



MEMORIA DE LABORES 2017







Mensaje

de la Secretaria General de la
Agencia de Promoción Turística
de Centroamérica



Estimados amigos de Centroamérica y del mundo:

Es un gusto para la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) presentar su "Memoria de Labores 2017", la cual, es resultado de nuestro ejercicio anual como entidad promotora y facilitadora de la comercialización del multidesestino turístico centroamericano.

El 2017 fue un año de grandes desafíos y logros. El I Taller de Innovación del Producto Multidesestino, realizado en Managua, Nicaragua en 2016, fue la ignición del proceso de innovación que lleva a cabo la región, y que se vio consolidado con los resultados de los estudios "best prospect" realizados este año, y con el II Taller de Innovación de Mercadeo Digital celebrado en San José, Costa Rica en junio del 2017. Con estas acciones, Centroamérica, bajo el liderazgo de CATA, ha establecido los pilares para la reformulación de sus estrategias regionales, nacionales y empresariales para la gestión comercial y de promoción, a través del uso eficaz de las nuevas herramientas y estrategias de mercadeo digital y social media.

Con la puesta en marcha de nuestra estrategia de mercadeo digital, la cual incluyó una novedosa campaña con seis videos blogueros procedentes de España, Alemania y el Reino Unido, Europa dijo: Sí, me gusta Centroamérica. Estos increíbles jóvenes generaron 302 publicaciones sobre sus vivencias, y dejaron en claro que Centroamérica les hizo sentir vivos. Trabajamos arduamente hombro a hombro con los sectores público y privado de la región para la puesta en línea de una nueva plataforma web, de fácil manejo, y llena de información importantísima para el viajero, en la que el sector privado se ve altamente beneficiado al exponer su oferta tanto al comprador final como a los mayoristas.

Fortalecimos nuestra imagen como entidad integradora de la acción comercial y de promoción de Centroamérica. La notoriedad que el trabajo de promoción y difusión que la región realiza a través de sus entidades de integración turística no pasa desapercibida, nuestro trabajo del 2017

nos hizo merecedores del premio "Excelencias Turísticas 2017", galardón que nos fue entregado en el año 2018. De igual forma, el reconocimiento a los resultados de nuestro trabajo nos llevó a exponerlo en foros europeos como el de NovaGob en Tenerife, España.

La inversión que Centroamérica hace a través de CATA ha generado réditos en imagen que son medibles en publicaciones que resultan de los viajes de prensa que realizamos. En el 2017, movilizamos a 67 periodistas europeos que a la fecha han generado 131 publicaciones con un valor de publicación de un millón de euros. Así mismo, nuestra gestión de la información sobre Centroamérica y las alianzas con medios de comunicación europeos generaron 739 publicaciones con un valor publicitario mayor a los cinco millones de euros.

Participamos en las ferias de turismo europeas como FITUR, ITB, WTM, e incursionamos en nuevos mercados como Suiza y Austria a través de presentaciones y caravanas de promoción de la región. Lanzamos al mercado nuevos productos como el "Caribe Maya"; atrajimos a 101 mayoristas europeos que participaron en los viajes de familiarización y como compradores de la feria CATM, realizada en El Salvador en octubre del 2017.

Esperamos que este informe anual sea de su agrado y le permita conocer más de nuestro quehacer y la incidencia positiva que tenemos en el crecimiento económico a través del turismo, así como, en el fortalecimiento de la imagen turística de Centroamérica en los principales mercados emisores de turismo de Europa.

Ana Carolina Briones Pereyra
Secretaria General - CATA



WORLD OF
NATURE
JIBOA VALLEY
SAN VICENTE



Four small circular icons at the bottom: a globe, a leaf, a water drop, and a recycling symbol.

EL SAL

Beli

SALVADOR

beli

beli

NATURE



Contenido

MENSAJE DE LA SECRETARIA GENERAL DE LA AGENCIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CENTROAMÉRICA	1
NUESTRA MISIÓN	5
NUESTRA VISIÓN	5
RESUMEN EJECUTIVO	6
INFORME DE ACTIVIDADES Y LOGROS 2017	8
• Firma de Acuerdo Sede entre CATA y la República de El Salvador	8
• Fortalecimiento de la identidad corporativa y posicionamiento de CATA	8
• Desarrollo del II Taller de Innovación sobre Marketing Digital y Social Media Aplicado al Producto Multidestino Centroamericano	10
• CATA posee instrumentos para asegurar su sostenibilidad	12
PRODUCTOS TURÍSTICOS	14
• CATA posee un mejor conocimiento de los mercados prioritarios con la elaboración de estudios de “Best Prospect” en sus mercados meta	15
• Conocimiento de productos multidestino y oferta de paquetes actuales	15
• Feria CATM 2017	16
POSICIONAMIENTO DE MARCA	20
• Estrategia de Marketing Digital	21
• Centroamérica se promociona a segmentos específicos en mercados prioritarios.	24
COMERCIALIZACIÓN	66
• Caravanas – Roadshows de Centroamérica	67
• Viajes de Familiarización para Mayoristas	67
HABLA EL SECTOR PRIVADO	78
• Sra. Isabel Vargas – Presidente CANATUR – Costa Rica 2017	79
• Sra. Iveth Lagos – Gerente JM TOURS Honduras	79
• Sr. John Burgos – Director Ejecutivo de Belize Tourism Industry Association –BTIA–	80
• Sr. José Antonio Méndez – Gerente General CADISI TOURS - El Salvador	81
• Sr. Rodrigo Moreno – Gerente Comercial Salvadorean Tours	81
• Sra. Elisabeth Samayoa – Gerente General BOSA TOURS – Nicaragua	82





Central America Tourism Agency

NUESTRA VISIÓN

CATA es la agencia líder en la promoción y posicionamiento de Centroamérica como multidesino turístico a nivel internacional.

NUESTRA MISIÓN

Contribuir al crecimiento significativo del turismo en la región, mediante acciones mercadológicas de promoción y posicionamiento a nivel internacional, que aumenten el reconocimiento de Centroamérica como un producto turístico altamente competitivo, innovador y diverso.

RESUMEN EJECUTIVO

El Consejo Directivo de CATA fue presidido de enero a junio del 2017 por Costa Rica, y de julio a diciembre por Panamá. El éxito de la gestión de CATA descansó grandemente en el apoyo recibido de los ministros y sus equipos de trabajo durante el 2017. El cuadro que se presenta a continuación resume gran parte de las acciones y logros alcanzados bajo la administración de Costa Rica y Panamá:

ACCIONES	RESULTADOS
Recuperación de cartera por concepto de adeudo de cuotas de sostenimiento.	93.93% de recuperación de la cartera de cobros de CATA.
Gestión de acuerdo Sede entre CATA y el Gobierno de El Salvador.	Acuerdo Sede de CATA suscrito y ratificado por la Asamblea Legislativa de El Salvador.
Desarrollo y lanzamiento del primer catálogo multidestino.	Catálogos traducidos del castellano al inglés y alemán, para un total de cinco mil ejemplares distribuidos entre mayoristas y público europeo, así como, cámaras de turismo a través de FEDECATUR como herramienta para la promoción y comercialización de las PYMEs turísticas de Centroamérica.
Ejecución presupuestaria 2017.	Ejecutado el 99.89% del presupuesto anual: 83.82% ejecutado en gastos de promoción, y 16.18% en gastos administrativos.
II Taller de Innovación y Marketing Digital	50 personas capacitadas sobre marketing digital: 60% PYMEs Turísticas de la región, 20% funcionarios del área de mercadeo de las Autoridades Nacionales de Turismo de la región, 20% de asociaciones gremiales centroamericanas (FEDECATUR).
	Cinco propuestas de mercadeo digital y social media.
	Centroamérica cuenta con estudios actualizados sobre el mejor prospecto de turista "long haul" de los mercados de: Alemania, España, Francia, Países Bajos, Italia y Reino Unido.
Realización de estudios Best Prospect.	Distribuidos los estudios entre Cámaras, ANT.
	Presentados los resultados de los estudios al sector empresarial por CATA.
	Aplicados resultados de estudios para mejorar las acciones y estrategias de promoción de acuerdo a las particularidades de cada mercado por parte de CATA y ANT.
Estrategia de Mercadeo Digital	Campaña con Video blogueros europeos para un total de 302 publicaciones que provocaron más de 600 mil visualizaciones; más de 170 mil interacciones en los mercados de Alemania, España y el Reino Unido. (contabilizado hasta diciembre del 2017) con un alcance de más de 400 mil seguidores.
	Campaña: "Centroamérica Me Hace Sentir Vivo". Se logró con el refuerzo de los video blogueros un impacto de alcance de más de cuatro millones en Facebook.
	Nueva página web de Centroamérica www.visitcentroamerica.com , es una plataforma adaptada a las demandas y expectativas del turista actual.



ACCIONES	RESULTADOS
Viajes de prensa	67 periodistas europeos movilizados a la región que desarrollaron 140 viajes de prensa 133 publicaciones sobre Centroamérica en medios europeos que han generado un Retorno de Inversión estimado por valor de publicación de €1,661,506,74 con un alcance de audiencia estimada de 67,465,002 europeos de nuestros mercados meta.
Presentación de la experiencia de CATA.	Proyección del trabajo de integración turística que realizan los gobiernos centroamericanos a través de sus instancias de integración turística para el desarrollo integral de la región.
Viajes de familiarización	101 mayoristas europeos movilizados hacia la región, para un total de 188 viajes que han permitido acercar a los comercializadores turísticos al producto y oferta centroamericana.
Cartera de proyectos	CATA cuenta con una cartera de proyectos en espera de autorización del CD-CATA bajo la nueva PPT 2018. Formulado un anteproyecto para la plataformización del sitio www.visitcentroamerica.com listo para ser presentado en futuras reuniones del CD-CATA 2018
Gestión de Relaciones Públicas en Europa.	Gestión de alianza con medios de comunicación, distribución de boletines y notas de prensa que han derivado en 739 publicaciones impulsadas por CATA con un valor de publicación estimado de €5,855,288,83, con un alcance estimado de audiencia de 425,516,059.
Apoyo Feria CATM 2017	125% de sobrecumplimiento en la proyección de participación de medios para cobertura de la CATM 2017. Se cumplió en un 87.5% el número de mayoristas europeos proyectados a participar en la CATM.



INFORME
DE ACTIVIDADES
Y LOGROS 2017



Firma de Acuerdo Sede entre CATA y la República de El Salvador



Bajo el mandato de la Presidencia Pro Témpore (PPT) de Nicaragua, CATA abrió oficialmente su subsele en la región en agosto del 2016. No obstante, fue bajo el mandato de la PPT-El Salvador¹ que se inició el trámite correspondiente con el Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador para obtener el Acuerdo Sede que permitiría a la Agencia obtener la personería jurídica para fungir en Centroamérica, tal como se tiene en España.

En marzo del 2017, bajo el mandato de la PPT-Costa Rica, fue suscrito el Acuerdo Sede y remitido a la Asamblea Legislativa salvadoreña para su ratificación, la cual tuvo lugar ya bajo el mandato de la PPT-Panamá, concluyendo así el proceso de reconocimiento jurídico de la filial de CATA en Centroamérica.

Fortalecimiento de la identidad corporativa y posicionamiento de CATA

CATA continúa trabajando en el fortalecimiento de la identidad corporativa e institucionalidad de la agencia. Hoy por hoy, el sector empresarial centroamericano y europeo reconoce a CATA como una institución de apoyo, la cual, gracias a su vasta experiencia sobre el producto y oferta multidestino de la región, brinda las asesorías y acompañamiento para fortalecer las capacidades de desempeño de las PYMEs turísticas regional en temas de gestión e innovación comercial y oferta hacia los mercados europeos. En el caso de los empresarios europeos, CATA es vista como una aliada estratégica para la ejecución de acciones puntuales en la puesta en mercado de sus ofertas y productos multidestino hacia Centroamérica, mediante acuerdos de mercadeo conjunto.



CATA pone mucha atención y énfasis en el tema de comunicación e interacción con sus grupos de interés, por lo que publica periódicamente sus boletines –CATANEWS, Memoria de Labores, y Notas Informativas sobre su quehacer institucional.

1- PPT Consejo Directivo de CATA ejercida por la República de El Salvador de julio a diciembre del 2015.

Estas herramientas comunicacionales son distribuidas a nuestra base de datos a nivel de Centroamérica y Europa, entre las que se cuentan misiones diplomáticas de Centroamérica en Europa, misiones diplomáticas de nuestros mercados meta en la región, empresarios, medios de comunicación, instituciones de gobierno de C.A., etc.

Blog informativo de CATA



Durante el año 2017 se publicaron 52 Notas Informativas de orden institucional sobre los resultados de las acciones de CATA.

Las notas también incluyeron noticias sobre el trabajo de redes que se ejecuta directamente a través de su Secretaria General - con el aval de la Presidencia Pro Témptore del Consejo Directivo de CATA-, para el establecimiento de alianzas inter-institucionales y de proyección del trabajo institucional de CATA como ente de enlace entre los sectores público y privado de la región, para la promoción de Centroamérica como un multidesino y su contribución en la cohesión y fortalecimiento de la integración turística de la región.

La noticia publicada por CATA sobre la campaña con *influencers* europeos tuvo gran impacto en Europa y en la región en donde fue publicado por dos medios de comunicación masiva de Guatemala y Costa Rica.

Desarrollo del II Taller de Innovación sobre Marketing Digital y Social Media aplicado al producto multidesino centroamericano



En cumplimiento con el acuerdo del Comité Ejecutivo de CATA en el punto número 7 del acta de la XLVII Reunión del Consejo Directivo de CATA, los días 26 y 27 de junio se organizó y desarrolló en San José Costa Rica el II Taller de Innovación del Producto Multidesino, con el tema: Marketing Digital y Social Media para la Promoción de Producto Turístico Multidesino.

El taller contó con el apoyo técnico de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), que designó dos facilitadores

y reconocidos conferencistas especialistas en innovación y comercialización. En el taller participaron 50 profesionales del turismo de toda la región centroamericana, en su mayoría Operadores de Turismo, técnicos de las Autoridades Nacionales de Turismo (ANT), y representantes de las cámaras de turismo. El taller tuvo cuatro grandes objetivos: a) entender la oferta de valor diferenciadora, producto o servicio multidesino para preparar innovadores paquetes; b) entender los mercados objetivos o usuarios digitales targets; c) entender los mecanismos de relación con los usuarios de producto o servicio multidesino;



y, d) entender los canales de distribución y comunicación digitales para paquetes/producto o servicio multidestino. Como resultado se obtuvieron cinco propuestas de plan de mercadeo digital y social media que se resumen en el siguiente cuadro:

NOMBRE DEL PROYECTO	CARÁCTER INNOVADOR DE LA PROPUESTA	CAPACIDAD PUESTA EN MARCHA	VIABILIDAD DE LA PROPUESTA
FEDECATUR	Desarrollo de un plan en torno a todas las Cámara cuyo eje estratégico sería la formación turística. El elemento de propuesta de valor es un mayor número de alianzas	De fácil puesta en marcha. Se precisa definir más claramente algunos elementos del plan y el cómo se coordinarán las acciones. Los clientes potenciales estarían en el segmento empresarial.	Viable
FACOT	Retomar el proyecto abandonado por tres años y reformularlo como un espacio de encuentro entre los operadores de C.A. siendo sus pilares fundamentales: destinos y expertos, que tendría como resultado el fortalecimiento de los productos en su totalidad.	Alta. El éxito dependerá del nivel de compromiso y colaboración que se establezca entre el sector privado y empresarial.	El plan de marketing digital es viable. Es importante el compromiso de colaboración del sector privado
CENTROAMÉRICA 5 SENTIDOS (#C5S)	Diseño de una oferta que se distingue de otras por su claro compromiso con el turismo de las experiencias y combina elementos diferenciales y cuyo mensaje clave es: “Lo máximo de C.A. por menos”	Alta. Se precisa de la coordinación de acciones que faciliten la integración del producto experiencial por parte de los TTOO.	Alta. Hay que analizar los canales de distribución, sistema de comercialización y relación con los potenciales clientes
VENTA DE EMOCIONES (GRUPO 4)	Es innovador, tanto en el diseño del producto como en su plan de marketing digital, con una plataforma interactiva, como en la gestión de la información. Mercados cautivos: el europeo y norteamericano. Mensaje claro: “Tu complemento perfecto para crear emociones en Centroamérica”	Ejecutable a medio/corto plazo. La idea está bien planteada, pero hay algunos elementos claves del plan que podrían ralentizar relativamente su puesta en marcha.	Viable.
PLATAFORMA “CENTROAMÉRICA ES FELICIDAD” (GRUPO 5)	Idea original, cuya propuesta de valor es crear un nuevo concepto de venta para Centroamérica como es la “FELICIDAD”, basado en la diversidad de los siete países. Muy innovador en la propuesta de <i>Videomarketing</i> . Plantea una serie de mensajes diferentes	Ejecutable a medio/corto plazo. Dependerá de la capacidad de alcanzar acuerdos con proveedores y prestadores de servicios, así como contar con el apoyo del sector público como facilitador.	Viable. Aporta valor en diferentes fases de la cadena de suministro, tanto a proveedores de productos y servicios, como a los clientes finales. Diferentes aspectos deberán ser tomados en consideración.

CATA posee instrumentos para asegurar su sostenibilidad

Cartera de proyectos de CATA

En cumplimiento a lo mandado por el Consejo Directivo de CATA (CD-CATA), bajo la PPT- Nicaragua, con el objetivo de contar con una cartera de proyectos para la búsqueda de fondos para dar continuidad a las acciones de promoción y posicionamiento de Centroamérica en los mercados meta de CATA en Europa, la Agencia formuló perfiles de proyectos en concordancia a los resultados de las demandas surgidas por el sector durante el primer Taller de Innovación de Productos Turísticos realizado en Managua en el 2016.

Los perfiles de proyectos resultantes fueron:

Proyecto 1:

Fortalecimiento institucional:
Desarrollo de una herramienta de geomarketing para la promoción del desarrollo turístico regional.

Proyecto 2:

Desarrollo de productos multidestino: Central American Tourism Packages.

Proyecto 3:

Desarrollo de productos multidestino: Central America Tourism Easy Pass (C-TEP)

Estos perfiles deberán ser aprobados por el CD-CATA para que la Agencia de forma conjunta con SITCA y el SICA puedan dar inicio al proceso de presentación de las propuestas ante la comunidad donante para la gestión de los fondos para la ejecución de proyectos.

Presentación de proyectos AECID/OMT

La PPT-Costa Rica propició un acercamiento ante la Agencia Española para la Cooperación Internacional y Desarrollo (AECID) y con la Organización Mundial del Turismo (OMT), y presentó el trabajo que Centroamérica realiza a través de su Agencia de Promoción en el mercado europeo. Esto, con el fin de buscar el apoyo necesario de estas entidades para que la región de continuidad a las acciones de posicionamiento del multidestino centroamericano y la facilitación de la comercialización de este para las MIPYMEs turísticas del istmo.

CATA formuló con la asistencia de la PPT-Costa Rica el perfil del proyecto: “Fortalecimiento del Turismo Intrarregional, Mercadeo Digital y Acceso a Mercados de las MIPYMEs Turísticas Centroamericanas”, presentado por la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) ante el Fondo España SICA (FES-SICA), y que se encuentra en estado de gestión.

Perfil de proyecto “Plataformización del sitio Visitcentroamerica con Amadeus”

Durante la quincuagésima reunión ordinaria del Consejo Directivo de CATA celebrada el 1ro de septiembre en ciudad Panamá, se aprobó la iniciativa de anteproyecto de plataformización del sitio VisitCentroamerica.

Esta propuesta tiene entre sus objetivos: a) fortalecer la gestión de promoción de Centroamérica como multidestino mediante el uso de las herramientas de promoción y comercialización digital; b) ampliar las plataformas y espacios de acceso a nuevos mercados de las empresas turísticas de la región; c) incrementar el tráfico turístico hacia la región a través de un novedoso

e innovador sistema de promoción y comercialización construido sobre una plataforma digital ajustada a las características de la región; y, d) encontrar medios de apoyo a la sostenibilidad financiera de la agencia a través de aportes para facilitar la comercialización de las ofertas y servicios regionales.



El CD-CATA instruyó a la Agencia proceder a la presentación de un estudio de factibilidad que les permitiera contar con los datos técnicos financieros para su análisis y potencial aprobación durante las subsiguientes reuniones de dicho organismo.

Se contrató asistencia técnica puntual para la elaboración del perfil del proyecto sobre tres escenarios y con resultados sustentados en los análisis

financieros correspondientes. CATA ha cumplido con esta tarea, y está lista para someterla a consideración del CD-CATA para su revisión.





