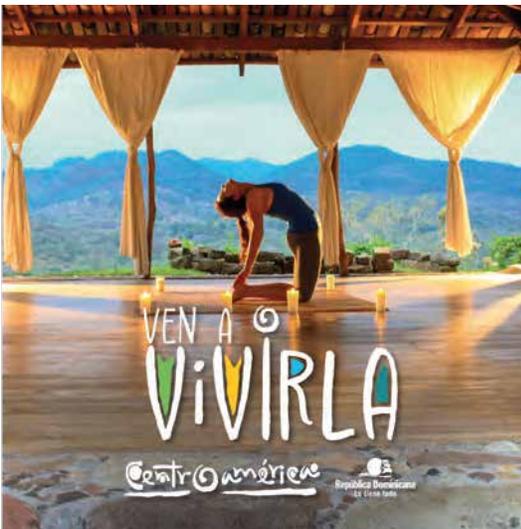
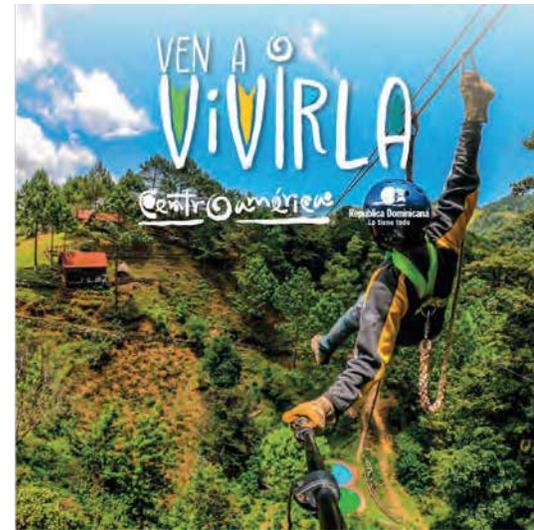


La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) en el marco de su Presidencia Pro Témporte ejercida por Belice, ha puesto en marcha una nueva estrategia de marketing dirigida a los mercados de Europa, específicamente para España, Italia, Alemania, Francia, Reino Unido y Holanda. Esta iniciativa tiene como objetivo principal fortalecer la imagen positiva y segura de Centroamérica como un multidesino turístico, teniendo en cuenta las nuevas tendencias de viaje y las preferencias del mercado.

Bajo el lema "Ven a vivirla", CATA busca poner en valor la diferenciación que tiene Centroamérica y República Dominicana respecto al potencial cultural y natural, con los escenarios mejor conservados del hemisferio occidental. Una de las zonas más biodiversas del mundo donde la naturaleza y la aventura son elementos fundamentales dentro la oferta turística regional. Por otro lado, el componente arqueológico, uno de los más emblemáticos del planeta, junto con los pueblos originarios.

En ese orden, implementará una serie de acciones estratégicas. Entre ellas destacan, el posicionamiento del sitio web www.visitcentroamerica.com en los primeros lugares de los motores de búsqueda en Internet, utilizando nuevas tácticas que optimicen la visibilidad y la presencia de la plataforma en otras búsquedas semánticas relevantes.





Asimismo, se llevará a cabo un plan de comunicación digital efectivo en los mercados meta de CATA, con el fin de alcanzar a un público más amplio y captar su interés en los atractivos turísticos de Centroamérica. El desarrollo de esta estrategia también contempla un fuerte componente de innovación para brindar apoyo a las MIPYMES turísticas de la región, fomentando su capacitación digital para el fortalecimiento de sus capacidades en un entorno de constante aprendizaje.

El mercado turístico europeo se caracteriza por buscar destinos turísticos que amplía riqueza natural y cultural, por lo que CATA promoverá las ofertas de sol y playas magníficas en las costas del Caribe y el océano Pacífico, ofreciendo una amplia gama de actividades de relajación y turismo activo.

Asimismo, resaltaré la riqueza cultural y etnográfica de la región, desde la arqueología Maya hasta las culturas vivas, la herencia colonial y el mestizaje. Por último, se enfocará en destacar la naturaleza exuberante de Centroamérica y República Dominicana, con selvas, fondos marinos, volcanes y lagos que ofrecen experiencias únicas.

El turismo internacional avanza a buen ritmo hacia los niveles prepandémicos. Por ello, CATA por medio de la ejecución de esta estrategia espera posicionar la oferta turística complementaria de Centroamérica y República Dominicana en Europa para contribuir a la consolidación plena del turismo regional en 2023.



CATA ejecutó con éxito campaña Top Centroamérica para promover el turismo intrarregional



La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) ejecutó con éxito una campaña destinada a promover el turismo en el mercado intrarregional, titulada "Top Centroamérica". Esta iniciativa innovadora y estratégica logró destacar lo mejor de cada país en la región, brindando a los turistas diferentes opciones para vivir una experiencia inolvidable durante su visita.

El principal objetivo de la campaña "Top Centroamérica" fue mejorar el posicionamiento de Belice y Guatemala como destinos turísticos con la capacidad de satisfacer las expectativas de viajeros internacionales.



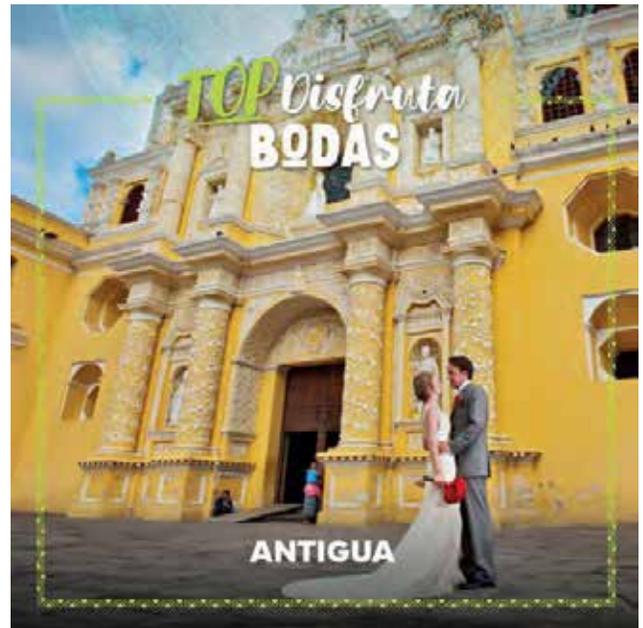


"Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y la Integración Turística Regional (fase IV)"
Fondos SITCA - Taiwan

A su vez, buscó generar un mayor tráfico hacia la página de destino de la campaña y, de forma orgánica, hacia el sitio web de VisitCentroamerica.com; asimismo, se trabajó para incrementar el flujo de viajeros regionales y mexicanos hacia ambos países, ofreciendo una oferta turística adaptada a las preferencias de cada mercado.

La campaña promovió diversos segmentos turísticos, incluyendo arqueología, sol y playa, cultura y naturaleza. Además, incluyó un atractivo especial para el sector de bodas, generando un impacto significativo y una mayor visibilidad de la oferta turística de Belice y Guatemala en este nicho.

Esta acción de promoción y posicionamiento turístico se llevó a cabo en el marco de la Presidencia Pro Tempore de CATA, ejercida por Belice, y contó con el apoyo financiero invaluable de la República de China (Taiwán), como parte del proyecto "Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana".



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