

Procedimiento para la gestión de eventos en hoteles cubanos

Process to management of events in cuban hotels

Lic. José Antonio Mora-Sánchez^I, jmoras@uo.edu.cu, <https://orcid.org/0000-0002-1536-9631>;
Dr. C Yosvani Orlando Lao-León^{II}, ylao1986@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7491-3548>;
Dr. C Rosario León-Robaina^{III}, rosariolr@uo.edu.cu, <https://orcid.org/0000-0001-5397-777X>

^{I,III} Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba;

^{II} Facultad de Ciencias Económicas y Administración, Universidad Oscar Lucero Moya, Holguín, Cuba

Resumen

El turismo de eventos implica un incremento del arribo de turistas al país, propicia el intercambio entre especialistas de una determinada esfera de la vida, posibilita el conocimiento de la realidad del destino turístico Cuba, mostrando sus facilidades y bondades, mejora la explotación de la planta hotelera, reactiva ramas de la economía nacional vinculadas a la actividad y genera ingresos importantes, pues el segmento convocado tiene mayor poder adquisitivo. Este artículo responde a la necesidad de potenciar el desarrollo de la modalidad turística eventos en hoteles cubanos. Se realizó un análisis de la bibliografía científico especializada, demostrando la inexistencia de un procedimiento cubano que abarque las normativas vigentes y las nuevas tendencias en la actividad. El objetivo general es diseñar un procedimiento para la gestión de eventos en hoteles cubanos. Para la confección del artículo se emplearon los siguientes métodos: el análisis-síntesis, métodos empíricos y métodos estadísticos.

Palabras clave: gestión de eventos, procedimiento para la gestión de eventos, turismo.

Abstract

Event tourism implies an increase in the arrival of tourists to the country, fosters exchange between specialists in a certain sphere of life, makes possible the knowledge of the reality of the tourist destination Cuba, showing its facilities and benefits, improves the operation of the hotel plant, reactivates branches of the national economy linked to the activity and generates significant income, since the segment called has greater purchasing power. This article responds to the need to promote the development of the tourism modality for events in Cuban hotels. An analysis of the specialized scientific bibliography was carried out, demonstrating the inexistence of a Cuban procedure that covers current regulations and new trends in the activity. The general objective is to design a procedure for the management of events in Cuban hotels. For the preparation of the article, the following methods were used: analysis-synthesis, empirical methods and statistical methods.

Keywords: event management, process for events, tourism.

Introducción

Los eventos en la actualidad son acontecimientos que están adquiriendo un lugar cada vez más destacado en la medida que se extienden en el espacio y en el tiempo. La competencia entre las ciudades por el liderazgo comercial, de negocios o turístico, la necesidad de desarrollar agendas de ocio para sus residentes y para atraer nuevos visitantes y la reducción del ciclo de vida de los productos turísticos requieren la aparición de nuevos eventos cada año en cada vez más numerosas localidades (Enguix, 2019).

Si bien es en las ciudades donde el desarrollo de eventos se hace más patente, también en los ámbitos no urbanos se producen con cierta efervescencia. En el entorno urbano el perfil de los actos responde a un contenido turístico y de ocio muy marcado mientras que en el ámbito no urbano el componente social y las tipologías basadas en el patrimonio intangible o en las fiestas populares toman mayor protagonismo (Enguix, 2019).

Los eventos promueven una gran gama de servicios directos e indirectos. Es muy característica la gran densidad de servicios que se mueve en la organización de esta modalidad. El gasto por delegados es bastante superior al del turista convencional, la estancia media es de 2-3 días (Belén, Vila y Brea, 2017). Este gasto se reparte entre el alojamiento y las sesiones de trabajo y en lo que se denomina programa social, además de las actividades pre y post evento, que concentran un gran número de actividades de ocio. También se obtienen considerables ingresos económicos por concepto de líneas aéreas, hotelería, restauración, transporte, etc. Los eventos son una modalidad que ayuda enormemente a la desestacionalidad de un destino turístico pues, normalmente, se realiza fuera de la temporada alta.

En un evento coinciden en una fecha y un lugar apropiado especialistas y profesionales de mayor prestigio en el tema convocado, lo que propicia el intercambio de experiencias y el conocimiento de los últimos avances. Se desarrollan relaciones interpersonales entre profesionales que redundan en mayores conocimientos y en proyectos a corto, mediano y largo plazo entre científicos, laboratorios o empresas. Condiciona el conocimiento de nuevas culturas y nuevos pueblos. Ayudan a promocionar y comercializar nuevos productos y/o servicios. Estimula el efecto multiplicador: los eventistas repiten el destino con familiares y amigos (Fernández y Muñoz, 2016).

En la actual crisis provocada por la pandemia del coronavirus en Cuba se ha hecho necesario elaborar estrategias enfocadas a estimular el desarrollo del turismo, generando ingresos a la economía. Los beneficios obtenidos de la gestión de eventos expuestos

anteriormente validan la rentabilidad de incluir la modalidad de eventos entre las estrategias a trazar.

Varios autores como (Pérez y Rodríguez, 2004), (Ayala, 2007), (González, 2018), (Amores, 2019), (Uranga, 2020), (Guerrero, 2020), entre otros, han contribuido con investigaciones sobre el tema de eventos, lo consideran reuniones, fiestas, acontecimientos, conferencias entre otros, que participan personas de diferentes especialidades, donde se puede transmitir o recibir conocimientos, experiencias acerca de algún tema en específico. Luego de analizar las distintas definiciones brindadas por los autores anteriormente citados se concluyó que existen diferentes definiciones con pocos puntos en común.

Entre los principales resultados de estas investigaciones se encuentran los diseños de herramientas, procedimientos y metodologías para la gestión de eventos. Coincidiendo que la planificación es una de las fases principales en la gestión de eventos. Destacan las herramientas diseñadas e implementadas por diferentes autores y organizaciones como las elaboradas por: (Olivera, 2003), (Ayala, 2007), (Domínguez y Samudio, 2012) y (Vence, 2018). La principal limitante de las investigaciones citadas, es que están diseñadas para las funciones que realizan las organizaciones que solicitan los eventos y no a los hoteles en su función de prestatarios de servicios.

