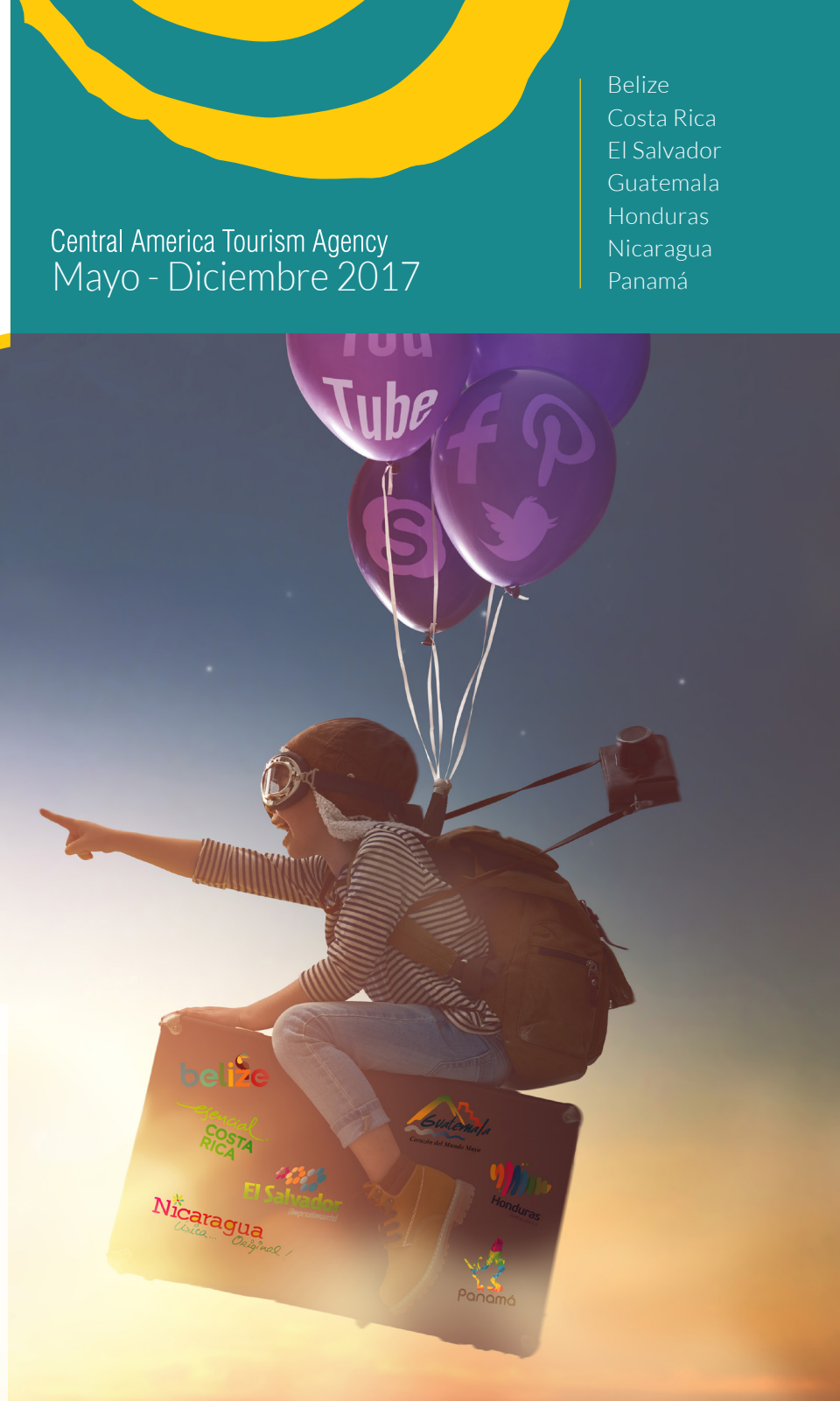


CATA fortaleció las capacidades de innovación tecnológica del sector turístico centroamericano

En junio del 2017, la capital costarricense fue el punto de desarrollo del “Taller de Marketing Digital y Social Media para Productos Multidestino”, impulsado por la PPT-Costa Rica, presidido por Don Mauricio Ventura, Ministro de Turismo de Costa Rica.

