

Carol Cordero

Cuando se habla de **EXPOTUR**, siempre pensamos en la feria de 3 días donde empresarios costarricenses y mayoristas extranjeros negocian sus productos para traer turistas a nuestro país, sin embargo, muy pocas personas conocen lo que hay detrás de esta bolsa de comercialización durante los 362 días anteriores a que se realice el evento.

Durante todo un año, cuatro personas de **ACOPROT**, entidad organizadora del evento, se encargan de contratar hoteles, transporte, vender espacios en la feria para que los expositores muestren sus productos, coordinar citas, con el fin de que en **EXPOTUR** se realicen negociaciones exitosas que logren que turistas de Estados Unidos, de América del Sur e incluso de

Europa visiten Costa Rica.

En **ACOPROT**, desde el último día de **EXPOTUR** se está planeando el evento del próximo año, ya sea con las reservaciones de espacios o bien llamando a nuevos mayoristas que no pudieron participar en la actividad, también coordinando con el centro de convenciones y los edecanes que quieran trabajar o simplemente hablando con empresarios y cámaras de turismo regionales para que nuevos lugares sean visitados próximamente.

Para muchos, **EXPOTUR** no es solo una bolsa de comercialización, también es el evento donde se promocionan otros lugares del país. Por medio de los circuitos, se brinda capacitación a empresarios nacionales con el fin de fortalecer y renovar técnicas para negociar con los mayoristas.

Promoción de lugares turísticos

Los circuitos es una actividad que se introdujo hace cuatro años, ante la necesidad de renovar constantemente **EXPOTUR**. La intención es presentar nuevos productos o bien propiciar el desarrollo turístico de una región.

Para esto, **ACOPROT**, habla con empresarios y cámaras regionales que quieren que muchos lugares sean visitados por turistas, también realiza visitas previas a los circuitos antes de autorizarlos para el programa del evento.

“Este año **EXPOTUR** organizó circuitos a Montezuma, en Puntarenas, a Tortuguero, Turrubares, y a la zona del Pacífico Central y Sur. Por qué escogimos estos lugares?, por una razón muy sencilla, tienen la infraestructura, y el paisaje natural necesario para que los turistas quieran conocerlo”, explicó Pablo Solano, Director de Eventos de Acoprot.

Negociaciones vendedores y mayoristas

EXPOTUR también conlleva la recopilación de datos de todos los participantes tanto vendedores como mayoristas, en un programa especialmente diseñado



De izquierda a derecha: Ana Quirce, Jorge Montero, Evelyn Villalobos y Alex Freer, revisan el plan de acción de **EXPOTUR-2003**, con Pablo Solano, Director de Eventos de **ACOPROT**.

do para la actividad, lo que genera un directorio con los requerimientos de cada grupo que participa, tales como los productos que ofrecen o bien lo que necesitan.

Este programa también ayuda a que se coordinen las citas entre los empresarios costarricenses y los compradores; una tarea que no es fácil, pues conlleva un proceso de varias semanas en donde se envía un directorio a cada grupo con el fin de asignar una reunión con quien mejor les convenga para sus negocios.

Estas reuniones se empiezan a programar varias semanas antes de que inicie **EXPOTUR**, y culmina con la ejecución la noche anterior al inicio de la actividad, de un programa de citas especialmente diseñado para que cada vendedor y cada mayorista tenga varias reuniones de negocios.

Práctica para estudiantes

La bolsa de comercialización turística **EXPOTUR**, también brinda la oportunidad a muchos jóvenes universitarios a que puedan realizar su trabajo de práctica e incluso a que puedan optar a un trabajo.

Tal es el caso de Pablo Solano, quien actualmente es el Director de eventos en **ACOPROT** y por ende de **EXPOTUR**.

“Yo inicié en 1991 en EXPOTUR como un edecán, estuve por dos años trabajando como personal de apoyo y luego me incorporé a ACOPROT, como encargado de operaciones para luego tener a cargo todo el departamento de eventos”, explicó Pablo, que ya

tiene ocho años de trabajar en la Asociación.

Actualmente **ACOPROT** recluta a sus edecanes por medio de las universidades donde se imparte la carrera de turismo, hotelería y ecología.

“Recibimos un promedio de 200 candidatos, a quienes les realizamos algunas pruebas para ver si pueden trabajar en EXPOTUR, de los cuales solamente se quedan 50 personas”, indicó Solano.

20 años de EXPOTUR

Para **EXPOTUR 2004**, ya se está pensando en cosas especiales y actividades innovadoras con el fin de celebrar el 20 aniversario de la actividad.

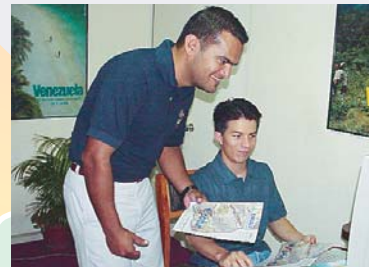
“Como todos los años, realizaremos una encerrona con el fin de determinar todos los puntos en los que podemos mejorar, pero esta vez, nos enfocaremos en actividades nuevas para celebrar por todo lo alto el aniversario de EXPOTUR”, concluyó Pablo Solano.

EXPOTUR en cifras

- Los mayoristas generan aproximadamente \$ 64.000, durante una estadía promedio de 4 días, por concepto de impuestos hoteleros y aéreos, hospedaje y alimentación.
- Además solamente en el primer día de **EXPOTUR** se habían negociado \$100 millones.
- **EXPOTUR 2003** atrajo a más de 270 empresarios y 200 compradores de diecinueve países.



En la gráfica Ana Quirce, Jorge Montero y Evelyn Bolaños



El software utilizado en EXPOTUR para coordinar las citas entre mayoristas y vendedores es único en su género.



La realización de EXPOTUR es la culminación de trabajo de todo un año.



EXPOTUR es para muchos estudiantes un trampolín para obtener empleo en empresas turísticas.



Durante 19 años EXPOTUR ha trabajado por el posicionamiento del destino en el mercado internacional