Por otra parte, la Resolución 152 de 2020 emitida por el MINTUR declara dos canales mediante los cuales una empresa puede solicitar la realización de eventos en hoteles, de forma directa, canal uno empresa-hotel y canal dos (empresa-intermediario-hotel) a través del intermediario Organizador Profesional de Eventos o a través del intermediario agencia de viajes (AAVV), la resolución 152 de 2020 prohíbe las negociaciones empresa-hotel (canal uno), si el evento solicitado posee participación extranjera, gran parte de los eventos realizados en el país pertenecen a empresas con financiamiento extranjero o poseen participación extranjera.

La resolución 152 de 2020 limita el procedimiento elaborado por (Vence, 2018), la metodología citada solo contempla la gestión de eventos que realiza el hotel con una empresa de forma directa (canal uno empresa-hotel) sin importar que tenga o no participación extranjera. Lo anterior justifica la necesidad de diseñar una herramienta que, desde punto de vista metodológico, establezca el proceder para organizar internamente la gestión eventos en hoteles cubanos.

Lo analizado hasta aquí, permitió definir como **objetivo:** diseñar un procedimiento para la gestión de eventos en hoteles cubanos.

Fundamentación teórica

Antecedentes del turismo de eventos

El Turismo de Negocios, Reuniones y Convenciones conforman una de las tantas modalidades turísticas que se han potenciado en la Industria de Evento. A esta se incorporan los incentivos, las ferias y exposiciones, estos dos últimos se desarrollan también en la propia sede, donde pueden proyectarse exposiciones asociadas. Esta industria contribuye e incide en el desarrollo económico del país que la promueve y es de las más jóvenes si se compara con el resto de las industrias productoras de bienes, alimentos, insumos, etc.

El término evento designa a cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes. A su vez incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, festivales (Fernández *et al.*, 2016).

La literatura sobre eventos y turismo hace énfasis en la realización de eventos especiales para la promoción de destinos turísticos. Un evento especial es: un acontecimiento que se realiza una sola vez o infrecuentemente, fuera de los programas o actividades habituales de la organización. Para los consumidores o invitados, un evento especial es una oportunidad para el esparcimiento, experiencia social o cultural fuera del marco de opciones normales de la experiencia cotidiana (Fernández *et al.*, 2016). Mientras que para (Shaadi, 2017), los eventos de empresa son definidos como "actos en vivo organizados en función de los intereses comerciales o empresariales de una compañía o de una marca con el fin de trasladar un mensaje determinado a un público concreto para provocar una respuesta o generar una actitud".

Por otra parte Leyva (2018), expone de forma amplia la conceptualización de evento, al definir: "El evento se refiere a un hecho, suceso, acaecimiento, peripecia, incidente, caso o coyuntura, generado por obra del hombre, por tanto controlable en el espacio y en el tiempo; ello conduce a un resultado, a una conclusión evaluable. Implica un proceso de creación de la idea, planificación, organización, ejecución, evaluación, control y seguimiento del mismo, incluso la reiteración cronológica del hecho en forma sistemática". Un fenómeno que surge de las ocasiones no rutinarias en las que se produce esparcimiento, a partir de unos objetivos culturales, personales u organizacionales y que está desvinculado de las actividades normales o de la vida cotidiana, cuyo propósito es iluminar, celebrar, animar o desafiar la experiencia de un grupo de personas.

Turismo de eventos en Cuba

La Organización de los Eventos en Cuba (Figura 1) se remonta desde la época de la colonia, donde se fundaron las primeras sociedades científicas como la Sociedad Económica de Amigos Del País, La Real Academia de Ciencias Médicas, Físicas y Naturales de La Habana, la que permitió que, en el siglo XIX, eminentes científicos nacionales, entre ellos José A Saco, Tomás Romay, Carlos J. Finlay y extranjeros, utilizaran sus salones para participar en históricos eventos de la ciencia y la técnica. Estas instituciones científicas fueron el marco adecuado para que dos destacadas figuras de las ciencias, Alejandro de Humboldt y Albert Einstein, dialogaran con los científicos cubanos sobre los temas más candentes del momento (Bigne y García, 2016).

En la República Neocolonial se celebraron una gran cantidad de eventos políticos, deportivos, culturales y sociales. En el año 1930 el Hotel Nacional fue escogido para realizar un evento de familias mafiosas norteamericanas; a principios de la década del 40 se celebró una conferencia de la Organización de Estados Americanos (OEA), en los años 50 se desarrollaron eventos organizados por colegios profesionales, asociaciones científicas, técnicas, culturales y sociales y la Feria agropecuaria de Rancho Boyeros.

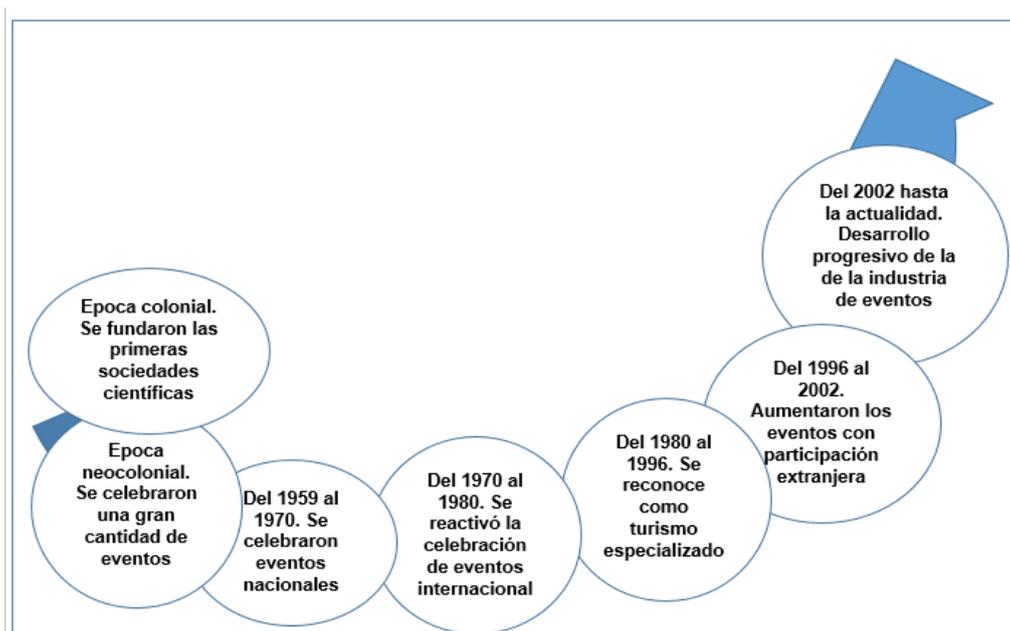


Fig. 1 Evolución del Turismo en Cuba. Fuente: elaboración propia.