PRODUCTOS
TURÍSTICOS



CATA posee un mejor conocimiento de los mercados prioritarios con la elaboración de estudios de “Best Prospect” en sus mercados meta



2017 fue un año de investigación y actualización para Centroamérica, a fin de profundizar sobre las demandas de sus mercados metas y mejorar sus futuras estrategias y acciones para atraer más turistas de estos países. Bajo esta premisa, durante el primer semestre del 2017, se realizaron los estudios correspondientes a los mercados de España, Alemania y Reino Unido. En el segundo semestre fueron recibidos los resultados de los estudios Best Prospect correspondiente a los mercados de Holanda, Italia y Francia.

Los resultados de estas importantes investigaciones realizadas en los países europeos antes mencionados han sido distribuidos a las Cámaras de Turismo de cada país, así como a las áreas de comercialización de cada Autoridad Nacional de Turismo de Centroamérica. Esta distribución tiene como objetivo primordial presentar nuevas luces sobre el comportamiento actual de los potenciales turistas de multidestino, que permitan a cada ANT y empresa replantear su actual estrategia de intervención para cada mercado, y fortalecer las acciones pertinentes según el caso y mercado. Teniendo como marco la Feria CATM 2017, se hizo una nueva presentación del resultado de los estudios al sector turístico centroamericano. El sector demostró gran entusiasmo e interés por profundizar en los resultados e hitos arrojados por los estudios sobre estos mercados, de cara a incorporar a sus estrategias de ventas y promoción acciones coherentes a los hallazgos y enfocadas a cada mercado.



Conocimiento de productos multidestino y oferta de paquetes actuales

La feria turística de FITUR fue la plataforma de lanzamiento del primer Catálogo de Ofertas Multidestino de Centroamérica, el cual consta de 66 paquetes promovidos por 30 tour operadores de la región.

Un total de cinco mil catálogos han sido distribuidos en las ferias: FITUR e ITB, caravana de Barcelona, “workshop” LATISUR en Italia, ELA en Londres, WTM, CATM 2017, durante las presentaciones que se han realizado a agentes de viajes, mayoristas y enviados a través de la Agencia de Relaciones Públicas de CATA en Europa. Durante la feria ITB-Berlín 2017 se lanzó la versión en inglés del catálogo, y en el marco de la caravana de ARGUE se lanzó la versión en alemán del mismo.

Feria CATM 2017

Durante parte del año 2016 y a lo largo del 2017 CATA ha venido ejecutando una intensa estrategia de promoción en Europa con el fin de estimular la participación de mayoristas y medios de calidad y seriedad comprobada para la CATM 2017.





Panamá Panamá

Panamá

Honduras Honduras Honduras





Entre julio y septiembre de 2017, CATA redobló esfuerzos logísticos para garantizar los espacios aéreos para la participación de los comercializadores y medios contactados en los meses previos.

Toda la gestión de promoción y persuasión llevada a cabo por CATA desde la WTM 2016, hasta septiembre del 2017 en Alemania, España, Francia, Holanda, Italia, Reino Unido, Finlandia, Bélgica, Noruega y Suecia permitió que Centroamérica recibiera 70 mayoristas y 25 periodistas de Europa. Se logró la participación de un total de 90 entidades centroamericanas, de las cuales 76 fueron empresarios, o sea, el 84.44% de los expositores.

Es importante destacar que a través de CATA se contribuyó con el 47% del valor total de los boletos aéreos para los mayoristas y medios europeos.



Actividades en el marco de la feria CATM 2017

En el contexto de la feria CATM 2017 se realizaron acciones de cara a fortalecer las capacidades de los empresarios turísticos centroamericanos, así como contribuir a la participación de mayoristas europeos. Estas acciones fueron:

Networking de empresarios centroamericanos

Por iniciativa de FEDECATUR, y en el marco de la CATM 2017 se llevó a cabo un networking de empresarios centroamericanos participantes en la feria CATM. CATA, con el objetivo de fortalecer la articulación de las ofertas multidestino, contribuyó con la logística para el desarrollo de esta acción.

Conferencia para expositores centroamericanos

El 6 de octubre del 2017, con la presencia de la representante de la PPT-Panamá, CATA llevó a cabo el evento “La Innovación en Gestión de Productos Turísticos Multidestino”, el cual consistió en el desarrollo de un ciclo de conferencias dirigidas a los expositores centroamericanos presentes en la CATM 2017 y que pudo ser sintonizado por Centroamérica entera a través de la transmisión en vivo en YouTube:

https://www.youtube.com/watch?v=y1KXhLF_k1M

CATA, expuso su trabajo de posicionamiento de Centroamérica como un multidestino de alta calidad en los mercados europeos. Por otro lado, la empresa Euromonitor desarrolló una charla magistral sobre las oportunidades que tiene Centroamérica como multidestino en sus mercados meta a través del desarrollo de estrategias a partir del conocimiento profundo de sus turistas “Best Prospect”. También se llevó a cabo la charla magistral “Innovación Turística como Factor de Competitividad”, a cargo del conferencista español y experto en innovación Juan Miguel Moreno Magaña.





POSICIONAMIENTO DE
MARCA



El objetivo de este componente es que, a través de acciones de difusión, la marca Centroamérica eleve su notoriedad y se posicione como marca integradora de la región en los mercados europeos prioritarios para CATA.

Estrategia de Marketing Digital



Bajo el lema “Centroamérica Me Hace Sentir Vivo”, CATA lanzó en junio del 2017 su estrategia digital para la promoción y posicionamiento de la región en sus mercados meta europeos.

Al mismo tiempo, con el refuerzo de los contenidos generados por los videos blogueros europeos invitados por CATA que fueron pauta en los mercados meta de procedencia de los influencers, la campaña logró más de cuatro millones de impactos en nuestros mercados meta.

La campaña, que cuenta con una línea gráfica excepcional, **logró incrementar su comunidad de Facebook en un 17%**, proyectando acertadamente la fascinante majestuosidad, místicas culturas, y patrimonio arqueológico y natural de la región.

Campaña de promoción digital en mercados prioritarios – implementación de innovación tecnológica y organización de viajes con vlogueros e influencers



Con el objetivo de reforzar la campaña de marketing digital “Centroamérica Me Hace Sentir Vivo” lanzada en mayo del 2017, se licitó asistencia técnica para el desarrollo de una acción promocional paralela con influencers de gran arrastre y audiencia para los mercados europeos meta de CATA.

La campaña se dividió para el 2017 en dos fases. La primera fase incluyó a Guatemala, Belice y Honduras; la segunda a El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

Como producto, cada video bloguero hizo un video general de su experiencia multidesestino, y un video de su visita a cada uno de los países visitados, mismos que han sido proyectados en sus redes y canales de distribución.



Hasta la fecha de elaboración de este informe, la campaña ha generado un total de **302 publicaciones**, con un alcance de **482,506 personas** en los mercados europeos antes citados. Esto ha resultado en más de **170,912 interacciones** y un total de **680,540 visualizaciones**, para un total en EMV (Earned Media Value) estimado en **€1,108,143.72** (un millón ciento ocho mil ciento cuarenta y tres con 72/100 euros) en las redes sociales donde se han publicado las vivencias de estos influencers.

RRSS	No. POST	ALCANCE	INTERACCIONES			
			VISTAS	ME GUSTA	COMPARTIR	COMENTARIOS
Instagram	90 Fotos	187,000		148,510		2,430
IG STORIES	66 historias		407,090			
FACEBOOK	43 posts	116,660	43.750	3.480	442	122
Twitter	62 posts	34,960		1,730	419	14
Blogs	10 posts		5,090			35
YouTube	31 videos	143,886	224,610	11,830		1,900
TOTAL	302	482,506	680,540	165,550	861	4,501

Como un beneficio adicional, las visitas de los video bloggers a la región generaron material fotográfico y videos en alemán, español e inglés que han sido entregados a las Autoridades Nacionales de Turismo para su uso como apoyo a sus acciones de promoción, de acuerdo al siguiente detalle:

DETALLE DE MATERIAL ENTREGADO A CENTROAMÉRICA POR VIDEO BLOGUEROS

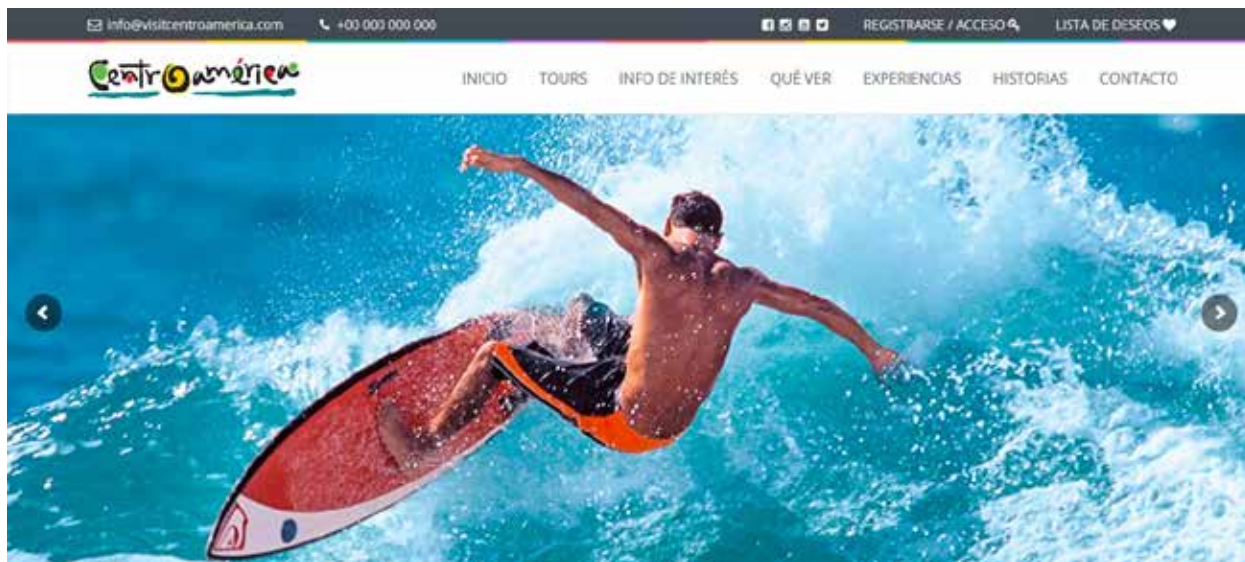
MK	INFLUENCER	PAÍSES CENTROAMERICANOS															
		GU		BZ		SV		HN		NI		CR		PA		CA	
		FO	VI	FO	VI	FO	VI	FO	VI	FO	VI	FO	VI	FO	VI	FO	VI
AL	LOUISE MORGEN	8	1	2	1			3	1							13	1
	BACKPACKER SIMON					1	1			2	1	4	2	4	1	11	0
ES	ROAD TO WILD	17	4	9	1			7	1							33	2
	MOCHILEROS TV					17	1			11	1	4	1	9	1	41	0
UK	BACKPACKING BANANAS	132	1	34	1			58	1							224	1
	DAN CARTER					17	1			6	1	8	1	10	1	41	1
MOR.	EVERETT/JUAN MIGUEL	18	0	64	3	11	0	208	30	31	0	14	11	18	18	364	0
TOTALES		175	6	109	6	46	3	276	33	50	3	30	15	41	21	727	5

Nueva plataforma web de Visitcentroamerica

El Consejo Directivo de CATA aprobó en abril del 2017 la propuesta de construcción de la plataforma web de visitcentroamerica, presentada por la empresa española Moreturismo. Entre los objetivos que cumplirá la plataforma están:



- Dar a conocer Centroamérica como multidestino vacacional para el mercado internacional.
- Dotar al visitante, viajero, turista de la máxima información posible sobre el multidestino.
- Impulsar la participación de los TTOO expertos en multidestino.
- Contar con una web adaptada y llena de contenidos informativos útiles para el turista.

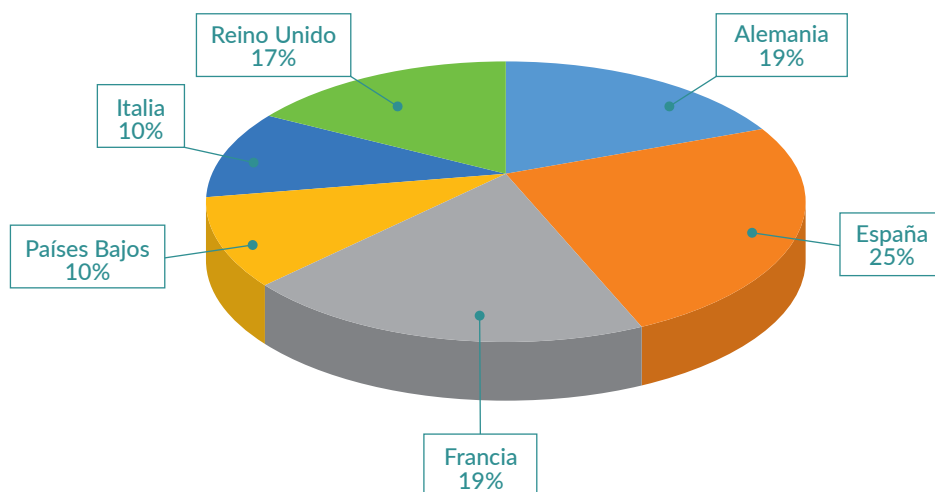


Esta plataforma, además de sensibilizar o crear “awareness”, tendrá la capacidad de estimular ese llamado a la acción o “call to action” que es lo que los países precisan, así como el sector privado, para incrementar el interés y visitación a Centroamérica y sus destinos. En enero del 2018 la plataforma web renovada fue puesta en línea. Esta proyecta modernidad, situando a la región como un multidestino único, gracias a sus grandes atractivos de naturaleza, misticismo, historia colonial y maravilloso clima.

Centroamérica se promociona a segmentos específicos en mercados prioritarios

De acuerdo con los datos arrojados por el compendio preliminar de estadísticas 2017 presentado por la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), y el informe de Flujo Migratorio por Continente del 2017 del Instituto de Migración y Extranjería de Guatemala, Centroamérica, exceptuando a Honduras, recibió un total de 1,067,600 turistas europeos, de los cuales, 800,640 procedían de los mercados meta europeos, lo que equivale al 75% del total de turistas europeos atendidos en Centroamérica en el año 2017.

DISTRIBUCIÓN DE LLEGADAS DE TURISTAS PROCEDENTES DE MERCADOS META 2017





En el gráfico que mostramos a continuación se presenta la distribución en términos porcentuales por país del total de turistas llegados a la región en el 2017 procedentes de Alemania, España, Francia, Países Bajos, Italia y el Reino Unido.

Asistencia técnica de Agencias de Relaciones Públicas en mercados meta europeos

Con el fin de continuar proyectando a Centroamérica y fortalecer su imagen como un multidesino en los mercados meta en Europa, CATA trabaja con la agencia de relaciones públicas ATREVIA en España y sus cinco filiales ubicadas en los mercados de Alemania, Francia, Holanda, Italia y Reino Unido.

Durante el año 2017, CATA en coordinación con ATREVIA ejecutó tres grandes acciones estratégicas en el 2017:

1. Desarrollo de acciones en cada mercado a nivel de medios de comunicación, mayoristas y público en general.
2. Realización de viajes de prensa.
3. Participación en eventos promocionales.
4. Elaboración de un kit de medios que fue traducido del español, alemán, francés, holandés, italiano e inglés. Este kit fue actualizado en junio del 2017.

En este capítulo presentamos las actividades desarrolladas para cada una de las acciones definidas.

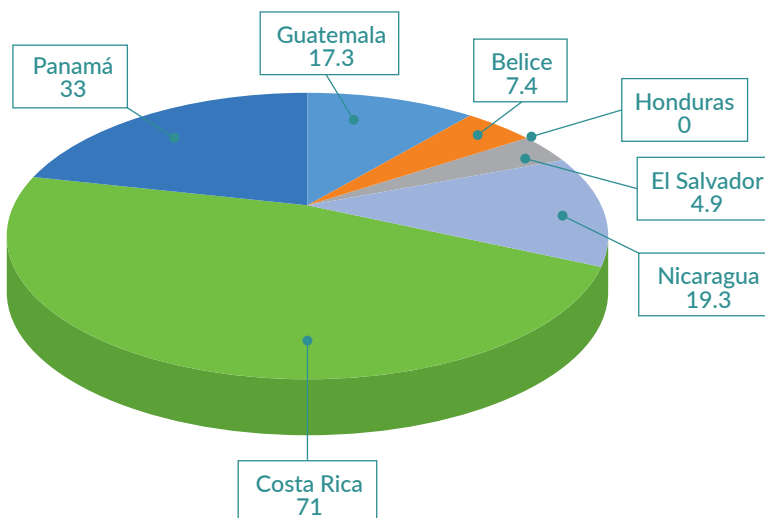


ALEMANIA

Alemania representó el 14.32% del total de turistas europeos llegados a Centroamérica² en el 2017. Los alemanes llegados en el 2017 representaron el 19.10% del total de pax procedentes de nuestros mercados meta.

Los países de la región que recibieron mayor número de turistas³ procedentes de Alemania fueron: Costa Rica con 46.42%; Panamá con 21.57%; Nicaragua con 12.62%; y, Guatemala con 11.34%.

DISTRIBUCIÓN DE PAX ALEMANES POR PAÍS DE C.A. EN 2017



RESULTADOS ALEMANIA 2017

Monitoreo mensual de publicaciones sobre Centroamérica (Clippings)

A diciembre del 2017, la agencia de Relaciones Públicas de Centroamérica había registrado un total de 2,119 clippings de prensa sobre Centroamérica en toda Europa. De este total, Alemania tuvo un total de 479 noticias que representa el 23% del total de noticias turísticas que se identificaron en Europa en el 2017.

2 Según el Compendio Estadístico de SITCA – falta el dato de pax europeos llegados a Honduras en el 2017 -

3 De acuerdo con las cifras proporcionadas por las ANT y reflejadas en el Compendio Preliminar Estadísticas presentado por el SITCA -

RESULTADOS CLIPPINGS ALEMANIA 2017	
Total noticias sobre C.A. identificadas en 2017	479
Total noticias gestionadas por CATA a través de su agencia de RRPP	67
Valor publicitario de las Notas gestionadas (Add Value)	€1,671,726.00
Audiencia estimada impactada	141,381,464

El 13.99% de las noticias turísticas que se produjeron en mercado alemán sobre Centroamérica fueron gracias al envío de información sobre la región a través de la distribución de boletines y notas de prensa, así como, la asistencia y atención directa de nuestra agencia en Alemania con los medios de comunicación.

DISTRIBUCIÓN DE LOS RESULTADOS GESTIÓN NOTICIAS ALEMANIA 2017 POR PAÍS C.A. Y PRODUCTO MULTIDESTINO.			
PAÍS	No. NOTAS	ADD VALUE	AUDIENCIA ESTIMADA IMPACTADA
Guatemala	13	€161,480.00	33,884,897
Belice	4	€58,369.00	264,167
El Salvador	2	€4,404.00	13,364,882
Honduras	1	€22,517.00	105,915
Nicaragua	7	€46,917.00	77,672,581
Costa Rica	6	€597,748.00	1,005,647
Panamá	7	€588,292.00	5,487,313
Regional	27	€191,999.00	9,596,062
TOTAL	67	€1,671,726.00	141,381,464

Notas de Prensa

Alemania produjo un total de 24 notas de prensa que fueron distribuidas a la base de datos de Alemania que totalizan 200 contactos entre trade y medios de comunicación masiva.

Los temas informados en las notas de prensa fueron realizados en un contexto multidestino y en función del producto sobre el que se destacaba se hacía referencia sobre los atractivos y ofertas vinculados al mismo por país.

Los mensajes clave para la generación de contenidos de los medios estuvieron vinculados principalmente a los segmentos y productos de sol y playa, culturales, bodas y luna de miel, y naturaleza. No obstante, también hubo notas que tocaron aquellos temas relacionados con conectividad y Centroamérica como punto de reuniones (MICE).

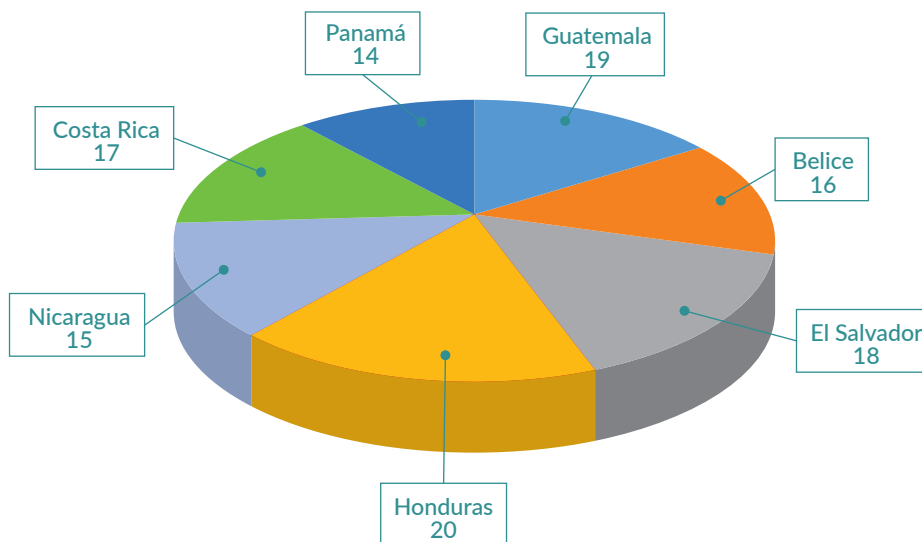
Desarrollo de Artículos Editoriales - Newsletters

Alemania desarrolló 12 boletines de prensa que fueron distribuidos a los doscientos contactos con los que cuenta la agencia en Alemania.

