



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**  
**CARRERA DE TURISMO**

Tesis previa a la obtención del Título  
De "INGENIERA EN TURISMO"

***LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE  
EVENTOS. CASO HOTEL ORO VERDE CUENCA***

**DIRECTORA DE TESIS:**

***Lic. Diana López Molina***

**AUTORA:**

***Adriana Elizabeth Estrada Carpio***

**Cuenca, Enero 2016**



## RESUMEN

Los eventos son hoy en día una de las principales motivaciones de viaje para el ser humano. De acuerdo a Organizadoras de Eventos, los establecimientos hoteleros y los diferentes centros, quintas y complejos, mencionan la importancia del Segmento corporativo o empresarial en la planificación y realización de eventos.

La organización de evento es una actividad que ha tomado mucha importancia en nuestra ciudad, La Gerencia Regional del Ministerio de Turismo y la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca han procurado en estos dos últimos años de promover esta ciudad como una sede potencial de congresos, convenciones, caracterizando a la ciudad como un lugar del mejor clima, hospitalidad, calidad de servicios, accesos y lugares para realizar los eventos.

En el momento de diseñar y crear un nuevo establecimiento hotelero o turístico se considera al menos 1 área para salón de reuniones y eventos.

cursos, congresos, talleres son realizados con frecuencia en las empresas requeridos para capacitación, motivación o actualización de información, por lo que se considera en estudio este tipo de clientes y las principales opciones que encuentran en la ciudad de Cuenca para la realización de sus eventos.

El Hotel Oro Verde Cuenca que es el caso en estudio ha realizado ampliación de sus instalaciones para incrementar sus ventas por concepto de eventos, por lo que analizaremos los principales recursos para planificar, los procesos, organización y la ejecución del evento con todas las actividades de las personas que llevan a cargo las responsabilidades en este departamento.



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

Se plantea la investigación de énfasis cualitativo y cuantitativo, las fuentes de información básicas son recopilación de archivos facilitados a través de varios libros y sitios web, y se completará la investigación con la realización de entrevistas y visita al Hotel Oro Verde de esta ciudad y sus dos principales competidores como son el Centro de Convenciones Mall del Río y Jardines de San Joaquín que son conocidos en el medio turístico como potenciales lugares para desarrollo de eventos en Cuenca.

**Palabras Claves:** Eventos Ecuador, Clasificación, Salones, Oferta Convenciones, Proyección Empresarial, Ampliación Salones, Planificación, Organización Eventos, Tendencia Turística.



## ABSTRACT

Actually the Events Organization is the main motivation of travel for the people. Many places as Convencions Center, Resorts, Hotels and old houses give the importance in Planner and Organize diferents events for the level corporate.

In this city of Cuenca Ecuador is very important this activity, today apreciate the Gerencia Regional del Ministerio de Turismo and the Fundacion Municipal de Turismo para Cuenca looking the oportunity for make this destination as a Events Destination.

The vission of the new empresary is Design and make the new space in the hotel is very necessary for meeting and several types of events.

This study analyzes aspects which considers the Oro Verde Hotel in Cuenca main place for Events organization, the activities and steps for doing and the localization in infraestructura and services.

As the investigation have a qualitative emphasis, the basic sources of information are the data register of tourist establishments in the province of Azuay available for events, articles and files provided through multiple sites web, and the investigation was completed by test and visits in Oro Verde hotel as main investigation case.

**Keywords:** Events Ecuador, Categorization, Places, Conventions Offer, Corporate Perspective, Extension and Accommodation Site, Event Planning and Organization, Tourism Trend of Convention Center.



## INDICE DE CONTENIDOS

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ABSTRACT</b> .....   | 03        |
| <b>DEDICATORIA</b> .....  | 08        |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....   | 09        |
| <b>INTRODUCCION</b> .....   | 10        |
| <b>CAPITULO 1</b>   |           |
| <b>INTRODUCCIÓN A LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS</b> .....  | <b>12</b> |
| 1.1. La Planificación y Organización de Eventos.....  | 12        |
| 1.2. Etapas del Evento: Preevento, Ejecución del Evento y Post-evento....   | 14        |
| 1.3. Principales Destinos de Eventos en el Ecuador .....  | 19        |
| 1.4. Los clientes corporativos y sociales en la organización de Eventos ...   | 24        |
| 1.5. Factores decisivos que motivan la Planificación de un Evento .....   | 29        |
| <b>CAPITULO 2</b>   |           |
| <b>EL HOTEL ORO VERDE Y SU OFERTA DE EVENTOS</b> .....  | <b>31</b> |
| 2.1. La Organización de eventos en el Hotel Oro Verde Cuenca. Fortalezas,<br>Valores y Ventajas.....  | 31        |
| 2.2. Visión y Proyección Empresarial .....  | 35        |
| 2.3. Infraestructura – Remodelación, Locales y Espacios físicos para<br>Eventos en Hotel Oro Verde Cuenca.....                                  | 37        |
| 2.4. Análisis de los tipos de eventos corporativos y sociales realizados en<br>hotel según la complejidad de ejecución en su planificación..... | 41        |
| 2.5. Recursos Tangibles, Intangibles y técnicos presentes en la<br>Organización de eventos corporativos y sociales del Hotel Oro Verde .....    | 43        |
| <b>CAPITULO 3</b>   |           |
| <b>PROCESOS EN EVENTOS DE HOTEL ORO VERDE CUENCA</b> .....  | <b>47</b> |
| 3.1. Pasos para la Organización de Eventos.....   | 47        |
| 3.2. Cotización, Seguimiento, Contratación y Definición de Menús.....   | 49        |
| 3.3. Bloqueos de Salón, montaje y ornamentación. Proveedores y<br>admisiones .....  | 54        |
| 3.4. Mecanismos de pago, facilidades para el Cliente .....  | 60        |
| 3.5. La Oferta Gastronómica, Menús y Bebidas. Parámetros de selección<br>según el tipo de evento.....   | 61        |



|   |           |
|---|-----------|
| <b>CAPITULO 4</b>   |           |
| <b>COMPETENCIA DE HOTEL ORO VERDE CUENCA Y LAS NUEVAS</b>   |           |
| <b>TENDENCIAS GLOBALES DE EVENTOS.....</b>  | <b>62</b> |
| 4.1. La competencia actual y potencial en la organización de eventos que<br>tiene el Hotel Oro Verde Cuenca ..... | 62        |
| 4.2. Nuevas tendencias en eventos sociales y corporativos.....  | 69        |
| 4.3. Los avances tecnológicos y técnicos en la ejecución de eventos.....  | 73        |
| 3.4. Estrategias de fidelización para clientes frecuentes .....   | 74        |
| 3.6. Conclusiones y Recomendaciones .....   | 76        |
| <b>BIBLIOGRAFIA .....</b>   | <b>78</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>  | <b>81</b> |



### DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Adriana Elizabeth Estrada Carpio, autora de la Tesis "**La Planificación Y Organización De Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca**", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art.5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora

Cuenca, abril del 2016

Adriana Elizabeth Estrada Carpio

C.I.0104676549

Autora: Adriana Elizabeth Estrada Carpio



### CLAUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Adriana Elizabeth Estrada Carpio autora de la Tesis "*La Planificación Y Organización De Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca*", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Cuenca, abril 2016

Adriana Elizabeth Estrada Carpio

C.I. 0104676549

Autora: Adriana Elizabeth Estrada Carpio



## DEDICATORIA

El presente trabajo quiero dedicar a mis padres que estuvieron a mi lado apoyándome en todo mi proceso de estudios, quienes no limitaron su esfuerzo y ayuda en todos mis momentos importantes. A Diego, mi esposo por su amor y persistencia en el desarrollo de este proyecto.

Los amo infinitamente



## AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos a Dios, quien es el autor de la vida y que provee todos los anhelos y peticiones del corazón.

A mi mami Sarbelia, quien está en todo momento apoyando los proyectos que emprendamos como hijos, quien con su valor inefable y constante nos ha brindado su ayuda y consejos.

A mi directora de Tesis Mgstr. Diana López Molina por dedicar horas para la revisión de este proyecto y que su asesoramiento profesional ha servido como base en el avance. Mil gracias su paciencia y programación.

Al Hotel Oro Verde por abrir sus puertas y permitirme realizar la investigación de la Tesis en sus instalaciones, primordialmente al Sr. Marcelo Ferrari quien desempeña de Gerente General.

A cada uno de quienes forman parte de este proyecto, actores hoteleros y administradores que supieron compartir sus vivencias y retos que día a día están presentes en la organización de Eventos



## INTRODUCCION

La organización de eventos es una tendencia creciente en La Hotelería y porque no decirlo en un Destino turístico que busca ser más atractivo y acaparar mercado.

Un viajero que este motivado por un viaje de negocios utiliza una serie de servicios y productos que ofrece un lugar. Cuenca al ser la tercera ciudad más importante del País luego de Quito y Guayaquil, dispone una importancia muy representativa por las condiciones favorables no solo de clima, sino de espacios físicos en quintas, centro de convenciones y hoteles que permiten desarrollarse eventos exitosamente y además la riqueza turística razón por la cual cuenta con reconocimientos mundiales tales como Patrimonio cultural de la humanidad desde 1999, con arquitectura, historia y recursos arqueológicos que son motivaciones que llama la atención de visitarla.

Cada vez el mercado se diversifica y el nivel del cliente de tipo corporativo o social que organiza sus eventos, se vuelve más exigente y está informado de la tendencia mundial en los avances tecnológicos, la moda en ornamentación, los gustos alimenticios y la originalidad de sus eventos para sobresalir y recibir elogios de sus invitados. De acuerdo al nivel de oferta que el establecimiento proporcione y un cumplimiento satisfactorio de expectativas, hará que un cliente fidelice con el lugar u organizador que le facilite el servicio.

El Hotel Oro Verde de la ciudad de Cuenca es uno de los pioneros en ofrecer los servicios de Salones con instalaciones dedicadas concretamente a la realización de eventos corporativos como sociales. Dispone de un área que centra sus actividades a la Organización de Eventos que brinda un servicio profesional y cuenta con amplia experiencia en la realización de eventos. Siendo el modelo para muchos establecimientos de Eventos que se crearon posteriormente en esta ciudad.



En el primer capítulo de la investigación se trata de la introducción y marco teórico de la planificación y organización de eventos, las etapas presentes en todo evento sea social o corporativo, los destinos preferidos en Ecuador donde se realizan eventos y los factores que motivan la planificación de un evento.

En el segundo capítulo se concreta la información a Hotel Oro Verde y su oferta de eventos, puesto que es el establecimiento en estudio, conociendo su estructura organizacional, la visión y proyección empresarial, las motivaciones de remodelación de infraestructura física, los tipos de eventos corporativos y sociales, además un análisis de los recursos tangibles, intangibles y técnicos.

En el tercer capítulo analizamos los pasos para la organización de eventos internos en el Hotel Oro Verde Cuenca, la cotización, seguimiento y contratación, los bloqueos de salón, montaje y asignación de proveedores. También en este capítulo se conoce las facilidades de pago que se dan al cliente, la oferta gastronómica y la selección de menús.

En el último capítulo se enfoca a la competencia que tiene el hotel de estudio, las nuevas tendencias globales en eventos, los avances tecnológicos y la fidelización de los clientes satisfechos.



## CAPITULO 1

### 1.1 LA PLANIFICACION Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

#### PLANIFICACION

La actividad turística es el conjunto de variables entre bienes y servicios que actúan como fenómeno de masas en el siglo XXI, y comprende diversas dimensiones del ser humano tales como: la dimensión económica, social, cultural y ambiental, con efectos positivos y negativos. Todo ello interactuando en los componentes del sistema turístico formado por los atractivos turísticos, la planta turística insertada en el área, la superestructura e infraestructura.

La Organización Mundial del Turismo en su publicación Desarrollo Turísticos Sostenible menciona que:

La planificación del turismo tiene como objeto que ciertos beneficios socioeconómicos reviertan sobre la sociedad y que se mantenga al mismo tiempo la sostenibilidad en el sector turístico, mediante la protección al medio ambiente y a la cultura local. En la planificación se deben tomar todos los componentes del turismo: atracciones, actividades turísticas, alojamiento, instalaciones y servicios para turistas, transportes, otros elementos de infraestructura e institucionales. (Organización Mundial de Turismo, Desarrollo. Págs. 45 y 49)

Por lo que este principio en el Planificar un evento a nivel local que logre captar el interés de los asistentes es una de las gestiones más minuciosas y



técnicas que persigue cualquier Organizado de eventos para poder alcanzar el éxito.

Al momento de planificar es importante plantear los objetivos que persigue el cliente, tomar todas aquellas herramientas que permitan a nuestro cliente decidirse por la contratación del servicio que el organizador de evento le está proporcionando y tomar las medidas necesarias para que luego del evento obtenga resultados positivos y permitan satisfacer al cliente.

### **Organización**

Hoy en día la Organización de Eventos es una de las tendencias con mayor crecimiento dentro de la oferta turística. Los eventos de diferente índole han sido una de las motivaciones que ha permitido desplazamientos por diferentes objetivos que persiga el ser humano sean estos de nivel personal o profesional.