La etapa revolucionaria de 1959 a 1970 se caracterizó por el desarrollo de eventos de carácter nacional, que contribuyó a la formación del personal especializado y permitió perfeccionar el trabajo comercial y profesional de esta actividad. Se creó el Instituto Nacional de Turismo (INTUR) y en estos primeros años se celebraron algunos eventos Internacionales como fueron:

- Congreso de la Unión Internacional de Arquitectos (1962).
- Congreso Cultural de La Habana (1964).
- Conferencia Tricontinental (1966).

El turismo Internacional de Eventos se reactivó en los años del 70 al 80 apareciendo la plataforma política de desarrollo de esta actividad. Se inauguró el Palacio de Convenciones de la Habana en 1979 a razón de la celebración de la VI Cumbre de los Jefes de Estados de los Países No Alineados. A partir de aquí se iniciaron los programas coherentes de promoción, de diseño de eventos de carácter comercial, se llevó a cabo el ordenamiento de la actividad, se promulgó el Decreto 78 creándose el Grupo Nacional de Atención a Eventos y se creó la primera empresa receptiva: CUBATUR.

En la etapa de 1980 a 1996 se tomó plena conciencia de la importancia económica del turismo especializado y en mayo de 1983 el Consejo de Ministro adoptó el Acuerdo No. 1440, creando el Buró de Convenciones (BC), lográndose importantes resultados:

- Incremento de ingresos y volumen de visitantes extranjeros.
- Integración de todas las organizaciones que accionan sobre el segmento turístico.
- Posicionamiento de eventos tales como Pedagogía, Informática, Salud para todos, etc.
- Creación del MINTUR y reestructuración del sistema.
- Se estructuró una política de captación de eventos con planes de promoción y comercialización.

En este periodo se logró un crecimiento en el segmento del turismo de eventos, por la aplicación de un nuevo estilo de trabajo entre el Buró de Convenciones con las entidades del turismo, centros y hoteles de convenciones, agencias comercializadoras, turoperadoras, Comités Organizadores, sociedades científicas y otras instituciones. Siendo esta etapa rica en experiencia para el trabajo de la Organización de Eventos (Bigne *et al*, 2016).

En la etapa del 96 al 2002 se reactivó la participación de Cuba en la Confederación de Entidades Organizadoras de Eventos y Afines de América Latina (COCAL), se legalizó la Asociación Cubana de Organizadores de Eventos, Viajes de Incentivos y Afines (ACOE), se desarrollaron cursos de especialización y numerosos eventos Internacionales de gran importancia. En el Hotel Meliá Cohíba se realizaron más de 320 eventos y el hotel Súper Clubs *Breezes* Costa Verde recibió el premio "Neckermann Primo 2002", que otorgó el turoperador Thomas Cook Alemania, por sus "excelentes resultados en la satisfacción y atención de sus huéspedes" (Bigne y García, 2016).

En el año 2003 se celebraron más de 300 eventos, entre ellos se encontraron:

- Cumbre de la Organización de Naciones Unidas sobre Desertificación.
- Festival del Habano.
- El I Festival Internacional de Cine Pobre, (Humberto Solás), (Gibara), con la presencia de 23 países y la participación de realizadores de México, Ecuador, Estados Unidos, España, Francia y Cuba.
- Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación.
- Inauguración de ocho nuevos hoteles.
- Exitosa celebración de la Convención de Turismo Cuba 2003.

Es importante señalar, que el desarrollo de los eventos en Cuba, se ha fundamentado en la ampliación de las relaciones internacionales económicas y políticas del país, y las necesidades comunicativas de sectores tales como, la ciencia, la técnica, la educación, la cultura y la salud, desarrollados ampliamente en los últimos cuarenta años.

Centros de Convenciones y otras locaciones especializadas: Palacio de Convenciones de La Habana, PABEXPO, EXPOCUBA, en Ciudad de La Habana; Teatro Heredia, en Santiago de Cuba; Plaza América, en Varadero; Centro de Convenciones Bolívar, en Villa Clara; EXPO Holguín; Parque Histórico Militar Morro Cabaña, Centro de Convenciones Pedagógicas de Cojímar, Centro de Convenciones ORTOP, en Ciudad de La Habana; locales en el Hospital CIMEQ y otras instalaciones que disponen de salas confortables para reuniones de pequeño formato (Ortíz y Rivas, 2004). Hoteles con facilidades para eventos: Hoteles Meliá en La Habana y en los polos turísticos del país; Hotel Palco, Hotel Nacional de Cuba, Hotel Riviera, Hotel Neptuno Tritón, Hotel Occidental Miramar y otros hoteles en los cayos y polos turísticos Prestatarios de servicios: Empresa de Servicios de Traducción e Interpretación (ESTI), Imprenta del Grupo PALCO, ETECSA, COPEXTEL, CUBACEL, Publicitur, Palmares. Agencias de viajes nacionales: Cubatur, Havanatur, Viajes Cubanacán, Gaviota Tours, San Cristóbal, Paradiso y Cubadeportes.