CATA, en su calidad de unidad técnica para la promoción y facilitación comercial del producto multidestino de la región y la marca Centroamérica, desarrolló este segundo taller con el objetivo de fortalecer al sector en el uso adecuado de las facilidades y plataformas tecnológicas para el posicionamiento de Centroamérica. El evento logró reunir a más de 30 tour operadoras, representantes de las áreas de promoción de las Autoridades Nacionales de Turismo y representantes de las Cámaras de Turismo regionales.

El taller se llevó a cabo con la asistencia de la Asociación Española de Científicos en Turismo (AECIT).





2017: Año de la estrategia digital: “Centroamérica Me Hace Sentir Vivo”



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.

La campaña, que cuenta con una línea gráfica excepcional, ha logrado incrementar su comunidad de Facebook en un 14%, proyectando acertadamente la fascinante majestuosidad, místicas culturas, y patrimonio arqueológico y natural de la región.

Al mismo tiempo, con el refuerzo de los contenidos de los videos de vlogueros invitados por CATA, la campaña logró llegar a una audiencia de más de tres millones de personas localizadas en los diferentes mercados meta.



Con el propósito de reforzar de forma innovadora su estrategia de mercadeo digital para los mercados europeos, CATA llevó a cabo una campaña con videos de vlogueros (vloggers) de España, Alemania y el Reino Unido. Esta campaña se dividió en dos grupos: el primero visitó los destinos de Belice, Honduras y Guatemala en junio del 2017, y despertó el interés de los medios de comunicación de la región que dedicaron artículos a su recorrido; el segundo grupo llevó a cabo su visita en octubre en el marco de la CATM 2017, visitando El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

 *Continúa en la sig. pág. »*



Los posts sobre Centroamérica publicados a la fecha por estos vlogueros han alcanzado una audiencia de medio millón de visitas, provocando 200 mil interacciones, lo que significa un 143.33% de sobrecumplimiento de la meta establecida para la campaña, la cual tuvo una duración de seis meses. A estos indicadores debemos añadir al público que ha disfrutado de las historias y videos difundidos en Instagram y YouTube sobre sus viajes a Centroamérica, los cuales a la fecha han llegado a un total de 600 mil espectadores.

Mar 22 Ago 2017 Actualizado 12:17h

f 8+ @

12:22h 21° 23° 14°

Guatemala Ciudades Deportes Internacional Economía Vida Opinión Ahora

Comunitario

Influencers ponen a Guatemala como atractivo turístico para Europa

Un grupo de jóvenes explora el territorio para promover la belleza natural y riqueza cultural que tiene Guatemala para que turistas europeos queden atraídos y sigan sus pasos.

Por Beatriz Tercero
18 de Julio de 2017 a las 17:25h

PRENSA LIBRE
Un periodismo independiente, honrado y digno.



2017 / LA NACIÓN ECONOMÍA | 17A



Primeros influencers en su paso por Guatemala. CORTESÍA DE CATA

MERCADEO DIGITAL

Región atrae turistas por medio de los 'influencers'

Evelyn Fernández M.
evelyn.fernandez@nacion.com

Centroamerica Makes Me Feel Alive (Centroamérica me hace sentir vivo) es una estrategia de mercadeo que acude a jóvenes con miles de seguidores en Internet para atraer turismo.

La atención se enfocó en España (Road to Wild y Mochileros TV); Alemania (Luise Morgeneyer y Simon), y el Reino Unido (Christianne Risman, de Back Packing Bananas y, Karl Watson).

La idea es de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés), para promover historias reales de influencers (*influencers*), los jóvenes —o programas citados—, quienes tienen muchos seguidores en plataformas como Instagram, Twitter o YouTube. A ellos se les invitó a recorrer el Istmo y que cuenten sus experiencias.

Esto llega a complementar la campaña digital de Centroamérica para la atracción de turistas europeos, manifestó Ana Carolina Briones, secretaria general de CATA.

