



Conrad Bergwerf
conrad.bergwerf@solmelia.com

“Al final del día, cuando veo las montañas verdes, escucho el maje y el pura vida, me digo a mi mismo,; que bueno es volver a casa!”. Con esas palabras llenas de ilusión, Conrad Bergwerf celebra su regreso a Costa Rica. Después de 5 años de ausencia y acompañado por su esposa y sus hijos, “mi mayor riqueza personal: todos de pura cepa costarricense”, Conrad ha regresado como Director Gerente de los Hoteles Melia Cariari y Tryp Corobici. La vasta experiencia de este distinguido profesional y su particular interés en el desarrollo profesional de la industria, le han merecido el general reconocimiento a lo largo de su carrera.

José Corrales Piedra
hotelcostareal@latinmail.com

En el pasado mes octubre, nuestro asociado y ex vocal de Junta Directiva, José Corrales Piedra y otros conocidos empresarios del sector, constituyeron el Grupo Hotelero Costa Real S.A. Socio y vicepresidente del nuevo grupo, José ha puesto a su disposición una experiencia empresarial que alcanza ya 30 años en la industria turística nacional. La nueva empresa es propietaria del Hotel Costa Real, ubicado en Playas de Tamarindo. El hotel cuenta con 30 habitaciones y bungalows, piscina, cancha de tenis y hermosos jardines.



Uyuyuy bajura..... lo mejor de lo nuestro fue un éxito!!



Los asociados no vistieron sus mejores galas, pues la ocasión no lo ameritaba. El turno navideño de ACOPROT fue tal y como se esperaba, con una asistencia de más de 150 personas. El enigma de “la plazoleta” del Hotel Radisson fue descifra-

do: la cafetería y parte de sus jardines fueron el escenario de concurridos chinamos y una decoración muy acorde a la actividad ofrecida.

Al ingreso y como recuerdo se ofreció el banderazo de inicio a

los invitados: una jarrita que contenía guaro y un pedacito de limón. Por otro lado, cada invitado combinó su vestuario con un “chonete” muy alusivo a la ocasión, brindado por nuestros amigos del ICAFE.

“Marta y los del Barrio” amenizaron la fiesta y durante varias horas los asociados y los invitados especiales bailaron y disfrutaron en alegre camaradería.





Agradecemos a nuestros asociados por el apoyo que brindaron. Entre todos logramos hacer reír a muchos niños en esta Navidad.

Tres juegos de azar se pusieron a disposición de quien quería llevarse a su casa un premio. “El pichurgo”, “el más, menos o igual” y principalmente “el juego de argollas” hicieron que todos se divirtieran.

El requisito para ingresar fue una noble causa: un regalo para un niño de escasos recursos. Nos complace informar que se logró recolectar 165 obsequios, que fueron entregados a niños del Patronato Nacional de la Infancia en los albergues de Cartago y Turrialba.

La numerosa asistencia de los asociados a la fiesta, permitió que este turno navideño fuera la más clara representación de lo MEJOR DE LO NUESTRO y la mejor la recompensa al esfuerzo de sus organizadores.

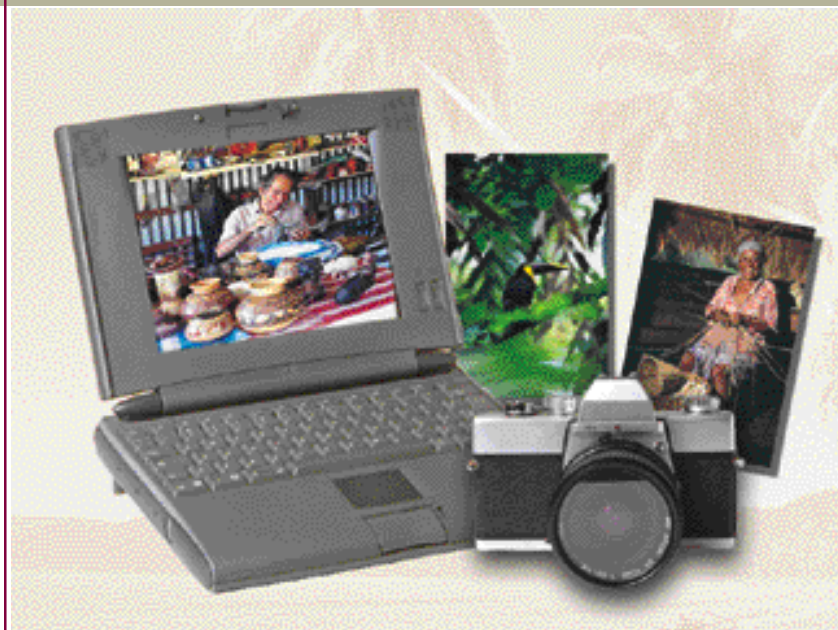


Preparate.....y contale a tus amigos.