En la actualidad se considera el turismo de evento como el más importante de los especializados, manteniendo no menos del 20% del turismo Internacional. La modalidad sitúa a Cuba entre los primeros cuatro países rectores de este tipo de turismo en América Latina (Gamboa, 2017). El turismo de evento en Cuba posee su propio *slogan*. Un país con todo el calor y los colores del Caribe, que reafirman el eficiente soporte profesional, infraestructura y aseguramiento que la convierten en una plaza apropiada para reunirse o asistir a eventos y ferias. Cuba ha sabido conjugar experiencia y nivel desarrollando más de 500 eventos por año, contemplando las disímiles ramas del quehacer científico, tecnológico, cultural, deportivo, educacional y económico.

El turismo de evento ha fomentado la empresa turística, se ha convertido en promotor de esta industria, ha sido formador de una nueva imagen y ha logrado incrementar los ingresos económicos del país. El turismo de negocio y dentro de este el de evento, es una de las modalidades más rentables dentro del turismo especializado, y podrá tener un desarrollo sin precedentes en el ámbito caribeño por ser esta una de las regiones receptoras más importantes del mundo que goza de reconocimiento en los principales mercados emisores.

Son varias las razones que hacen de esta actividad un negocio muy atractivo, pero puede resumirse en dos características básicas fácilmente comprensibles (Gamboa, 2017):

Primero: es un negocio que reporta grandes beneficios con ingresos per cápita muy superiores a los del turismo de sol y playa.

Segundo: además de ser muy rentable es el promotor por excelencia del turismo de ocio.

Métodos

En el desarrollo del artículo se utilizaron métodos teóricos y empíricos, apoyados en un conjunto de técnicas y herramientas: Análisis y síntesis: mediante la revisión de literatura y documentación especializada en turismo de eventos, así como de la experiencia teórica y práctica de especialistas consultados. Inductivo-deductivo: ya que se parte de propósitos particulares para llegar a los generales y viceversa, específicamente se utilizó para diagnosticar las funciones en la entidad objeto de estudio y para el diseño. Sistémico estructural: para el desarrollo del análisis del objeto de estudio y el campo de acción, a través de su descomposición en los elementos que lo integran, determinándose así las variables que más inciden y su interrelación, como resultado de un proceso de síntesis.

Métodos matemáticos: los métodos estadísticos no paramétricos para las pruebas de hipótesis y fórmulas al validar criterios de expertos. Métodos estadísticos: para el análisis de los enfoques y procedimientos para la modalidad eventos disponibles en la literatura, así como en la determinación de la fiabilidad de los instrumentos.

Métodos empíricos: entrevistas informales, observación directa para diagnosticar las insuficiencias prácticas.

Resultados

Análisis de las definiciones del constructo eventos

Con el objetivo de comprender mejor las definiciones del constructo eventos, se analizaron un total de 20 definiciones. Posteriormente fueron censados los *ítems* contenidos en la misma. Se analizaron un total de 10 *ítems*, los más empleados al definir el constructo eventos fueron congreso y reunión, los menos empleados actos en vivo y exposición, tal y como se muestra en la figura 2.



Fig. 2. Porcentaje de los *ítems* analizados. Fuente: elaboración propia.

Por otra parte de los *ítems* analizados, la definición que posee un mayor empleo de Ítems corresponde a (Fernández *et al.*, 2016). (Acosta, 2000) solo emplea uno, como muestra la Figura 3. Luego del análisis previo de los conceptos se considera a la definición de (Fernández *et al.*, 2016) como la más cercana a la realidad que trata de expresarse en el artículo, pues sitúa al concepto de Turismo de Evento como parte de un todo que representa el Turismo de Negocio, referente a la variante grupal en la que los viajeros se desplazan de su lugar de residencia por cuestiones inherentes a su actividad laboral.

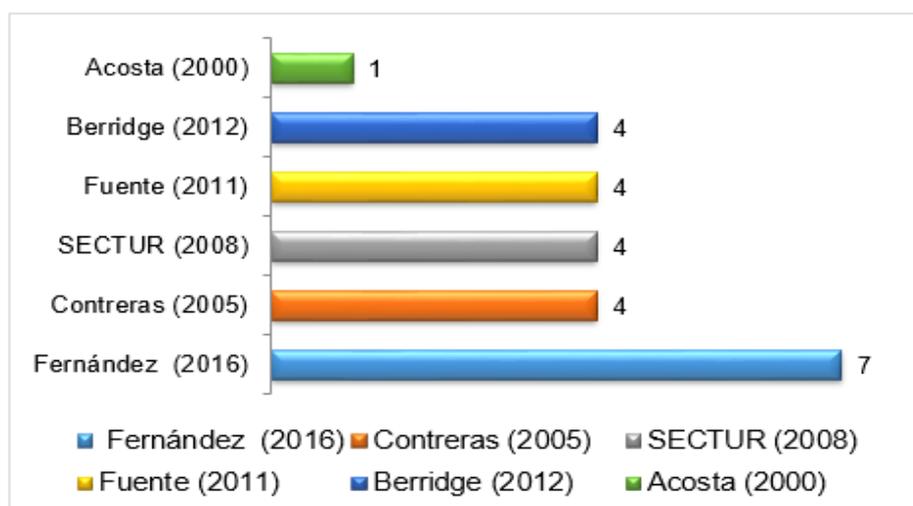


Fig. 3. Empleo de *ítems* por autores. Fuente: elaboración propia.

Análisis de las metodologías, procedimientos y pasos para la gestión de eventos

La organización de un evento requiere una amplia planificación y una serie de preparativos, ya que gran parte del trabajo suele realizarse a escasos meses de la celebración del evento. La planificación anticipada es la clave para el éxito de un evento. La implementación de metodologías y procedimientos facilitan la gestión de los eventos, orientan al comité organización hacia qué debe hacer, como lo debe hacer y en qué momento lo debe hacer.

En el presente artículo se analizaron un total de diez metodologías citadas por (Pedrotti, 2002), (Velázquez, 2003), (Ayala, 2007), (Pérez, 2010), (Domínguez *et al.*, 2012), (García, 2013), (Villafuerte, 2014), (Bandera, Borga y Morales, 2015), (Vence, 2018), (Pulido, 2019). Los autores citados clasifican sus instrumentos en procedimientos, herramientas, metodologías y pasos. De los diez instrumentos analizados, nueve hacen referencia a los pasos que deben seguir las empresas que planean realizar los eventos y no a los pasos que debe seguir los hoteles y las instalaciones que realizan funciones de prestatarios de servicio.