Una primera etapa (15-24 de julio) la hacen cinco *influencers* por Guatemala, Belice y Honduras, y una segunda será por El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, del 3 al 19 de octubre.



Gracias a la participación de estos jóvenes comunicadores y sus videos, se ha logrado llegar a más de un millón de europeos que han podido disfrutar la experiencia de viajes y las bellezas y virtudes de la región como multidestino.



Centroamérica fortalece su proyección hacia los mercados germano parlantes



CATA, como miembro de la ARGE (Arbeitsgemeinschaft Lateinamerika), participó en octubre en la caravana 2017 que visitó las ciudades de Viena, Stuttgart, Erlangen y Dresden. Esta caravana, una de las más importantes para los mercados germano parlantes, logró un alto índice de participación de profesionales del turismo en cada una de las ciudades visitadas.

En el marco de este evento, Centroamérica realizó presentaciones magistrales que estuvieron a cargo del reconocido conferencista Andrea Gross y a las cuales asistieron más de doscientos agentes de viajes, quienes posteriormente visitaron el stand de Centroamérica, donde recibieron información detallada y material promocional para complementar su acción de comercialización.

Centroamérica lanza catálogo de oferta multidestino en alemán



La caravana de ARGE 2017 fue la plataforma de lanzamiento para la versión alemana del catálogo de oferta multidestino. Esta herramienta promocional y de difusión de la oferta regional, fue acogida con gran aprecio por los comercializadores turísticos especializados en el producto latinoamericano que asistieron a los distintos eventos.





Centroamérica inauguró con gran éxito su pabellón en la feria WTM en Londres



Como es tradición, los países centroamericanos realizaron su tradicional corte de cinta para inaugurar el pabellón de Centroamérica en la feria WTM realizada en Londres entre el 4 y 6 de noviembre recién pasado.

El brindis de apertura, ofrecido por Nicaragua, tuvo la presencia de mayoristas, medios de comunicación social, representantes de Organismos No Gubernamentales y cuerpo diplomático centroamericano acreditado en Londres.

La Sra. Giselle Morales, Embajadora de Nicaragua en el Reino Unido, en su discurso de apertura hizo énfasis sobre el espíritu integracionista de Centroamérica.

Centroamérica se proyectó magníficamente como una región de incomparables atractivos naturales, poseedora de un legado ancestral que se vive a través de productos y ofertas generadores de experiencias únicas e inolvidables, en una región que concentra países muy similares entre sí, y al mismo tiempo, absolutamente diversos.

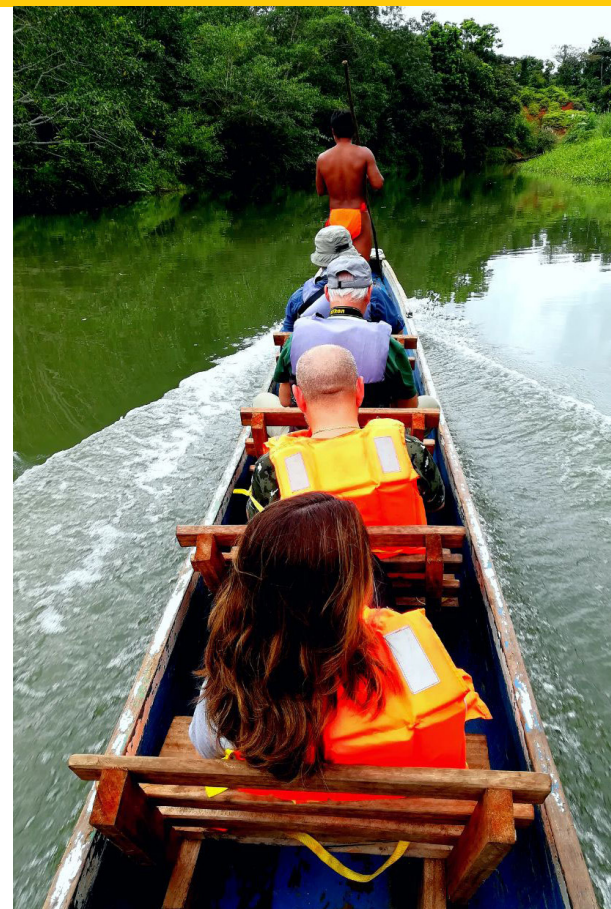
El brindis fue también el punto de reencuentro entre CATA y empresarios centroamericanos con los participantes de la feria “Central America Travel Market” (CATM), realizada el pasado mes de octubre en El Salvador.