Los contenidos de los boletines presentaron temas relacionados con los productos, y de acuerdo con las informaciones que se lograron de cada uno de los países del istmo sobre los temas abordados. Es importante destacar que cada mercado enfatiza en lo que considera de mayor interés para sus audiencias: trade y medios de comunicación, que es donde básicamente se distribuyen los boletines, y es la fuente de donde derivan las historias y publicaciones que la agencia gestiona.

En el caso de Alemania, para efecto de los boletines fueron redactadas 119 notas sobre los países y sus ofertas, y su distribución en el 2017 fue así:

No. DE NOTAS SOBRE PRODUCTOS Y/O OFERTAS EN ALEMANIA POR PAÍS DE C.A.

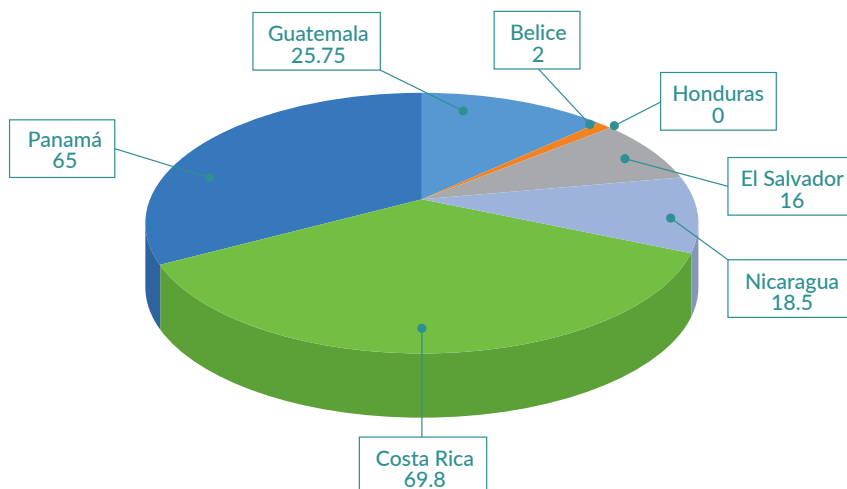


ESPAÑA

Para 2017, España⁴ representa el 18.45% del total de turistas europeos llegados a Centroamérica, y equivalen al 25% del total de pax recibidos de nuestros mercados meta.

Los países de la región que recibieron mayor número de turistas procedentes de España fueron: Costa Rica con 35.42%; Panamá con 32.98%; Guatemala con 13.06%; y, Nicaragua con 9.38%.

DISTRIBUCIÓN DE LLEGADA PAX ESPAÑOLES POR PAÍS C.A. EN 2017 (EN MILES DE PAX)



RESULTADOS ESPAÑA 2017

Monitoreo mensual de publicaciones sobre Centroamérica (Clippings)

Hasta diciembre del 2017, gracias al monitoreo realizado por la agencia de Relaciones Públicas de Centroamérica en España, se identificaron 857 noticias turísticas sobre la región, de las cuales, 161, o sea el 18.78% del total de las publicaciones detalladas, son producto de la gestión directa de la agencia de RRPP

4 El dato de Honduras no está integrado en el boletín preliminar de estadísticas 2017 del SITCA.

de Centroamérica en España que resultan de las notas de prensa mensuales, boletines redactados y distribuidos por la agencia de RRPP, así como de la asistencia directa brindada a los medios que así lo requieren con fotografías e informaciones puntuales que desde la subse de CATA en Centroamérica se gestionaban con las Autoridades Nacionales de Turismo.

Del total de noticias determinadas en los seis mercados meta, las gestionadas en España corresponden al 40.44% del total de clippings.

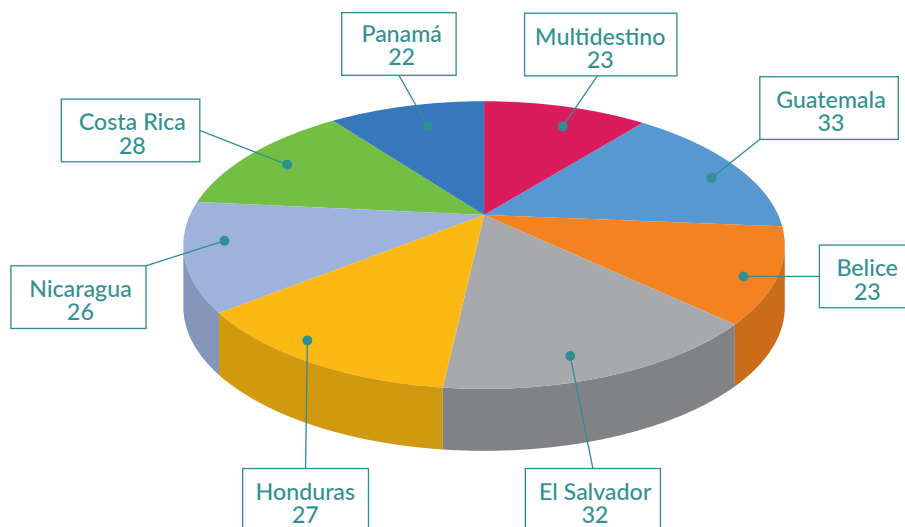
RESULTADOS CLIPPINGS ESPAÑA 2017	
Total de noticias sobre C.A. identificadas en España 2017	857
Total de noticias gestionadas por CATA a través de su agencia de RRPP	161
Valor publicitario de las Notas gestionadas (Add Value)	€385,087.43
Audiencia estimada impactada	10,992,490

DISTRIBUCIÓN DE LOS RESULTADOS GESTIÓN NOTICIAS ESPAÑA 2017 POR PAÍS C.A. Y PRODUCTO MULTIDESTINO			
PAÍS	No. NOTAS	ADD VALUE	AUDIENCIA ESTIMADA IMPACTADA
Guatemala	10	€23,536.97	1,038,194
Belice	14	€36,361.62	3,205,292
El Salvador	23	€34,847.66	1,437,960
Honduras	18	€28,449.88	460,325
Nicaragua	7	€39,006.66	371,701
Costa Rica	5	€1,328.00	43,521
Panamá	7	€128,135.82	1,088,223
Regional	77	€93,420.02	3,347,274
TOTAL	161	€385,087.43	10,992,490

RESEÑAS INFORMATIVAS NOTAS DE PRENSA ESPAÑA 2017

Notas de Prensa

España produjo un total de 24 notas de prensa que fueron distribuidas a la base de datos conformada por 550 contactos entre trade y medios de comunicación masiva. Se contabilizan 214 reseñas informativas sobre atractivos de los países que se dividen de la siguiente manera:



Los temas informados en las notas de prensa fueron realizados en un contexto multidestino y en función del producto sobre el que se destacaba se hacía referencia sobre los atractivos y ofertas vinculados al mismo por país.

Los mensajes clave para la generación de contenidos de los medios estuvieron vinculados principalmente a los segmentos y productos de sol y playa, culturales, bodas y luna de miel, y naturaleza. No obstante, también hubo notas que tocaron aquellos temas relacionados con conectividad y Centroamérica como punto de reuniones (MICE).

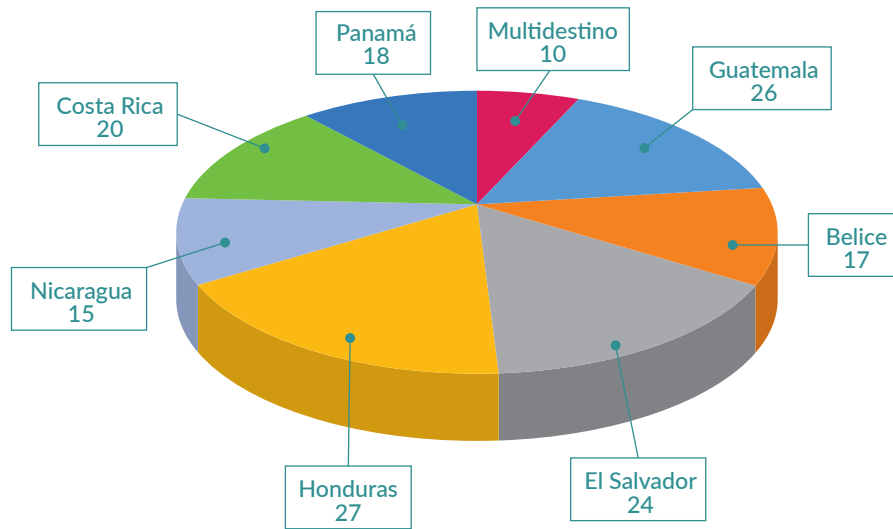
Desarrollo de Artículos Editoriales - Newsletters

España desarrolló 12 boletines de prensa que fueron distribuidos entre 550 contactos de trade y medios de comunicación.

Los contenidos de los boletines presentaron temas relacionados con los productos y de acuerdo con las informaciones que se lograron de cada uno de los países del istmo sobre los temas abordados. Es importante destacar que cada mercado enfatiza lo que considera de mayor interés para sus audiencias: trade y medios de comunicación que es donde básicamente se distribuyen los boletines, y que es la fuente de donde derivan las historias y publicaciones que la agencia gestiona.

En el caso de España, para efecto de los boletines se redactaron 74 notas sobre los países y sus ofertas, y su distribución en el 2017 fue así:

No. NOTAS SOBRE PRODUCTOS Y/O OFERTAS DE C.A. EN ESPAÑA



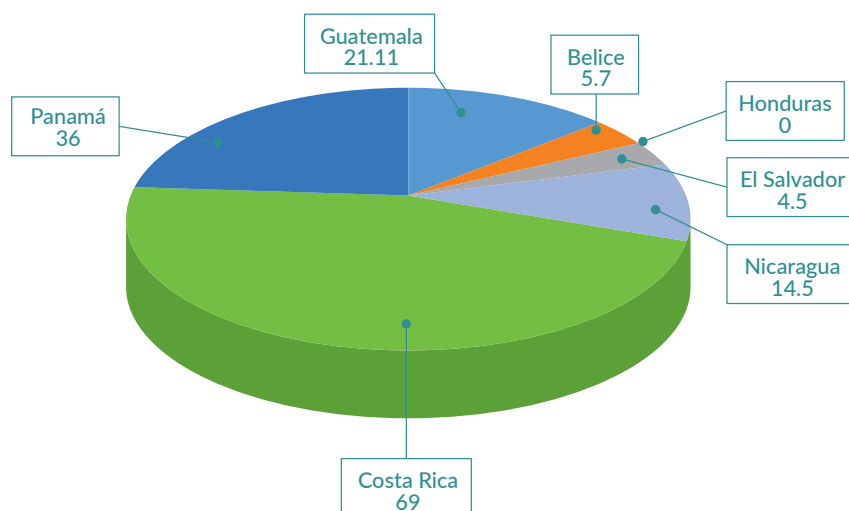
FRANCIA

Para este 2017, Francia⁵ representa el 14.20% del total de turistas europeos llegados a Centroamérica, y a su vez el total de pax franceses representa el 18.93% del total de pax recibidos por la región de nuestros mercados meta.

Los países de la región que recibieron mayor número de turistas procedentes de Francia fueron: Costa Rica con 46%; Panamá con 23.74%; Guatemala con 13.91%; y, Nicaragua con 9.56%.

5 El dato de Honduras no está integrado en el boletín preliminar de estadísticas 2017 del SITCA.

DISTRIBUCIÓN PAX FRANCESES POR PAÍS C.A. EN 2017 (EN MILES DE PAX)



RESULTADOS FRANCIA 2017

Monitoreo mensual de publicaciones sobre Centroamérica (Clippings)

A diciembre del 2017, y gracias al monitoreo realizado por la agencia de Relaciones Públicas de Centroamérica, en Francia fueron identificadas 166 noticias turísticas sobre la región, de las cuales, 96, o sea el 57.83% del total de las publicaciones detalladas, son producto de la gestión directa de la agencia de RRPP y que resultan de las notas de prensa

mensuales, boletines redactados y distribuidos por la agencia de RRPP, así como de la asistencia directa brindada a los medios que así lo requieren con fotografías e informaciones puntuales que desde la subse de CATA en Centroamérica se gestionaban con las Autoridades Nacionales de Turismo. El total de noticias turísticas en Francia representan el 7.83% del total de noticias identificadas en nuestros mercados meta.

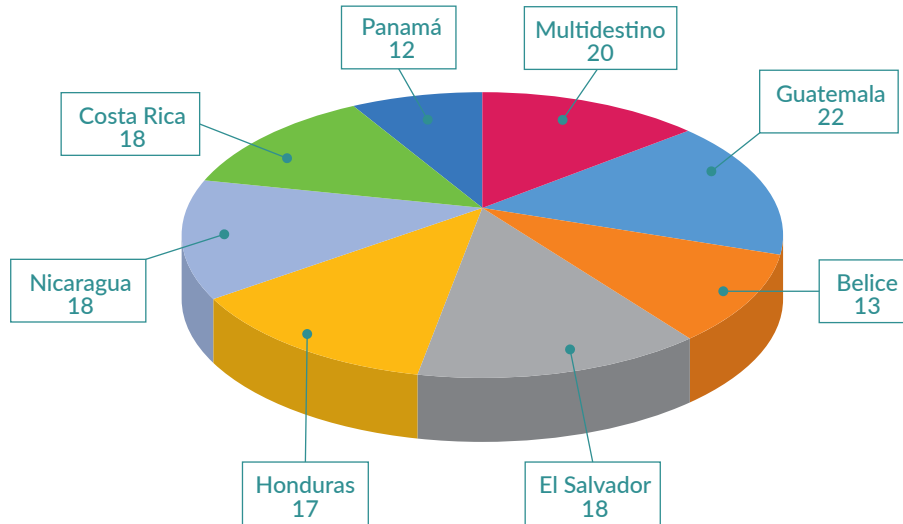
RESULTADOS CLIPPINGS FRANCIA 2017	
Total de noticias sobre C.A. identificadas en Francia 2017	166
Total de noticias gestionadas por CATA a través de su agencia de RRPP	96
Valor publicitario de las Notas gestionadas (Add Value)	€667,750.00
Audiencia estimada impactada	196,743,396

DISTRIBUCIÓN DE LOS RESULTADOS GESTIÓN NOTICIAS FRANCIA 2017 POR PAÍS C.A. Y PRODUCTO MULTIDESTINO			
PAÍS	No. NOTAS	ADD VALUE	AUDIENCIA ESTIMADA IMPACTADA
Guatemala	4	€10,250.00	2,329,136
Belice	6	€39,400.00	3,652,661
El Salvador	3	€9,500.00	39,500
Honduras	6	€31,100.00	2,928,603
Nicaragua	3	€16,050.00	18,271,082
Costa Rica	32	€360,450.00	139,861,669
Panamá	5	€39,500.00	4,740,689
Regional	37	€161,500.00	24,920,056
TOTAL	96	€667,750.00	196,743,396

Notas de Prensa

Francia produjo un total de 24 notas de prensa que fueron distribuidas a la base de datos conformada por 885 contactos divididos entre trade y medios de comunicación masiva. Se contabilizan 138 reseñas informativas sobre atractivos de los países que se dividen de la siguiente manera:

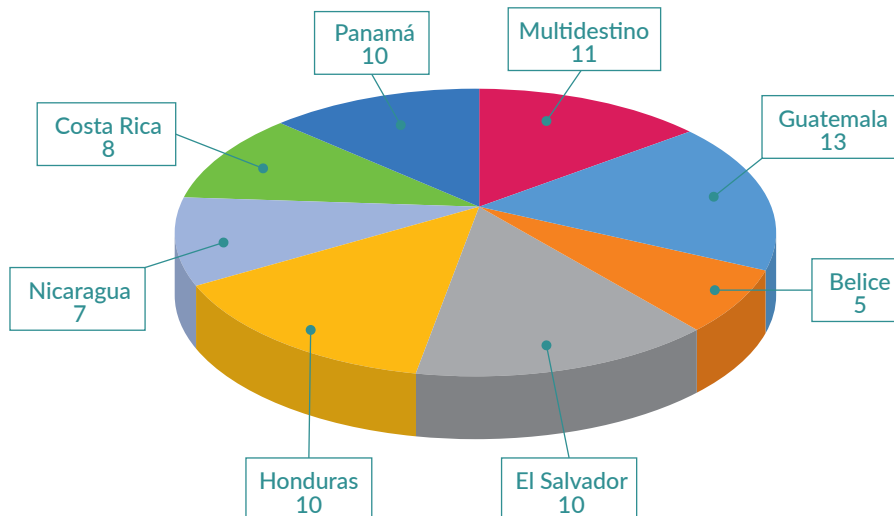
RESEÑAS INFORMATIVAS DE LAS NOTAS DE PRENSA EN FRANCIA -2017



Desarrollo de Artículos Editoriales - Newsletters

Francia desarrolló 12 boletines de prensa que fueron distribuidos entre 885 contactos que conforman la base de dato de Francia. En el caso de Francia, para efecto de los boletines fueron redactadas 74 notas sobre los países y sus ofertas, y su distribución en el 2017 fue así:

No. DE NOTAS SOBRE PRODUCTOS Y/O OFERTAS DE C.A. EN FRANCIA 2017





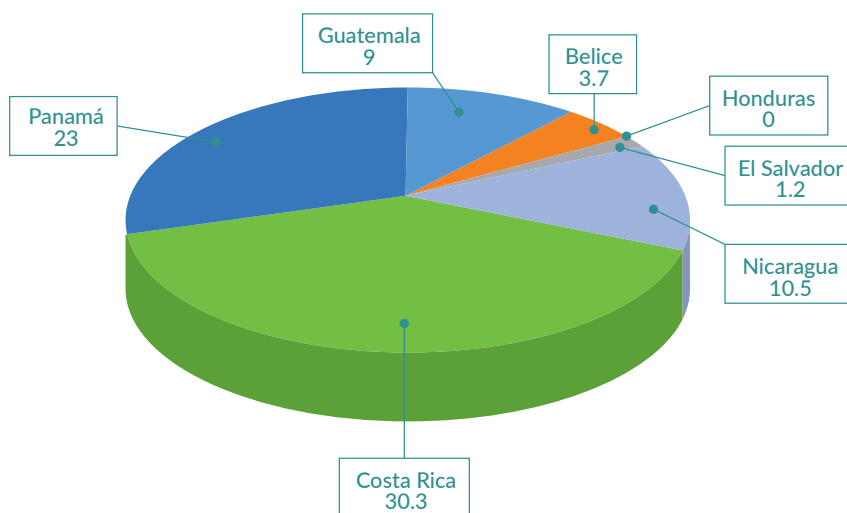
PAISES BAJOS



Para este 2017, los Países Bajos⁶ representan el 7.28% del total de turistas europeos llegados a Centroamérica, y equivalen al 9.70% del total de pax recibidos de nuestros mercados meta.

Los países de la región que recibieron mayor número de turistas procedentes de los Países Bajos fueron: Costa Rica con 38.99%; Panamá con 29.6%; Nicaragua con 13.51%; Guatemala con 11.58%; Belice con 4.76%; y, El Salvador con 1.54%. No contamos con el dato de Honduras.

DISTRIBUCIÓN DE PAX PAÍSES BAJOS POR PAÍS DE C.A. EN 2017
(EN MILES DE PAX)



RESULTADOS PAÍSES BAJOS 2017

Monitoreo mensual de publicaciones sobre Centroamérica (Clippings)

A diciembre del 2017, y gracias al monitoreo realizado por la agencia de Relaciones Públicas de Centroamérica, en los Países Bajos fueron identificadas 256 noticias, de las cuales 193, o sea el 75.39 % del total de las publicaciones detalladas, son producto de la gestión directa de la agencia de RRPP de Centroamérica, y resultan de

las notas de prensa mensuales, boletines redactados y distribuidos por la agencia de RRPP, así como de la asistencia directa brindada a los medios que así lo requieren con fotografías e informaciones puntuales que desde la subsección de CATA en Centroamérica se gestionaban con las Autoridades Nacionales de Turismo.