Para un mayor análisis se escogieron los cuatro pasos con mayor repitencia (*Ítems*) de los instrumentos y posteriormente fueron censados en una tabla. Los *Ítems* evaluación de la satisfacción de los clientes y pre-evento fueron los de mayor empleo con un 36 % del total de la cantidad de veces que fueron empleados los *Ítems* por los diferentes autores. El Ítem de menor empleo fue negociación del evento con 4 % y el *Ítems* desarrollo del evento se empleó 7 veces representando el 25 %.

El investigador Vence (2018) empleó en procedimiento los cuatro *Ítems* escogido, fue el único autor que los empleó todos, los autores que menos *Ítems* emplearon fueron Bandera Aviles *et al* (2015) y Pulido (2019) solo emplearon 2, figura 4.

Luego del análisis de los anteriores procedimientos se concluye que el diseñado por el investigador Vence (2018) es el más acertado a los propósitos del presente artículo. Está orientado a la gestión de eventos para el hotel Las Tunas en función de prestatario de servicio, se compone por cuatro etapas, siete pasos y catorce acciones, incluye actividades de promoción y normas de protocolos. Vence (2018), diseño su procedimiento específicamente para el hotel Las Tunas, categoría dos estrellas perteneciente a la cadena Islazul.

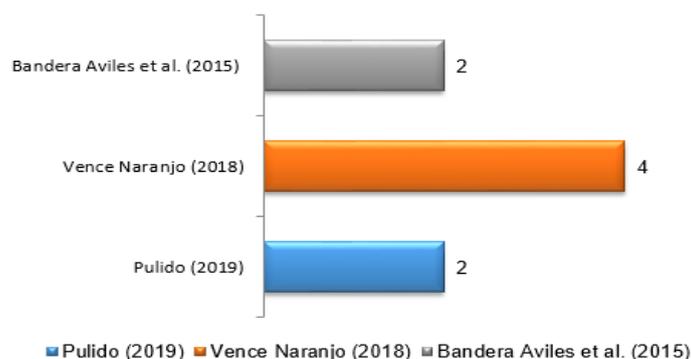


Fig. 4. Empleo de los ítems por autores. Fuente: elaboración propia.

Procedimiento la gestión de eventos en hoteles cubanos

Por otra parte, el MINTUR emitió la Resolución 152 de 2020 donde declara dos canales mediante los cuales una empresa puede solicitar la realización de eventos en hoteles, de forma directa, canal uno empresa-hotel y canal dos (empresa-intermediario-hotel) a través del intermediario Organizador Profesional de Eventos o a través del intermediario agencia de viajes (AAVV), la resolución 152 de 2020 prohíbe las negociaciones empresa-hotel (canal uno), si el evento solicitado posee participación extranjera, muchos de las eventos realizados en el país pertenecen a empresas con financiamiento extranjero o poseen participación extranjera.

La resolución 152 de 2020 limita el procedimiento elaborado por Vence (2018), el procedimiento citado solo contempla la gestión de eventos que realiza el hotel con una empresa de forma directa (canal uno empresa-hotel) sin importar que tenga o no participación extranjera, esto significa que un hotel cubano que pretenda brindar servicios de gestión de eventos a una empresa, queda impedido de emplear el procedimiento elaborado por Vence (2018) en caso tal de que el evento posea participación extranjera. Los pasos propuestos en el procedimiento citado, deben poseer una mejor explicación de cada una de las especificidades realizadas en el desarrollo de los eventos, para poder facilitar el trabajo de las personas involucradas en la gestión.

Tomando en cuenta el análisis realizado a las definiciones del constructo eventos, los procedimientos encontrados y las insuficiencias detectadas en la búsqueda científica especializada, se propone un procedimiento que facilite la gestión de eventos en hoteles cubanos; el procedimiento propuesto incluye acciones de promoción y consta de cuatro fases, en cada una de ellas se declaran pasos, objetivos, contenidos, tareas y técnicas a utilizar.

Procedimiento la gestión de eventos en hoteles cubanos (figura 5)

Descripción del procedimiento

Los canales uno y dos del procedimiento propuesto, a partir del Paso II Fase I poseen las mismas fases, pasos y tareas para la gestión de eventos.

Canal uno Hotel-Empresa: según lo establecido en la resolución 152 del MINTUR se considera canal uno a las negociaciones entre las empresas (clientes) que solicitan la realización de eventos y los hoteles (prestatarios de servicios) donde son realizados. En el canal uno todas las negociaciones son directas entre la empresa y el hotel sin necesidad de intermediarios. Según lo dictado en la resolución solo las empresas pueden negociar con los hoteles mediante el canal uno, sin intermediarios, si el evento a realizar no posee participación extranjera.

Fase I Negociación

Objetivo: aprobación de las exigencias entre las partes, formalización del contrato

