



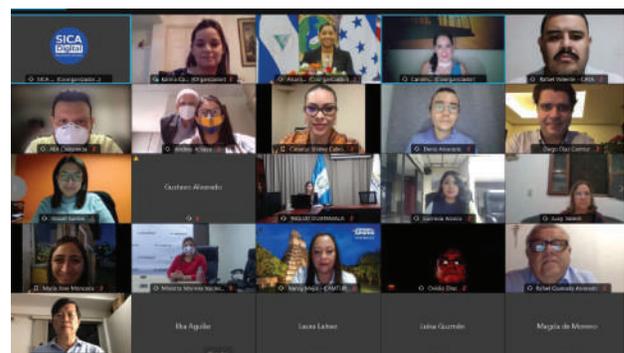
Nicaragua lideró acciones regionales para mitigar el impacto de COVID-19 en la industria turística de Centroamérica y República Dominicana

En 2020 el sector turismo se enfrentó a un nuevo escenario provocado por la COVID19, por lo que la implementación de acciones estratégicas resilientes para mitigar su impacto en el multidestino fue parte de las líneas de trabajo impulsadas por Nicaragua en su condición de Presidencia Pro Témpore del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y del Consejo Directivo de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés), la cual fue ejercida de julio a diciembre de 2020.

A lo largo del semestre, Nicaragua se enfocó en fortalecer la capacidad de acción de la región en la etapa post pandemia y en dar continuidad a los esfuerzos de la industria turística centrándose en la reinversión del sector. En ese sentido, promovió de manera innovadora y oportuna espacios de promoción del multidestino de Centroamérica y la oferta turística de República Dominicana para mantenerlos en el top of mind de los viajeros

provenientes de los principales mercados meta de CATA en Europa, de cara a la temporada 2021-2022.

NICARAGUA
PRESIDENCIA
PRO TEMPORE 2020





Se aprobó la Estrategia y Plan de Acción de CATA para la mitigación y recuperación del turismo regional 2020-2023

La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) trabajó en los últimos meses en el desarrollo de Estrategia de Promoción y Mercadeo Turístico De la Región SICA y su Plan de Acción para la Mitigación y Recuperación de la industria 2021-2023 ante la Covid-19 "Un Nuevo Comienzo Después del Atardecer".

La implementación de la estrategia y plan de acción permitirá enfocarse en la ejecución de las fases de mitigación, recuperación y reconstrucción del turismo en Centroamérica y República Dominicana teniendo el 2023 como horizonte para lograrlo. La aprobación del plan se logró en el marco de la Presidencia Pro Témpore del CD-CATA ejercida por Nicaragua contando con el respaldo del sector público y privado de la región para su ejecución.

El turismo regional constituye una herramienta de progreso social y económico. De esta forma, CATA mediante la implementación del Plan de Acción fomentará el fortalecimiento de las mipymes turísticas proveyendo asistencia técnica y estimulación de capacidades para el aprendizaje, generación de contenido, promoción de la innovación e intercambio buenas prácticas que permitan la adaptabilidad de la industria en la nueva dinámica provocada por la COVID19.

CentrOamérica
tau pequeña... tau grande...



CATA desarrolló webinars enfocados en temas de bioseguridad hacia la recuperación del turismo regional post COVID-19

Durante el segundo semestre del 2020, la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) llevó a cabo la tercera edición de webinars denominada “La Bioseguridad en el turismo: la nueva clave”, en la que participaron más de 1,726 personas que integran los diferentes sectores de la industria turística de Centroamérica y República Dominicana.

La ejecución de los webinars tuvo como propósito fortalecer las capacidades y estrategias de la cadena de valor del turismo regional, en torno a acciones vinculadas al tema de bioseguridad, de cara a la reapertura gradual de la industria en la etapa post COVID19. Las conferencias estuvieron a cargo por diferentes ponentes, entre ellos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), SEGITTUR, Cadena de Hoteles Room Mate y la Asociación Española de Directores de Hoteles y Google.