RESULTADOS CLIPPINGS PAÍSES BAJOS 2017	
Total de noticias sobre C.A. identificadas en 2017	256
Total de noticias gestionadas por CATA a través de su agencia de RRPP	193
Valor publicitario de las notas gestionadas (Add value)	€928,462.40
Audiencia estimada impactada	19,544,093

6 El dato de Honduras no está integrado en el boletín preliminar de estadísticas 2017 del SITCA.

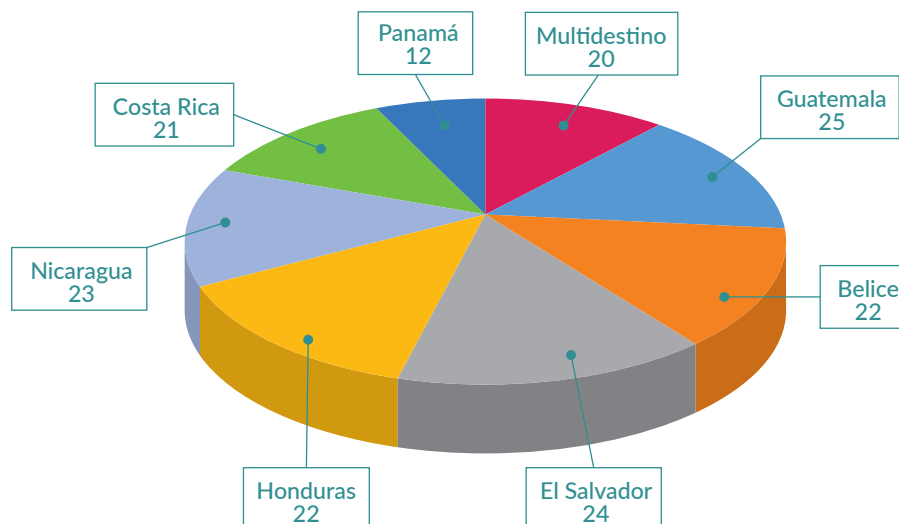


DISTRIBUCIÓN DE LOS RESULTADOS GESTIÓN NOTICIAS PAÍSES BAJOS 2017 POR PAÍS C.A. Y PRODUCTO MULTIDESTINO			
PAÍS	No. NOTAS	ADD VALUE	AUDIENCIA ESTIMADA IMPACTADA
Guatemala	30	€50,866.00	3,216,055
Belice	11	€64,990.00	2,832,208
El Salvador	1	€1,750.00	80,000
Honduras	3	€18,535.00	336,969
Nicaragua	12	€39,185.00	2,535,000
Costa Rica	65	€154,453.00	2,639,607
Panamá	19	€357,419.00	2,240,995
Regional	52	€241,264.00	5,663,299
TOTAL	193	€928,462.40	19,544,093

Notas de Prensa

En los Países Bajos se produjeron 24 notas de prensa que fueron distribuidas a la base de datos de 971 contactos divididos entre trade y medios de comunicación masiva. Se contabilizan 174 reseñas informativas sobre atractivos de los países divididas de la siguiente manera:

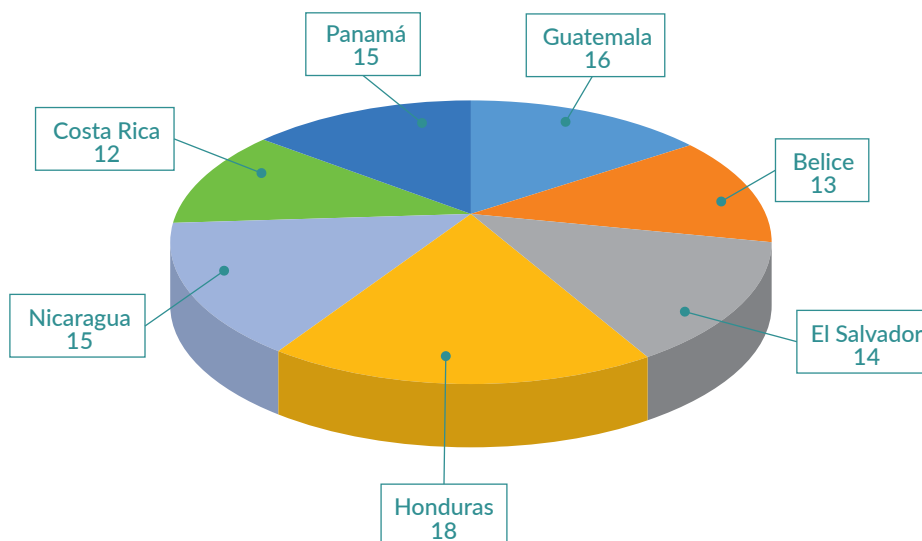
RESEÑAS INFORMATIVAS DE LAS NOTAS DE PRENSA EN LOS PAÍSES BAJOS -2017



Desarrollo de Artículos Editoriales - Newsletters

En los Países Bajos se desarrollaron 12 boletines que fueron distribuidos entre sus 971 contactos mensualmente. Al mismo tiempo, se redactaron 103 notas sobre los países y sus ofertas, y su distribución en el 2017 fue así:

No. DE NOTAS SOBRE PRODUCTOS Y/O OFERTAS DE C.A. EN HOLANDA 2017

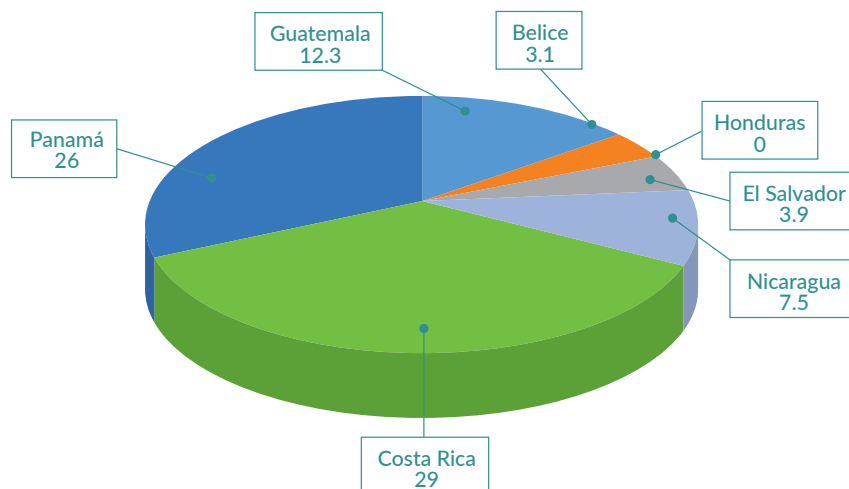


ITALIA

Para 2017, Italia⁷ representa el 7.66% del total de turistas europeos llegados a Centroamérica, y equivale al 10.21% del total de pax recibidos de nuestros mercados meta.

Los países de la región que recibieron mayor número de turistas italianos fueron: Costa Rica con 35.45%; Panamá con 31.78%; Guatemala con 15.03%; Nicaragua con 9.16%; Belice con 3.78%; y, El Salvador con 4.76%. No contamos con el dato de Honduras.

DISTRIBUCIÓN DE PAX ITALIA POR PAÍS DE C.A. EN 2017
(EN MILES DE PAX)



RESULTADOS ITALIA 2017

Monitoreo mensual de publicaciones sobre Centroamérica (Clippings)

A diciembre del 2017, y gracias al monitoreo realizado por la agencia de Relaciones Públicas de Centroamérica, en Italia, fueron identificadas 263 noticias, de las cuales 187, o sea el 71.10 % del total de las publicaciones detalladas son producto de la gestión directa de la agencia de RRPP de

7 El dato de Honduras no está integrado en el boletín preliminar de estadísticas 2017 del SITCA.

Centroamérica y que resultan de las notas de prensa mensuales, boletines redactados y distribuidos por la agencia de RRPP, así como de la asistencia directa brindada a los medios que así lo requieren con fotografías e informaciones puntuales que desde la subse de CATA en Centroamérica se gestionaban con las Autoridades Nacionales de Turismo.

Las noticias turísticas italianas equivalen al 12.41% del total de noticias turísticas provenientes de nuestros mercados meta identificadas en el 2017, y las gestionadas por nuestra representación en Italia equivalen al 8.80% del total referente a los clippings de noticias analizados.

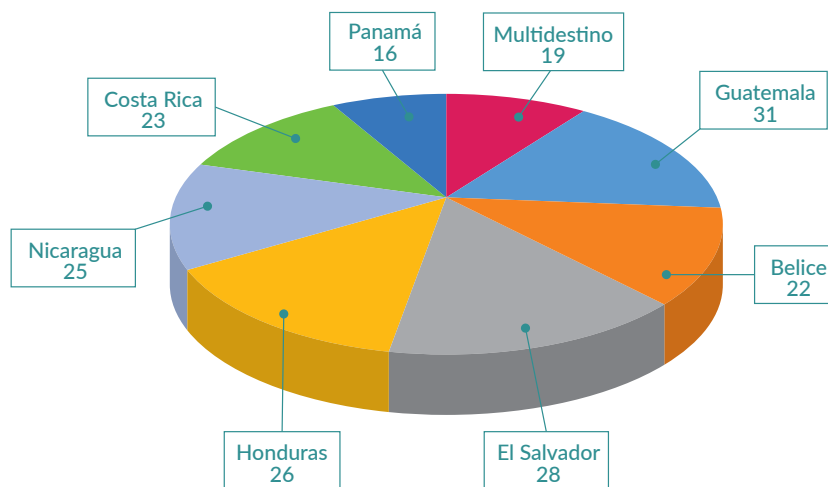
RESULTADOS CLIPPINGS ITALIA 2017	
Total de noticias sobre C.A. identificadas en 2017	263
Total de noticias gestionadas por CATA a través de su agencia de RRPP	187
Valor publicitario de las notas gestionadas (Add value)	€2,059,860.00
Audiencia estimada impactada	45,853,866

DISTRIBUCIÓN DE LOS RESULTADOS GESTIÓN NOTICIAS ITALIA 2017 POR PAÍS C.A. Y PRODUCTO MULTIDESTINO.			
PAÍS	No. NOTAS	ADD VALUE	AUDIENCIA ESTIMADA IMPACTADA
Guatemala	12	€70,000.00	1,758,369
Belice	17	€131,380.00	1,429,140
El Salvador	7	€101,000.00	185,040
Honduras	12	€52,800.00	15,501,700
Nicaragua	4	€34,000.00	264,673
Costa Rica	12	€598,500.00	2,175,836
Panamá	5	€213,500.00	79,615
Regional	118	€858,680.00	24,459,493
TOTAL	187	€2,059,860.00	45,853,866

RESEÑAS INFORMATIVAS DE LAS NOTAS DE PRENSA EN ITALIA - 2017

Notas de Prensa

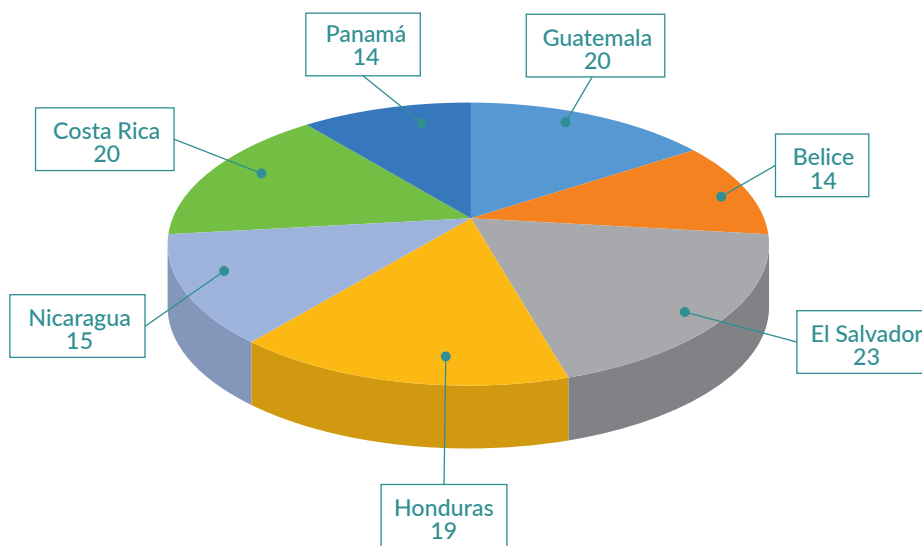
En Italia se produjeron 24 notas de prensa que fueron distribuidas a la base de datos que consta de 420 contactos divididos entre trade y medios de comunicación masiva. Se contabilizan 190 reseñas informativas sobre atractivos de los países divididas de la siguiente manera:



Desarrollo de Artículos Editoriales Newsletters

En Italia se desarrollaron 12 boletines que fueron distribuidos entre sus 420 contactos mensualmente. Se redactaron 134 notas sobre los países y sus ofertas y su distribución en el 2017 fue así:

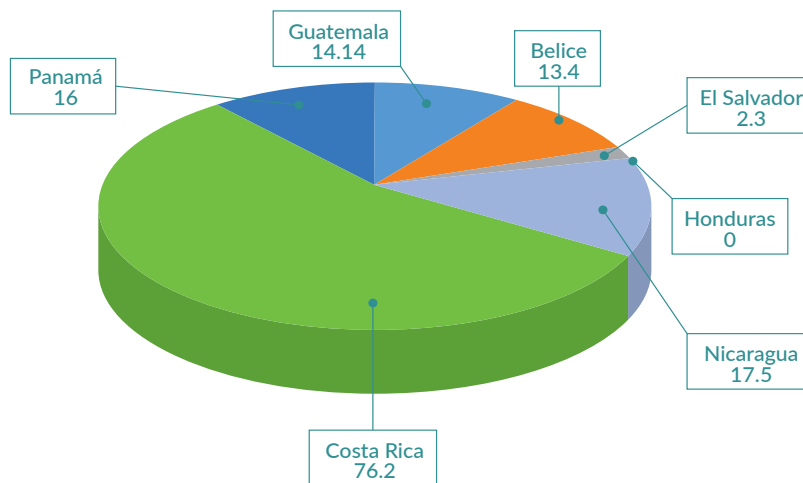
No. DE NOTAS SOBRE PRODUCTOS Y/O OFERTAS DE C.A. EN ITALIA 2017



REINO UNIDO

Para este 2017, el Reino Unido⁸ representa el 13.07% del total de turistas europeos llegados a Centroamérica, y equivalen al 17.42% del total de pax recibidos de nuestros mercados meta.

DISTRIBUCIÓN DE PAX REINO UNIDO POR PAÍS DE C.A. EN 2017
(EN MILES DE PAX)



Los países de la región que recibieron mayor número de turistas italianos fueron: Costa Rica con 54.60%; Nicaragua con 12.54%; Panamá con 11.40%; Guatemala con 10.31%; Belice con 9.60%, y, El Salvador con 1.64%.

RESULTADOS REINO UNIDO 2017

Monitoreo mensual de publicaciones sobre Centroamérica (Clippings)

8 El dato de Honduras no está integrado en el boletín preliminar de estadísticas 2017 del SITCA.

A diciembre del 2017, y gracias al monitoreo realizado por la agencia de Relaciones Públicas de Centroamérica, en el Reino Unido fueron identificadas 98 noticias, de las cuales, 35, o sea el 35.71 % del total de las publicaciones detalladas son producto de la gestión directa de la agencia de RRPP de Centroamérica, y resultan de las notas de prensa mensuales, boletines redactados y distribuidos por la agencia de RRPP, así como de la asistencia directa brindada a los medios que así lo requieren con fotografías e informaciones puntuales que desde la subsección de CATA en Centroamérica se gestionaban con las Autoridades Nacionales de Turismo.

Las noticias turísticas británicas equivalen al 4.62% del total de noticias turísticas provenientes de nuestros mercados meta identificadas en el 2017, y las gestionadas por nuestra representación en Italia equivalen al 1.70% del total referente a los clippings de noticias analizados.

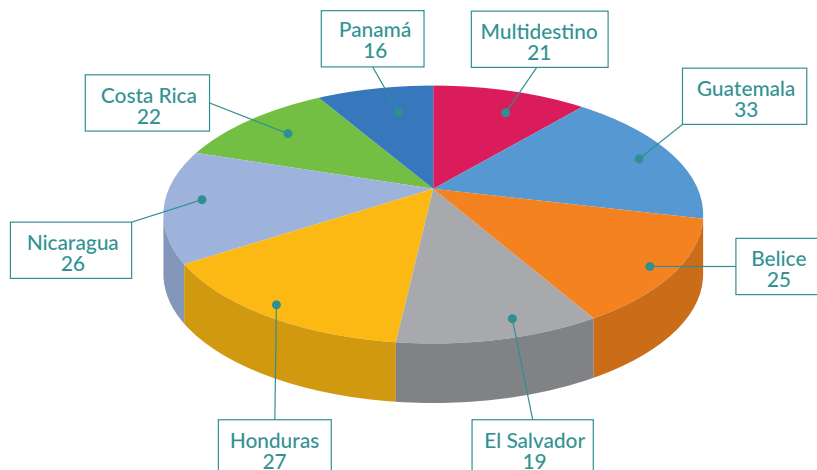
RESULTADOS CLIPPINGS REINO UNIDO	
Total de noticias sobre C.A. identificadas en 2017.	98
Total de noticias gestionadas por CATA a través de su agencia de RRPP	35
Valor publicitario de las notas gestionadas (Add value)	€142,403.00
Audiencia estimada impactada	11,000,750

DISTRIBUCIÓN DE LOS RESULTADOS GESTIÓN NOTICIAS REINO UNIDO 2017 POR PAÍS C.A. Y PRODUCTO MULTIDESTINO			
PAÍS	No. NOTAS	ADD VALUE	AUDIENCIA ESTIMADA IMPACTADA
Guatemala	1	€23,220.00	153,163
Belize	0	€0.00	0
El Salvador	4	€4,318.00	1,000,235
Honduras	1	€2,228.00	1300
Nicaragua	0	€0.00	0
Costa Rica	0	€0.00	0
Panamá	0	€0.00	0
Regional	29	€112,637.00	9,846,052
TOTAL	35	€142,403.00	11,000,750

RESEÑAS INFORMATIVAS DE LAS NOTAS DE PRENSA EN REINO UNIDO - 2017

Notas de Prensa

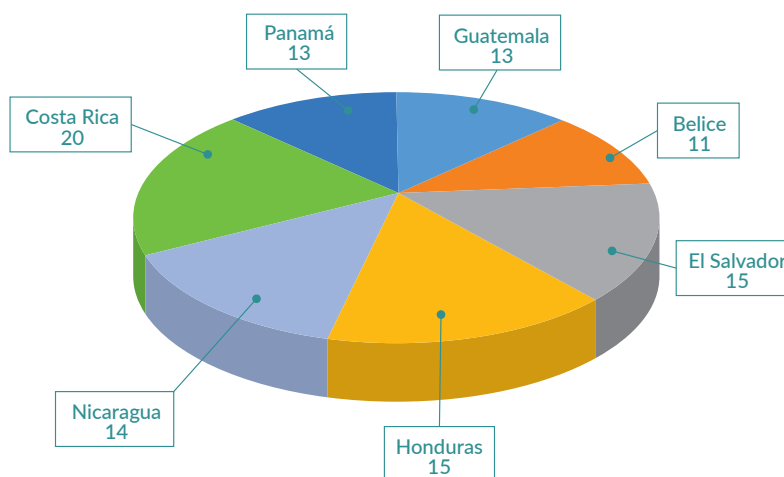
En el Reino Unido se produjeron 24 que fueron distribuidas a la base de datos que consta de 420 contactos divididos entre trade y medios de comunicación masiva. Se contabilizan 196 reseñas informativas sobre atractivos de los países que se dividen de la siguiente manera:



Desarrollo de artículos editoriales Newsletters:

En el Reino Unido fueron desarrollados 12 boletines que fueron distribuidos entre sus 420 contactos mensualmente. Fueron redactadas 297 notas sobre los países y sus ofertas y su distribución en el 2017 fue así:

No. DE NOTAS SOBRE PRODUCTOS Y/O OFERTAS DE C.A. EN REINO UNIDO 2017



RESUMEN GENERAL DE RESULTADOS DE GESTIÓN DE CATA CON MEDIOS EN MERCADOS METAS 2017

MERCADO	TOTAL CLIPPINGS IDENTIFICADOS	GENERADOS POR AGENCIA RRPP	ADD VALUE DE LA NOTICIA EN EUROS	AUDIENCIA ESTIMADA ALCANZADA
Alemania	479	67	1,671,726.00	141,381,464
España	857	161	385,087.43	10,992,490
Francia	166	96	667,750.00	196,743,396
Países Bajos	256	193	928,462.40	19,544,093
Italia	263	187	2,059,860.00	45,853,866
Reino Unido	98	35	142,403.00	11,000,750
TOTAL	2119	739	5,855,288.83	425,516,059

RESUMEN GENERAL DE RESULTADOS DE LA GESTIÓN DE CATA CON MEDIOS EN MERCADOS METAS 2017 POR PAÍS CENTROAMERICANO Y LA REGIÓN:

PAÍS C.A.	TOTAL CLIPPINGS IDENTIFICADOS	GENERADOS POR AGENCIA RRPP	ADD VALUE DE LA NOTICIA EN EUROS	AUDIENCIA ESTIMADA ALCANZADA
Guatemala	2119	70	339,532.97	42,379,814
Belice		52	330,500.62	11,383,486
El Salvador		40	155,819.56	16,107,617
Honduras		41	155,629.88	19,334,812
Nicaragua		33	175,158.66	99,115,037
Costa Rica		120	1,712,479.80	145,726,280
Panamá		43	1,326,846.82	13,636,795
Multidestino		340	1,659,500.42	77,832,236
TOTAL	2119	739	5,855,288.83	425,516,059



VIAJES DE PRENSA:

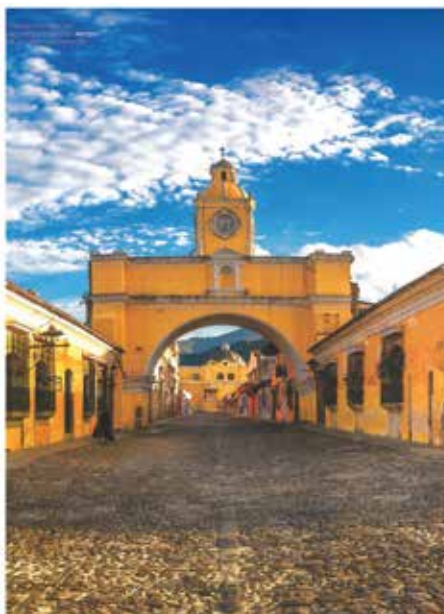
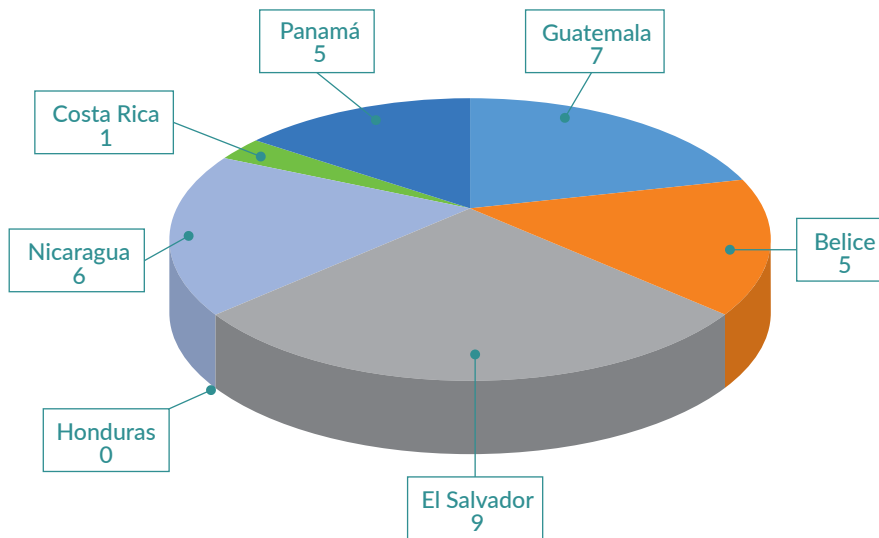


ALEMANIA

Durante el año 2017, Alemania generó 33 viajes de prensa hacia Centroamérica para un total de 18 medios de comunicación representados por 14 periodistas.

Los viajes de prensa de Alemania estuvieron distribuidos así:

VIAJES DE PRENSA ALEMANIA 2017



LATINAMÉRICA (CONTINUA)

DER BÜRGERKRIEG IST VERGANGENHEIT. EINDRÜCKE AUS GUATEMALA UND EL SALVADOR.

KOLONIALSTÄDTE MIT VIEL CHARME

Der große Unterschied besteht darin, dass es nicht um die Vergangenheit geht, sondern um die Zukunft. Die gesamte zentrale Mittelamerika ist ein Land, das sich in der Vergangenheit befindet. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm.

In der 1980er Jahre erlebten wir den Bürgerkrieg. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm.

Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm.

Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm. Die Städte sind wunderschön, aber die Menschen sind arm.

A diciembre del 2017, los viajes de prensa han generado 38 noticias que tienen un ROI por valor de publicación de € 989,069.00 con un alcance estimado de audiencia de 4,271,456 personas, distribuidos de la siguiente manera:

PAÍS DESTACADO	ADD VALUE EN EUROS	AUDIENCIA ESTIMADA ALCANZADA
Guatemala	N/A	20,500
Belice	19,966.00	171,461
El Salvador	435,714.00	2,132,174
Nicaragua	14,721.00	61,119
Panamá	40,200.00	863,100
MD:BZ-NI-PA	478,468.00	1,023,102
TOTALES	989,069.00	4,271,456

FECHA DE VIAJE	DESTINO VISITADO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A PUBLICACIÓN O TÍTULO	PAÍS DESTACADO
30/05/2017 al 07/06/2017	GU -SV	Armgard Seegers K.	Berliner Morgenpost	Im Herzen der Maya-Welt: En el corazón del mundo maya	SV
		Claus Oliver Gerhard	Reise & Preise	Pendiente	
			Westdeutsche Zeitung		
			Touristik Aktuell		
			SRT Servicio de prensa (70 medios)		
		Henke Udo Carsten	Darmstädter Echo	Bedrohte Schönheit: Belleza amenazada	
			Allgemeine Zeitung, Mainz		
			Rüsselsheimer Echo		
			Wiesbadener Kurier, Wiesbaden	SV	
			Mitteldeutsche Zeitung, Halle/ Saalekreis		Götter-Blau und Rote Liste
Reisen Exclusiv					
30/05/2017 al 07/06/2017	GU -SV	Rita Hens	Neues-deutschland.de/	https://www.neues-deutschland.de/artikel/1058137.das-erbe-der-mayas.html	GU
			Travel One	Kolonialstädte Mit Viel Charme	
		Baeber Schaefer	FAZ	Pendiente 2018	

FECHA DE VIAJE	DESTINO VISITADO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A PUBLICACIÓN O TÍTULO	PAÍS DESTACADO		
03/06/2017 -14/06/2017	PA-NI-BZ	Susanne Klimann Freelancer	Kölner Stadt-Anzeiger, Köln Norden	Trommeln unterm Palmendach: Tambores debajo de palmas	BZ		
		Steffan Kieffer	Rhein-Zeitung BO, Koblenz	Nicaragua - (K)ein Paradies für Revoluzzer: Nicaragua - un país para revolucionarios	NI		
		Bernhard Mogge	Weitreisejournal (Online)	Pendiente 2018			
			Geniessen und Reisen (B&L Mediengroup)				
		Walsroder Zeitung		Brita Matzen	Aller-Zeitung	Paradiesische Vielfalt: Variedad paradisíaca	MD: PA-NI-BZ
					Dresdner Neueste Nachrichten		
					Gelnhäuser Neue Zeitung		
					Hannoversche Allgemeine Zeitung		
					Göttinger Tageblatt		
					Kieler Nachrichten		
Leipziger Volkszeitung, Leipzig							
Lübecker Nachrichten, Hansestadt Lübeck							
Märkische Allgemeine, Potsdamer Tageszeitung							
Neue Presse Hannover, Stadt							
Schaumburger Zeitung, Rinteln							
Torgauer Zeitung							
Winsener Anzeiger							
Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg							
03/06 - 14/06/2017	PA-NI-BZ	Robin Hartmann		Pendiente 2018			

FECHA DE VIAJE	DESTINO VISITADO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A PUBLICACIÓN O TÍTULO	PAÍS DESTACADO
03-12/10/2017	CATM2017: Salvador - C Rica	Andrea Pauly	Schwäbische Zeitung		
	CATM2017: Salvador - C Rica	Ramon Schack	SHZ-Magazin Neue Zürcher Zeitung, Tagesanzeiger CH		
	CATM 2017: El Salvador - Nicaragua	Marko Martin	Frau im Spiegel	Oh, wie schön ist Panamá	PA
	CATM 2017: El Salvador - Guatemala	Sabrina Friedrich	Aller-Zeitung	Manchmal ist die Hoffnung indigoblau: Tal vez la esperanza es añil	SV
			Dresdner Neueste Nachrichten		
			Göttinger Tageblatt		
			Hannoversche Allgemeine Zeitung		
			Kieler Nachrichten		
			Leipziger Volkszeitung, Leipzig		
			Lübecker Nachrichten, Hansestadt Lübeck		
			Märkische Allgemeine, Potsdamer Tageszeitung		
Neue Presse Hannover, Stadt					
Schaumburger Zeitung, Rinteln					
Torgauer Zeitung					
Winsener Anzeiger					

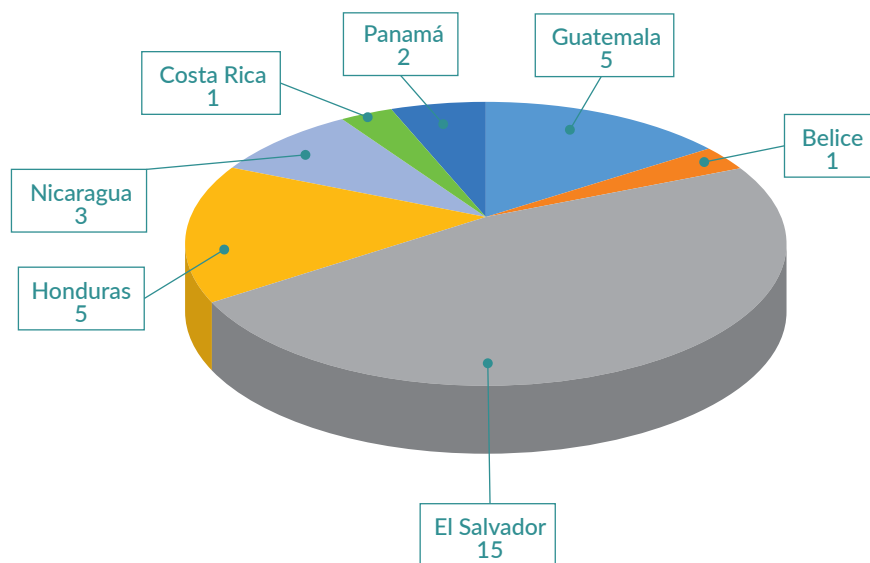


ESPAÑA

Durante el año 2017 fueron atendidos por Centroamérica un total de 32 viajes de prensa de España para un total de 19 medios de comunicación representados por 20 periodistas.

Los viajes de prensa de España estuvieron distribuidos así:

DISTRIBUCIÓN DE VIAJES DE PRENSA DE ESPAÑA AÑO 2017 POR PAÍS C.A.



A diciembre del 2017, los viajes de prensa han generado 21 publicaciones con un R.O.I. con un valor de publicación aproximado de €75,012.14, con un alcance de audiencia de 3,321,728 personas, divididas así:

PAÍS DESTACADO	ADD VALUE EN EUROS	AUDIENCIA ESTIMADA ALCANZADA
MD: HN-GU	166.80	488
MD: SV-PA	3,000.00	51,000
MD-BZE -NI	11,083.00	86,997
Guatemala	2,750.34	362,147
El Salvador	15,392.69	168,032
Honduras	7,084.33	2,240,103
Nicaragua	9,413.00	163,000,00
Panamá	26,121.98	249,961,00
TOTALES	75,012.14	3,321,728



DETALLE MEDIOS Y PERIODISTAS ESPAÑOLES EN CENTROAMÉRICA 2017:

FECHA	DESTINO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A PUBLICACIÓN	PAÍS DESTACADO
27/04-05/05/2	HN-GU	Carmen Zujeros	Radio Nacional de España. Programa Nómadas	http://www.rtve.es/radio/20170511/norte-honduras-caribe-selva/1544581.shtml	HN
		Álvaro Soto		http://www.rtve.es/alcarta/videos/nomadas/nomadas-guatemala-como-se-hizo/4508665/	GU
		Rafael Pola	El País	https://elviajero.elpais.com/elviajero/2017/11/21/actualidad/1511282443_622761.html	HN
		Elisa Morales	Bixby	Pendiente	
		Berta Jiménez	ALTAIR MAGAZINE	https://www.altairmagazine.com/voces/paraiso-era-esto	MD: HN-GU
18/04 – 26/04/	SV-PA	Carlos Álvaro	Capital Madrid	https://www.capitalmadrid.com/2017/6/29/46502/el-salvador-convierte-el-turismo-en-estrategico.html	SV
		Rafael Miraña	Gaceta del Turismo	Panamá City	PA
				El Gran Hub de Negocios y Turismo del Caribe	
				El Casco Antiguo de Panamá: La Joya de la Ciudad	
		Eugenio Quesada	Nexotur	http://www.nexotur.com/noticia/92463/multidestino-en-centroamerica.html	SV-PA
		Inma Moscardó	El País/Cinco Días	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/05/19/fortunas/1495192902_647965.html	PA
				https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/09/22/fortunas/1506071158_342267.html	SV
		Nahjla Isaac	Empresa Exterior	http://empresaexterior.com/not/62178/el-salvador-inversion-en-el-corazon-de-centroamerica/	SV
http://empresaexterior.com/not/62163/-el-canal-de-panama-es-un-facilitador-del-comerciomundial-	PA				



FECHA	DESTINO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A PUBLICACIÓN	PAÍS DESTACADO	
CATM 03/10 -12/10	SV-BZ	Jorge Jiménez Ríos	Oxígeno	http://www.revistaoxigeno.es/galerias/belice-fotos#imagegallery-154-5a5c90892c944.jpg	BZ	
				https://twitter.com/Jorgemerios/status/949226498015268874	BZ	
	SV-CR	María García Segade	DT Revista	Pendiente		
	SV	María López de Jesús	Hosteltur	https://www.hosteltur.com.do/124960_espana-ha-sido-anclacrecimiento-turistas-salvador.html	SV	
	SV-NI	Nerea Serrano	Expansión	http://www.expansion.com/directivos/estilo-vida/2017/10/25/59f05b94468aeb05068b45c6.html	NI	
				Pasaporte para soñar	MD:BZE -NI	
		Julio Félix Castro	Yodona	Pendiente		
	SV-PA	José Carlos Santiago	Expreso	Panamá un viaje de costa a costa	Ángel Martínez B.	PA
					http://www.expreso.info/destinos/descubre/60320_el_salvador_pulgarcito_de_america_destino_fiable	SV
					http://www.expreso.info/noticias/agenda_profesional/60173_el_salvador_sede_de_centroamerica_travel_market_catm	SV
			Caribbean News Digital	https://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/en-marcha-feria-centroamerica-travel-market-2017-en-el-salvador	SV	
	SV - NI	Roberta Dos Santos	Bussiness Report	Pendiente		
SV	Ana María Alonso	Freelance				
	Manuel José Bustabad					

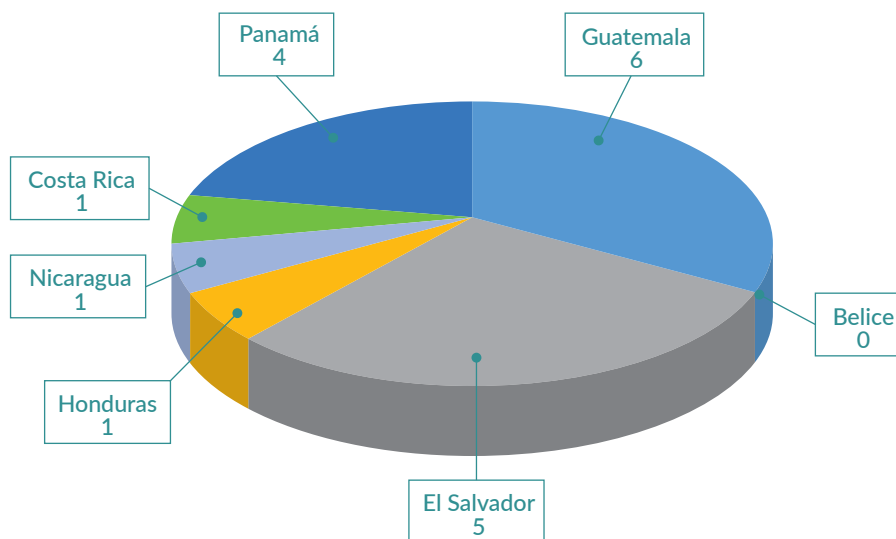


FRANCIA

Durante el año 2017 fueron atendidos por Centroamérica un total de 18 viajes de prensa de Francia, para un total de 13 medios de comunicación representados por nueve periodistas.

Los viajes de prensa de Francia estuvieron distribuidos así:

DISTRIBUCIÓN DE VIAJES DE PRENSA DE FRANCIA 2017 POR PAÍS C.A.



A diciembre del 2017, los viajes de prensa han generado 10 reportajes con un valor de publicación aproximado de €146,400.00, con un alcance de audiencia estimado de 7,668,772, dividido de la siguiente manera:

PAÍS DESTACADO	ADD VALUE EN EUROS	AUDIENCIA ESTIMADA ALCANZADA
C.A. Multidestino	75,000.00	769,063
MD:GU-PA	7,000.00	200,000
Guatemala	43,550.00	1,934,670
El Salvador	7,000.00	190,000
Costa Rica	6,850.00	4,375,039
Panamá	7,000.00	200,000
TOTALES	146,400,00	7,668,772



DETALLE MEDIOS Y PERIODISTAS FRANCESES EN CENTROAMÉRICA 2017

FECHA	DESTINO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A PUBLICACIÓN	PAÍS DESTACADO
08/05/2017 -16/05/2017	PA-GU	Genevieve Boy	Dynamic Senior	http://dynamic-seniors.eu/guatemala-un-veritable-enchantement/	GU
		Catherine Mombreault	Top Parents	http://www.top-parents.fr/voyages-et-vacances/voyages-et-vacances/panamaguatemala.html	PA-GU
				http://www.top-parents.fr/voyages-et-vacances/voyages-et-vacances/on-part-au-panama-ou-la-nature-est-reine.html	PA
		Cristophe Lepetit	VSD	Pendiente	
		Catherine Brunet Pellegrino	LUXE MAGAZINE	http://www.luxe-magazine.com/fr/article/8838-bienvenue_au_royaume_des_mayas.html	GU
03/10/2017 al 12/10/2017	CATMES-CR	Arnaud Baur	Le Parisien	http://www.leparisien.fr/vie-quotidienne/tourisme/le-costa-rica-pays-des-gens-les-plus-heureux-du-monde-03-11-2017-7369812.php	CR
	CATMES-SV/GU	David Raynal	L'Indigo-mag,	https://www.lindigo-mag.com/Le-Salvador-un-nouvel-acteur-du-tourisme-en-Amerique-centrale_a995.html	SV
	CATMSV/HN	Lionel Levy	STRATÉGIES	Pendiente	
	CATMES-SV/GU	Philippe Bourget	LE QUOTIDIEN DU MEDECIN	https://www.lequotidiendumedecin.fr/actualites/article/2017/11/16/guatemala-les-couleurs-aux-sommets_852448	GU
				http://www.quotidiendutourisme.com/destination/lamerique-centrale-en-quete-dintegration-au-catm-2017/154314	CA
			LE TELEGRAMME	http://www.letelegramme.fr/voyage/autour-du-monde/guatemala-haut-et-en-couleur-01-11-2017-11724898.php	GU
	CATMES-SV/NI	Francis Mateo	L'Hôtellerie-Restauración	Le Salvador Terres d'Arts et du Design	SV



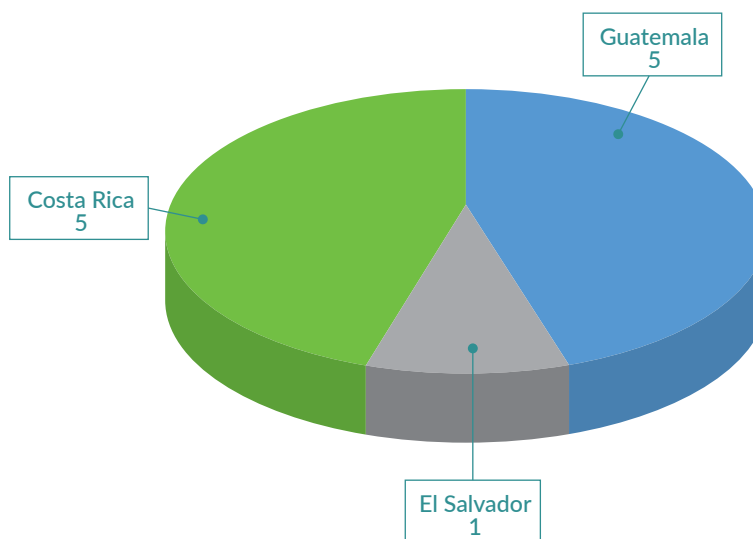
PAÍSES BAJOS



Durante el año 2017 fueron atendidos por Centroamérica un total de 11 viajes de prensa de los Países Bajos, para un total de seis medios de comunicación representados por seis periodistas.