La Junta Directiva de ACOPROT acordó convocar dos Concursos de Fotografía durante el año 2004.

La Unidad de Proyectos Especiales ha sido encargada de elaborar la reglamentación de las diferentes categorías.

La convocatoria oficial se realizará en el mes de enero, ocasión en que se anunciarán los premios que recibirán los ganadores y la Exposición de Fotografía que formará parte del Programa Oficial del XX aniversario de EXPOTUR.



Viene de la página 21

Para el destino turístico:

A diferencia de otros sistemas vinculados a las grandes líneas aéreas o de los sistemas centralizados de reservas hoteleras (casi siempre ligados a una cadena o a un interés multinacional) los portales turísticos parten de una lógica distinta. Se trata de la lógica de los promotores y proveedores locales, interesados en promover su destino turístico (una zona turística, un país o una región multinacional) en el mercado internacional.

"Un portal turístico es el escenario ideal para ensayar y ejecutar estrategias de cooperación entre los prestadores locales de servicios con sus autoridades del sector turismo. Su propuesta es conjugar los ciclos de información y promoción del destino turístico - tradicional responsabilidad de las autoridades del Gobierno - con los esfuerzos empresariales para promover las ventas, confirmar reservaciones, atender a los visitantes y ofrecerles servicios posventa."

Con estas palabras presentaba Jesús Aldana, el director de desarrollo de Netthink, un estudio realizado por las agencias de publicidad españolas y medios on line y según el cual los

productos y servicios turísticos son, junto con los libros, los que más se compran vía Internet.

Y es que de los casi 2,5 millones de compradores on line que existen en España, un 53% compra billetes de avión y realiza reservas hoteleras a través de Internet.

España da la cara

"La industria del turismo es la que probablemente está dando más respuesta al nuevo tipo de consumidor nacido al calor de un nuevo medio como es Internet".

Por otra parte el estudio constata que la Red, a través de la que las 10 principales agencias de viajes on line en España facturaron en 2002 un volumen de 36 millones de euros, se ha convertido en un canal estratégico para las empresas de este sector, cuya inversión en publicidad en campañas internas supuso en 2002 el 5,3% de los 70,2 millones de euros que el conjunto de empresas españolas destinaron a este fin.

La propia web corporativa

(100%), el e-mail marketing (79%), el posicionamiento en buscadores (64%), los links a otros webs (36%) y la publicidad en medios digitales (36%) se revelan como los principales canales publicitarios que explota este sector, por encima incluso de la publicidad en medios tradicionales (50%).

Pero del mismo modo que la expansión de Internet ha supuesto una enorme oportunidad para esta industria, también ha provocado un cambio en los ámbitos de consumo de este tipo de productos.

El consumidor de productos turísticos pregunta, se informa y exige una comunicación personalizada, lo cual está obligando a las empresas del sector a realizar un marketing reactivo, a integrar sus servicios y a establecer estrategias.

"Frente al perfil del usuario de viajes, Internet permite un producto personalizado, un mensaje segmentado, una disponibilidad inmediata de productos, un canal permanentemente abierto con el consumidor y una estructura de mercado más flexible que redundan en una oferta más atractiva", explicó Aldana.

Proveedores de Turismo...

Su mejor inversión publicitaria!

SUPLEMENTO DE
Proveedores

- Equipos de alojamiento
- Materiales de recreación y diversión
- Souvenirs y regalos
- Suministros para bares y restaurantes
- Transporte turístico
- Propiedades turísticas y comerciales



Transporte Exclusivo para Hoteles

Flete Aéreo Express

Miami - San José

Incluye:

Transporte
Manejo en Miami
Trámites de notas de exoneración
Desalmacenaje
Bodegaje en Costa Rica

Servicio Marítimo

Miami - San José

Incluye:

Transporte hasta San José
Recibo de Carga en Miami
Trámites de exoneración
Desalmacenaje
Bodegaje en Costa Rica
Tiempo de entrega de 6 días

Conféctese

www.jetbox.com

35 años sirviendo al
importador costarricense

JETBOX

Para mayor
Información

Guadalupe: 253-5400 ext: 232 / 233 / 241 / 213 info@jetbox.com