CATA elaboró productos comunicacionales sobre el actuar de la región en la reapertura gradual post confinamiento

Los primeros meses del año, la región centroamericana se vio obligada a detener sus actividades turísticas y económicas, ante el impacto e incertidumbre generado por la COVID19. En este sentido, CATA fortaleció los puentes de comunicación con Europa al generar contenido informativo sobre el actuar y medidas adoptadas por los Gobiernos de la Región en la fase de reapertura gradual post confinamiento.

Por lo que se crearon notas de prensa relacionadas a la implementación de protocolos de bioseguridad de los países que integran la región; fechas actualizadas de reapertura de los aeropuertos para turistas internacionales; requerimientos a considerar al momento de viajar a Centroamérica y República Dominicana; tendencias de viajes post COVID19 y la innovación digital en la etapa post confinamiento de cada país.

Centroamérica y República Dominicana trabajan para revitalizar la cadena de valor del turismo

Centroamérica y República Dominicana
trabajan para revitalizar
la cadena de valor del turismo



CATA - 3 de agosto de 2020

[View this email in your browser](#)

Centroamérica y República Dominicana impulsan turismo digital ante COVID-19



Aeropuertos de los países de Centroamérica programan reiniciar operaciones en agosto y septiembre



Aeropuertos de los países de *Centroamérica*

Programan reiniciar operaciones en agosto y septiembre



Información actualizada al 30 de julio de 2020

La posición estratégica de la región la ha consolidado a lo largo de los años como una plataforma logística de clase mundial para el traslado de cargas y pasajeros. Sus 29 aeropuertos han garantizado una región más conectada y competitiva, sin embargo, sin embargo, desde marzo de 2020 su actividad se vio interrumpida a causa de la emergencia mundial provocada por el Coronavirus.

CATA • 9 de septiembre de 2020

[View this email in your browser](#)

Aeropuertos de Centroamérica anuncian actualización de fechas para el reinicio de vuelos internacionales



información actualizada al 3 de septiembre de 2020

La posición estratégica de la región la ha consolidado a lo largo de los años como una plataforma logística de clase mundial para el traslado de cargas y pasajeros. Sus 29 aeropuertos han garantizado una región más conectada y competitiva, sin embargo, desde marzo de 2020 su actividad se vio interrumpida a causa de la emergencia mundial provocada por el Coronavirus.

La fase de recuperación post COVID-19 ha empezado, de manera prudente, a dar algunos pasos decididos hacia la reapertura de la actividad aérea comercial en Centroamérica y República Dominicana. El Plan de reactivación de vuelos estará enfocado principalmente en las condiciones particulares de los países, así como la gradualidad, orden, armonización y seguridad operacional y sanitaria.



Según la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), en 2021 la región tendrá un crecimiento de 3,9%. En ese sentido, el turismo tendrá la oportunidad de liderar la recuperación de la economía regional ya que en eventos similares ha demostrado ser un sector bastante resiliente.

El escenario actual plantea nuevos desafíos para la industria, por ello en la nueva era de viajes existirá una relación estrecha entre salud y turismo. El sector aprenderá a convivir con las nuevas prácticas sociales y los nuevos protocolos como resultado de la emergencia provocada por la COVID-19.

Una Ventana a Centroamérica y República Dominicana consolidó la oferta turística regional en Europa

Una Ventana a Centroamérica y República Dominicana fue la primera serie de webinars dirigida a agentes de viajes de Europa, ejecutada por la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés). El evento fue realizado en un escenario 100% virtual con el propósito de promover la industria del turismo regional en el mercado de Europa.

El espacio fortaleció el puente de comunicación de Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y República Dominicana con los seis mercados meta de CATA en el continente europeo. Al evento asistieron alrededor de 1,131 agentes de viajes y demás sectores de la industria. Una Ventana a Centroamérica y República Dominicana propició la co-creación, y comercialización de la oferta turística regional hacia nuevas tendencias del turismo ante un nuevo contexto generado por la COVID19.