Viajes de prensa

El trabajo de posicionamiento de marca a través de la difusión de los atractivos y fortalezas turísticas de la región tuvo gran relevancia durante el año 2017, período en que la región fue visitada por 67 comunicadores europeos que representaron a más de 140 medios del viejo mundo.





La región operó en total 141 viajes de prensa, de los cuales el 29% se desarrollaron en el marco de la feria CATM 2017. Las noticias generadas a partir de los viajes de prensa estuvieron expuestas a una audiencia media de 24,344,744 personas, con un Retorno de Inversión (ROI, por sus siglas en inglés) con un valor aproximado de €603,374.00 (seiscientos tres mil trescientos setenta y cuatro euros).





FAM TRIPS 2017

Viajes de familiarización 2017

Durante el año 2017 CATA movilizó a un total de 101 mayoristas europeos, de los cuales el 68.31% viajaron a la región durante la CATM 2017. Se realizaron un total de 183 viajes de familiarización para estos comercializadores europeos, quienes luego de su experiencia de viaje por el istmo están listos para incorporar nuevos productos y ofertas en sus catálogos de ventas.





Experiencia de CATA interesa a Red de Administración Pública de España



El Congreso Iberoamericano de Innovación Pública realizado en octubre del 2017 en Tenerife, y organizado por el Cabildo de Tenerife, la Fundación General de la Universidad de La Laguna y NovaGob (red social de la administración pública española), incorporó dentro de las temáticas de su evento la experiencia de trabajo de CATA desde la administración pública en Centroamérica, a fin de que el turismo sea un elemento clave para el desarrollo.

Gracias a la invitación de las entidades españolas antes mencionadas, CATA, representada por su Secretaria General, expuso ante una audiencia de más de seiscientos participantes sobre su labor como ente integrador del sector turístico para alcanzar los objetivos de promoción y posicionamiento de Centroamérica como multidestino, y sobre cómo ha fortalecido decisivamente el proceso de integración turística de la región, elementos que se vinculan estrechamente con los objetivos de Consejo Centroamericano de Turismo a través del SITCA.

Centroamérica fortalece el conocimiento sobre sus mercados meta en Europa

Durante el año 2017, CATA llevó a cabo investigaciones de mercado enfocadas a conocer y determinar las expectativas y demandas del turista *best prospect* para el multidestino. Para el segundo semestre del año fueron recibidos a satisfacción los resultados de los estudios que correspondieron a los mercados de Holanda, Italia y Francia, y que fueron distribuidos por CATA a las Cámaras de Turismo y las áreas de comercialización de cada Autoridad Nacional de Turismo (ANT) de Centroamérica.

Los estudios arrojaron elementos novedosos para entender los comportamientos de los potenciales turistas de multidestino que permitirán, tanto a las ANT, como al sector privado y a CATA, actualizar sus estrategias de intervención en cada mercado

FEDECATUR realiza importante tarea de establecimiento de contactos (networking) en el marco de la CATM 2017

La CATM 2017 también fue el marco en el que FEDECATUR realizó el 6 de octubre – con el apoyo de CATA – tareas de establecimiento de contactos o *networking* del cual participaron activamente los empresarios centroamericanos.

Durante el evento los empresarios pudieron conocer las novedades sobre ofertas, desarrollo de nuevos productos, e información sobre nuevas estructuras para el turismo que están desarrollándose en cada país, y que les serán de utilidad para enriquecer sus ofertas multidestino, así como para fortalecer la articulación empresarial o establecer alianzas de trabajo entre el sector empresarial de la región.



Feria CATM 2017



El Salvador fue el escenario desde donde la región se proyectó al mundo a través de la feria CATM, el evento más relevante para la promoción y comercialización de Centroamérica como multidesino a sus mercados metas en Europa. Para esta edición, CATM contó con la participación de mayoristas del mercado taiwanés y nórdico.