Un establecimiento que ofrezca servicios de alojamiento y que carezca de un espacio físico para eventos o reuniones interfiere en la decisión del cliente para confirmar su desplazamiento como tal, ya que la mayoría de las personas que realizan un viaje son motivados en su mayoría por organización o asistencia a cursos, capacitaciones, convenciones que son eventos de índole personal o profesional y otro segmento en crecimiento que es el turismo de ocio que a pesar que su principal motivación es vacacionar, arman el viaje en compañía de amigos, familiares u otros que compraron y forman parte de un tour necesitan recibir instrucciones, organizar los servicios de alimentación y visitas a diferentes lugares.

La organización de eventos en un destino se ha convertido en uno de los servicios presentes en toda oferta hotelera, apreciamos pequeñas salas exclusivas para entrevistas de trabajo hasta salones destinados a mayor capacidad de personas tales como un congreso o un programa social. La especialización de un destino turístico en la organización de eventos permite



articular con diversos productos y servicios, alcanzando posición y reconocimiento llegando en un momento determinado a constituirse como un destino de negocios.

Se observa en los últimos años una tendencia creciente de capital privado en inversiones tales como construcción de salones de eventos, adaptaciones de villas, quintas y casas de riqueza patrimonial por los años de existencia que han sido remodeladas y acondicionadas para realización de eventos.

Se analiza brevemente el concepto de evento como su clasificación que permitirá desarrollar de mejor forma nuestra investigación.

Según Rosario Jijena Sánchez define como Evento a todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar pre-establecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general. (pag.33)

### 1.2 ETAPAS DEL EVENTO: PREEVENTO, EJECUCIÓN DEL EVENTO Y POST-EVENTO.

Las etapas del evento son destinadas principalmente a categorizar un proceso, por lo que hay una investigación previa, en el desarrollo del evento y las actividades que se realizan luego del evento, por lo que se describe a continuación en 3 etapas:

**1.2.1 Preevento:** Consiste en la Planificación y todo lo que se realiza previamente antes del evento. Las incógnitas claves a resolver son: ¿Que se puede hacer?, ¿Qué se va a hacer?, ¿Cómo se va hacer? y ¿con que y con quien se va hacer?



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

En esta etapa se prioriza la definición de objetivos y tipo de evento que la persona o empresa necesita alcanzar. No es igual un evento de carácter corporativo donde quieren presentar una nueva marca/producto a un evento social donde las principales motivaciones del cliente serán celebrar con sus allegados un acontecimiento importante sea este boda, celebración religiosa, graduación y demás.

En los eventos corporativos la mayoría de clientes para optimizar tiempo y también recursos económicos deciden nombrar tres comisiones de trabajo bajo la supervisión y control de un coordinador general para encargarse de todo el proceso de planificación y desarrollo del evento, obviamente serán necesarios dependiendo la complejidad del evento que se realizará.

1. La comisión de logística que se encarga de las actividades de apoyo operativo. Sus principales actividades serán tomar contacto y contratación del transporte, conocer itinerario, para el caso de asistentes que llegan vía aérea conocer horas de llegada, alojamiento en los establecimientos contratados, especificar la alimentación que cubre el organizador y cuales serían de pago por cuenta propia, entrega de agenda turística para los acompañantes de los asistentes al evento.
2. La comisión técnico-académica entre las responsabilidades son las de elaborar normas para la presentación de trabajos en el evento, revisar el temario a desarrollar, determinar la metodología de trabajo, entre otros.
3. La comisión de promoción, relaciones públicas y protocolo atiende a las actividades que promocionan y difunden el evento, así como también asistencia informativa a todos los asistentes al evento.



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

Establecer la promoción del evento es un tema muy importante para la comisión de Publicidad, en él se debe seleccionar los medios de comunicación, se cotiza los costos de los diferentes medios visuales, auditivos, con las frecuencias y horarios; también se diseñará todas las impresiones de flyers y medios a emplearse en correos masivos.

Las demás actividades serán de responsabilidad del coordinador general con aprobación del comité organizador. Entre las mas destacadas están:

- Separar la fecha del evento que suele ser recomendable en media o fin de semana con excepción del domingo, en el lugar donde tentativamente se lo va a realizar. Siempre se debe hacer este paso como uno de los primeros para evitar que otras personas también contraten para esas fechas y correr el riesgo de quedar sin espacio. También al tomar en cuenta la fecha se debe apreciar que se disponga de un tiempo previo para encargarse de la organización y cuidar que no haya ningún programa que se cruce con el evento del público objetivo.
- Determinar el número de asistentes en calidad de público objetivo, los expositores, la agenda de los acompañantes, los delegados de las organizaciones y los invitados especiales.
- Elegir el lugar tomando de referencia los servicios de la ciudad sede, las instalaciones del centro o salón acorde con la capacidad, seguridad, comodidad, equipos audiovisuales, facilidad de acceso, estacionamiento vehicular y en algunos casos alojamiento de los huéspedes invitados y ponentes al evento.
- Determinar los recursos humanos, materiales y técnicos que serán necesarios para la realización del evento.
- Preparar el presupuesto de gastos y establecer el mínimo de ingresos para emitir el ROI (retorno de la inversión)



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

- En días previos se tomará en cuenta los pagos y anticipos de los proveedores en los plazos determinados en cada contrato, para comprometerlos con el evento y garantizar el cumplimiento del requerimiento en el plazo establecido.

Para el caso de eventos sociales que demandan de mayor planificación son las bodas en donde la mayoría de los novios contratan un Organizador conocido en el medio como Wedding Planner para que se encargue de todo el proceso y contratación de los recursos y servicios necesarios, en acuerdo al tiempo y presupuesto de los anfitriones. Generalmente este tipo de eventos se realizan con seis u ocho meses de anticipación.

**1.2.2 Evento:** Prioriza sus actividades de dirección, es decir de concretar en el día del evento el cumplimiento de cada uno de los pasos tomados en cuenta en el proceso de Preevento o planificación. Aparece entonces el contacto entre el cliente y todos los proveedores contratados, surge en el lugar sede, la aprobación del montaje elegido en concordancia con el tipo de evento, la recepción de los participantes, la coordinación de transporte, la bienvenida a los expositores e invitados de honor, el registro de participantes, el acto inaugural, entrega de material y cronograma de actividades hasta su desarrollo final.

Se hace supervisión de todos los servicios contratados de transporte, equipos, personal y también los alimentos seleccionados para cada break.

Las comisiones asignadas serán evaluadas mientras se lleva a cabo el evento según las actividades cumplidas

La comisión de logística deberán estar en contacto con el transporte, haber trasladado a todos los invitados y jefes en el hotel designado, notificado los planes de alimentación cubiertos por la empresa organizadora, las opciones turísticas en agenda debidamente direccionados a los acompañantes de asistentes al evento.



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

La comisión técnico-académica haber cumplido con la solicitud de todas las presentaciones de los expositores, el desarrollo de cada tema según lo diseñado con la metodología aplicada por el expositor.

La comisión de promoción, relaciones públicas y protocolo recibirán felicitaciones o regaños según los resultados de asistentes, los medios de comunicación visitados, los recursos publicitarios electrónicos y físicos contratados.

En el caso de eventos sociales de gran magnitud y con contratación de un organizador, toda la responsabilidad e imprevistos serán condicionados por el nivel de profesionalismo que haya realizado cumpliendo cada requerimiento satisfactoriamente del contratante.

**1.2.3 Post-Evento:** Se encarga prioritariamente a la evaluación y recopilación de toda la información pertinente al evento para la preparación de las memorias incluyendo documentación gráfica de fotografías y videos, las conclusiones y los resultados económicos generados.

En lo referente a los participantes es clave buscar alternativas para conocer las opiniones tanto de la organización, de la calidad de exposición, el desarrollo de las actividades; puesto que esto determinará el éxito de la realización. Hay muchos organizadores que descuidan este punto porque consideran el desarrollo del evento, mas no las opiniones que retroalimentarán para el próximo evento sea para la misma organización o empresa o de características similares. (Gomez, 20-40)

Dedicar el tiempo necesario para enviar los agradecimientos a los auspiciantes, patrocinadores, invitados especiales, expositores y demás colaboradores.



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

Se realiza la cancelación de todas las cuentas pendientes a los proveedores y al recurso humano contratado para el evento.

En el caso de proveedor del espacio físico para eventos es importante manejar un seguimiento post-venta para agradecer la elección del cliente sobre otras opciones expuestas y también solicitar una evaluación de cada recurso empleado para de esta forma analizar si el resultado presentado ha cumplido satisfactoriamente con las expectativas y objetivos planteados.

### 1.3 PRINCIPALES DESTINOS DE EVENTOS EN EL ECUADOR.

El ICCA<sup>1</sup> constituye una de las asociaciones más prestigiosas vinculadas en la industria de eventos en el mundo, son quienes cuantifican anualmente en un ranking los países y destinos que han realizado eventos importantes.

Cuadro N. 1

| PRINCIPALES PAISES SEDE DE EVENTOS EN EL MUNDO |             |           |
|--|-------------|-----------|
| PUESTO   | PAIS        | # EVENTOS |
| 1.   | EE.UU       | 507       |
| 2.   | Alemania    | 402       |
| 3  | España      | 347       |
| 4.   | Francia     | 334       |
| 5.   | Reino Unido | 322       |

Fuente: ICCA Statistics Report 2014, publicación de junio 2015  
Autor: Adriana Estrada

<sup>1</sup> ICCA por sus siglas en Ingles International Congress and Convention Association (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones)



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

En el cuadro se puede ver que el país con mayor número de eventos realizados es Estados Unidos, elegido por la capacidad y diversidad de servicios.

También cabe destacar que es el único destino de las Américas con tal nominación, ya que los cuatro países siguientes descritos, se encuentran en Europa.

En el siguiente cuadro se detalla de igual forma las ciudades con mayor número de eventos que son tomados en cuenta para convertirse en sede de grandes Congresos y Convenciones.

**Cuadro N. 2**

| Ciudades Sede de Eventos importantes en el Mundo |           |           |
|--|-----------|-----------|
| Puesto   | Ciudad    | # Eventos |
| 1  | Paris     | 139       |
| 2  | Viena     | 139       |
| 3  | Barcelona | 136       |
| 4  | Singapur  | 118       |
| 5  | Berlín    | 100       |

Fuente: ICCA Statistics Report 2014, publicación de junio 2015  
Autor: Adriana Estrada

Las ciudades sede indicadas en el cuadro muestran que no existe similitud con los países indicados anteriormente. En esta descripción aparecen 4 ciudades tomadas en cuenta como sede de eventos que pertenecen a países europeos y lo novedoso es Singapur que pertenece al continente asiático y se ha consolidado como una ciudad sede de eventos para convenciones y Congresos.

Ecuador ha buscado en los últimos años fortalecerse como destino de Turismo de Reuniones en el portal web del Ministerio de Turismo se encuentra



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

con varios eventos realizados en diferentes ciudades del país en la que su principal objetivo es promover a Ecuador como Potencia de Turismo de Reuniones, es por ello que en Atuntaqui en el mes de junio de 2015 realizaron el primer evento “Ecuador Potencia de turismo de Reuniones” para promocionar al país como destino ideal para turismo de negocios. Al evento participaron representantes de la empresa privada. (turismo.gob. párr.. 1 y 3)

El turismo en este país está en la prioridad del gobierno con tendencia a que para el 2017 sea el primer indicador generador de ingresos para Ecuador, ya que al momento se cuenta con ingresos por productos que no garantizan estabilidad económica, mucho más cuando hoy en día la Venta de Petróleo que era el principal recurso que generaba ingresos al país cuenta con caídas impresionantes en el precio del barril según los resultados demostrados de los últimos diez años.

En Ecuador han implementado variedad de paquetes que son promocionados en el exterior, las campañas publicitarias en eventos importantes a nivel mundial han demandado de fuerte inversión pero con esperanza que se pueda recuperar con la recepción de turistas en un futuro cercano, internamente se ha diseñado rutas como de la Libertador en tren crucero, Spondylus, Volcanes, Yaku Ñamby para potenciar los destinos y preparar a los agentes turísticos un servicio efectivo, con alto nivel de calidad para que el resultado sea satisfactorio.

En la página del Ministerio de Turismo en su publicación realizada el 02 de junio del 2015 menciona que Ecuador registra el 36% de reuniones internacionales en su ranking según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones y Quito es la ciudad donde realizan la mayoría de los eventos, es por ello que Guayaquil, Cuenca e Imbabura están desarrollándose en este tema para brindar este tipo de oferta también en el segmento de viajeros motivados por realización o asistencia a eventos.



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

Ecuador está ubicado en el centro del mundo, tiene ciudades Patrimonio de la Humanidad por sus paisajes, cultura, gente e historia. Quito y Guayaquil son dos ciudades más representativas del Ecuador, se ubican estratégicamente con amplia oferta competitiva en la organización de conferencias, eventos, convenciones, encuentros por su alto potencial turístico, principales aeropuertos que conectan con el mundo y los servicios diversificados y accesibles.