**I SERIE DE WEBINARS
UNA VENTANA**

**A CENTROAMÉRICA
Y REPÚBLICA DOMINICANA**

**DIRIGIDO A:
AGENTES DE VIAJES INTERNACIONALES**

9:00 AM HORA DE CENTROAMÉRICA

Belice y Nicaragua – martes 29 de septiembre
El Salvador y Honduras – jueves 1 de octubre
Guatemala y Costa Rica – martes 6 de octubre
Panamá y República Dominicana – jueves 8 de octubre

CONECTATE CON  

MÁS INFORMACIÓN
info@catatourismagency.org
[/visitcentroamerica](https://visitcentroamerica.com)





CATA robusteció su presencia en diferentes espacios virtuales para abordar el panorama del turismo en Centroamérica y República Dominicana

La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) durante el segundo semestre del año se enfocó en la implementación de acciones estratégicas para la promoción de Centroamérica como un multidestino único y complementario. En ese sentido, CATA robusteció su presencia al participar en diversos webinars y foros enfocados en la reactivación de la industria del turismo regional post confinamiento.

y Productividad (INTECAP) de Guatemala; y los Desafíos del Turismo en Latinoamérica, una visión 2021 por Lead University de Costa Rica.

CATA: PANORAMA DE LA REAPERTURA TURÍSTICA DE CENTROAMÉRICA RUMBO A LA ETAPA POST COVID19
Jueves 20 de Agosto |

10:00 a.m.
11:00 a.m. 12:00 m.d.

PONENTE: CAROLINA BRIONES
Secretaria General de CATA, Central America Tourism Agency

PONENTE: RAUL MAMANI
Dir. Audience Strategy & Business Development, Central and South America

Expoturismozn.com CCIJ
CONFERENCIA
CATA, rumbo a la recuperación del sector turístico de Centroamérica
Jueves 27 agosto, 2020 10:30 AM - 11:15 AM

Carolina Briones

La agencia centroamericana destacó en los espacios virtuales al exponer sus estrategias y planes de acción para consolidar a la región en el mercado internacional en el nuevo escenario del turismo mundial. Algunos de los webinars fueron: ¿Cómo recuperar al sector turismo después de COVID19?, organizado por el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA); Nuevos Escenarios Turísticos de la Región en vías de la Reactivación Económica por la Comisión de Turismo de El Parlamento Centroamericano (PARLACEN); Estrategias Promocionales de Destinos en Tiempos de Pandemia por la World Travel Market Latin America; La oferta turística ganadora en la etapa de reactivación, organizado por el Instituto Técnico de Capacitación

Nuevos Escenarios Turísticos
de la Región en Vías de la Reactivación Económica

Magister. Silvia Vargas Rodríguez, Presidenta Pro-Invem Costa Rica
Licda. Lisette Gil, Consultora y experta en Turismo Sostenible

Licda. Carolina Briones, Secretaria General de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica CATA
Magister. Roberto Emilio Baca Plazaola, experto en planificación turística territorial, Presidente de Soluciones Turísticas Sostenibles STSORSÁ.

EN VIVO VIDEO CONFERENCIA
zoom
8 de OCT
11am GUA 12md PAM 1pm DOM

COMISIÓN DE TURISMO



wtm | TALKS IDIOMA: ESPAÑOL

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES DE DESTINOS EN TIEMPOS DE PANDEMIA

22 de octubre 2020, 3 p.m. BRT (GMT -3)

INVITADOS



CAROLINA BRIONES
Secretaria General de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA)



DIANA POMAR
Directora Ejecutiva de DGA International Travel Marketing y Consejera de WTM Latin America

MODERACIÓN



DANIELLE ROMAN
Presidenta y CEO de Interamericam Network y Consejera de WTM Latin America

INSCRÍBASE
hub.wtm.com

Foro Internacional de Turismo!

LA OFERTA TURÍSTICA GANADORA EN LA ETAPA DE REACTIVACIÓN



Carolina Briones 

"Estrategia de promoción multidestino Centroamérica y República Dominicana, una oportunidad para la reactivación del sector turístico de Guatemala"

27 oct. 08 a 14 hrs.

¡Inscríbete!

Oportunidades para la reactivación de destinos turísticos





CONFERENCIA VIRTUAL ¿CÓMO RECUPERAR EL SECTOR TURISMO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE DESPUÉS DE LA PANDEMIA?