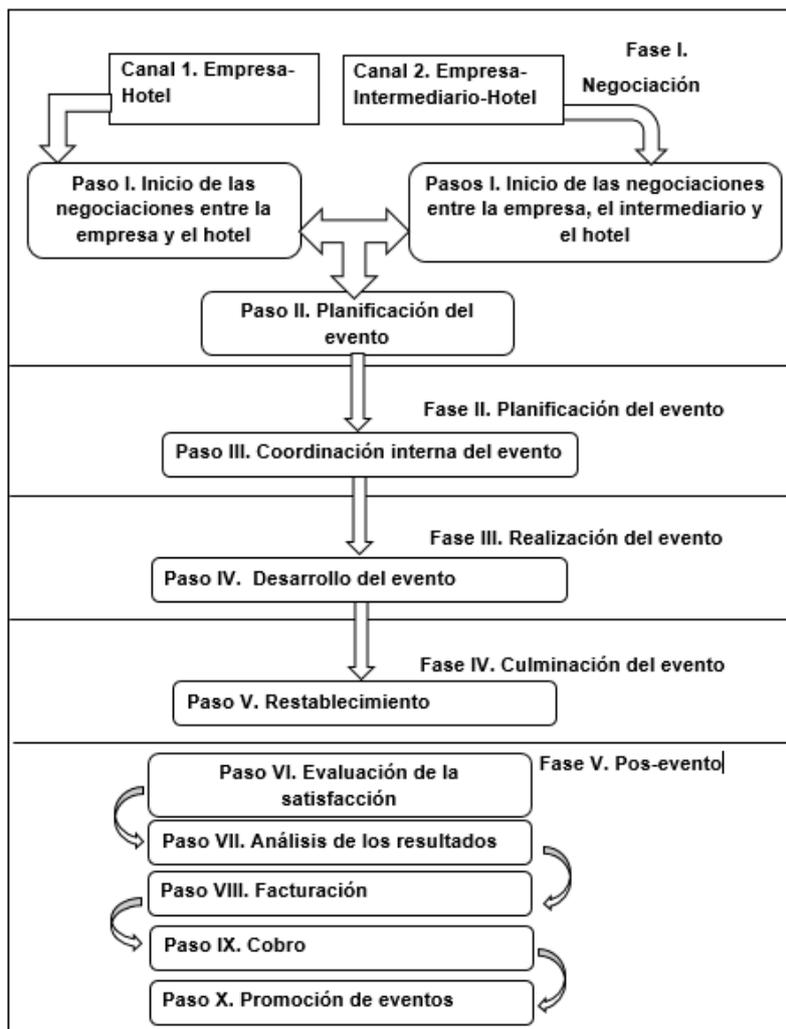


Figura 5. Procedimiento para la gestión de eventos. Fuente: elaboración propia.

Paso I Inicio de las negociaciones (empresa-hotel)

Tarea I Negociaciones directas entre la empresa y el hotel

Contenido: durante este paso se realiza la presentación entre la Especialista Comercial y los representantes de la empresa. Se conoce el grado de implicación que tiene la empresa respecto al evento, las especificaciones de la empresa y la demanda del mismo. Se le orienta sobre la oferta de productos y servicios que presta el hotel respecto a la modalidad de eventos. Luego del intercambio, si se logra la aprobación de las exigencias entre las partes.

Tarea II. Formalización del contrato

Contenido: El contrato lo elabora el departamento jurídico del hotel. Es un contrato directo Hotel-Empresa. El Departamento comercial en dependencia de la temporada, volumen y necesidades de las empresas, confecciona la propuesta de precio, propuesta que es sometida a la aprobación del Director General. Una vez aprobada la propuesta de precio, el Departamento Jurídico procede a elaborar las preformas de contrato. Luego el departamento comercial envía las preformas de contrato a la empresa, en caso de que la empresa esté de acuerdo, se procede a firmar el contrato. Luego se acuerda la concertación de la cita donde se define la hora, fecha y lugar para la planificación del evento mediante la cual se conocen las especificidades, necesidades y requerimientos la empresa. Se profundiza en las características de los invitados que participarán en el evento para luego organizar y presupuestar los servicios y/o productos necesarios para la ejecución del evento. Posteriormente se procede a firmar el contrato una vez aprobado.

Canal Dos Empresa-Intermediario (Organizador Profesional de Eventos o AAVV)-Hotel: según lo establecido en la resolución 152 del MINTUR se considera canal dos a las negociaciones entre las empresas, intermediarios y los hoteles donde se realizará los eventos. En el canal dos todas las negociaciones son tratadas a través de intermediarios, las empresas negocian con los intermediarios, en este caso Organizador Profesional de Eventos o AAVV, y estos con los hoteles.

Fase I Negociación

Objetivo: aprobación de las exigencias entre las partes, formalización del contrato

Paso I Inicio de las negociaciones mediante canal dos

Contenido: la empresa contacta al intermediario del a conocer las características del evento (Organizador Profesional de Eventos o la AAVV), luego el intermediario contacta al departamento comercial del hotel para expresar el interés de realizar el evento en sus instalaciones y las especificidades del evento. Existen propuestas de contratos pre-elaboradas entre la las AAVV y el hotel, en este caso solo se agregan al contrato los

servicios adicionales que no están figurados en las preformas elaboradas. En el caso del intermediario Organizador Procesional de Eventos que no posee contratos elaborados con los hoteles, se procede a negociar una propuesta de contrato que recoja la prestación de todos los servicios solicitados, una vez culminada la propuesta de contrato confeccionada por el departamento jurídico y por el departamento comercial del hotel, se procede a la firma por los máximos directivos de ambas partes.

Paso II. Planificación del evento

Tarea III Determinar las necesidades y requerimientos del evento

Contenido: la empresa expone sus necesidades, requerimientos y especificidades a partir del conocimiento previo de las características del evento (se conoce si hay participación de clientes VIP etc.). Posteriormente la Especialista Comercial procede a informar a la empresa los servicios y productos que dispone el hotel para realizar el evento y satisfacer la demanda que solicita. En este proceso se deberá realizar un consenso favorable para empresa, sobre lo que las actividades que la empresa desea realizar en el desarrollo de su evento y lo que el hotel permite hacer debido a restricciones.

Tarea IV Programar el evento

Contenido: Esta acción se desarrolla en dependencia de las características de la empresa, el cual decide si desea participar de forma directa en la programación del evento o prefiere que la Especialista comercial elabore las propuestas de programación para su elección. Se tendrá en cuenta además las diferentes opciones de acreditación que de igual manera están sujetas a elección de la empresa. Posteriormente en dependencia de los servicios y/o productos solicitados por la empresa, se le informan las normas del hotel que deberán cumplir las empresas.

Fase II. Preparación del evento

Objetivo: Preparar el hotel para la realización del evento

Paso III. Coordinación interna del evento

Tarea V. Garantizar los aseguramientos para el desarrollo del evento

Contenido: Durante esta tarea se realizan acciones para asegurar el desarrollo del evento en el hotel, tales como informar al personal del hotel de la existencia del evento, se da a conocer la precedencia, características de los participantes y se garantizan, los insumos, materiales y equipos necesarios para su desarrollo.