Guayaquil se inscribió en el buró de convenciones altamente reconocido de Viena que fue establecido en 1969, tienen gran trayectoria y experiencia y ellos mencionan que para éxito en Turismo de Convenciones se debe tener cualidades tales como: saber varios idiomas, disponer de facilidad para vender y convencer, sentir amor y pasión por el destino que queremos potenciar.

Un buró de convenciones es una organización coordinadamente estructurada y facilita que destinos con alto nivel en turismo de eventos cuente con condiciones óptimas para la realización de eventos de trascendencia.

La ICCA es una organización a la cual están afiliadas más de 1 000 empresas y organizaciones en todo el mundo. Este paso dado, para Gloria Gallardo, directora de la Empresa de Turismo, representa una ventaja para la ciudad pues ahora forma parte del mapa mundial de convenciones. “Según datos de la ICCA, el turismo de convenciones es de gran interés para Guayaquil, pues genera cinco veces más ingresos que el turismo de ocio y placer”. Esta organización ofrece acceso a una red de contactos especializados en eventos de gran magnitud internacional. La conformación del buró de convenciones fue gestionada hace seis años. Uno de sus promotores, Gino Luzi, gerente del Grand Hotel Guayaquil y presidente de la Asociación Hotelera del Guayas, califica como positivo este paso para el impulso que se le da a la promoción de la ciudad. “La Empresa Municipal creó el buró de convenciones y mediante una ordenanza la hotelería está aportando a su financiamiento con la tasa de pernoctación de USD 2 diarios por habitación ocupada en hoteles de Lujo, y USD 1 en Primera”. La Asociación reúne a 27 hoteles de Lujo y Primera. El



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

buró, un ente de asesoría dirigido por Ana María Moreira, está integrado por representantes de hoteleros, agencias de viajes, Cámara de Turismo, Asociación de Líneas Aéreas, Centros de Convenciones, Cámara de Comercio, Ministerio de Turismo, Universidades... Por el sector hotelero sus delegados son Pedro Serrano (Sheraton) por los hoteles de lujo; y Stefano Pileri (Hampton) por los de Primera. El siguiente paso será la convocatoria a la primera gran reunión de trabajo del buró. Luzi explica que el crecimiento del sector turístico en Guayaquil se refleja en los siete nuevos proyectos hoteleros que se desarrollarán hasta el 2020. El puerto principal cuenta con 2 400 plazas de hoteles de lujo y de primera y, hasta el 2018, se habrá incrementado al menos 1 000 plazas más. Para Holbach Muñetón, presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo del Ecuador y de la Cámara de Turismo del Guayas, estas nuevas inversiones fortalecerán la capacidad de Guayaquil como ciudad destino de negocios. Edmundo Kronfle, director del Unipark Hotel, cree que al haberse sembrado esta semilla, en unos dos años empezarán a verse ya los frutos y las más importantes convenciones y congresos del mundo llegarán a la ciudad. “Es momento de salir a vender a Guayaquil. Posee todo lo que una ciudad de congresos debe tener. Es cuestión de ponernos en el mapa”. Para ello, acota, además de una gama de importantes hoteles, se cuenta con centros de convenciones, infraestructura turística y, principalmente, un aeropuerto internacional que ha venido acumulando varios premios a escala mundial y que funciona los 365 días del año. Pero mientras tanto, Guayaquil seguirá acogiendo eventos como en ocasiones anteriores [...] La primera meta del buró es ubicar a Guayaquil entre los 10 destinos más importantes de la región para convenciones. (elcomercio.com, parr. 2 - 6)

Cuenca, una de las principales ciudades del país desde octubre de 2013 persigue reconocimiento de destino para convenciones y eventos para el Ecuador y el Mundo, iniciativa que surge del Centro de Convenciones del Mall del Río, manifestando que dispone de capacidad en un área de 4000 metros cuadrados distribuidos en 6 salones de eventos con un amplio potencial tecnológico.



Salinas es un balneario de la Provincia de Santa Elena, considerado un destino elegido por miles de visitantes por sus playas, deportes acuáticos y la capacidad hotelera permite desarrollar este lugar como un Destino de Reuniones y Convenciones.

## 1.4 LOS CLIENTES CORPORATIVOS Y SOCIALES EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Se analiza la clasificación de los eventos primero para poder concretarnos en los dos tipos de eventos que tienen mayor representatividad en su organización y desarrollo.

### Clasificación de los Eventos

Rosario Jijena Sánchez en su libro Como Organizar eventos con éxito propone que los eventos pueden clasificarse de la siguiente manera:

**De acuerdo al grado de exclusividad:** que puede ser Público o Privado

**El carácter:** Abierto o por invitación

**La forma de acceso:** gratuitos, con pago previo, invitación de anfitrión o por la trayectoria

**El público:** Interno o externo

**De acuerdo al alcance y magnitud del evento:** puede ser local, regional, nacional o internacional

**De acuerdo a la naturaleza del evento,** que es el propósito de la organización por la cual se organiza el evento pueden ser: culturales o educativos, artísticos, corporativos, deportivos, sociales o políticos.” (Págs. 34-50)



Entre los principales eventos y más conocidos se describe en el siguiente cuadro:

**Cuadro N. 3**  
**Principales eventos clasificados según la naturaleza o propósito**

|   |   |
|---|---|
| <b>Culturales, educativos</b>                     | Actos académicos<br>Capacitaciones<br>Entrega de premios<br>Conferencias<br>Seminarios<br>Congresos   |
| <b>Artísticos</b>                                 | Obras de Teatro<br>Mimos<br>Danza<br>Coros<br>Presentación de Libros, CD, música<br>Lanzamiento<br>Concursos<br>Conciertos                            |
| <b>Corporativos (comerciales y empresariales)</b> | Desfiles<br>Lanzamiento de producto<br>Ferias<br>Exposiciones<br>Aniversarios<br>Cenas<br>Almuerzo<br>Capacitación<br>Seminario<br>Reunión de trabajo |
| <b>Deportivos</b>                                 | Campeonatos<br>Concursos  |



|                  |                                    |
|------------------|------------------------------------|
|                  | Olimpiadas                         |
|                  | Maratones                          |
|                  | Ruedas de Prensa                   |
|                  | Premiaciones                       |
| <b>Sociales</b>  | Aniversarios                       |
|                  | Bodas                              |
|                  | Bautizos                           |
|                  | Cumpleaños                         |
|                  | Graduación                         |
|                  | Festejos por Actos religiosos como |
|                  | Primera Comuni3n o Confirmaci3n    |
|                  | Campaña                            |
| <b>Políticos</b> | Concentraciones                    |
|                  | Reuniones                          |

Fuente: Libro “Como organizar eventos con éxito” de Rosario Jijena S.

Autor: Adriana Estrada

Todo proceso de planificación puede ser estudiado como una secuencia de **pasos** que van completando determinados resultados intermedios hasta conformar el resultado final.

1. En este primer paso se define la direcci3n u objetivo del cliente. El Organizador sabe la meta que desea alcanzar con la realizaci3n del evento ha planificado previamente los objetivos, los cronogramas de actividades y si consiste en capacitaci3n, tendr3 definido el expositor y los temas a tratar, como tambi3n los asistentes que participarán y la duraci3n del evento.
2. Elaborar el plan o cronograma de actividades adecuado para el evento que se llevara a cabo y que se ajuste a las expectativas del cliente que contrata el servicio.



3. Revisar con el cliente la propuesta permitiendo implementar información de acuerdo a la experiencia en eventos similares ya realizados sin descuidar las nuevas tendencias del medio en el que se desarrolla.

También en este paso se recomienda el espacio físico idóneo con todas las condiciones de infraestructura, seguridad, comodidad y presupuesto.

4. Establecer el personal que será necesario para el evento es otro punto clave en la organización de evento. En un evento hay personal imprescindible como el capitán de eventos y los encargados para el servicio de alimentación. Todo ello dependerá del presupuesto y asistencia del contratante del evento a llevarse a cabo.
5. Como punto final se procede con la aprobación del Plan por parte del contratante luego de haber establecido los objetivos, las estrategias y acciones a direccionar que dependiendo del tipo de evento se llevara a cabo minuciosamente los detalles en el tiempo para plasmar en realidad la formalidad presentada en un plan.

En fin planificar un evento aumenta las posibilidades de tener éxito, evitar inconvenientes e imprevistos, ahorrar recursos y tener resultados positivos.

Los eventos que no han sido organizados previamente con una planificación adecuada generan poco interés en el público objetivo y puede ocasionar daño a la imagen corporativa e incluso pérdida de dinero.

Ahora una vez que se pudo describir la clasificación de los eventos, se toma hincapié en la organización de eventos sociales y corporativos, puesto que son los tipos de eventos que muestran mayor frecuencia en la hotelería y requieren de una organización planificada previamente con anticipación necesaria.



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

Los eventos sociales son aquellos que reúnen a una determinada cantidad de personas y cuya trascendencia, por lo general, no va más allá de los límites de quienes fueron invitados. Su raíz es el afecto y usualmente son de carácter festivo. Se orientan hacia el ámbito privado, familiar o de relaciones humanas, y buscan estimular los contactos entre personas o grupos, contribuyendo al mejoramiento de los vínculos humanos.

Como eventos sociales pueden considerarse a los casamientos, cumpleaños, recepciones formales e informales, inauguraciones de casas, aniversarios, celebraciones, asados, té, cenas o almuerzos, salidas, reuniones infantiles, brunchs. La autora destaca que las empresas también realizan este tipo de reuniones cuando, por ejemplo, celebran un aniversario o realizan una cena para despedir el año. (Jijena Sánchez, 2008: 541)

La misma autora Jijena Sánchez especifica asimismo que Los eventos empresariales son aquellos que plantean las empresas como una herramienta dentro de su estrategia de comunicación, ya sea para fidelizar y reunir a clientes, darse a conocer en el mercado, integrar y motivar a los recursos humanos, establecer nuevas relaciones de negocios y alianzas estratégicas, convocar a los medios de comunicación, conmemorar fechas importantes, agasajar personalidades, festejar sucesos importantes de la vida corporativa.

Pueden agruparse en esta categoría a los congresos, ferias, exposiciones, lanzamiento de productos, seminarios, jornadas, work shops, reuniones de prensa, desayunos, entregas de premios, show rooms, visitas, inauguraciones de plantas. (33)



## 1.5 FACTORES DECISIVOS QUE MOTIVAN LA PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO.

En los eventos corporativos las decisiones vienen influenciadas por los gerentes, planes operativos, capacitaciones, competencia o tradición.

Los gerentes de grandes corporativos realizan reuniones frecuentes pequeñas en la misma empresa y diseñan propuestas como rediseñar marca, producto, lanzamientos y es en ese momento que distribuyen a los jefes zonales la responsabilidad de difundir la decisión. Por ejemplo los grandes laboratorios farmacéuticos realizan lanzamiento de producto e invitan a médicos con cierta especialización para que conozcan el producto y puedan en los próximos pedidos a los visitantes médicos solicitar la venta de los mismos que obviamente se recetarán posteriormente a sus pacientes.

Hay ocasiones en la que un producto pierde demanda, entonces los laboratorios rediseñan los componentes que luego de pruebas realizarán un relanzamiento del producto e invitarán a los eventos a su nicho objetivo.

También existen instituciones que cumplen planes operativos ya diseñados por altos mandos en calendarios anuales, por lo que ellos deben sujetarse a cumplirlo, es en ese entonces que deciden la organización del evento de carácter público o dirigido específicamente a un grupo de personas con invitación previa.

Las capacitaciones de personal, es una de las actividades más frecuentes de toda organización, por más pequeña o nueva que sea la empresa, debe invertir en capacitaciones al menos dos veces al año para su equipo de trabajo, lo que permite que el personal alcance las metas y objetivos que persigue la empresa.

Por tradición: Existe empresas o instituciones que tienen ya definido o conocido un evento que realicen anualmente, por ejemplo se conoce en las



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

universidades realizan congresos cada año y permiten a los estudiantes tomar estos eventos como parte del pensum de estudio.

Por último en los eventos corporativos existe un factor muy importante conocido como competencia. Si no evolucionan y están en constante cambio puede ocasionar que la competencia comience a ganar mercado e incluso obtener los clientes que ya han fidelizado con una empresa durante años, pero que se han visto motivados al cambio por la falta de innovación.

Para el caso de los eventos sociales, estos están presentes en todo grupo humano pero no están obligatoriamente estructurados. En un matrimonio no es una edad determinada y una familia que fije elija un local para eventos. Más bien este se encuentra marcado por la tendencia, por la moda. Cada vez aparecen tendencias, productos y adecuaciones que inclinan en la decisión del cliente. Por ejemplo: si se pone en boga realizar una Boda al estilo vintage en alguna quinta, muy difícilmente se decidirán por hacer este evento en un salón de eventos que exista en el mejor hotel de la ciudad.