15 OCTUBRE 2020
8:30 hrs Centroamérica

 NICARAGUA PROTEMPOR 2020
 CATA
 Centroamérica
 SICA


DESAFÍOS DEL TURISMO EN LATINOAMÉRICA: UNA VISIÓN 20/21

MODERADOR: FERNANDO OCARPO | PANELISTAS: GLEBKOVA, ARIANA GONZALEZ, FAVAIL KORTWISS, HERRAN BRACH, CAROLINA BRIONES, FREDY RODRIGUEZ, WILSON BLANCO, GEFAN LÓPEZ

10 NOVEMBRE 9:30 A.M. | PARTICIPACIÓN GRATUITA EN: https://bit.ly/turismo-LEAD



CATA realizó campaña de 199 años de Independencia hacia el Bicentenario de Centroamérica





HACIA EL BICENTENARIO

199 AÑOS DE INDEPENDENCIA

 NICARAGUA PROTEMPOR 2020

 CATA

 Centroamérica

 SITCA

 SICA



Durante septiembre y noviembre del presente año se ejecutó la campaña de Independencia de Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Honduras y Panamá en el marco de sus 199 años de vida independiente y como preámbulo al año del bicentenario a celebrarse en 2021. De la misma manera se realizó esta dinámica para celebrar la Independencia de Belice.

La iniciativa fue impulsada desde la Presidencia Pro Témpore del Consejo Directivo de CATA ejercida por Nicaragua, la cual contempló publicaciones diarias en redes sociales sobre curiosidades de cada país, datos informativos y la difusión de videos de los representantes de las Administraciones Nacionales de Turismo de los países de la región, así como del Presidente de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica, enviando sus cordiales saludos en relación a la celebración de Independencia Patria.





La oferta turística regional rediseñó sus estrategias de promoción en la etapa post-COVID-19



El turismo representa uno de los principales motores de oportunidades para la región SICA. Alrededor de 1.3 millones de empleos provienen de fuentes directas vinculadas a la industria turística. Sin embargo, los países de Centroamérica y República Dominicana tuvieron que rediseñar sus estrategias en la oferta turística y adaptarlas ante un nuevo escenario provocado por la COVID19, garantizando la seguridad vinculada a la salud de los viajeros.

En ese sentido, la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) realizó acciones de planificación, coordinación y estimulación de la promoción turística de la región, mediante recursos y espacios digitales e innovadores apostando a la potencialización de la sostenibilidad del turismo en cada país que integra a Centroamérica y República Dominicana.



CATA inició la apuesta por la promoción del turismo intrarregional

El mercado intrarregional es el segundo nicho más importante para el turismo de los países de Centroamérica. En 2018 el 22.8% de los turistas que visitaron la región fueron centroamericanos. Por lo que, la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) continúa trabajando en la potencialización de acciones estratégicas que permitan impulsar el turismo post-confinamiento.

Por lo anterior, CATA inició la ejecución de una estrategia digital dirigida a viajeros de la región para que visiten sus destinos locales y con ello promover, reactivar e incentivar el turismo intrarregional entre Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua. El desarrollo de la campaña se realiza a través de las redes sociales de Disfruta Centroamérica, y es parte del proyecto “Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana”, ejecutado con el apoyo de la República de China (Taiwán).