Tarea VI. Seleccionar e informar el personal a cargo del evento

Contenido: Se selecciona y prepara al personal que tendrá participación en el evento de acuerdo a las necesidades de cada uno de los servicios y/o productos (agente de seguridad

y protección, recepcionista, cocineros, dependientes, auxiliares de limpieza etc.), dándole a conocer sus funciones (en la organización interna del hotel se emplean documentos, tales como los memorandos para informar a las actividades a cumplir en cada uno de los departamentos), además, se selecciona el representante del hotel que debe estar a cargo del evento en la función del Maestro de Ceremonias. Se preparan los salones a emplear para la realización del evento. Se dará a conocer en dependencia del volumen del evento, los locales adaptables disponibles para su realización, una vez designados los locales adaptables, se comienza su preparación.

Fase III. Realización del evento

Objetivo: ejecutar el evento según lo planificado

Paso IV. Desarrollo del Evento

Tarea VII. Gestión de las actividades del evento

Contenido: Esta etapa consiste en la exitosa coordinación y ejecución de las actividades del evento previamente planeadas por los departamentos del hotel. Se realiza la bienvenida de los invitados y se pone en marcha la programación del evento, cumpliendo los protocolos establecidos.

Tarea VIII. Incluir las nuevas partidas de gastos en el clasificador de cuentas de hotel

Contenido: en esta fase del evento, el hotel comenzará a prestar servicios que generaran gastos propios de la gestión de eventos, el departamento comercial en conjunto con el departamento económico deberá revisar el clasificador de cuentas e incluir las nuevas partidas de gastos generadas en la gestión del evento que no estaban incluidas en el clasificador de cuentas.

Tarea IX Cambios de último momento

Contenido: el personal designado para la gestión del evento por parte del hotel en especial el Maestro de Ceremonias tiene que estar preparado para satisfacer nuevas demandas o cambios solicitados en último momento, estas nuevas demanda o cambios surgen en la realización de muchos eventos, son más frecuentes, si la empresa que solicita el evento carece de experiencia en el tema, ejemplo de estas demandas o cambios de última hora pueden ser: aumento o disminución de la cantidad de pax, nuevos servicios a clientes VIP, cambio de hora y lugar de las conferencias etc.

Fase IV. Culminación del evento

Objetivo: conclusión del evento y restablecer los cambios generados en la gestión.

Paso V. Restablecimiento

Contenido: restablecer todos los cambios realizados en el hotel para el desarrollo del evento (en caso de que se haya empleado salones adaptables, restablecerlos para el desarrollo de sus funciones).

Fase V. Post-evento

Objetivo: analizar los resultados, facturar, cobrar y promocionar el evento.

Paso VI. Evaluación de la satisfacción de los clientes (empresas)

Contenido: la satisfacción de los clientes es un indicador fiable para conocer el éxito del evento. Para conocer la satisfacción de los clientes se deben de aplicar técnicas y métodos, entre las técnicas aplicables se encuentran, las encuestas y las entrevistas, entre los métodos, el de observación. En caso del empleo de la técnica encuesta, se procesa la información obtenida con el software que el hotel utiliza. Además, se analizan todas las actividades desarrolladas en conjunto con los trabajadores implicados en la gestión del evento, identificando las acciones incorrectas para poder evitar que ocurran en próximos eventos.

Técnicas: encuestas, entrevistas, observación.

Paso VII. Análisis de los resultados del evento

Contenido: se analiza todo el desarrollo del evento, la satisfacción de los clientes, se comparan los resultados con eventos similares realizados. Se crea una carpeta que posea toda la información del evento (fecha, cantidad de participantes, especificidades del evento, duración, principales resultados, satisfacción de los clientes etc.) dejando así una constancia de los resultados alcanzados.

Técnicas: tormenta de ideas.

Paso VIII. Facturación del evento

Contenido: son facturadas todas las prestaciones de servicios en una sola factura, esta acción es realizada por el departamento comercial. Dentro del departamento de comercial existe un subdepartamento denominado riesgos que es el encarado de archivar la factura para la conciliación y de la liquidación de la deuda.

Paso IX. Cobro de los servicios del evento

Contenido: luego de realizar la facturación de los servicios prestados antes, durante y al finalizar el evento, el subdepartamento comercial riesgos, procede a conciliar con la empresa que realizo el evento, la conciliación se tiene que efectuar en un plazo de 20 a 30 días hábiles y se tiene que liquidar la deuda en un plazo máximo de 90 días, si se liquida pasados los 90 días se convierte en una cuenta envejecida, afectando la solvencia financiera del hotel.

Paso X. Promoción de eventos

Contenido: para la comercialización del hotel como sede de eventos, nacionales e internacionales, se proponen las acciones de promoción siguientes:

- Realizar publicidad mediante el apoyo de los medios de comunicación como la prensa, radio y televisión, difundiendo información sobre, los eventos desarrollados, las facilidades y la experiencia que posee el hotel para la gestión de esta modalidad.
- Emplear las redes sociales del hotel (cuenta de *Facebook*, *Instagram* etc.) mostrando fotografías, videos y archivos de música de eventos desarrollados. El empleo de las redes sociales en la búsqueda de información acerca de productos y servicios para decidir por cual oferta optar, es una tendencia moderna con altos niveles de empleo. En los perfiles de las redes sociales del hotel, se crea el contenido generado por el usuario, que no es más que las opiniones de los clientes luego de consumir los productos y servicios, estas opiniones inciden directamente en la decisión de compra. Además, se pueden subir videos sobre el tema en cuestión a plataformas como *Youtube* y en la página web propia del hotel.
- Realizar materiales publicitarios escritos e ilustrados (plegables, folletos, pancartas) ofreciendo información sobre las facilidades que el hotel posee para la realización de eventos (salones disponibles, capacidad, decoración, condiciones, avituallamiento, variedad y precio). Los mismos pueden ser entregados en la recepción del hotel, puntos de ventas o burós de información.
- Realizar proyecciones en ferias del turismo, con fotos y videos promocionales donde se muestre el desarrollo de diversos eventos en el hotel.