Este es uno de los segmentos de mayor cuidado y en la hotelería deben tomar en cuenta este factor para innovar constantemente y adelantarse a los gustos o factores externos que se encuentren “de moda”.



## **CAPITULO 2**

### **EL HOTEL ORO VERDE CUENCA Y SU OFERTA DE EVENTOS**

#### **2.1. LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN HOTEL ORO VERDE CUENCA. FORTALEZAS, VALORES Y VENTAJAS.**

Oro Verde Hotels es una cadena de hoteles establecida en el país en el año de 1981 por Kaspar Manz hotelero suizo que llegó a Ecuador en mediados de los años setenta con su amigo Jack Custer, son reconocidos en el mundo por su servicio personalizado, ubicación en las ciudades más importantes del país, con gastronomía en vanguardia. Los hoteles que forman parte de esta cadena son seis, del cual Hotel Oro Verde Cuenca es el único que forma parte en esta ciudad, los demás se encuentran en Guayaquil, Manta y Machala.

Dispone de 69 habitaciones totalmente remodeladas y cuenta con salones de eventos y personal de gran experiencia en la organización de eventos de tipo social y corporativo; además de parqueo exclusivo para 160 vehículos.

El año 2015 se ha constituido el año de logros para el Hotel, al ser ganador por segundo año consecutivo del premio de calidad “Mucho mejor si es hecho en Ecuador” que alcanzo su calificación AAA máxima designación para esta premiación.

En el Concurso que aplicó el Ministerio de Turismo denominado “Premios Calidad Turísticas 2015, el Hotel Oro Verde Cuenca recibió el premio Ecuador Potencia Turística como el segundo alojamiento preferido del Ecuador que fue elegido por votación pública entre 25000 establecimientos considerados para esta premiación.



Y demás reconocimientos entregados por varios organismos de turismo tanto del Ecuador como de Cuenca.

Organizar eventos puede ser una de las actividades más divertidas y de socialización pero requiere de una gestión logística complicada. Receptar los invitados, ubicar el montaje, contratar el catering o servicio de alimentación, buscar el local, los medios de comunicación que cubrirán el evento y todos los servicios audiovisuales de acuerdo al presupuesto que asigne el cliente.

La organización de eventos en Hotel Oro Verde de la ciudad de Cuenca es un área compuesta por profesionales destinada a entregar a los clientes un servicio de alto nivel con el objetivo de superar las expectativas del cliente. Tratar que ingrese un cliente y que al culminar de su evento se convierta en un amigo.

El Hotel Oro Verde único establecimiento de lujo, cuyo objetivo principal es brindar servicios de alojamiento y restauración. Cuenta con presencia en la ciudad de Cuenca alrededor de treinta años con estándares de calidad en hospitalidad suiza. Disponía en sus inicios de 3 salones para eventos: Salón Tomebamba para eventos con capacidad hasta 250 personas en tipo auditorio, el Salón Santa Ana con una capacidad hasta 45 personas en montaje tipo auditorio y el Salón Business Center que es destinado exclusivamente para reuniones de trabajo o entrevistas, dispone de capacidad para 10 personas.<sup>2</sup>

Desde 2012 cuenta con las instalaciones de Gran Salón construida en el área de la antigua laguna, dispone de una capacidad hasta 700 personas en montaje tipo auditorio y con modernos paneles se puede convertir en 3 salones para eventos simultáneos. En la parte superior del mismo cuenta actualmente con un espacio conocido como Pérgola ideal para eventos

---

<sup>2</sup> Entrevista realizada al Sr. Marcelo Ferrari el 16 de septiembre 2015



sociales por la hermosa vista hacia el Río Tomebamba y entorno que rodea al hotel.

La fortaleza primordial del Hotel Oro Verde es brindar un servicio completo que parte con excelentes y cómodas habitaciones para los participantes o invitados y patrocinadores de eventos, cuenta con servicio de restauración con oferta gastronómica local e internacional, amplio parqueadero, los salones con infraestructura ideal para todo tipo de eventos y cuenta al alcance con equipos audiovisuales y técnicos excelentes.

Para poder establecer condiciones en las que se encuentra el Hotel Oro Verde en Cuenca, analizaremos en DAFO las características más destacadas están descritas a continuación:

### **DIAGNOSTICO DAFO**

#### **DEBILIDADES**

Falta de Alianzas estratégicas con Agencias Operadoras

Fomentar alianzas comerciales con salones para eventos y promocionar servicio de Catering.

Baja promoción del Hotel Oro Verde en los medios publicitarios.

Marca Oro Verde en Cuenca para desarrollo de eventos empresariales y sociales no está posicionada.

#### **AMENAZAS**

Incremento notable de competencia directa en eventos y otros proyectos viables en corto plazo y otros establecimientos en construcción

Inversión constante en mejorar establecimientos hoteleros e incorporación de nuevas tecnologías a los salones de eventos

Renovadas instalaciones de la competencia.

Competencia desleal en costos

Baja conexión de vuelos nacionales diarios de Aeropuerto internacional José Joaquín de Olmedo (Guayaquil) operado por Tame con dos frecuencias y de



Aeropuerto Internacional Sucre (Quito) operado por las Aerolíneas Lan con dos frecuencias y Tame con tres frecuencias diarias.

### **FORTALEZAS**

Excelente ubicación en una de las zonas de mayor expansión y crecimiento, además de las vías de acceso no cuenta con tráfico obstaculizado.

Conocimiento de Marca Oro Verde a nivel nacional

Parqueadero amplio

Precios competitivos

Servicios exclusivos y personalizados al cliente

Paredes y pisos insonorizados

Transfer in – out aeropuerto hotel aeropuerto

### **OPORTUNIDADES**

Elección de viajeros extranjeros

Mercado nacional e internacional en constante crecimiento

Cuenca declarada como mejor ciudad del Mundo para jubilados extranjeros

Cuenca y Ecuador entre los mejores atractivos turísticos del mundo y recomendados en revistas de viajeros internacionales.

Cuenca Patrimonio Cultural de la humanidad, desde el primero de diciembre de 1999; una de las dos ciudades con esta designación en el Ecuador.

Vías de acceso a Cuenca en buen estado tanto por las regiones de Costa, Sierra y Amazonía.

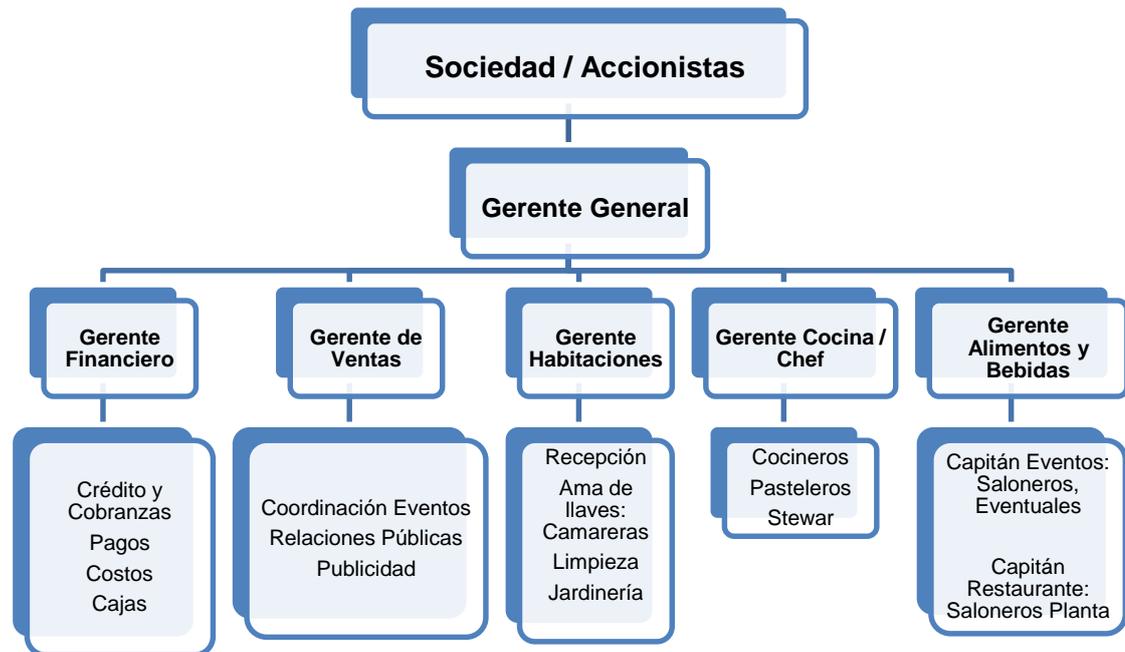
Toda esta gama de oferta hace que incremente su valor competitivo y que limite a otros lugares superarlos.



## 2.2. VISIÓN Y PROYECCIÓN EMPRESARIAL

Cuadro N. 4

Organigrama del Hotel Oro Verde Cuenca



Fuente: Investigación Propia

Autor: Adriana Estrada

Organizativamente el Hotel Oro Verde de Cuenca es una sociedad y cuenta con varios accionistas, la persona al frente del hotel es el gerente general quien dirige 5 departamentos con jefes respectivamente.

En sus inicios el hotel contaba con el salón de eventos llamado La Hacienda, fue un espacio con mucha aceptación para eventos sociales y también una entrada de agua que provenía del Río Tomebamba alimentaba una hermosa laguna que tenía el hotel. Pero que por una orden municipal gestionada en apertura de la calle 3 de noviembre dió fin a estos dos recursos que tenía el hotel. En varios años las debilidades fueron aprovechados como oportunidades y es por ello que en este espacio hoy se cuenta con un amplio



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

parqueadero y un centro de eventos que cumple la alta exigencia de los clientes corporativos en la actualidad.

Los resultados en ventas mensuales por concepto de eventos en el Hotel Oro Verde representaban en promedio el 10% de las ventas totales. Hoy en día con la ampliación de sus instalaciones para eventos los ingresos en promedio mensual supera el 40% e incluso en algunos meses ha superado el 50% de los ingresos en dólares por eventos dentro del plan operativo mensual y su presupuesto anual.

Cuenta actualmente dentro del listado de sedes para congresos y convenciones en Cuenca y está equipada con la infraestructura correcta para formar parte de los destinos elegidos para eventos de esta magnitud.

La visión de Hotel Oro Verde es ser el principal referente en eventos en Ecuador, ofreciendo al mercado corporativo una propuesta diferenciada y única que cumpla todas las expectativas e intereses del cliente.

Los valores que guían el accionar son:

**Creatividad e innovación:** Interpretar las necesidades de cada cliente para desarrollar una propuesta novedosa y única, creando soluciones pertinentes e individualizadas.

**Atención personalizada:** Generar un trato directo con los clientes, de tal forma que la comunicación fluida favorezca la personalización de la planificación del servicio.

**Trabajo en equipo:** Generar una retroalimentación entre el cliente y la empresa, y entre sus miembros, que impulse a la organización a alcanzar su visión.

**Respeto:** Cumplir con los compromisos asumidos con la comunidad, los proveedores y los clientes. Comprender los intereses de cada uno de los



públicos afectados por la empresa, generando un diálogo adecuado con cada uno de ellos.

**Compromiso:** Asumir responsabilidades y actuar conforme a ellas, para generar un vínculo de confianza con sus clientes.

**Excelencia:** Brindar calidad superior en cada uno de los servicios que brinda, ofreciendo una mejora constante.

**Proactividad:** Anticiparse a las necesidades de los clientes, adelantarse a las potenciales crisis u oportunidades que puedan surgir.

### 2.3. INFRAESTRUCTURA - REMODELACIÓN, LOCALES Y ESPACIOS FÍSICOS PARA EVENTOS EN EL HOTEL ORO VERDE CUENCA.

Ya se ha indicado anteriormente de forma breve el tipo de servicios que dispone el Hotel Oro Verde, en este capítulo se hace hincapié a cada uno de los salones que conforman la infraestructura de eventos.

Con la remodelación del Hotel en su espacio físico tanto de habitaciones y del nuevo Salón de eventos y Pérgola ha logrado posicionarse nuevamente en el mercado local y atrae eventos de orden nacional. Además el contar con parqueadero gratuito para los clientes le da un plus y ventaja competitiva significativa.

Para organizaciones que realizan congresos debido a su complejidad es recomendable que cuya sede sea un hotel por el hecho de disponer salas de reuniones apropiadas con montaje tipo auditorio que resultan las más apropiadas.

En el libro gestión de eventos indica claramente que En función del tipo de evento que se organice, el hotel deberá contar con uno o varios tipos de salas. En el caso de congresos, será necesario contar, a parte con sala de reuniones,



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

con sala de prensa y grabación de radio o televisión. También puede ser otras salas, como una sala para ponentes, una sala para el comité organizador del congreso y zonas para el registro de congresistas y entrega de documentación.  
(47)

El Hotel Oro Verde actualmente dispone activamente de 5 locales para realización de eventos, lo mismos que se detallan a continuación:

Salón Tomebamba: es el más conocido y peculiar por ser uno de los primeros salones pioneros de eventos en la ciudad de Cuenca, además por el acceso directo desde el lobby del hotel, dispone de un Área de 323 m<sup>2</sup>, la altura del salón en su parte más baja es de 3.10mts. Y en el área más alta de 3.70mts. Las medidas en extensión son de ancho 17mts y de largo 19mts.