Desde noviembre del 2016 y con el apoyo de su agencia de RRPP en Europa, CATA ejecutó toda una estrategia y realizó acciones promocionales que garantizaron la participación de mayoristas de alta calidad y reputación en sus respectivos mercados, y mediante los cuales las empresas centroamericanas pueden comercializar sus ofertas.

La gestión de CATA y el Comité Organizador del país sede logró la participación de 70 mayoristas procedentes de Alemania, España, Francia, Holanda, Italia, Reino Unido,



Finlandia, Bélgica, Noruega y Suecia, así como de 25 periodistas europeos. En otro orden, CATM El Salvador, logró la participación de 90 organizaciones centroamericanas, de las cuales el 84.44% de los expositores eran empresas.

Los niveles de resultado de las negociaciones fueron calificados como buenos tanto por compradores como por oferentes, lo cual derivará en que nuevos y novedosos productos multidesino vengan a formar parte de la oferta vacacional europea de la temporada 2018.

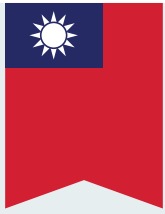


CATA desarrolla ciclo de conferencias en el marco de CATM 2017

La feria CATM 2017 realizada en San Salvador del 6 al 8 de octubre significó un valioso espacio de reunión para el sector turístico centroamericano, el cual fue aprovechado por CATA para el desarrollo de un ciclo de conferencias magistrales que abordaron temáticas de importancia capital para el sector turístico centroamericano, tales como: *"Innovación Turística como factor de competitividad"*, y *"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"*. CATA pudo presentar al sector sus avances y logros de gestión en la promoción y proyección de la región en sus mercados meta en Europa.

Al evento asistieron más de 80 personas entre los que se encontraban empresarios, funcionarios de las ANT y miembros de FEDECATUR. El evento se transmitió en vivo a través de YouTube https://www.youtube.com/watch?v=y1KXhLF_k1M y Facebook live.





Resultados del apoyo a CATM 2017 con los fondos del proyecto Taiwán

Gracias al apoyo de Taiwán a través del proyecto de "Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana", Centroamérica pudo

movilizar a 33 mayoristas europeos para participar en la feria CATM 2017, los cuales representaron el 47% del total de mayoristas procedentes de Europa.

Renovación de la plataforma web Visitcentroamerica

Posterior a la aprobación por parte del CD CATA de la renovación de la plataforma web Visitcentroamerica adjudicada a la empresa consultora internacional Moreturismo en abril pasado, se ha logrado avanzar en un 95% en su programación. Sin embargo, la parte más compleja de este ejercicio, del cual participan tanto las ANT como el sector empresarial, ha sido la compilación de documentación para alimentar con contenidos la plataforma, de la cual se ha logrado completar un 70%.

Podemos afirmar que ya Centroamérica cuenta con una web con un diseño y manejo que proyecta modernidad, situando a la región como un multidestino único, gracias a sus grandes atractivos naturales, místicos, históricas coloniales, y a su maravilloso clima.

¿Qué se dice de Centroamérica en Europa?

Las noticias que se han generado sobre turismo en nuestros mercados meta en Europa, desde mayo hasta septiembre del 2017, han alcanzado una exposición media de 2,399,371,362 personas (dos billones trescientos noventa y nueve mil millones trescientos setenta y un mil trescientos sesenta y dos).

Gran parte de estas noticias sobre Centroamérica son producto de la gestión informativa constante que CATA lleva a cabo a través de su agencia de RRPP mediante la emisión de notas de prensa y boletines. De mayo a septiembre del 2017 han sido identificadas noticias generadas a partir de nuestras notas informativas, y han significado un total de €2,175,209.36 (dos millones ciento setenta y cinco mil doscientos nueve con 36/100 euros) en términos de valor de publicación.



La publicación de más artículos relacionados con el pre y el post tour de CATM, serán publicados entre diciembre y marzo.