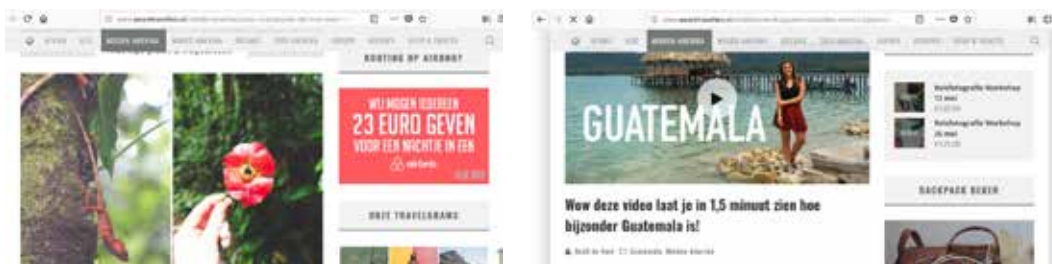
Los viajes de prensa estuvieron distribuidos así:

DISTRIBUCIÓN DE VIAJES DE PRENSA DE LOS PAÍSES BAJOS EN 2017 POR PAÍS C.A.



A diciembre del 2017, los viajes de prensa han generado 39 reportajes con un R.O.I. con un valor de publicación aproximado de €109,820.00 con un alcance de audiencia estimada de 2,852,247 personas divididos de la siguiente manera:

PAÍS DESTACADO	ADD VALUE EN EUROS	AUDIENCIA ESTIMADA ALCANZADA
Guatemala	48,250.00	1,366,518
El Salvador	7,370.00	65,400
Costa Rica	54,200.00	1,420,329
TOTALES	109,820.00	2,852,247





FECHA	DESTINO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A LA PUBLICACIÓN	PAÍS DESTACADO
29/04/2017 al 07/05/2017	CR-GU	Suzanne Van de Hout	Talkies Magazine Nederland	The country of the Mayas, GUATEMALA	GU
				COSTA RICA, fifty shades of Green	CR
		Röell de Ram	We are Travellers	https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/photos/a.680744742007079.1073741828.492133617534860/1399835463431333/?type=3&theater	CR
				http://www.wearetravellers.nl/middenamerika/costa-rica/catarata-del-toro-waterval-costa-rica/	
				https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/posts/1401160436632169	CR
				http://www.wearetravellers.nl/middenamerika/costa-rica/top-5-costa-rica/	
29/04/2017 al 07/05/2017	CR-GU	Röell de Ram	We are Travellers	https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/posts/1404566616291551	CR
				http://www.wearetravellers.nl/middenamerika/costa-rica/zip-lining-costa-rica-sky-adventures/	
				https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/posts/1409150765833136	GU
				http://www.wearetravellers.nl/middenamerika/guatemala/markt-chichicastenango-guatemala-chichi/	
				https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/posts/1429231377158408	
				http://www.wearetravellers.nl/middenamerika/guatemala/lake-atitlan-guatemala-meer-van-atitlan/	
				https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/posts/1440484619366417	CR
				http://www.wearetravellers.nl/middenamerika/costa-rica/droomhotel-el-silencio-in-costa-rica/	
		https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/posts/1462746647140214	GU		
		http://www.wearetravellers.nl/middenamerika/guatemala/video-minuut-bijzonder-guatemala/			
		https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/posts/1479731895441689		CR	
		https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/posts/1479731895441689			

FECHA	DESTINO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A LA PUBLICACIÓN	PAÍS DESTACADO
29/04/2017 al 07/05/2017	CR-GU	Röell de Ram	We are Travellers	http://www.wearetravellers.nl/middenamerika/guatemala/guatemala-backpacken/	GU
				https://www.facebook.com/wearetravellers.nl/posts/1516503465097865	
				http://www.wearetravellers.nl/middenamerika/guatemala/tikal/	
		Timo de Boer	HIKE & Trekking	http://actievevakantieroutes.nl/HIKETrekking4/categorie/117/costa+rica+de+ultieme+natuurbestemming	CR
				Guatemala	Pendiente
		Petra Scholtens	Lonely Planet Traveller	As Tarzan in the jungle	CR
Petra Scholtens	Lonely Planet Traveller	Visit the Mayas	GU		
Mechtold Van Wezel	MANIFY	https://www.manify.nl/pura-vida-costa-rica/	CR		
		https://www.facebook.com/manify.nl/posts/2205878842847141			
		https://www.manify.nl/ontdek-costa-rica-stijl-vanuit-luxe-privé-lodge/			
29/04-07/05/2017	CR- GU	Mechtold Van Wezel	MANIFY	https://www.facebook.com/manify.nl/posts/2216676961767329	CR
				https://www.manify.nl/guatemala/	GU
				https://www.facebook.com/manify.nl/videos/vb.216376195130759/2228327587268933/?type=3&theater	
				https://www.facebook.com/manify.nl/posts/2229697640465261	
				https://www.manify.nl/guatemala-tips/	
				https://www.facebook.com/manify.nl/posts/2238909842877374	
				https://www.instagram.com/p/BTy6CqYBWOC/	
				https://www.instagram.com/p/BUJb2apBZMz/	
				https://www.instagram.com/p/BV6z-InFdth/	

FECHA	DESTINO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A LA PUBLICACIÓN	PAÍS DESTACADO
29/04-07/05/2017	CR- GU	Mechtold Van Wezel	MANIFY	https://www.instagram.com/p/BTo34Hlhrxa/	CR
				https://www.instagram.com/p/BTrZus8Bo9M/	
03/10/2017-08/10/2017	El Salvador	Arjen Lourens	Travel Pro	https://www.travelpro.nl/71299-2/	SV
				El Salvador wait for the solution of their violence image	SV

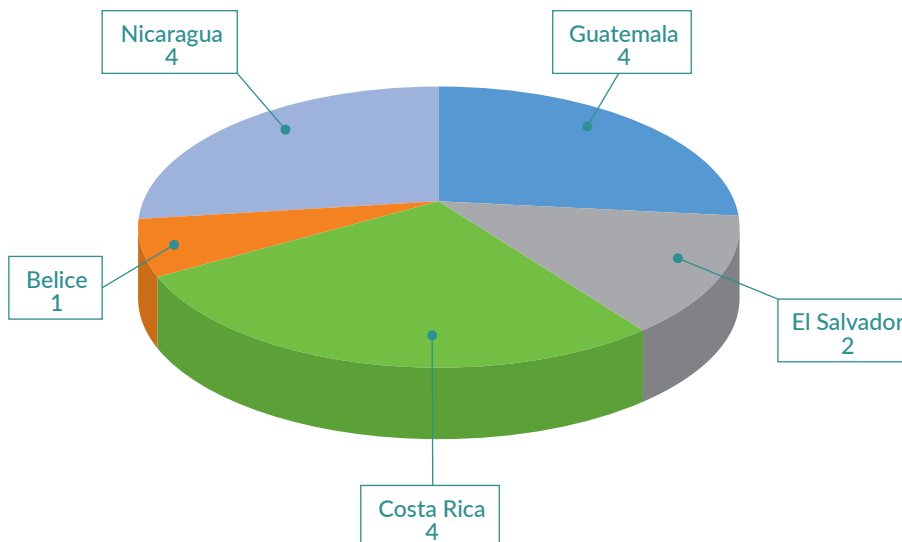


ITALIA

Durante el año 2017 fueron atendidos por Centroamérica un total de 15 viajes de prensa de Italia para un total de 13 medios de comunicación representados por seis periodistas.

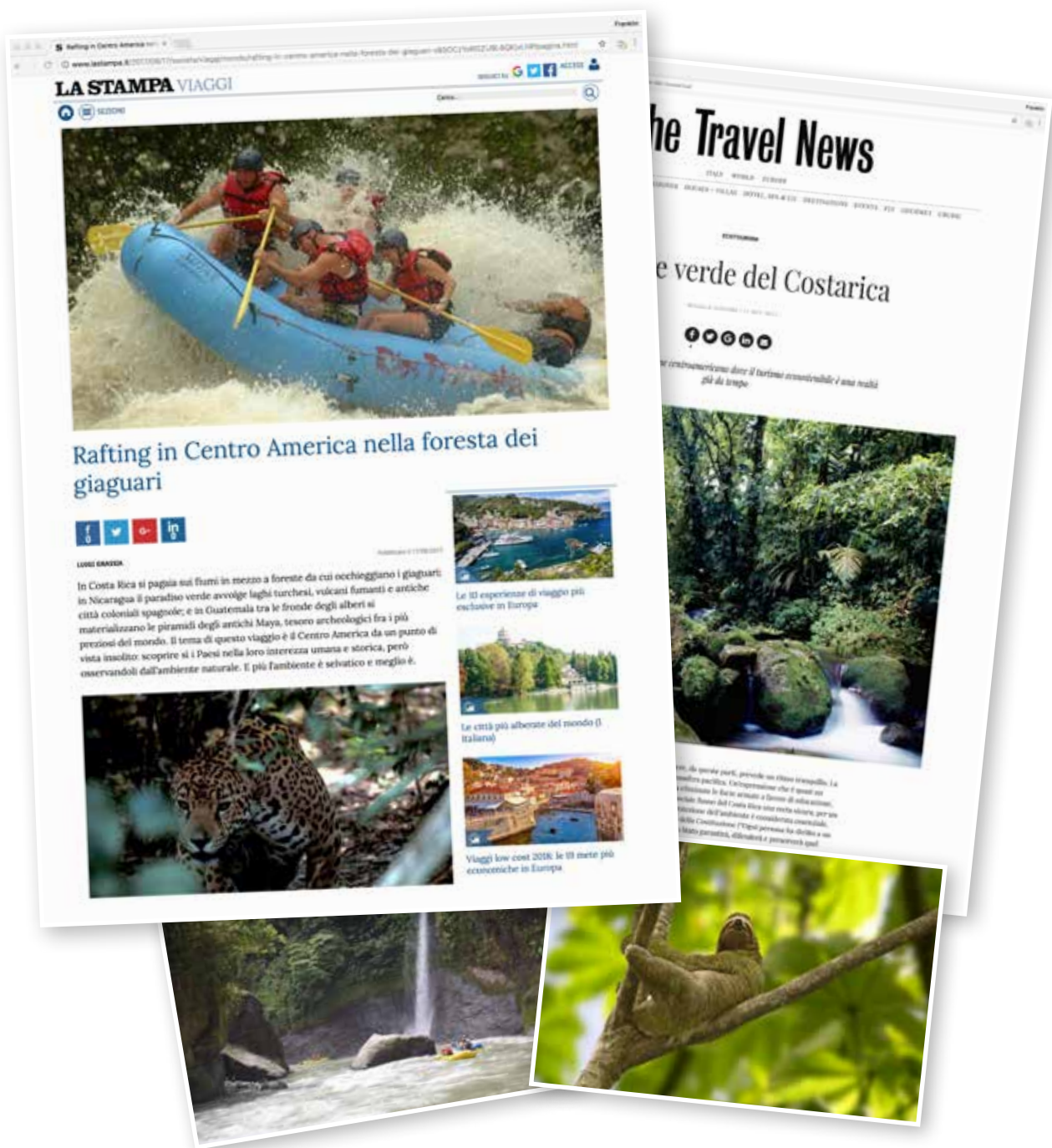
Los viajes de prensa estuvieron distribuidos así:

DISTRIBUCIÓN DE VIAJES DE PRENSA DE ITALIA EN 2017 POR PAÍS C.A.



A diciembre del 2017, los viajes de prensa han generado nueve reportajes con un R.O.I. con un valor de publicación aproximado de €274,100.00 con un alcance de audiencia estimada de 4,228,613 personas divididos de la siguiente manera:

PAÍS DESTACADO	ADD VALUE EN EUROS	AUDIENCIA ESTIMADA ALCANZADA
El Salvador	5,000.00	27,000
MD:CR-NI-GU	252,600.00	3,999,690
Costa Rica	12,000.00	9,390
CATA	4,500.00	833
TOTALES	274,100.00	4,036,913





FECHA	DESTINO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A PUBLICACIÓN	PAÍS DESTACADO
3-15/06	CR- NI- GU	Micaela Zucconi Galli Fonseca	The Travel News IT	https://www.thetravelnews.it/2017/09/il-cuore-verde-del-costarica/	CR
		Luigi Grassia	La Stampa	Rafting in Centroamérica nella foresta del giaguri	MD:CR-NI-GU
				http://www.lastampa.it/2017/08/17/societa/viaggi/mondo/rafting-in-centro-america-nella-foresta-dei-giaguari-vB5OCzYoRGZU8L6QKjvLHP/pagina.html	
		Alessandra Sessa	Donna Moderna	Pendiente	
		Elisabetta Colombo	Dentro de casa	La Casa Sullabero	CR
		Martina Strazzari	La Nazione, Il resto del Carlino Il Giorno	Nelle Strade il barocco trionfa	MD:CR-NI-GU
3-8/10/2017	CATM - El Salvador	Domenico Palladino	Webitmag.it	http://webitmag.it/inizia-san-salvador-il-centro-america-travel-market_131775/	SV
			Guidaviaggi. It	http://www.guidaviaggi.it/notizie/187406/el-salvador-inizia-l%E2%80%99undicesima-edizione-del-catm	
			Travel quotidiano	CATM Refletori su El Salvador	
			Turismo Itinerante IT	Le ultima novetta dei sette paesi	MD

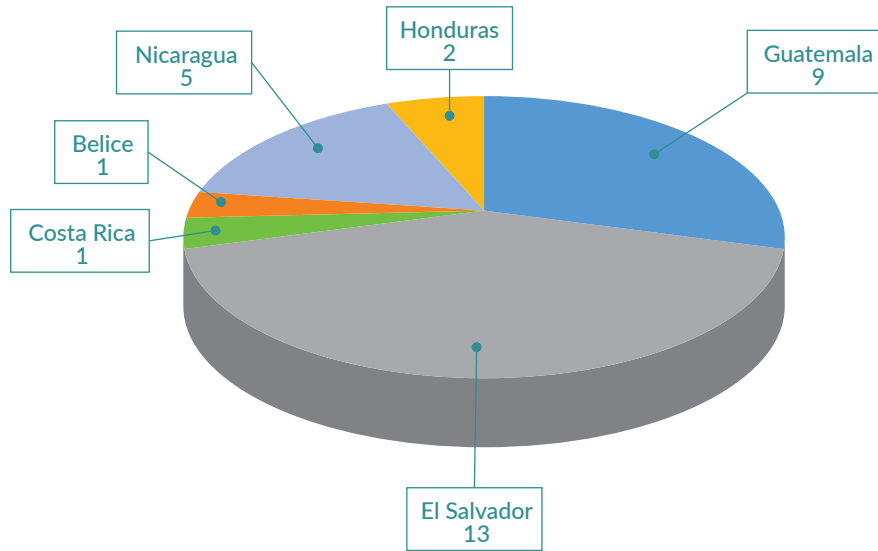


REINO UNIDO

Durante el año 2017 fueron atendidos por Centroamérica un total de 31 viajes de prensa. Del Reino Unido para un total de 14 medios de comunicación representados por 13 periodistas.

Los viajes de prensa estuvieron distribuidos así:

DISTRIBUCIÓN DE VIAJES DE PRENSA DEL REINO UNIDO EN 2017 POR PAÍS C.A.





A diciembre del 2017, los viajes de prensa han generado 14 reportajes con un R.O.I. con un valor de publicación aproximado de €67,105.00 con un alcance de audiencia estimada de 45,493,876 personas divididos de la siguiente manera:

PAÍS DESTACADO	ADD VALUE EN EUROS	AUDIENCIA ESTIMADA ALCANZADA
Guatemala	5,977.00	2,002,042
El Salvador	3,653.00	606,126
Honduras	38,609.00	615,036
MD: SV -HN	1,700.00	2,202,042
MD:GU-SV-NI	10,134.00	40,047,416
MD:GU-SV	7,032.00	21,214
TOTALES	67,105.00	45,493,876

FECHA	DESTINO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A LA PUBLICACIÓN	PAÍS
15 al 23/05	GU-SV	Freya Rose Godfrey	Rough Guides	https://www.roughguides.com/article/guatemala-city-7-reasons-to-stay-a-while/	GU
		Grant Derek Bailey	The London Economic	Pendiente	
		Neil Geraghty	The Scotsman	https://www.scotsman.com/news/travel-captivating-journey-to-guatemala-and-el-salvador-1-4514858	GU-SV
		Phillip Sharp	Breaking Travel News	http://www.breakingtravelnews.com/focus/article/breaking-travel-news-investigates-off-the-beaten-track-in-guatemala/	GU
30/05-11/06	GU-SV-NI	Katilena Chrystel Dartford	Protraveller Magazine	Pendiente	GU-SV-NI
			Globetroter Magazine		
		Jaine T. Blackman	OXFORDSHIRE LIVING	Centre of Discovery	
		Janice Brierley	S-MAGAZINE	Sense of wonder	
			Express	https://www.express.co.uk/travel/beach/865185/Discover-the-turbulent-past-Central-America-travel	
		Neil Hennessy -Vas	MAN ON THE GROUND	http://neilhennesyvass.com/central-america-a-new-revolution/	
Russell Maddicks	Latino Life Magazine	Pendiente			

FECHA	DESTINO	PERIODISTA	MEDIO	ENLACE A LA PUBLICACIÓN	PAÍS
17 al 23/06/2017	SV-HN	Brian Hancill	The Spectator	https://www.spectator.co.uk/2018/01/el-salvador-and-honduras-fabulous-scenery-colourful-murals-and-smiling-hospitality/	SV-HN
03/10/2017 al 12/10/2017	CATM El Salvador - Belice	Deborah Ann Ward	Travel Trade Gazette	Pendientes	
	CATM - El Salvador - Costa Rica	James Paul Draven	Nat Geo Traveller		
03/10/2017 al 12/10/2017	CATM-Salvador -Honduras	Eleanor Claire Hawkins	Breaking Travel News	http://www.breakingtravelnews.com/focus/article/breaking-travel-news-investigates-central-america-travel-market-el-salvador/	SV
				http://www.breakingtravelnews.com/focus/article/breaking-travel-news-investigates-las-verandas-hotel-villas-roatan-honduras/	HN
				http://www.breakingtravelnews.com/focus/article/breaking-travel-news-investigates-tourism-in-el-salvador/	SV
				http://www.breakingtravelnews.com/focus/article/breaking-travel-news-interview-jose-napoleon-duarte-duran-minister-of-touri/	
				http://www.breakingtravelnews.com/focus/article/breaking-travel-news-investigates-multi-stop-tourism-in-central-america/	
http://www.breakingtravelnews.com/focus/article/breaking-travel-news-investigates-the-beach-house-roatan-honduras/					

RESUMEN GENERAL DE RESULTADOS DE PUBLICACIONES POR VIAJES DE PRENSA DEL 2017

MERCADO	TOTAL PUBLICACIONES	ADD VALUE DE LAS PUBLICACIONES	AUDIENCIA ESTIMADA ALCANZADA
Alemania	38	€989,069.00	4,271,466
España	21	€75,012.14	3,321,728
Francia	10	€146,400.00	7,668,772
Países Bajos	39	€109,820.00	2,852,247
Italia	11	€274,100.00	4,036,913
Reino Unido	14	€67,105.00	45,493,876
TOTAL	133	€1,661,506.14	67,645,002



EVENTOS PROMOCIONALES CATA

Caravanas Promocionales (Presentación del Destino)



Este es uno de los eventos más importantes que se realizan en Alemania para la industria turística alemana especializada en Latinoamérica. El evento goza de gran prestigio.

El Sr. Andreas Gross, gerente general y reconocido conferencista especialista en Latinoamérica para el mercado alemán y europeo, estuvo a cargo de las presentaciones sobre Centroamérica realizadas en Viena, Austria, Erlangen, Dresden y Stuttgart en Alemania, y de las que participaron un total de 209 representantes de agencias de viajes.



El Fernweh Festival tiene lugar en el sur de Alemania, es un festival que en su formato tiene integrado una feria de viajes de aventura, outdoor y fotografía. Los expositores son Operadores de Turismo, Oficinas de Turismo y proveedores de los productos de viajes para este segmento. Centroamérica participó en este evento que tuvo lugar del 17 al 19 de noviembre del 2017. Más de 14,000 alemanes procedentes de la zona sur del país visitaron el stand de América Latina, en el cual nuestra región participó activamente brindando información y distribuyendo el catálogo de oferta multidestino en su edición en alemán. Es importante destacar que durante esta feria, enfocada al consumidor final, quedó plenamente evidenciado el tremendo interés que Centroamérica y su oferta despiertan en Alemania.