La capacidad de personas varía por el tipo de montaje, entre los más solicitados están:

### Cuadro N.5

#### Tipo de Montajes Salón Tomebamba

| Montaje de salón Tomebamba | Capacidad personas |
|----------------------------|--------------------|
| Auditorio                  | 250                |
| Escuela                    | 150                |
| Banquetes                  | 200                |
| Montaje en U               | 90                 |
| Mesa en media Luna         | 150                |

Fuente: Investigación propia

Autor: Adriana Estrada

Salón Santa Ana es el salón clásico ubicado junto al Salón Tomebamba, su acceso es por el lobby del hotel, dispone de un Área de 84.5 m<sup>2</sup>, la altura del salón en su parte más baja es de 2.10mts. Y en el área más alta de 2.80mts. Las medidas en extensión son de ancho 6,5mts y de largo 13mts.



La capacidad de personas varía por el tipo de montaje, entre los más solicitados están:

**Cuadro N. 6**

**Tipo de Montaje Salón Santa Ana**

| Montaje de salón Santa Ana | Capacidad personas |
|----------------------------|--------------------|
| Auditorio                  | 60                 |
| Escuela                    | 36                 |
| Banquetes                  | 50                 |
| Montaje en U               | 30                 |
| Mesa en media Luna         | 30                 |

Fuente: Investigación propia

Autor: Adriana Estrada

Salón Business Center: Es una sala exclusiva para negocios o reuniones de trabajo. Dispone de un área de 25.01 mts<sup>2</sup>, sus dimensiones son 4.10mts. de ancho y 6.1mts de largo. Es equipada totalmente con un montaje tipo imperial, sillones de cuero y cuenta con aire acondicionado. El costo del mismo es fijado por hora de uso del salón. La capacidad máxima es de 10 personas por contar con este salón totalmente equipado y permanente.

Pérgola: una de las áreas más sofisticadas del hotel con ventanales que permiten disfrutar el entorno natural con vista a un espejo de agua, es el área muy solicitada para eventos sociales.

Dispone de un área de 184 mts<sup>2</sup> distribuida en 23mts de largo y 8mts de ancho.

La capacidad de este espacio físico se distribuye de la siguiente manera:



**Cuadro N.7**

**Tipo de Montaje Pérgola**

| Montaje de Pérgola | Capacidad personas |
|--------------------|--------------------|
| Auditorio          | 150                |
| Escuela            | 90                 |
| Banquetes          | 150                |
| Montaje en U       | 60                 |
| Mesa en media Luna | 75                 |

Fuente: Investigación propia

Autor: Adriana Estrada

Gran salón constituye el área más moderna del hotel, cuenta con acceso directo del parqueadero, rodea a este salón un amplio foyer, acceso para discapacitados, ascensor, baños exclusivos para esta área, en su interior dispone de salidas de emergencia y recursos de seguridad incorporados en el salón. Su área total es de 624.63mts<sup>2</sup> distribuido en 26.3mts de largo por 23.74mts de ancho. La altura del salón es de 3.10mts en su parte más baja y de 3.40mts en su altura máxima.

La capacidad por número de personas de acuerdo al montaje es:

**Cuadro N. 8**

**Tipo de Montaje Salón Gran Salón**

| Montaje de Gran Salón | Capacidad personas |
|-----------------------|--------------------|
| Auditorio             | 600                |
| Escuela               | 300                |
| Banquetes             | 450                |
| Montaje en U          | 80                 |
| Mesa en media Luna    | 300                |

Fuente: Investigación propia

Autor: Adriana Estrada



Lo novedoso de este salón es que cuenta con paneles de división y puede separarse por la mitad y se obtiene dos salones y a su vez uno de ellos puede subdividirse por paneles en dos áreas más. Es decir, Gran Salón tiene la capacidad de crear tres ambientes totalmente independientes y que puedan desarrollar tres eventos simultáneos de clientes diferentes, ya que por la división de paneles no permitirá que haya paso de sonido o inconvenientes de los eventos que se desarrollen.

Los precios de salón se establecen en condición del tipo de evento que se realice y el nivel de consumo de alimentación que hagan. Mientras más se contrate un servicio de alimentación completa, por el horario y número de asistentes al evento puede incluso el salón entregarse sin costo.

### **2.4 ANÁLISIS DE LOS TIPOS DE EVENTOS CORPORATIVOS Y SOCIALES REALIZADOS EN EL HOTEL SEGÚN LA COMPLEJIDAD DE EJECUCIÓN EN SU PLANIFICACIÓN.**

Los eventos corporativos y sociales son los tipos de eventos con mayor presencia en el Hotel Oro Verde de Cuenca.

Por la aparición de lugares como quintas, estancias y sitios al aire libre que están al momento en tendencia y gozan de preferencia en la realización de eventos sociales, ha influenciado un decrecimiento en la demanda de los salones para del hotel para este tipo de eventos, aunque hay familias y clientes que buscan exclusividad y servicio de alta calidad permanecen con la fidelidad hacia los servicios que brinda el hotel.

En cuanto a la realización de los eventos corporativos el hotel dispone de gran aceptación y la mayoría de sus clientes realizan desde pequeñas reuniones



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

de trabajo hasta grandes eventos como lanzamientos, conferencias o almuerzos – cenas que eligen siempre los servicios del hotel.

Sus directivos se muestran orgullosos de mantener el nivel de calidad y eso se ve reflejado en la satisfacción de sus clientes. Por ello ha permitido mantenerse en el mercado competitivo y es referente de estudio para muchos emprendedores locales que surgen en desarrollo y organización de eventos.

Muchos de sus clientes han conocido el hotel por vacaciones temporales o alojamiento de sus directivos, luego de conocer las instalaciones y el completo nivel de servicios han quedado fidelizados con la empresa y por ello han realizado frecuentemente sus eventos y hacen uso de los servicios de alojamiento por lo que el Hotel les considera clientes con crédito aprobado que ha hecho constar en el Departamento de Crédito y Cobranzas para el pago de factura posterior a las fechas de consumo. Actualmente Oro Verde Cuenca tiene una cartera de clientes amplia y fidelizada con todos los servicios y productos que el hotel les proporciona en cada visita.

Los salones de eventos tienen gran demanda en la ciudad y país, es por ello que al momento que el cliente se decide por organizar un evento, acude con antelación al bloqueo del salón en la fecha y hora que haya programado, para de esta forma garantizar su evento.

Los eventos que priorizan importancia en el Hotel Oro Verde de Cuenca son los de tipo corporativo, alrededor del 70% de los eventos confirmados mensualmente corresponden a empresas, instituciones u organizaciones que realizan sus seminarios, talleres, capacitaciones, entrenamientos con regularidad.

Los eventos sociales se realizan en menor cantidad y muchos de ellos son sujetos a estacionalidad. Graduaciones, celebración de eventos por acontecimientos religiosos como primeras comuniones y confirmaciones son



en determinados meses del año y generalmente la realización de estos eventos los realiza en fin de semana. Por ello en la proximidad de las fechas los clientes se apresuran a contratar los servicios para evitar quedarse sin salón para su celebración. En cambio lo referente a Bautizo, Bodas y cumpleaños son solicitados con anticipación pero muy pocas veces coincide con alguna celebración similar que limite la contratación.

En el caso económico resulta muy difícil comparar cual deja mayor rentabilidad. Porque si bien un evento social demanda de un Menú más sofisticado que esté compuesto por Entrada, Plato fuerte y Postre más bebidas no alcohólicas, los eventos corporativos sobre todo de jornadas completas permite que el cliente contrate un plan completo de alimentación desde el Coffee Break que brindará en los recesos de las conferencias, hasta los almuerzos y cenas dependiendo del caso que a su vez son para un volumen significativo de asistentes.

### **2.5 RECURSOS TANGIBLES, INTANGIBLES Y TÉCNICOS PRESENTES EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS Y SOCIALES DEL HOTEL ORO VERDE.**

Toda empresa dedicada a la organización de eventos debe contar con Recursos tangibles, intangibles y técnicos para lograr el éxito de sus eventos en los espacios que dispone.

El hotel Oro Verde de Cuenca cuenta con estos recursos que son dedicados específicamente para el desarrollo exitoso de los eventos.

- Los **RECURSOS TANGIBLES** prioritarios tiene:

Los salones exclusivos para el desarrollo de eventos

Mesas redondas, cuadradas y rectangulares para cada tipo de montaje



Sillas forradas con vestimenta en color blanco pastel

Manteles y sobre manteles para los respectivos montajes

Tarimas para mesas directivas, moderador del evento o para artistas en el caso de shows bailables.

Pista de baile

Iluminación propia del salón

Equipos de seguridad y primeros auxilios

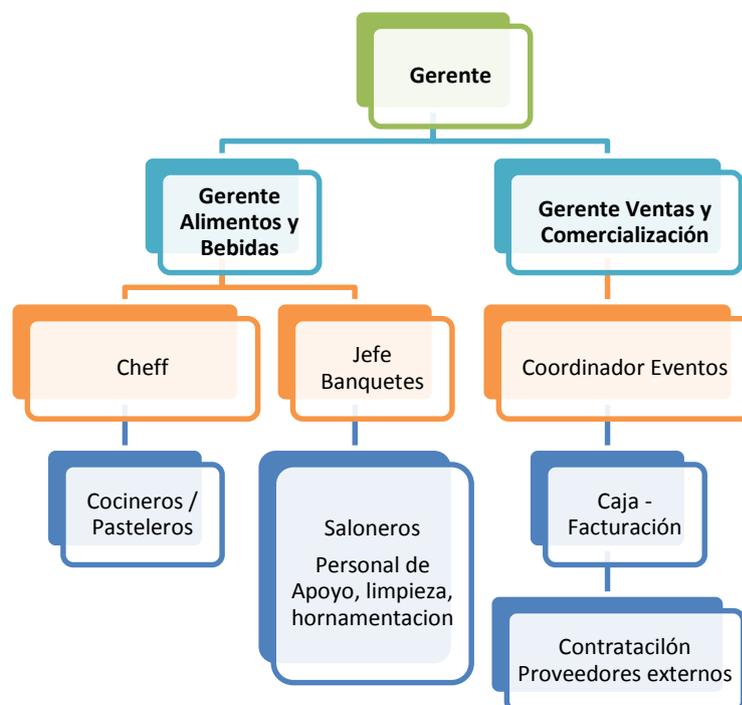
Atril o podium

Pizarras, papelógrafos, marcadores, entre otros.

Vajilla, cristalería y cubertería para cada tipo de servicio

- Los **RECURSOS INTANGIBLES** hace referencia al capital humano que dispone el hotel; entre los principales están:

**Cuadro N.9**  
**Personal Operativo de Eventos del Hotel Oro Verde Cuenca**



Fuente: Investigación Propia

Autor: Adriana Estrada



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

De acuerdo a la experiencia en el hotel por la oportunidad de trabajar en este prestigioso establecimiento se pudo apreciar directamente las actividades realizadas por los encargados de las diferentes gerencias y Jefes departamentales, especificando brevemente un concepto que define sus actividades más relevantes.

**Jefe o Gerente de Alimentos y Bebidas:** es la persona encargada del manejo interno de la organización de eventos, restaurante y Gourmet Deli, es quien prepara la oferta gastronómica juntamente con el chef ejecutivo del hotel, maneja costos y establece precios de venta para cada uno de los tipos de alimentos en cada servicio.

En el universo de alimentos y bebidas se cuenta con varios áreas limitadas para oferta de café, espacios para desayunos, almuerzos y cenas, siendo en todos los casos la operación que girará a dos subáreas conocidas como producción y servicios gastronómicos. La cocina será el centro de transformación de las materias primas en preparación de platos. (D'Onofrio, págs. 83 y 84)

**Gerente de Ventas:** es la persona encargada de dar a conocer los servicios de eventos disponibles en el hotel, gestiona los medios para publicitar y atraer clientes. Dentro de sus actividades están: lograr el cumplimiento de metas u objetivos, coordinar las actividades con su equipo de trabajo, intervenir en eventos que generan mayor ingresos económicos, manejar directamente con clientes de mayor exigencia.

**Coordinador de Eventos:** es la persona encargada que toma contacto con el cliente, entre sus actividades están el enviar la documentación necesaria de acuerdo a la solicitud del cliente con eficiencia y eficacia, responder a las necesidades y dudas del cliente, asesorar y mantener relación con el cliente hasta el momento de concretar el evento.



**Capitán de Eventos:** es quien dirige un grupo humano y prepara los salones de acuerdo al montaje solicitado por el cliente, alista la vajilla que será ocupada para el servicio de alimentación contratada, administra la mantelería y es quien toma contacto con el encargado de los equipos audiovisuales para solicitar los equipos que serán necesarios para cada evento. Prepara y solicita la autorización del personal eventual que dará asistencia al evento.