CATA
Central America Tourism Agency

VIAJES ITALIA

ABRIL - MAYO - JUNIO

The Travel News

Il cuore verde del Costa Rica

CENTRO AMERICA, CHE STILE

LA STAMPA
Rafting fra i giaguari in Centro America

CATA
Central America Tourism Agency

VIAJES ESPAÑA

ABRIL 2017

Pasaporte para soñar

ATREVIÁ

CATA
Central America Tourism Agency

VIAJES FRANCIA

ABRIL - MAYO - JUNIO

Dynamic
Cuentando un viaje de descubrimiento de destinos

Bienvenue au Royaume des Mayas

"Si vous passez devant Masden, les Mayas la divinité du Guatemala, n'oubliez pas de lui insérer une cigarette dans la bouche, car ici c'est la coutume" précise Olivier, notre guide au Guatemala. La culture guatémaltèque est unique au monde et sa diversité de paysages, sa richesse géomorphologique en font une destination à part. Tout le pays recèle des trésors encore préservés. Antigua, l'ancienne capitale guatémaltèque (UNESCO), Lago de Atitlan, Chichicastenango subit de nous qui nous offrent d'habitudes anciennes et dont certains appartiennent au Patrimoine mondial de l'Unesco. Avec Luxe Magazine plongez dans l'histoire de ce pays fascinant et attachant.

Un peu d'histoire

CATA
Central America Tourism Agency

VIAJES FRANCIA

ABRIL - MAYO - JUNIO

On part au Panama où la nature est reine.

Bienvenue au Guatemala, coeur du monde Maya

Notre avis

Le Guatemala est un pays riche, très attachant où deux civilisations se rencontrent. L'héritage historique omniprésent apporte une sensation d'authenticité que l'on a oublié depuis longtemps. Le territoire traverse par 2 cordillères, sillonné par de nombreuses rivières, des plaines fertiles, de nombreux lacs, des jungles tropicales, caractérisé par 33 volcans dont 3 actifs, fascine... Sans parler des marchés colorés qui regorgent de richesses locales. Pour visiter le plus sereinement possible le pays et pour bien le comprendre je vous recommande de prendre un tour sportif: Kuk Tour en l'occurrence, qui vous assurera un séjour à votre convenance. Saluant vos envies, Écrivez vous

CATA
Central America Tourism Agency

VIAJES ALEMANIA

ABRIL - MAYO - JUNIO

Paradiesische Vielfalt

HOLONALSTÄDTE MIT VIEL CHARME

ATREVIÁ

CATA
Central America Tourism Agency

VIAJES HOLANDA

ABRIL - MAYO - JUNIO

MANIFY

DE BIJZONDER PURA VAN COSTA RICA

BIJZONDER PURA VAN COSTA RICA

CATARATA DEL TORO WATERVAL: HET MODIESTE GEHEIM VAN COSTA RICA?

HOU OP JE BUCKELTUG: ZIJF LINGHO DOOR DE JUNGLE VAN COSTA RICA MET SKY ADVENTURES



Acuerdo de Cooperación con AA-Spain

En el marco del acuerdo suscrito a inicios del 2017 entre CATA y AA-Spain, se han realizado a la fecha nueve eventos conjuntos en las ciudades de Madrid, Toledo y Zaragoza, en los cuales han participado 273 agentes de viajes.

Se llevaron a cabo un workshop, seis presentaciones conjuntas de destino, dos eventos sobre gastronomía centroamericana, y la presentación de destino y un viaje de familiarización con las 10 agencias top que visitaron Panamá y Guatemala en mayo del 2017.

CATA desarrolló exitosas campañas de mercadeo en conjunto con reconocidos mayoristas italianos





CATA suscribió Acuerdos de Cooperación con los mayoristas italianos Tour 2000 y Quality Group. 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 mil doscientos 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.





Centroamérica presente en Festival Fernweh Alemania



Del 17 al 19 de noviembre pasado Centroamérica fue parte de la feria de viajes que se organiza en ocasión de la celebración del reconocido Festival Fernweh.

Más de catorce mil 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.



www.catatourismagency.org • www.visitcentroamerica.com

Agencia de Promoción Turística de Centroamérica - CATA - Centroamérica

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