CATA participó en la feria especializada en el producto latinoamericano para el mercado italiano de viajes LATISUR 2017, la cual está dirigida a los profesionales de viaje. El evento se desarrolló en el Westin Palace en Milán. CATA realizó una presentación para mayoristas y medios, así como negociaciones en las que se distribuyó material informativo, promocional y el catálogo de oferta multidestino.

CATA tuvo bajo su responsabilidad establecer y buscar las citas con los mayoristas de su interés a través de la plataforma provista por LATISUR para tal fin.



Se participó en el evento de LATAM, ELA 2017, el cual está dirigido al "trade" del Reino Unido interesado en el producto de Latinoamérica. El evento se llevó a cabo en el hotel Canary Wharf en Londres, lugar donde Centroamérica, representada por los embajadores de los países del istmo acreditados en el Reino Unido, brindó un desayuno-presentación en el que participaron 21 mayoristas británicos distribuyendo material informativo. Se atendieron 32 citas con mayoristas y con United Airlines interesada en desarrollar acciones de promoción hacia Centroamérica con mayoristas - fam trip -.

FERIAS DE TURISMO

España: Feria FITUR – Madrid 2017





La Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR) marca el inicio de la temporada de ferias internacionales de turismo en Europa, y es una de las más importantes a nivel del viejo continente. La edición del año 2017⁹ contó con la participación de 9,672 empresas procedentes de 165 países, con un total de 245,000 participantes y 755 expositores.

Los países centroamericanos participaron en esta importante cita mundial, y se contó con la presencia de los ministros de turismo de los siguientes países: Guatemala, Excmo. Sr. Jorge Mario Chajón; Belice, Excmo. Sr. Manuel Heredia Jr; El Salvador, Excmo. Sr. José Napoleón Duarte Durán; Honduras, Excmo. Sr. Emilio Silvestri; Costa Rica, Excmo. Sr. Mauricio Ventura Aragón; y, Panamá, Excmo. Sr. Gustavo Him. Nicaragua fue representada por el Excmo. Sr. Embajador de Nicaragua ante el Reino de España, Don César Augusto Zamora Rodríguez.

De igual forma, la Secretaria General de CATA participó de esta feria atendiendo diferentes citas con mayoristas y medios, así como en la coordinación con la agencia de Relaciones Públicas para la gestión de las distintas actividades de la región en el marco de esta feria.



1. Gestión de citas para la Autoridades Nacionales de Turismo de Centroamérica (Ministros y Directores de Promoción)

ATREVIA concertó un total de 77 citas para los siete países de Centroamérica, que se distribuyeron de la siguiente manera:

ENTIDAD	TIPO	TOTAL	GU	BZ	SV	HN	NI	CR	PA	
Sybaris Elite World Travel	Trade	3	1	1				1		
Pangea Travel Store		5	1	1	1	1			1	
TUI - España		4	1	1	1				1	
Grupo Eroski		3	1					1	1	
Halcón Viajes		2			1				1	
E- Dreams Odigeo		6	1	1	1	1	1		1	
CATAI TOURS		3	1				1		1	
Golf Dreams Euskadi		5	1		1	1	1		1	
Plataforma Mi Nube		5	1	1		1	1		1	
CODESPA		ONG	2	1				1		
Deloitte	Consultora	6	1	1	1	1	1		1	
El Mundo en tu Bolsillo	Prensa	3		1			1			
Capital Madrid		1		1						
FITUR News		6	1		1	1	1	1	1	
Hosteltur Mercadeo		5	1		1	1	1		1	
Hosteltur entrevista		3	1	1		1				
El País		3	1		1	1				
El Boletín		2			1				1	
INFOLATAM		1	1							
Radio Nacional de España		1				1				
BEZ		3						2	1	
TXORRIENE TV PAÍS VASCO		1						1		
AA-SPAIN		Línea Aérea	4	1		1	1	1		
TOTALES			77	16	9	11	11	14	3	13

Es importante destacar que Costa Rica coordinó sus citas a través de su agencia de Relaciones Públicas en España.

2. Apoyo en la organización de la rueda de prensa del lanzamiento del producto Caribe Maya en el marco de la FITUR

CATA junto con ATREVIA, la agencia de RRPP de C.A. en Europa, brindaron apoyo a Honduras y Guatemala para el lanzamiento de su producto Caribe Maya, en conjunto con el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF, por sus siglas en inglés), en el marco de la FITUR.

ATREVIA redactó la nota de prensa enviada a los medios de comunicación masiva de España para informar sobre el evento, y convocó a 360 contactos a la rueda de prensa.

En el contexto de la actividad fueron atendidos los 20 medios de comunicación que dieron cobertura al evento, los cuales recibieron un kit de prensa que contenía fotografías en alta resolución, nota de prensa del producto Caribe Maya preparado por ATREVIA, y el kit de prensa de CATA.



En la parte logística, CATA – por medio de su agencia – coordinó lo relacionado a la organización de la sala donde se llevó a cabo el evento.

3. Apoyo en la difusión de nota de prensa sobre la apertura de la ruta de Air Europa hacia San Pedro Sula, Honduras

CATA – con el concurso de su agencia de RRPP en Europa – apoyó la gestión de convocatoria de Globalia para el evento de lanzamiento de la nueva ruta de Air Europa entre Madrid y San Pedro Sula, Honduras. Fueron convocados medios de comunicación y segmentos de interés del sector turístico español.

4. Apoyo a la convocatoria para el brindis de Centroamérica en la FITUR 2017

En cumplimiento a las asignaciones de brindis de la región en el marco de las ferias europeas, acordado en septiembre del 2016 en Managua, Nicaragua, Costa Rica fue el anfitrión del brindis inaugural del pabellón de Centroamérica en la FITUR 2017. ATREVIA apoyó con la convocatoria a las embajadas de Centroamérica en España, al seguimiento y confirmación, así como a las fotografías del evento.

5. Apoyo al lanzamiento del producto “La Montañona” presentado por El Salvador

CATA – a través de su agencia de RRPP – apoyó a El Salvador en la convocatoria a medios de comunicación y sector turístico español para el lanzamiento de su producto “La Montañona”. De igual manera, CATA redactó y distribuyó a los medios de comunicación la nota de prensa sobre el evento y el producto.

Publicaciones sobre Centroamérica en el marco de FITUR derivadas de la gestión de CATA con medios de comunicación a través de su agencia de RRPP en Europa:

Un total de 23 noticias sobre Centroamérica en los medios de prensa de España fueron gestionadas por la agencia de RRPP de Centroamérica en el marco de la FITUR.

MEDIO	TITULAR	TEMA	ENLACE
América Económica	Centroamérica impulsa en FITUR su innovador modelo multidesino.	Producto Caribe Maya	http://www.americaeconomica.com/honduras/24203/centroamerica-impulsa-fitura-su-innovador
Emprendedor exitoso			http://revistaemprededorexitoso.com/centroamerica-impulsa-en-fitur-su-innovador-modelo-multidesino/
INFOLATAM	Guatemala emprende una revolución para convertirse en una potencia turística.	Guatemala	www.infolatam.com/2017/01/20/guatemala-emprende-una-revolucion-convertirse-potencia-turistica/
BEZ	Centroamérica en FITUR.	Multidesino	https://www.bez.es/164361387/Centroamerica-en-FITUR.html
Hosteltur	Air Europa debuta en C.A. y abre a Honduras las puertas de Europa.	Conectividad	https://www.hosteltur.com/120019_air-europa-debuta-centroamerica-abre-honduras-puerta-europa.html
Turista Magazine			http://www.turistamagazine.com/v2/?p=27124
A21 MX			http://a21.com.mx/aerolineas/2017/01/19/air-europa-llegara-san-pedro-sula
OK Diario	Air Europa refuerza apuesta Interna con apertura de una nueva ruta a Honduras		https://okdiario.com/economia/2017/01/18/air-europa-refuerza-apuesta-internacional-apertura-nueva-ruta-honduras-678131
Sabemos Digital	Air Europa continúa su expansión internacional con una nueva ruta a Honduras.		http://sabemos.es/2017/01/19/air-europa-continua-expansion-internacional-una-nueva-ruta-honduras_31695/
Fly News Es.	Air Europa presenta en FITUR su nueva ruta a SAP, Honduras		http://fly-news.es/aviacion-comercial/aerolineas/air-europa-presenta-en-fitur-nueva-ruta-san-pedro-sula-honduras/
Agencia EFE	El FITUR más verde sube el telón tras un año récord para el turismo español.	Conectividad	https://www.efe.com/efe/espana/economia/el-fitur-mas-verde-sube-telon-tras-un-ano-record-para-turismo-espanol/10003-3151858#
Expansión	Globalia prevé cerrar 2016 con resultados satisfactorios, aunque no espectaculares.		http://www.expansion.com/empresas/transporte/2017/01/21/588345c722601d33408b45b9.html
Agenttravel	Air Europa presenta en FITUR el vuelo entre MAD y SAP		http://www.agenttravel.es/noticia-026096_Air-Europa-presenta-en-Fitur-el-vuelo-entre-Madrid-y-San-Pedro-Sula--Honduras-.html
Meet in	Air Europa nueva ruta a Honduras		http://www.meet-in.es/air-europa-nueva-ruta-honduras-acuerdo-aerolineas-argentinas/
Ecoticias	Caribe. Turismo sostenible en el Caribe de Honduras y Guatemala.	Caribe Maya	https://www.ecoticias.com/eco-america/131648/Caribe-Turismo-sostenible-Caribe-de-Honduras-Guatemala



MEDIO	TITULAR	TEMA	ENLACE
Radio Nacional de España	Entrevista Ministro Silvestri	Honduras	http://mvod.lvt.rtve.es/resources/TE_SEPAREN/mp3/3/1/1484839648313.mp3
Blog por conocer	El programa Caribe Maya de Guatemala recibe un premio	Caribe Maya/ Guatemala	https://www.porconocer.com/guatemala/el-programa-caribe-maya-de-guatemala-recibe-un-premio.html
Capital Madrid	“Belize tiene máximo interés en inversión española en hoteles y conexión aérea”	Belize	https://www.capitalmadrid.com/2017/1/26/44996/belize-tiene-maximo-interes-en-inversion-espanola-en-hoteles-y-conexion-aerea.html
The Diplomat	Guatemala y Honduras presentan Caribe Maya	Caribe Maya	http://thediomatinspain.com/guatemala-y-honduras-presentan-caribe-maya-turismo-cultural-y-sostenible/
Expansión	C.A. crecerá 4 veces más que Suramérica	Economía	http://www.expansion.com/latinoamerica/iberoamericana-empresarial/2017/01/23/5885462c22601dc3208b457c.html
El País	Cómo ir de vacaciones a A.L. sin arruinarte	Conectividad	https://elpais.com/economia/2017/01/27/actualidad/1485517109_537014.html
América Económica	Panamá ve una oportunidad en las infraestructuras	Panamá	http://www.americaeconomica.com/panama/24228/panama-ve-una-oportunidad-en-infraestructuras.html
Expreso	Costa Rica PPT del CCT	Centroamérica	http://expreso.info/noticias/agenda_profesional/56195_costa_rica_presidencia_protempore_del_consejo_centroamericano_de_turismo
El Economistas América. Com	El Salvador cree que el turismo es una forma de llevar la paz al mundo	El Salvador	http://www.economistaamerica.com/turismo-eAm/noticias/8103142/01/17/El-Salvador-cree-que-el-turismo-es-una-forma-de-llevar-la-paz-al-mundo.html

Alemania: Feria ITB-Berlín

La 51 edición de la Feria Internacional de Berlín (ITB 2017), la feria líder de la industria turística mundial, tuvo la participación de diez mil¹⁰ expositores provenientes de 184 países de cinco continentes que tuvieron la oportunidad de interactuar con 110 mil visitantes profesionales y 1,000 compradores de alto nivel, y promover sus productos con un aproximado de 160,000 potenciales turistas de los cuales el 97%¹¹ eran alemanes y un 3% internacionales.



10 <https://www.itb-berlin.de/en/ITBBerlin/FactsFigures/>

11 https://www.itb-berlin.de/media/itb_dl_en/ITB_Analysis_Exhibitors_Visitors_Survey.pdf

Con el apoyo de la agencia de RRPP se coordinaron las siguientes actividades:

1. Brindis de Centroamérica



El brindis fue ofrecido por la Autoridad de Turismo de Panamá, representada por su Viceministra Sra. Jennifer Champsaur.

El brindis de Centroamérica tuvo como anfitriones también al Ministro de Turismo de Costa Rica, y al Viceministro de Turismo de Guatemala. Los Ministros de Honduras y El Salvador fueron representados por sus directivos de promoción. Nicaragua estuvo representada por su embajadora en Alemania.



Se enviaron un total de 77 invitaciones de las cuales fueron confirmadas 19 mayoristas, 10 representantes de las embajadas de Panamá, El Salvador, Bolivia, 35 representantes de medios de comunicación, y 13 blogueros.



2. Citas para las autoridades de turismo de Centroamérica (máximas autoridades y directores de promoción)

Fueron concertadas un total de 24 citas solicitadas de la siguiente manera por los medios, trade y otros:

ENTIDAD	TIPO	CATA	GU	BZ	SV	HN	NI	CR	PA
Blog Geh Mal Reisen	Press	X					X	X	
GEO Plan	Trade		X						X
Die Welt / Wel am Sonntag	Press	X							
Susanne Kilimann		X		X		X		X	
Iberia/ Brithish Airways	Rep. LA	X							
Martin Wein	Press	X	X			X			
G-Adventures	Trade							X	
Lufthansa	L.A.								X
DIE ZEIT	Press	X		X			X	X	
Touristik Aktuell	Trade	X							
Outdoor	Press	X							
Zeit Reisen	Trade	X							
Diamir	Trade	X					X	X	X
Sporcheck	Otro	X							
Touristik Aktuell	Press	X			X	X	X		
WDR 2		X							
Barbara Uhr		X							X
Travel P.	Otro	X							
Cabertising		X							
Arge Latein Amerika		X							X
Mum on the brink		X							
Geo Special	Press	X						X	X

PUBLICACIONES SOBRE CENTROAMÉRICA EN EL MARCO DE ITB DERIVADAS DE LA GESTIÓN DE CATA CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE SU AGENCIA DE RRPP EN ALEMANIA:

MEDIO	TITULAR	TEMA	ENLACE
FVW	"La cifra del día: 5.8 %"	Nota de prensa sobre CATA en la ITB	Distribuido en la ITB, página 3, tirada: 25,000 ejemplares
B.Z. am Sonntag	Nachhaltiger Tourismus in Zentralamerika		Diario regional de Berlín B.Z., 22 de abril, tirada: 139,219 ejemplares

Gestión con medios de comunicación

La gestión con los medios de comunicación en Europa se realiza a través de la agencia de RRPP que es dirigida por CATA. Durante todo el año se ha venido trabajando la construcción de relaciones sólidas entre Centroamérica y los medios europeos, lo que nos ha permitido ir fortaleciéndolas y promoviendo una imagen más positiva y amigable como región multidestino.

Kit de prensa

El kit de prensa desarrollado a finales del 2016 fue actualizado dentro del contexto de las ferias europeas del primer semestre del 2017. La última actualización se hizo para la WTM 2017 con la imagen de la campaña "Centroamérica me hace sentir vivo".



COMERCIALIZACIÓN

Las acciones de comercialización están orientadas a promover a Centroamérica como una región apta para el multidespacho en los mercados europeos prioritarios.

Caravanas – Roadshows de Centroamérica

Además de las caravanas en las que CATA participó en Alemania y Austria con ARGE, en marzo del 2017, la Agencia organizó la "Caravana Centroamericana" en Barcelona, España llevada a cabo en el marco de la ITB de Berlín. En este evento promocional y de comercialización del producto multidespacho participaron 14 operadores receptivos de Centroamérica, y representantes de las Autoridades Nacionales de Turismo de los países de la región.

Viajes de Familiarización para Mayoristas

Durante el 2017 se realizaron 188 viajes de familiarización y se recibieron 101 mayoristas procedentes de los mercados meta, y de los mercados de Bélgica, Finlandia, Suecia y Dinamarca.



MERCADO	No. MAYORISTAS	No. VIAJES
Alemania	14	27
Bélgica	1	2
Dinamarca	2	4
España	26	45
Francia	13	26
Finlandia	2	3
Holanda	13	26
Italia	14	26
Reino Unido	14	27
Suecia	2	2
TOTALES	101	188



Los viajes de familiarización estuvieron divididos así:

Viajes de Familiarización Alemania 2017

El Salvador representó el 41% de los viajes de familiarización de los alemanes – debido en gran medida a la feria CATM 2017 –, seguidos por Honduras y Panamá.

NOMBRE MAYORISTA	FECHAS VIAJE	No. PART	DESTINOS VISITADOS							TOTAL
			GU	BZ	SL	HN	NI	CR	PA	
ERLEBE – FERNREISEN	16/05/2017- 24/05/2017	1	1						1	2
ATAMBO TOURS		1	1						1	2
CHILI REISEN		1	1						1	2
CONO SUR REISEBÜRO	CATM 03/10/2017- 12/10/2017	2			2	2				4
TRAVEL - TO - NATURE GMBH		1			1	1				2
IKARUS TOURS GMBH		1		1	1					2
WINDROSE FINEST TRAVEL		1		1	1					2
A&E ERLEBNIS REISEN GMBH		1			1			1		2
LATIN TRAVELS GBR.		1			1			1		2
DIAMIR ERLEBNISREISEN GMBH		1	1		1					2
PAPAYA TOURS GMBH		1	1		1					2
AVENTOURA GMBH		1			1		1			2
TRAMSOL		1			1					1
TOTALES			14	5	2	11	3	1	2	3
			19%	7%	41%	11%	4%	7%	11%	100%





Viaje de Familiarización otros Países Europeos

NOMBRE MAYORISTA	PAÍS NÓRDICO/ EUROPA	No. PART	DESTINOS VISITADOS							TOTALES
			GU	BZ	SL	HN	NI	CR	PA	
VÄRLDENS RESOR /TOURS OF THE WORLD	Suecia	1						1		1
AFRO CARIBBEAN		1						1		1
C&C TRAVEL	Dinamarca	1	1		1					2
PRODUCTION TRAVEL		1			1	1				2
LABASTI BVBA / YUGENTOURS	Bélgica	1			1	1				2
Aventura Tour Operator	Finlandia	1			1		1			2
CWT Finland Oy (Kaleva Travel)		1			1					1
TOTALES		7	1	0	5	2	1	2	0	11
			9%	0%	45%	18%	9%	18%	0%	



Viajes de Familiarización de España

Los destinos más visitados por los mayoristas españoles en el 2017 fueron El Salvador, Guatemala y Panamá.

MAYORISTA	FECHAS VIAJE	No. PART	DESTINOS VISITADOS							TOTAL	
			GU	BZ	SL	HN	NI	CR	PA		
IXION TRAVEL	03/05/2017 al 10/05/2017	1	1							1	2
CINCO ESTRELLAS CLUB		1	1							1	2
NEGO SERVICIOS		1	1							1	2
AVASA		1	1							1	2
AA-SPAIN		1	1							1	2
TUI SPAIN		1	1							1	2
ATLANTIDA VIATGES		1	1							1	2
TOUR MUNDIAL (VIAJES EL CORTE INGLÉS)		1	1							1	2
MG TOURS		1	1							1	2
TRIPANDO TRAVEL		1				1			1		2
NUEVAS RUTAS		1	1			1					2
PANGE THE TRAVEL STORE		1	1			1					2
INTERNATIONAL QUETZAL TOURS		1	1			1					2
TRIP ADVISOR/VIATOR		1	1								1
WORLD TRAVEL BITAKORA		1	1			1					2
EL MUNDO YOUR WAY		1				1	1				2
AUCAN TRAVELING EXPERIENCE		1				1					1
CATAI/GRUPO BARCELÓ		1				1					1
PULLMANTUR CRUCEROS		1				1					1
TUI SPAIN		1				1					1
MG TOURS		1				1		1			2
NAUTALIA VIAJES		1				1		1			2
PRESSTOUR VIAJES		1				1		1			2
LOGITRAVEL GROUP		1				1				1	2
POLITOURS		1				1					1
EUROPAMUNDO VACACIONES		1				1					1
TOTALES		26	14	0	16	1	3	1	10	45	
			31%	0%	36%	2%	7%	2%	22%	100%	



Viajes de Familiarización de Francia

El país que fue más visitado por los franceses fue Honduras, seguido de El Salvador, Panamá y Nicaragua.