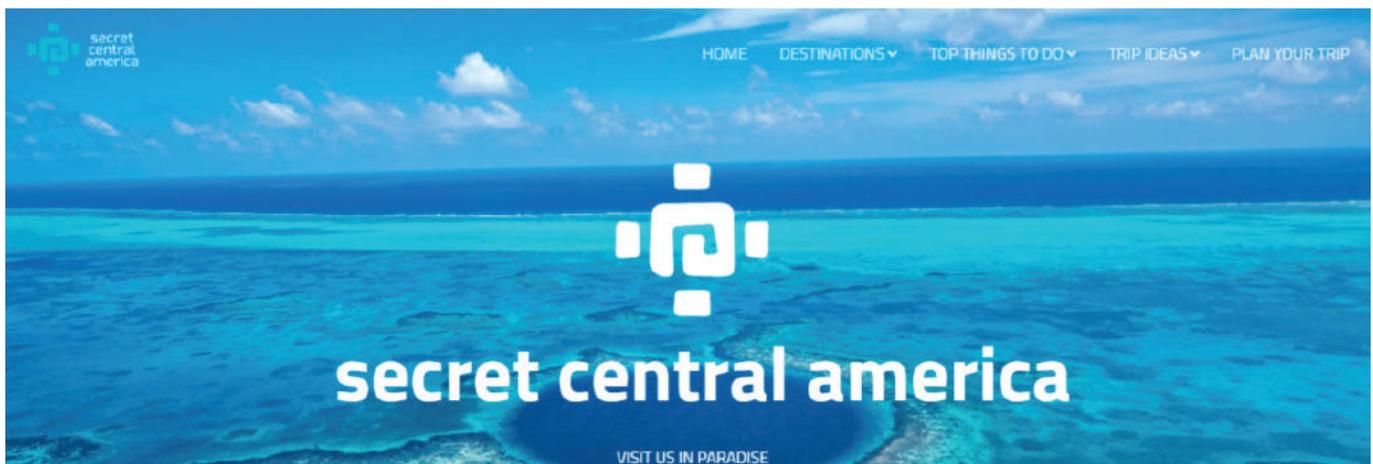


Oferta turística de Centroamérica incursionó en mercado digital de Estados Unidos

Nuevas prácticas para impulsar la cadena de valor del turismo, mediante ejes importantes como la resiliencia e innovación fueron llevadas a cabo por la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés). Por ello, ejecutó una estrategia digital para posicionar el producto turístico de Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua en el mercado de los Estados Unidos de Norteamérica.



A través de la marca Secret Central America, viajeros estadounidenses pueden conocer las innumerables ofertas turísticas y destinos complementarios que caracterizan a Centroamérica. Aventura, deportes, sol, playa, y rutas especializadas son algunas de las actividades que la región destaca para su promoción en dicho mercado en su micrositio web www.secretcentralamerica.com, el cual fue lanzado el 16 de septiembre de 2020.





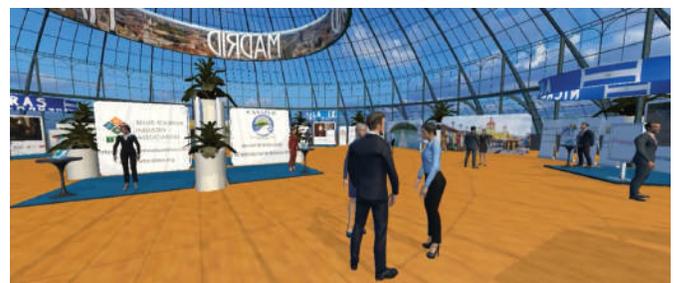
Se realizó The Central America Virtual Roadshow Europe 2020: un espacio inédito e innovador impulsado por CATA



La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) una vez más aprovechó las herramientas digitales para impulsar el turismo regional ante el impacto provocado por la pandemia COVID19. En ese sentido, “The Central America Virtual Roadshow Europe 2020”, se consolidó como un espacio inédito e innovador para promover las ofertas turísticas de Centroamérica en el mercado europeo y estrechar lazos de negociación entre empresas y mayoristas de cada país.

El recorrido virtual por Europa concluyó su trayecto con la participación de más de 189 mayoristas, 57 medios de comunicación, especializados en turismo y alrededor de 48 empresas tour-operadores de Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua. De esta forma, CATA continúa articulando esfuerzos para garantizar la sostenibilidad y mitigación de la industria turística. El evento se desarrolló como parte del proyecto “Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana”, ejecutado con el apoyo de la República de China (Taiwán).