Conclusiones

- 1. Existen referencias que evidencian el desarrollo de eventos en Cuba desde las primeras décadas del siglo XX mostrando, desde ese entonces, las potencialidades del país para el desarrollo de esta modalidad turística. Existió un declive en la realización de eventos comprendido desde el 1959 al 1970. Desde el 1970 hasta la actualidad la gestión de eventos en Cuba posee un notable desarrollo progresivo.***
- 2. El análisis de la literatura especializada permitió concluir que no se identificó un procedimiento para la gestión de eventos que contemple los dos canales establecidos por la resolución 152 del MINTUR y las nuevas tendencias en la***

actividad, lo que fundamenta la necesidad de diseñar un procedimiento para la gestión de eventos que contemple las normativas vigentes.

3. *El procedimiento diseñado, esta enfocado a elevar la satisfacción de los clientes que consumen el producto eventos, constituye un instrumento que permite dar solución desde la perspectiva teórico-metodológica a las deficiencias detectadas.*
4. *El procedimiento para la gestión de eventos propuesto en el presente artículo, posee una detallada explicación de cada una de sus fases, pasos y tareas, convirtiéndose en un know how entendible para toda aquella persona que desarrolle eventos en hoteles cubanos.*

Referencias bibliográficas

1. Acosta. (2000). Turismo de eventos en la ciudad de bahía blanca. Caso de estudio: Xxv jornadas nacionales de derecho civil. *Universidad nacional del sur departamento de geografía y turismo.*
2. Amores Moro, S. (2019). *Design of a tourist product "Summer and Winter School.* (Degree in Tourism), Universidad de las Villas, Las Villas.
3. Ayala, H. (2007). *Modalidades turísticas: características y situación actual.* La Habana, Cuba.
4. Bandera A., J. C., Borga M., L. P. y Morales B., J. D. (2015). *Guía metodológica para la organización del turismo de congresos y convenciones.* Universidad nacional de Quilmes.
5. Belén F., A., Vila A., N. y Brea F., J. A. (2017). Las ferias internacionales de turismo como actividades de RR. PP. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (83), 373-402.
6. Bigne G. y G., M. (2016). Turismo de Reuniones en la Ciudad de Mar del Plata: Situación actual desde la percepción del Mar del Plata Convention & Visitors Bureau. *Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico.*
7. Bigne M., A. C. y García G., G. M. (2016). Turismo de reuniones en la ciudad de Mar del Plata. Situación actual. *Portal de promoción y difusión pública del conocimiento académico y Científico.*
8. Domínguez, S. y Samudio, C. (2012). *Guía de Protocolo y Organización de Eventos.* Oficina de Comunicación Institucional-IPS.
9. Enguix Egea, Á. M. (2019). De menos a más, 1er. borrador de " Convenio específico de gestión integrada de la zona costera Calp-Benissa", un proyecto viable y replicable.
10. Fernández y Muñoz Morillo-Velarde, M. (2016). *El turismo mice. Análisis del turismo de reuniones en la ciudad de Cartagena.* Universidad Politécnica de Cartagena.
11. Gamboa Figueroa, A. I. (2017). Eventos Internacionales: capacidad de las instalaciones en la ciudad de Lima. Caso: APEC 2016.
12. García, M. (2013). Los eventos como herramientas de comunicación. Su efectividad como transmisores de los mensajes organizacionales. *Forum Ambiental.*
13. González, D. (2018). *Procedimiento de protocolo y ceremonia para la gestión de eventos en el hotel Las Tunas.* Universidad de Las Tunas "Vladimir Ilich Lenin", Las Tunas Tutor: MSC. Ramírez Ferreiro, Glency Yaimy.
14. Guerrero Hijuelos, A. (2020). *Procedimiento para la gestión de eventos internacionales en la Universidad de Holguín.* (Tesis de maestría). Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.
15. Leyva Castillo, M. Y. (2018). *Gestión de la calidad en la promoción online de los servicios hoteleros. Aplicación en el hotel Club Amigo Atlántico Guardalavaca.* (Trabajo de diploma), Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.
16. Olivera, R. (2003). *Organización Profesional y Eventos.* La Habana: Universidad de La Habana.
17. Ortíz Pérez, A. y Rivas Gibson, Y. A. (2004). *Procedimiento metodológico para la evaluación de una feria. Su aplicación en La Feria Comercial Holguín 2004.* (Trabajo de diploma). Universidad Oscar Lucero Moya, Holguín, Cuba.
18. Pedrotti, G. (2002). *Planificación de eventos. Herramientas para la planificación, gestión, control y evaluación de eventos.*
19. Pérez, R. (2010). *Modelo y procedimiento para la gestión de la calidad en el Destino Turístico holguinero.* (Tesis de doctorado), Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.

20. Pérez Ramírez, R. y Rodríguez Almaguer, G. (2004). *Diseño y Aplicación de un Procedimiento Metodológico para evaluar la Organización de Eventos en la Facultad de Ciencias Médicas de Holguín "Mariana Grajales Coello"*. (Trabajo de diploma), Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya, Huguin, Cuba.
21. Pulido, M. (2019). *Temario ceremonial y protocolo. Grado en publicidad y relaciones públicas*. Material policopiado.
22. Shaadi Rodríguez, L. S. (2017). *La gestión del turismo de reuniones como estrategia de desarrollo de destinos turísticos. El caso de la Ciudad de Aguascalientes (México)*.
23. Uraga Rodríguez, D. (2020). *Estrategia para el desarrollo del turismo de eventos en el destino Santiago de Cuba*. (Trabajo de diploma), Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.
24. Velázquez Gonzales, P. (2003). *Manual de procedimientos antes, durante y después de la planificación, organización y ejecución de los congresos, eventos y ferias*. Universidad Cristiana de Especializada en Ciencias Administrativas y Tecnológicas, Panamá.
25. Vence Naranjo, M. C. (2018). *Procedimiento para la gestión de eventos en el hotel las Tunas*. (Tesis de maestría). Universidad de las Tunas, Las Tunas, Cuba.
26. Villafuerte Villavicencio, D. A. (2014). *Manual del proceso de elaboración de eventos corporativos en un hotel cinco estrellas de la ciudad de guayaquil*. (Trabajo de diploma). Universidad católica de santiago de guayaquil, Guayaquil, Ecuador.