**Saloneros fijos y eventuales:** hace referencia al personal que será encargado de preparar los salones de acuerdo a las instrucciones dadas por el Capitán de eventos. Se cuenta con fijos que estarán cumpliendo un horario en el hotel, mientras que los eventuales son aquellos que previamente fueron entrenados y que son llamados al hotel cuando la cantidad de eventos o el tamaño del evento demande que más personal de servicio esté presente; generalmente el pago de eventuales es por hora.

**Cocineros:** en el área de cocina existirá 2 personas que semanalmente se hace cargo de los eventos, estos serán designados por el Chef, que tomará en cuenta la preparación de la alimentación contratada.

**Personal de Apoyo:** limpieza de áreas generales y personal de seguridad será coordinado con los jefes departamentales para contar con este personal frecuentemente en los días de eventos en los salones contratados.

- Los **RECURSOS TECNICOS** son en sí todos aquellos que demanda el tipo de evento que haya sido contratado. El Hotel Oro Verde de Cuenca tiene este tipo de servicio anexo al salón y es por ello que mantiene los servicios exclusivos de una empresa especializada en proporcionar los mejores equipos tales como consola, parlantes, micrófonos, proyectores, pantallas, circuito cerrado, dejando en mano de profesionales este requerimiento para evitar algún inconveniente con los equipos en cada evento.



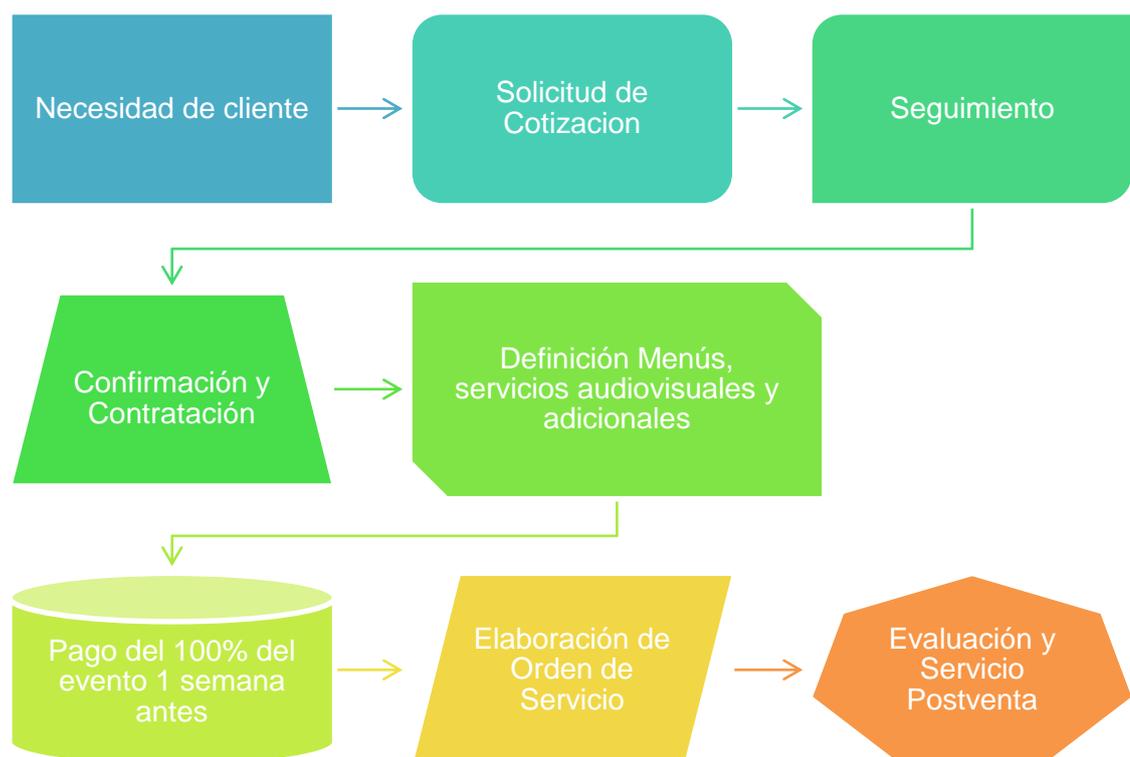
## CAPITULO 3

### PROCESO DE EVENTOS EN HOTEL ORO VERDE CUENCA

#### 3.1 PASOS PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Cuadro N. 11

Diagrama de Flujo Operativo de Área de Eventos Hotel Oro Verde



Fuente: Investigación Directa en el Hotel

Autor: Adriana Estrada



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

La organización de eventos requiere de una serie de preparativos, puesto que hay eventos que son preparados con antelación y otros que suelen realizarse con escaso tiempo.

La experiencia del personal en el hotel permite que pueda improvisarse muchos eventos y hacer de ellos exitosos debido a la frecuencia con la que tienen diversos eventos en sus instalaciones.

Cada evento tiene su particularidad así como también su diferenciación. No es igual preparar un evento para 30 personas que organizar un evento para 300, así como tampoco es igual preparar un evento que tenga contratado un servicio de Coffee Break que un evento que vaya a servirse un Almuerzo o Cena con bebidas no alcohólicas ilimitadas.

Cada evento debe tener su propia autenticidad, el hotel debe mostrar información necesaria del evento para direccionar a los invitados, personal del hotel que pueda direccionar a los participantes hacia el salón adecuado.

Tomar en cuenta el servicio de internet que se encuentre en óptimas condiciones, ya que en el hotel de lujo el cliente se vuelve más exigente y demanda no solo de cantidad de servicios, sino también la calidad de los servicios para los cuales está pagando.

Inicialmente el cliente que desea organizar un evento toma contacto con el hotel si conoce la extensión la marcará directamente o la operadora direccionará la solicitud.

El coordinador del evento es quien atenderá la llamada y solicitará los datos necesarios para preparar la cotización que hará llegar por correo electrónico al cliente en un plazo que no supere las 24 horas. Automáticamente se convierte



en un evento tentativo que deberá realizarse el respectivo seguimiento sea este telefónico o al correo electrónico donde se direccionó tal solicitud.

Una vez confirmado el evento se define el menú, el montaje, mantelería y la recepción de pagos por concepto de anticipos. El hotel Oro Verde mantiene la política del pago previo del 100% del evento de acuerdo a lo cotizado, obviamente se descartará este requisito para clientes que mantienen crédito aprobado con el hotel.

### **3.2. COTIZACIÓN, SEGUIMIENTO, CONTRATACIÓN Y DEFINICIÓN DE MENÚS**

#### **COTIZACION**

Hace referencia a la constancia física de la necesidad del cliente. Es el gasto tentativo que debe contemplar el cliente contratante al momento de diseñar su presupuesto para el evento que va a realizar.

Para poder enviar la cotización el coordinador de eventos del Hotel Oro Verde necesita de datos que permitirán ponerse en contacto con el cliente en futuras ocasiones y también porque el sistema que maneja el hotel necesita de esa información para poder generar la cotización en el sistema.

Los datos solicitados son:

Razón Social y Ruc

Nombre de contacto

Teléfonos y dirección

Correo electrónico imprescindible

Fecha del evento,

Número de asistentes

Hora de inicio y fin del evento



Servicios de alimentación requerido

Tipo de montaje y tipo de alimentación

Mantelería y equipos audiovisuales

Una vez tomado todos los datos se procede a elaborar en el sistema la cotización y direccionar por correo electrónico con el plan de alimentación que haya elegido.

El hotel mantiene como política que toda cotización solicitada deberá ser remitida al cliente en máximo 24 horas, si por algún motivo no se pudo realizar la misma deberá ser notificado al cliente.

Una vez enviada la cotización se toma contacto con el cliente para confirmar la recepción de la misma, confirmar que la cotización enviada cumple con todo lo solicitado por el cliente y sondear el interés de realización, averiguar si se ajusta al presupuesto y a su vez concretar la fecha de la próxima llamada iniciando las pautas de seguimiento.



**Cuadro N. 11**

**Ejemplar de Cotización de eventos hotel Oro Verde**



**CuencaOro, Hotelera Cuenca S.A.**  
 Av. Ordóñez Lazo S/n  
 Telef.: 07-4090000 Fax: 07-4090001  
 R.U.C.: 0190085376001

Cotización : 0

Cuenca, Martes 27 Octubre del 2015

Sres.: **CLA LTDA.**  
 Atención: Sr(a)(ta) **Andrea G** 0999136167 - 4179179  
 Teléfonos: **Fax:**  
 Ciudad

Estimado(a) Sr(a).  
 Para todos quienes conformamos Hotel Oro Verde Cuenca es muy grato conocer el interés en realizar su evento con nosotros, por lo tanto a continuación tenemos el agrado de presentar nuestra propuesta.

Evento: **SEMINARIO**  
 Motivo:  
 Salón asignado: **Oro Verde 2**  
 Número de invitados: **30**  
 Fecha de inicio: **Lunes 7 Diciembre del 2015** Hora inicial: **09:00**  
 Fecha de culminación: **Lunes 7 Diciembre del 2015** Hora final: **17:00**

| Servicio                      | Salón       | Fecha y hora de servicio | Pax | Precio US\$         | Parcial         |
|-------------------------------|-------------|--------------------------|-----|---------------------|-----------------|
| <b>Alimentos</b>              |             |                          |     |                     |                 |
| Paquete Seminario 1           | Oro Verde 2 | 07/Diciembre/201 09:00   | 30  | 29.00               | 870.00          |
| Estación de Bebidas Calientes | Oro Verde 2 | 07/Diciembre/201 09:01   | 30  |                     |                 |
| Coffe Break Mañana            | Oro Verde 2 | 07/Diciembre/201 11:00   | 30  |                     |                 |
| Menú Servido Almuerzo         | Oro-Café    | 07/Diciembre/201 13:00   | 30  |                     |                 |
| Coffe Break Tarde             | Oro Verde 2 | 07/Diciembre/201 16:00   | 30  |                     |                 |
| <b>Bebidas</b>                |             |                          |     |                     |                 |
| Bebidas Soft Ilimitadas       |             | 07/Diciembre/201         | 30  |                     |                 |
| <b>Equipos audiovisuales</b>  |             |                          |     |                     |                 |
| Proyector                     |             | 07/Diciembre/201         | 1   | 60.00               | 60.00           |
| Pantalla 3x2                  |             | 07/Diciembre/201         | 1   | 40.00               | 40.00           |
| Amplificación Basica          |             | 07/Diciembre/201         | 1   | 40.00               | 40.00           |
| <b>Adicionales</b>            |             |                          |     |                     |                 |
| Alquiler de Sala              |             | 07/Diciembre/201         | 1   |                     |                 |
|                               |             |                          |     | <b>SubTotal :</b>   | <b>1,010.00</b> |
|                               |             |                          |     | <b>I.V.A. :</b>     | <b>121.20</b>   |
|                               |             |                          |     | <b>Servicio :</b>   | <b>101.00</b>   |
|                               |             |                          |     | <b>Total : US\$</b> | <b>1,232.20</b> |

**Observaciones**  
 \*\* SERVICIO SALON ORO VERDE II \*\*  
 \* Montaje Mesa en U  
**PAQUETE SEMINARIO**  
 \* Estación de Bebidas Calientes  
 \* Coffe Break mañana (2 opciones de bocaditos, café, té, aguas aromáticas y gaseosas)  
 \* Almuerzo Menú Servido (entrada, plato fuerte y postre)  
 \* Bebidas Soft ilimitadas (agua, agua con gas y gaseosas)  
 \* Coffe Break tarde (2 opciones de bocaditos, café, té, aguas aromáticas y gaseosas)  
**EQUIPOS DE AUDIO Y VIDEO**  
 \* Amplificación (1 parlante y 1 micrófono inalámbrico)  
 \* Pantalla 3x2  
 \* Proyector de 3000 lúmenes  
 \* Mantelería del Hotel de Cortesía (mantel blanco y sobremantel dorado pálido o chocolate)  
 \*\* No incluye arreglos florales ni otros no descritos

Nuestras condiciones de pago :

Sugerencias o Comentarios: Favor comunicarse con su coordinador o mediante correo electrónico a la dirección [inf@oroverdehotels.com](mailto:inf@oroverdehotels.com)

Porcentaje establecido a la firma del contrato 75% y el saldo, se cancela 7 días antes del evento. Como garantía, el cliente deberá depositar un voucher, mismo que será devuelto una vez cancelada la cuenta en su totalidad.

Servicio: Luego de 3 horas de servicio, por hora vencida, el cliente cancelará US\$100.00 mas 22% de impuestos por alquiler de salón. Los cambios para aumento de personas se aceptan hasta 24 horas antes del evento. Para disminución de personas y algún cambio en el menú en el caso que fuera posible favor comunicarnos 7 días previos al evento.

Validez de la oferta hasta : Miércoles 4 Noviembre del 2015

En espera de su favorable respuesta, a fin de elaborar el correspondiente contrato.