Capacitación





Mipymes de Centroamérica fueron capacitadas en talleres para la innovación del turismo post COVID-19



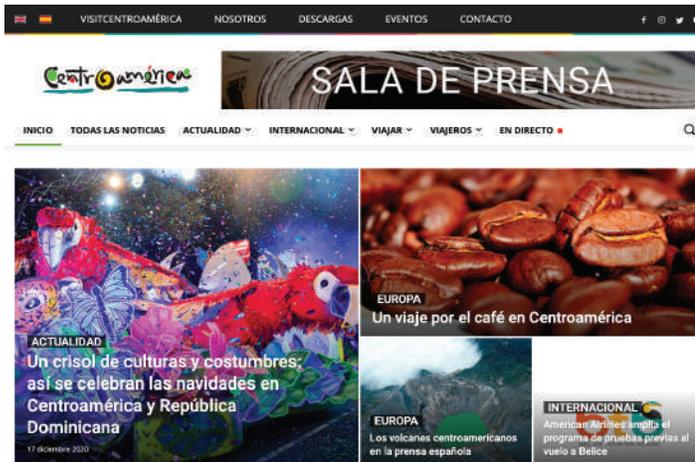
TALLERES DE INNOVACIÓN, TURÍSTICA Y DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS

La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) continúa fortaleciendo los pilares fundamentales para adaptar y recuperar la industria del turismo de forma resiliente, innovadora y sostenible. Por ello, CATA llevó a cabo una jornada de talleres virtuales de innovación turística y digitalización enfocada a Mipymes de Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

La serie de talleres prácticos buscó fortalecer al sector público y privado de la región, capacitándolos con herramientas y conocimientos que garanticen nuevas prácticas ante un nuevo paradigma en la cadena de valor de turismo regional. La serie de aprendizajes tuvo la participación de al menos 120 micro, pequeñas y medias empresas turísticas. Las jornadas de capacitación fueron con el respaldo de la República de China (Taiwán).



CATA completó la sala de prensa virtual para el acceso a contenido de los países de la región



De forma innovadora, la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) potencializó sus plataformas digitales de comunicación, a través de la creación de una sala de prensa virtual, disponible al público desde agosto del presente año alojada en la página web de Visit Centroamérica, que busca robustecer la promoción de la oferta turística regional y estrechar la comunicación con los distintos usuarios. Este espacio jugó un papel fundamental al poner información oportuna, oficial y actualizada sobre la situación de la COVID-19 en la región con el propósito de apoyar la recuperación de la industria.

Actualmente, la sala de prensa cuenta con más de 232 noticias y recursos digitales disponibles que permiten el acceso a contenido de importancia para los usuarios de la región y del mercado de Europa. La creación de este espacio incluye además un chat bot, idiomas español e inglés, con el que se pretende proveer respuestas automatizadas a dudas en tiempo real a los usuarios de la web y Facebook

CATA inició el desarrollo de una campaña con influencers de Centroamérica denominada Puentes de Centroamérica para promoción del turismo intrarregional



CATA desarrolla campaña con influenciadores de Centroamérica para promoción del turismo intrarregional



La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) desarrolla campaña con influencers de Centroamérica, denominada Puentes de Centroamérica, la cual pretende fortalecer la promoción de la oferta turística en el mercado intrarregional.

La campaña se ejecuta como estrategia para impulsar el turismo en la región y con ello reducir los impactos provocados por la COVID19 en la industria. El desarrollo de Puentes de Centroamérica se realiza mediante el trabajo colaborativo con influencers centroamericanos, quienes serán los guías de ruta para mostrar a la audiencia los diferentes atractivos turísticos que caracterizan al multidestino. Lo anterior, a través de la publicación de contenido original y creativo en redes sociales.



CATA puso a disposición mapa interactivo para conocer la oferta turística regional

La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) puso a disposición del público un mapa interactivo para conocer de forma amigable e innovadora la oferta turística de los países de Centroamérica y República Dominicana.

El mapa interactivo se encuentra en la página web de Visit Centroamérica y sirve como una herramienta para que viajeros puedan tener acceso a información relacionada a las diferentes experiencias complementarias que ofrece la industria del turismo regional. Naturaleza, sol y playa, agroturismo, arqueología e historia, ecoturismo, aventura, y cultura son algunos de los elementos destacados al momento de interactuar en la plataforma digital.



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, Antiguo Cuscatlán. La Libertad, El Salvador

(503) 2248-8800 / +503 7051-8862