NOMBRE MAYORISTA	FECHAS VIAJE	No. PART	DESTINOS VISITADOS							TOTAL
			GU	BZ	SL	HN	NI	CR	PA	
ARTS ET VIE	21/01/2017-04/02/2017	2					2	2		4
PRET A PARTIR	10/05/2017-18/05/2017	1				1			1	2
ALMA LATINA		1				1			1	2
PRIM TEMPS VOYAGES		1				1			1	2
PRET A PARTIR HPL		1				1			1	2
CONTINENT INSOLITES	05/05/2017-21/05/2017	1	1					1	1	3
JETSET VOYAGES	17/06/2017-23/06/2017	1			1	1				2
ANAPIA VOYAGES	03/10/2017-12/10/2017	1		1	1					2
PONANT		1	1		1					2
NOMADE AVENTURE		1			1	1				2
CUBA COLOR		1			1					1
MONDE AUTHENTIQUE		1			1	1				2
TOTAL		13	2	1	6	7	3	2	5	26
			8%	4%	23%	27%	12%	8%	19%	100%

Viajes de Familiarización de los Países Bajos

El 50% de los mayoristas procedentes del Reino de los Países Bajos (Holanda) visitaron El Salvador. El segundo destino más visitado fue Costa Rica, con 23%.



NOMBRE MAYORISTA	FECHAS VIAJE	No. PART	DESTINOS VISITADOS							TOTAL
			GU	BZ	ES	HN	NI	CR	PA	
Riksja Travel	28/04/2017 al 06/05/2017	1			1			1		2
Avontuur.nl (Shoestring & Koning Aap)		1			1			1		2
Treasury Travel		1			1			1		2
Otravo (WTC. nl, Vliegtickets.nl, Schipholtickets.nl)		1			1			1		2
Unico Travel	03/10/2017- 12/10/2017	1		1	1					2
Avila Reizen		1		1	1					2
Olaf Reizen		1			1			1		2
Selva Travel		1			1			1		2
ITG Companies		1	1		1					2
Sawadee Reizen		1			1	1				2
LAS Travel (Latijns Amerika Specialist)		1			1	1				2
Sapa Pana Travel		1			1		1			2
Outsight Travel		1			1				1	2
TOTALES			13	1	2	13	2	1	6	1
			4%	8%	50%	8%	4%	23%	4%	100%

Viajes de Familiarización Italia

En el caso de Italia, el mayor número de viajes de mayoristas fue hacia El Salvador – debido a la feria CATM 2017 -, seguido de Nicaragua y Costa Rica.





NOMBRE MAYORISTA	FECHAS VIAJE	No. PART	DESTINOS VISITADOS							TOTAL
			GU	BZ	SV	HN	NI	CR	PA	
TODRA TOUR OPERATOR	07/06/2015 al 15/06/2017	1					1	1		2
MASTRO VIAGGITORE S.R.L.		1					1	1		2
I VIAGGI DI MAURIZIO LEVI SRL		1					1	1		2
ETNIA		1					1	1		2
KONRAD TRAVEL	03/10/2017- 12/10/2017	1		1	1					2
VUELA TO		1		1	1					2
IL VIAGGIO SRL		1			1			1		2
COMBOTOUR TOUR OPERATOR		1	1		1					2
NICO TOUR OPERATOR di Viaggigiovani.it Srl		1			1	1				2
BRASIL WORLD		1			1		1			2
BOSCOLO TOURS SpA		1			1		1			2
NBTS VIAGGI		1			1					1
ARALDO VIAGGI		1				1				1
ANTICHI SPLENDORI		1			1		1			2
TOTALES		14	1	2	9	2	7	5	0	26
			4%	8%	35%	8%	27%	19%	0%	100%



Viajes de Familiarización del Reino Unido

El Salvador – debido en gran medida a la feria CATM 2017 – fue el destino más visitado por los mayoristas británicos con un 33%, seguido por Honduras con un 26% y Panamá con un 19%.

NOMBRE MAYORISTA	FECHAS VIAJE	No. PART	DESTINOS VISITADOS							TOTAL	
			GU	BZ	SV	HN	NI	CR	PA		
STEPES TRAVEL	12/06/2017- 20/06/2017	1				1			1	2	
EXSUS TRAVEL		1				1			1	2	
DRAGOMAN		1				1			1	2	
TUCAN TRAVEL		1				1			1	2	
KE ADVENTURE TRAVEL	CATM 2017 OCTUBRE	1			1				1	2	
LIVE - TRAVEL		1			1				1	2	
QUINTESSENTIAL TRAVEL		1							1	1	
INCREDIBLE TOURS LTD.		1			1	1				2	
SEVEN SENSES TOURS		1			1	1				2	
THOSE TRAVEL GUYS		1			1	1				2	
TITAN TRAVEL		1			1		1			2	
THE EXPLORATIONS COMPANY		1			1		1			2	
GEODYSEY		1			1		1			2	
PIONEER EXPEDITIONS		1		0	1				1	2	
TOTALES			14	0	0	9	7	3	3	5	27
				0%	0%	33%	26%	11%	11%	19%	





Realización de Seminarios E-Learning

ESPAÑA



Bajo el lema “Centroamérica Un Multidestino Excepcional” la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) realizó en marzo del 2017 tres webinars dirigidos a agentes de viaje españoles, los que también contaron con la participación de agentes de otros países europeos y latinoamericanos.

Los webinars, en los que participaron cerca de 400 profesionales, se realizaron en tiempo real a través de la plataforma de la reconocida empresa española Hosteltur.

El objetivo primordial de la capacitación sobre la región fue la de familiarizar a los participantes sobre Centroamérica, así como presentar en detalle las posibilidades de conectividad aérea desde España y la intrarregional; y, mostrar las ofertas multidestino en su dimensión cultural, sol y playa, naturaleza, destino de luna de miel, tal como se presenta en el catálogo de ofertas multidestino lanzado por CATA en el marco de la FITUR 2017.

REALIZAR CAMPAÑAS COOPERATIVAS CON TOUR OPERADORAS

Co-marketing CATA – AA-Spain

VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN

En 2017, en el marco del acuerdo con AA-Spain, se llevó a cabo un viaje de familiarización con ocho agentes top españoles, quienes visitaron Guatemala y Panamá. El segundo viaje pactado dentro del acuerdo ha sido reprogramado para abril del 2018 hacia Nicaragua y Costa Rica.

CATA llevó a cabo una encuesta con los agentes que participaron en el viaje de mayo del 2017. Si bien es cierto, el 100% de los encuestados indicó que ya vendían los destinos, también el 75% indicó que el viaje les ha permitido conocer nuevos productos en ambos destinos e incrementar el número de noches en sus programas. Así mismo, les satisfizo al 100% el poder haber conocido la oferta personalmente.

Co-marketing con mayoristas italianas

Para el primer semestre del 2017, se firmaron acuerdos cooperativos de promoción conjunta con las mayoristas italianas Il Viaggio y Tour 2000. Dichos acuerdos tienen integrados un componente de capacitación dirigido a AAVV sobre el producto multidestino centroamericano.

Gracias a esta alianza se han podido llevar a cabo nueve webinars dedicados a Centroamérica, y seis seminarios/capacitaciones



en distintas urbes italianas, los que han permitido capacitar sobre Centroamérica y su oferta multidesino a más de 1,200 agentes de viaje italianos. De igual forma, estas empresas han lanzado 86 nuevas ofertas para Centroamérica, con las cuales esperan poder incrementar el flujo de turistas italianos hacia la región en más de 60 grupos durante el año 2018.

MAYORISTA	ACCIÓN	RESULTADO
Tour 2000 Italia	Presentación-capacitación de C.A. en la ciudad de Bergamo	29 Agentes de Viaje participantes
	Presentación-capacitación de C.A. en la ciudad de Cuneo	48 Agentes de Viaje participantes
		Se está planificando la salida de un grupo para el circuito El Salvador-Honduras-Nicaragua
	Presentación- capacitación de C.A. en la ciudad de Trento	25 Agentes de Viaje participantes
	Presentación-capacitación de C.A. en la ciudad de Udine	19 Agentes de Viaje participantes
Se está planificando la salida de un grupo para el circuito: El Salvador- Honduras - Nicaragua		
Quality Group/ Brasil World	Seminario en Nápoles sobre Centroamérica	participaron 80 agentes de viajes
	Seminario Bologna	participaron 50 agentes de viajes
	9 webinars organizados sobre Centroamérica y dirigido a los Agentes de Viajes	1,200 agentes de viajes capacitados sobre el producto multidesino centroamericano
	Notas de prensa publicadas sobre los seminarios en medios especializados para el sector turístico italiano	http://www.travelnostop.com/news/tour-operator/brasil-world-centroamerica-adv_410680
		http://www.lagenziadiviaggi.it/quality-group-seminari-sul-centroamerica-brasil-world/
http://www.travelquotidiano.com/tour_operator/brasil-world-a-bologna-e-napoli-con-il-centro-america/tqid-299265		
http://www.advtraining.it/news/62222-focus-centro-america-con-brasil-world		

Co-marketing mayorista DIAMIR-Alemania

Se llevaron a cabo varias acciones promocionales en conjunto con mayoristas. En Alemania, por ejemplo, la prestigiosa agencia DIAMIR lanzó un boletín dedicado a la Ruta del Café de varios países de la región. El boletín fue enviado a una base de datos de 5,000 clientes, y tuvo un índice de apertura del 77.6% de los destinatarios.

ACCIONES DE LOS PAÍSES EN EL MARCO DE LAS FERIAS TURÍSTICAS EUROPEAS

Tal como hemos descrito ampliamente en el apartado de asistencia técnica en Europa, durante el primer semestre del 2017, Centroamérica participó en la Feria Internacional de Turismo en España y la ITB en Berlín, Alemania.

En esta sección haremos referencia a grandes rasgos a acciones que fueron realizadas en el marco de estas ferias por los países, para el fortalecimiento de la integración turística de la región.



Durante la FITUR, como PPT, Costa Rica ofreció el brindis centroamericano en su stand. En el mismo participaron diversos medios de comunicación, organismos internacionales y empresarios centroamericanos, espacio en el cual la PPT-Costa Rica aprovechó para destacar y proyectar a Centroamérica como una de las mejores opciones vacacionales del planeta.

La PPT-Costa Rica, al igual que los ministros asistentes a la FITUR, desarrollaron una apretada agenda de promoción de Centroamérica atendiendo 76 reuniones de forma conjunta para empujar y concretar acuerdos con reconocidos mayoristas, líneas aéreas, y organismos de cooperación. También fueron concedidas entrevistas a medios de comunicación masiva para promover el multidestino centroamericano.

La PPT-Costa Rica estuvo presente en la ITB de Berlín. El brindis de Centroamérica fue ofrecido por Panamá. A este evento fueron invitados medios de comunicación, mayoristas, organismos y embajadas acreditadas en Alemania. La PPT-Costa Rica atendió citas que contribuirán a establecer alianzas comerciales y acuerdos con organismos.

La PPT-Panamá, en seguimiento a los acuerdos tomados por el CD-CATA en septiembre del 2016, habilitó un espacio para el desarrollo de las actividades de negociación con mayoristas, y reuniones con medios de comunicación que CATA llevó a cabo para fortalecer sus acciones de posicionamiento de marca y promoción de la región en el marco de la feria WTM 2017 en Londres, Reino Unido.

En el marco de la feria se hizo la apertura oficial del pabellón de Centroamérica con un cóctel ofrecido por Nicaragua en su stand. Como PPT, Panamá apoyó las gestiones realizadas a través de CATA a fin de garantizar el buen suceso del evento centroamericano, garantizándose la presencia de mayoristas en el evento regional, así como de medios para que dieran cobertura a esta feria turística del istmo.

CATA dentro del stand de la PPT-Panamá, contó con el espacio y las condiciones idóneas para recibir a los mayoristas y medios británicos en general, así como para afianzar las relaciones establecidas con aquellos que visitaron la región en octubre en el marco de la CATM.





HABLA EL
SECTOR
PRIVADO



Sra. Isabel Vargas
Presidente CANATUR
Costa Rica 2017

Con el apoyo brindado al sector privado en temas de innovación, promoción y gestión comercial, CATA ha demostrado ser una entidad proactiva, abierta a las sugerencias, que contribuye de forma muy profesional con el proceso de integración turística de la región.

Consideramos que los medios innovadores usados por CATA para proyectar a Centroamérica como multidestino en el mundo digital (a través de acciones de promoción innovadoras como las protagonizadas por influencers y el trabajo de reingeniería realizado con la renovación de la plataforma web) han sido muy útiles, pero han sido muy poco promovidas. Quizás porque se precisa un mayor nivel de compromiso por parte de las Autoridades Nacionales de Turismo en coordinación con las Cámaras de Turismo de cada país.

El trabajo de CATA debe fortalecerse con recursos externos para elevar su capacidad de incidencia en nuestros mercados meta, lo que contribuirá a acrecentar las oportunidades para la comercialización de las ofertas multidestino de nuestros empresarios regionales.

La Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica quiere felicitar muy especialmente a la Sra. Carolina Briones, Secretaria General de CATA, por la labor realizada, su compromiso y profesionalismo. Confiamos que las oportunidades de interacción entre CATA y las Presidencias de Cámaras sean en este 2018 más frecuentes que en años anteriores.



Sra. Iveth Lagos
Gerente JM TOURS
Honduras

La gestión de comercialización y promoción del multidestino de CATA es excelente. Esto apoya mucho a la gestión de las empresas, que como JM TOURS Honduras, viene haciendo desde hace mucho en la venta y operación de los programas multidestino en Centroamérica.

Considero que esta gestión no solo nos beneficia en Europa, pues yo he recibido desde la publicación del catálogo de ofertas multidestino en FITUR la solicitud de una mayorista de Sur América a la cual ya le vendemos un programa multidestino que es un combinado de cuatro países por 15 días.

Desde JM Tours Honduras valoramos que la estrategia de mercadeo digital implementada por CATA, además de ser un gran apoyo, es un gran aporte, ya que es una ventana más que nos permite ponernos en el mundo cibernético, facilitando a los internautas y a las agencias el poder encontrar más información sobre la región y las empresas centroamericanas, y así poder orientarles sobre Centroamérica, sus ofertas y productos.

Me ha gustado mucho el trabajo de integración turística que desarrolla CATA en la región, considero que ha tenido mucho impacto. Durante el taller de comercialización que se hizo en el 2017 en Costa Rica, logramos aprender y afianzar más conocimientos y relaciones comerciales entre

empresas homólogas que venden la región. Me gustaría comentar que con mi colega de Guatemala diseñamos, aplicando los conocimientos adquiridos en el referido taller, un programa que lanzamos durante la FITUR y que hemos denominado “Con los Cinco Sentidos”, y es un circuito que incluye Honduras y Guatemala.

Recomiendo que CATA continúe realizando más talleres dirigidos a fortalecer la comercialización del multideestino, y que todos trabajemos en un mismo sentido y objetivo con CATA. Esperamos que nos envíen resúmenes mensuales de las labores de CATA para estar enterados, conocer el plan de mercadeo de CATA para conocer la orientación que tienen, y enlazar nuestros esfuerzos empresariales hacia las mismas metas y objetivos para de esta manera fortalecernos mutuamente.



Sr. John Burgos
Director Ejecutivo de Belize Tourism
Industry Association - BTIA
Belize

El trabajo y esfuerzo del equipo de CATA debe ser reconocido. Belice ha visto un incremento del 17.5% de llegadas del mercado europeo en el 2017. Las campañas de mercadeo del Gobierno Central de Belice, aunadas con las iniciativas de CATA para mercadear a Belice y otros países del área en el mercado europeo, están rindiendo estos resultados positivos.

La estrategia de mercadeo implementada por CATA para el desarrollo de plataformas en línea para mercadear y promover los países centroamericanos e incrementar la distribución y accesibilidad a la información a los potenciales viajeros europeos solo puede ser descrita como una idea grandiosa.

La integración y asociación de los países para ofrecer paquetes multideestino - a través del catálogo de ofertas multideestino desarrollado por CATA - ha permitido a los hoteles de Belice, Operadores de Turismo y compañías de transporte pensar en más allá de sus fronteras, y buscar asociarse para desarrollar esos paquetes. El interés del sector privado ha despertado y continuará creciendo en el 2018.

CATA debe recibir apoyo continuo para mantener la alta calidad del trabajo producido y la gestión adecuada de los recursos para lograr las metas y objetivos aprobados por los países miembro. CATA debería considerar brindar apoyo adicional a cada país proporcionando plataformas que permitan establecer asociaciones para el desarrollo de más paquetes de destinos múltiples.



Sr. José Antonio Méndez
Gerente General CADISI TOURS
El Salvador

El apoyo recibido por CATA como sector privado en el área de tour operación ha sido de gran ayuda, ya que nos ha permitido poder innovar nuestros productos multidesestino con las diferentes capacitaciones impartidas y conocimientos de multimedia. Los estudios que ha realizado CATA sobre gustos y preferencias del mercado europeo sobre el sector viajes, también nos han permitido segmentar nuestros productos llegando a un mercado objetivo más preciso.

Considero que la actual estrategia digital desarrollada por CATA para la proyección de Centroamérica como multidesestino está enfocada en beneficiar al operador por medio de la venta de los diferentes productos multidesestino que estos ofrecen, basados en una segmentación de mercado a partir de los estudios presentados a través del marketing digital.

Desde mi punto de vista, el trabajo realizado por CATA en relación a la integración del sector turístico basados en productos multidesestino se considera muy bueno, ya que los operadores hemos podido hacer alianzas con otros colegas centroamericanos para ofrecer los productos y servicios turísticos, cada uno en su país de origen, y que al final se empaqueta el producto y se ofrece como uno solo al mercado europeo.

Para finalizar me gustaría decir que como operadores tenemos la oportunidad de contar con un organismo como CATA que nos apoya por medio de estudios de mercado, caravanas, ferias, etc., para promover nuestros destinos en el mercado europeo, con el único propósito de incrementar y tener un turismo sostenible amigable con el medio ambiente.



Sr. Rodrigo Moreno
Gerente Comercial Salvadorean Tours
El Salvador

Creo que poco a poco nos vamos consolidando como una sola región. El trabajo que desarrolla CATA, en coordinación con los Gobiernos de cada país, ha sido muy importante para la integración del sector turístico de la región centroamericana, así como el empuje que brinda a los empresarios en materia de innovación, comercialización, mercadeo y promoción digital orientado al multidesestino.

Como resultado, hemos venido eliminando aquellas acciones que no nos han aportado valor y adoptando nuevas y que nos están dando buenos resultados en nuestra gestión comercial. El trabajo ha sido bueno, y estamos conscientes de que tenemos un largo camino por recorrer ¡Sigamos así!

Consideramos que las estrategias digitales son de gran importancia si queremos posicionarnos como destino y región en el ámbito del turismo internacional. Las acciones promocionales y de difusión con influencers, así como la renovación del sitio web de CATA han sido acciones certeras. Espero que, a futuro, la estrategia digital de la región se enfoque más en la promoción con influencers más que en los típicos viajes de familiarización (Fam Trips) que se han venido realizando durante mucho tiempo sin un exponencial resultado hacia el consumidor final.

Reiteramos nuestro reconocimiento al trabajo de CATA, y como empresarios sugerimos incorporar más acciones dirigidas al consumidor final, a fin de generar el deseo e interés de tener una experiencia multidesestino cuando visite Centroamérica. Si la demanda crece, indudablemente las mayoristas y agencias verán la urgencia de incluirnos en sus ofertas y catálogos de venta e invertir en conocernos más.

CATA ha sido más que un canal para Centroamérica, ha sido un agente que vela por el crecimiento sostenible de la región asegurándose que tanto proveedores como viajeros sean beneficiados con experiencias de calidad. Su innovación de promover Centroamérica como una región en vez de países particulares ha permitido unidad y mayor fuerza de impacto en los mercados, permitiendo una oferta de producto altamente atractivo por su variedad cultural.

Tomando como base la innovación de ofrecer Centroamérica como un solo producto, la traída de los influencers bajo esa innovación ha sido de mayor impacto. Los influencers venían con altas expectativas de descubrir no un país, sino una región tropical. Además, contar con el respaldo de una plataforma web da mayor peso para el efecto post-influencers ya que brinda a los viajeros seguridad y facilidad de contactar directamente con el proveedor.

Reconozco que la labor integracionista que desarrolla CATA con el sector turístico centroamericano ha sido un arduo trabajo a través del tiempo, y al día de hoy podemos ver el resultado de empresarios unidos con mentalidad de región y no de país. Estoy segura que en poco tiempo veremos frutos económicos del esfuerzo profesional emprendido por CATA y asimilado por los empresarios.

Como empresarios centroamericanos aún tenemos mucho que mejorar, reestructurar, alinear, pero mientras nos mantengamos actualizándonos y trabajando unidos, lograremos hacer de Centroamérica un destino de alta demanda.

La razón de ser de CATA es excelente, pero no podrían verse los resultados que hoy vivimos sin el staff que trabaja en y con CATA. Personas no solo calificadas, sino apasionadas por lo que hacen. Eso ha hecho verdaderamente posible el avance de CATA.



Sra. Elisabeth Samayoa
Gerente General BOSA TOURS
Nicaragua





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 Guatemala.
La Libertad, El Salvador
(503) 2248-8800 / 2248 -6923