Aterramente,

Autor: Hotel Oro Verde Cuenca

Fuente: Sistema operativo Eventos Hotel Oro Verde.



## **SEGUIMIENTO**

Es el proceso de entablar un diálogo con el cliente. El seguimiento se lo hace de manera telefónica y dependiendo del caso incluso ameritará una visita del ejecutivo de negocios del hotel o el Jefe de Eventos.

La llamada telefónica será programada 3 días posteriores al envío de la cotización y se toma contacto con la persona que nos solicitó. Generalmente las personas que llaman a pedir las cotizaciones son aquellas que necesitan autorización de un superior por lo que en la conversación telefónica que se realice se debe tratar de obtener esa información.

Esta llamada debe ser breve y si aún no tiene tomada la decisión, es la oportunidad para concretar una nueva llamada.

En el seguimiento se da la oportunidad de conocer si la oferta enviada es la correcta para el cliente, si no hay cambios de opción u horario, se puede tener el privilegio para negociar porque las empresas generalmente solicitan a tres proveedores el mismo requerimiento para analizar cual es la oferta mas conveniente y es ahí donde el coordinador al comunicarse frecuentemente puede ganar al cliente mejorando la propuesta.

## **CONTRATACION**

Este es el paso siguiente a una respuesta afirmativa del cliente, es aquí donde se procede a elaborar el contrato y el evento cambia de estatus tentativo a Evento Confirmado y se envía al cliente para que nos entregue con la firma de aceptación por el servicio brindado.

Se le indica las condiciones de uso de los salones y las normas de prevención para uso de los proveedores externos. Dentro de los cuales cuenta:

La recepción de material que será utilizado en el evento deberá ingresar por la puerta de Seguridad para su registro.

Al ingresar bebidas debe presentar factura respectiva como referencia que la adquisición es legal y de igual forma una vez que haya finalizado el evento podrá retirar de este departamento el material sobrante.



Se le indica lo que se encuentra permitido realizar dentro de los salones de eventos.

Las prohibiciones como cortar, serruchar o pintar cualquier material dentro de los salones o colgar en lugares no permitidos.

Los arreglos florales, equipos audiovisuales y ornamentales serán permitidos en el salón de eventos pero únicamente en el día de realización.

Esta prohibido el ingreso de alimentos que no hayan sido contratados en el hotel.

Una vez recibida esta información con la firma respectiva del cliente se procede a la elección del Menú que haya seleccionado.

### **DEFINICION DEL MENÚ**

Hay clientes que eligen rápidamente el menú que desean servirse, otros que solicitan la recomendación. Los menús deberán ser seleccionados por el cliente y confirmado por escrito. Así como también indicará la hora que desea sea servido en el salón.

Hay invitaciones a eventos en los cuales los platos son servidos directamente a la mesa simultáneamente mientras se diserta una conferencia, el moderador sustenta un producto.

Mientras que hay otras ocasiones en las que en el cronograma establecido hay un horario destinado para receso y servicio del conocido coffee Break o paso para la estación de bebidas calientes que se ubica en la parte posterior del salón.

Eventualmente suele darse el caso en el que un número limitado de participantes no puede ingerir algún tipo de alimentación, estas indicaciones deberán hacerlas conocer al hotel para elaborar un menú específico para las personas que por alguna razón no pueden ingerir la alimentación que contrataron con anterioridad para todos los participantes.

En las alternativas de menú buffet el momento de servicio generalmente suele ser una vez concluido el tema de exposición el moderador invitará a todos para disponer del buffet.



Para la alimentación se suele especificar al cliente el margen de reacción del hotel por imprevistos, es decir que si llegan más asistentes al evento programado el hotel estará en capacidad de atender un 10% más en base del total contratado, lo que dará lugar a que si el evento es contratado con 30 asistentes, el hotel estará en capacidad de atender a 33 personas con el mismo menú. Si al evento acuden más se le dará alguna alternativa que recomiende el chef y puedan preparar en ese momento.

En el caso de suceder lo contrario, el hotel deberá facturar por el total contratado y el cliente decidirá si lleva el sobrante o los platos que no fueron servidos por falta de quorum.

### **3.3. BLOQUEOS DE SALÓN, MONTAJE Y ORNAMENTACIÓN. PROVEEDORES Y ADMISIONES.**

#### **BLOQUEO DE SALON**

Los bloqueos de salones para eventos se dan de acuerdo a la magnitud del evento a llevarse a cabo.

Existen eventos que por su complejidad en el tamaño de realización demanda que no únicamente se bloquee el salón donde se dará el evento. Tal es el caso de los congresos y convenciones en el cual el número de participantes bordea los 300 y esto demanda que otros salones sean también preparados para montaje de demostraciones, stands de auspiciantes, sala de reunión de los panelistas o expositores. Lugares para el servicio de coffee break y almuerzo.

Cuando en el hotel hay este tipo de eventos con anterioridad se realiza el bloqueo respectivo de todos los espacios en el hotel para brindar un servicio eficiente.

En el caso de eventos sociales también demanda una logística previa, generalmente los montajes del salón se lo hacen con un día de anticipación y por ello cuando surge una confirmación de este evento es importante reservar



desde el día previo, ya que los arreglos y en muchos casos el diseñador contratado requiere del espacio listo para comenzar con la llegada de las flores y demás adornos que incluirá en la decoración.

Otro de los casos por lo que se procede con el bloqueo de salón es por motivo de mantenimiento. Los salones de eventos por su uso frecuente demanda de lavado de alfombra, pintura de paredes, mantenimiento de carpintería y otros, éstos tipos son aprovechados en la semana baja de eventos con el fin de que los salones estén en óptimas condiciones cuando la realización de los eventos sea constante.

### **MONTAJE Y ORNAMENTACION**

En cuanto a la capacidad de la sala no depende solo del tamaño de la misma, sino también de la forma en la que se disponen las sillas, teniendo en cuenta las necesidades de proyección audiovisual o de cabinas de traducción simultánea. Se debe considerar así mismo la disposición de la mesa de presidencia o ponentes y de los servicios de apoyo como el atril, micrófonos de mesa o inalámbricos, ordenador, etc.<sup>3</sup>

Los tipos de montaje más solicitados por las empresas y organizadores de eventos son las siguientes:

**Auditorio:** como su nombre lo indica se disponen únicamente de sillas en filas, llenando toda la sala en dirección de la proyección y pódium del expositor.

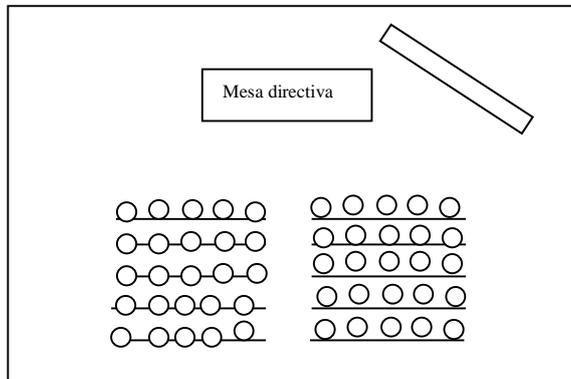
---

<sup>3</sup> Descripción tomada del libro Gestión de Eventos de la página 47



Cuadro N.12

Montaje de salón tipo auditorio

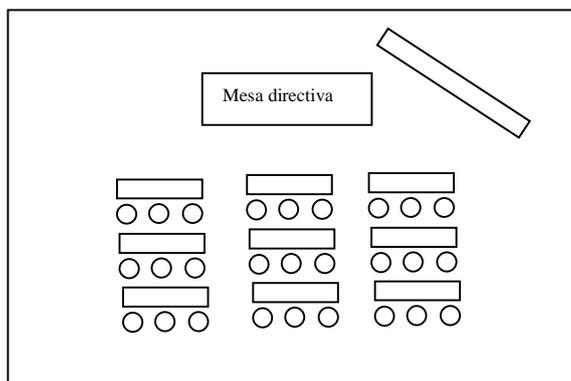


Autor: Adriana Estrada

**Escuela:** es un montaje utilizado para talleres y capacitaciones, se colocan unas mesas rectangulares en filas y en cada una pueden estar 3 participantes

Cuadro N.13

Montaje de salón tipo escuela



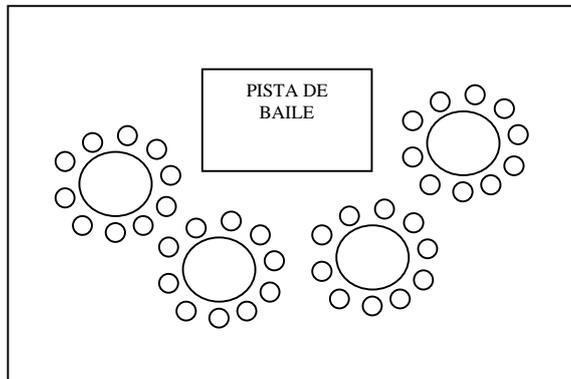
Autor: Adriana Estrada

**Banquetes:** hace referencia al montaje de mesas redondas rodeada de sillas. Este montaje es muy usado en almuerzos, cenas o eventos sociales.



**Cuadro N.14**

**Montaje de salón tipo banquete**

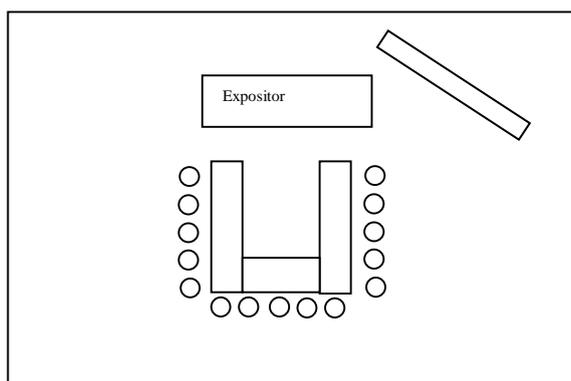


Autor: Adriana Estrada

**Montaje en U:** Como su nombre lo indica se coloca mesas rectangulares en forma de “U” y rodeadas en la parte exterior de sillas dejando el espacio abierto en dirección del expositor.

**Cuadro N.15**

**Montaje de salón tipo U**



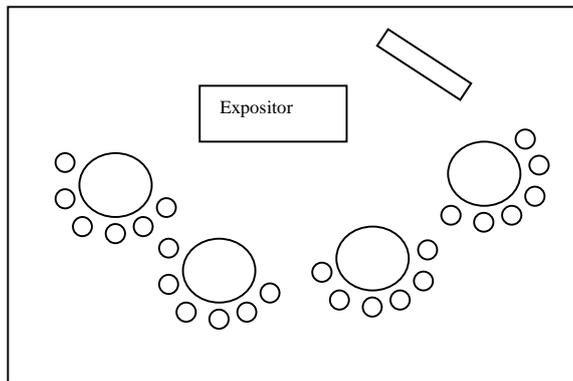
Autor: Adriana Estrada

**Mesa en media luna:** Similar al montaje de banquetes con la diferencia que todas las mesas van con sillas únicamente la mitad, en forma de luna y generalmente en dirección del frente al expositor.



Cuadro N.16

Montaje de salón tipo media luna

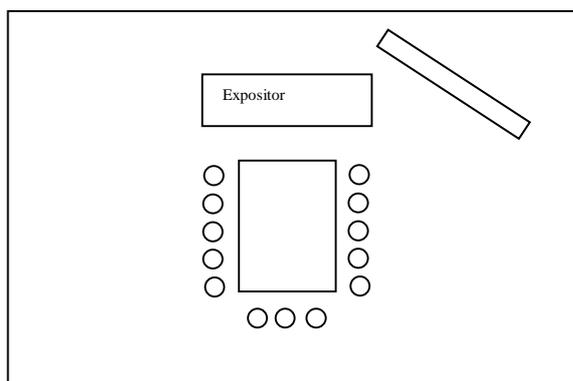


Autor: Adriana Estrada

**Mesa imperial:** es una mesa rectangular más ancha que las empleadas para montaje tipo escuela, y se colocan las sillas en rededor de la mesa.

Cuadro N.17

Montaje de salón tipo imperial



Autor: Adriana Estrada



## PROVEEDORES Y ADMISIONES

El Hotel Oro Verde dispone de una base de datos de proveedores que ya han sido previamente seleccionados que han demostrado confiabilidad en los pedidos. Para los salones de eventos contrata servicios adicionales cuando el cliente desea sea incluido en el paquete que se ha vendido.

Los proveedores externos que son solicitados para determinados eventos están:

Decoradores

Flores para centro de mesa y área principal

Protocolo

Diseñadores de vestidos de novia

Proveedores de pastelería y confites

Maquillaje y Peinado

Música y bandas bailables

Fotografía profesional

Luces y Audio visuales: están en esta clasificación los proyectores, amplificación, micrófonos inalámbricos, solaperos, computadores y las luces letz que dan vida a un salón.

Servicios de Dj

Transporte

Servicios de alojamiento bajo convenio con otros hoteles, cuando el número de asistentes han contratado un Plan completo, es decir la contratación del evento con alojamiento para sus asistentes.

