

Costa Rica: destino de Centroamérica preferido por los extranjeros

Entre los días 12 y 16 de marzo ha tenido lugar la Bolsa Internacional de Turismo, ITB Berlín 2004, en el recinto ferial de Berlín y el Centro Internacional de Congresos, ICC Berlín. Esta Bolsa de negocios permite la realización de operaciones de negocios internacionales dentro del sector turístico a todos los niveles y se ha convertido en un encuentro obligado para los profesionales del sector. Por otro lado es uno de los principales mercados de adquisición por las naciones de América Latina que acuden al evento berlinés en su edición anual de primavera. La ITB Berlín se ha consolidado y convertido en eficaz instrumento de intercambio y comunicación.

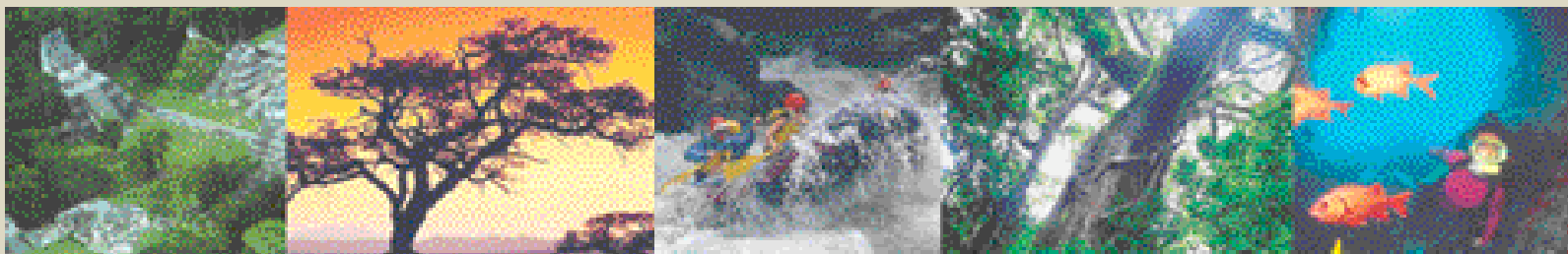
Cada año empresas y compañías dedicadas al turismo procedentes de países latinoamericanos (Este año han concurrido a la muestra la representación

oficial y privada de 18 países) exhiben aquí toda la variedad de productos turísticos que el continente brinda a los europeos y compiten en el difícil mercado con todas las demás naciones del mundo. Pese a la incertidumbre económica por la que atraviesa Alemania, la confianza de los expositores y profesionales que visitan el evento queda ampliamente reflejada y patente en los encuentros y reuniones de este foro ITB. La ITB 2004 vuelve a ser uno de los factores estabilizadores de la economía del turismo en los mercados mundiales, que ante el reto de la recuperación, pone en juego todos los resortes promocionales par un crecimiento global que según estimaciones de la OMT (Organización Mundial de Turismo) será cercano al 5% en el 2004. Esta organización se basa en sus pronósticos en los signos de reactivación económica de Estados Unidos, Japón y Alemania.

La feria líder del turismo internacional, la ITB Berlín, sirve al expositor para dar a conocer su empresa, establecer contactos con nuevos clientes potenciales y preparar la venta de su producto o del servicio que está ofreciendo y realizar operaciones comerciales importantes para su negocio, así como para analizar la situación actual de los mercados y la competencia. Da también a los expertos y profesionales del turismo la oportunidad de comparar los diferentes destinos que compiten y los segmentos más dinámicos de este mercado. La industrias dedicadas al turismo internacional aprecian sobre todo la actividad, los negocios y los contactos intensos que aquí se desarrollan.

Tres cuartas partes de los expositores provienen del extranjero. La representación de Costa Rica está formada por la delegación oficial, munici-

Pasa a pág. 22



CATA y TACA promocionarán a Centroamérica en Europa y Asia

La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) y la línea aérea TACA firmaron un convenio para promocionar en Europa y Asia a la región como destino turístico.

El Grupo Transportes Aéreos de Centroamérica (TACA) aportará un millón de dólares para la promoción del turismo hacia los países de Centroamérica, según el acuerdo, y CATA ejecutará las estrategias en los mercados asiáticos y europeos. El acuerdo tendrá una vigencia de tres años y su objetivo es establecer un instrumento que permita planificar acciones de cooperación conjunta para la promoción del istmo en los mercados de Europa y Asia bajo el lema "Centroamérica tan pequeña, tan grande".

Con ese mensaje, Guatemala, El Salvador, Honduras,

Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Belice, aspiran a convertirse en un importante destino turístico mundial.

El presidente pro t mpore del Consejo Centroamericano de Turismo, el guatemalteco Alejandro Sinibaldi, destacó la importancia del convenio porque contribuirá a impulsar el turismo de Europa y Asia hacia el mercado de la región.

La portavoz del Grupo TACA, Claudia Arenas, manifestó a la prensa que esa institución está contribuyendo a impulsar un mayor desarrollo de la actividad turística en Centroamérica para generar más divisas y empleos que mejoren las condiciones de vida de la población. ●