Servicio de Internet, cuando el cliente solicita una determinada capacidad que supere las gigas que proporciona el hotel de forma gratuita.

Todos estos servicios son cotizados adicionalmente con costo fijado de acuerdo al deseo del cliente.



### 3.4 MECANISMO DE PAGO, FACILIDADES PARA EL CLIENTE.

En el Hotel Oro Verde Cuenca existen varias alternativas para el cliente con el objetivo de facilitar la organización del evento.

La política que establece el hotel es que el evento sea pagado con anterioridad en su totalidad con 48 horas antes de la fecha del evento.

Existen empresas que cuentan con crédito aprobado por la frecuencia de eventos que han realizado u otros porque han aplicado la línea de crédito para poder gozar de este beneficio que facilita pagar las cuentas en días posteriores al evento.

Las formas de pago a las que puede acceder un organizador contratante de los servicios del hotel son:

Pagos en Efectivo

Depósitos a la cuenta corriente

Pago con cheque que debe estar de preferencia certificado

Pago con tarjeta de crédito con pago corriente. Si supera el monto de \$1000,00 pueden hacer el pago por diferido siempre que el cliente decida correr con los gastos generados por interés.

Cualquiera de estas alternativas puede utilizar el cliente, incluso puede hacer una combinación de los mismos, realizar varios anticipos siempre y cuando haya cubierto todo el valor previamente al día del evento.



### **3.5. LA OFERTA GASTRONÓMICA, MENÚS Y BEBIDAS. PARÁMETROS DE SELECCIÓN SEGÚN EL TIPO DE EVENTO.**

La Oferta gastronómica que dispone el hotel es muy amplia para el organizador del evento. Esto le permite organizar su presupuesto y definir el menú más apropiado de acuerdo al horario y duración del evento.

Los Menús han sido elaborados previamente por el Departamento de Alimentos y Bebidas en coordinación con el Chef, para otorgar productos de excelencia y la variedad que el cliente está acostumbrado a recibir del hotel.

Los productos en Oferta que Dispone el Hotel son:

Desayuno Servido o Buffet

Bocaditos para coctel (preferiblemente se elige 6 de sal y 2 de dulce)

Coffee Break de 1 bocadito

Coffee Break de 2 bocaditos

Coffee Break reforzado

Menús Almuerzo con entrada, plato fuerte y postre a elección

Menús para Cena con entrada, plato fuerte y postre a elección

Estación permanente de bebidas no alcohólicas calientes y frías ilimitadas

Bebidas soft ilimitadas (hace referencia a todas las bebidas gaseosas y agua natural).

Paquetes Seminario: para eventos de jornadas completas incluye coffee break y almuerzo

Para los eventos sociales dispone de menú especial que va con ingredientes seleccionados y gourmet.

Toda esta serie de productos han sido elaborados con alto valor nutricional, cantidades ideales, con opciones preparadas a servir de tipo frío o caliente.



## **CAPITULO 4**

### **ANALISIS DE LA COMPETENCIA**

#### **4.1 LA COMPETENCIA ACTUAL Y POTENCIAL EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS QUE TIENE EL HOTEL ORO VERDE CUENCA.**

La concepción de Cuenca como destino potencial de Reuniones y eventos ha permitido que inversores arriesguen su capital en Centros de Convenciones y salones destinados para la realización de eventos. Esto desde el punto de vista local favorece al tener varias opciones al cliente y sobre todo la capacidad de los salones para realizar los eventos masivos; pero ello ha llevado que en los últimos diez años se incremente la competencia local.

En el marco competitivo se analiza 2 competencias directas para el hotel, el primero es el Centro de Convenciones del Mall del Río que es competencia directa en la organización de eventos corporativos y la segunda competencia para el hotel es Jardines de San Joaquín que acapara la mayoría de eventos sociales que realizan en la ciudad de Cuenca sobre todo para el segmento que direcciona la oferta el hotel, es decir de aquellos clientes de poder adquisitivo medio-alto y alto.



## CENTRO DE CONVENCIONES MALL DEL RÍO

### Imagen N.1

#### Salón De Convenciones Mall del Río



Fuente: portal web del centro de convenciones. Acceso el 28 de septiembre 2015

Abre sus puertas el 06 de octubre de 2006. Es un centro de 4000 metros cuadrados distribuido en once salones para eventos y una sala VIP, personal altamente capacitado, parqueadero 24 horas. Cuenta toda el área con equipamiento tecnológico de punta, con conexiones globales, circuitos cerrados, pantallas retráctiles, proyectores, red inalámbrica, parqueadero para 2000 vehículos.

En los últimos años han incorporado un moderno sistema de audio con parlantes Ubl y audio universal en cada salón, conexión para micrófonos inalámbricos y alámbricos, pantallas de 4x4, retroproyectores de 6200 lúmenes, pueden transmitir la misma señal a todos los salones y dispone de un plasma en el ingreso al centro de convenciones que transmite información de los eventos de forma digital.

Los salones Vip, Tarqui, Yanuncay I y II, Cuenca I y II y el gran salón Mazan son adecuados para todo tipo de evento corporativo, dispone variedad de servicio gastronómico, mantelería y menaje completo. Además al encontrarse en el Mall de Río tiene acceso a Patio de comidas y más de 15 locales comerciales, restaurantes, agencias, bancos.



Tienen en proyecto la construcción del hotel más grande de la ciudad que contará con 150 habitaciones y además pertenecerá a una de las cadenas hoteleras con presencia mundial y de alto reconocimiento por parte de sus clientes, más un servicio personalizado con características que solo un hotel de lujo puede brindar.

### JARDINES DE SAN JOAQUIN

#### Imagen N.2

#### Instalaciones Jardines de San Joaquín



Fuente: portal web del centro de convenciones. Acceso 28 septiembre 2015

Está presente en el mercado local desde 2001 cuenta con equipo de trabajo multidisciplinario y profesional en el área de servicios.

Dispone de variedad de propuestas gastronómicas para cada tipo de evento.

Cuenta con 2 salones para eventos sociales: Salón el Jardín con capacidad para 400 personas, tiene tecnología de punta para eventos corporativos y sociales. Es muy solicitado para bodas por el espacio físico que dispone.

El salón la Fuente tiene detalles decorativos únicos y con arquitectura clásica armonizan un acogedor lugar que dispone de capacidad para 190 personas.

Servicios:

Mantelería

Guardería



Valet parking  
Guardarropa  
Menaje  
Organización y planificación  
Asesoría integral

Jardines de San Joaquín es un referente de eventos sociales, muchos de los clientes e incluso decoradores prefieren este lugar puesto que está en auge la tendencia de realizar eventos sociales en quintas.

### **ANALISIS COMPARATIVO ENTRE HOTEL ORO VERDE CUENCA, JARDINES DE SAN JOAQUIN Y CENTRO DE CONVENCIONES MALL DEL RÍO.**

Tomando como referente estos dos lugares descritos anteriormente, se realiza un análisis partiendo de un ejemplar de cotización de los 3 lugares para determinar la respuesta a la solicitud y la variedad de oferta y diferenciación en precio. El evento tomado como referencia es una Capacitación para 30 personas con servicio de alimentación completa.

Hotel Oro Verde Cuenca atiende la solicitud y envía la cotización el mismo día en el que fue solicitado al igual de Jardines de San Joaquín. Mientras tanto en de Convenciones Mall del Río no envía cotización en la llamada inicial, se espera 48 horas y se hace una nueva solicitud es ahí cuando se obtiene respuesta con el envío de la cotización.

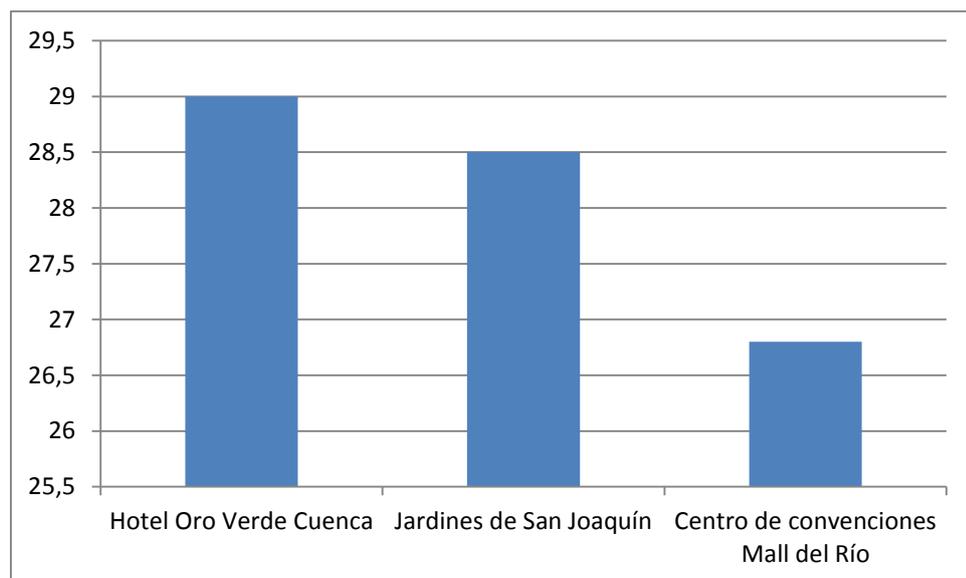
Los servicios de alimentación solicitados son 1 coffee break para la mañana y otro coffee break para la tarde, incluido el almuerzo con entrada, plato fuerte y postre servido. Los precios entregados por este servicio son:



**Cuadro N. 17**  
**Análisis en costo Alimentación Completa**

| <b>Empresa</b>                      | <b>Precio alimentación completa por persona</b> |
|-------------------------------------|---|
| Hotel Oro Verde Cuenca              | \$29,00 + 22% impuestos                         |
| Jardines de San Joaquín             | \$28,50 + 22% impuestos                         |
| Centro de convenciones Mall del Río | \$26,80 + 22% impuestos                         |

**Grafico N.1**  
**Valor promedio de alimentación completa evento**



Fuente: Investigación autor

Autor: Adriana Estrada

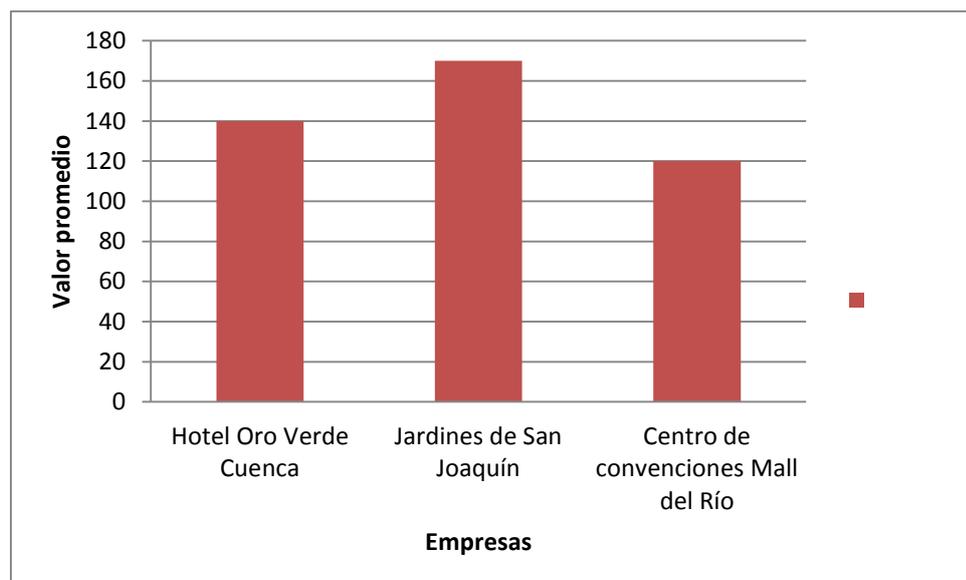
En el cuadro se puede apreciar que los 3 establecimientos comparados mantienen similitud en costos para la Capacitación. Sin embargo Hotel Oro Verde mantiene los costos más altos que sus 2 competidores jardines de San Joaquín y Centro de Convenciones Mall del Río.



**Cuadro N. 18**  
**Costo de Equipos Audiovisuales**

| <b>Empresa</b>          | <b>Costo Equipos Audiovisuales por día</b> |
|-------------------------|--|
| Hotel Oro Verde Cuenca  | \$140,00 + 22% impuestos                   |
| Jardines de San Joaquín | \$170,00 + 22% impuestos                   |
| Mall del Río            | \$120,00 + 22 % impuestos                  |

**Grafico N.2**  
**Valor promedio de equipos audiovisuales en evento**



Fuente: Investigación propia

Autor: Adriana Estrada

Como se aprecia en la descripción de costos en equipos audiovisuales (proyector, pantalla y amplificación de sonido) el Hotel Oro Verde Cuenca se sitúa en segundo lugar en costos, ya que Mall del Río tiene un valor inferior en \$120,00 + 22% impuestos porque cobran únicamente el valor del proyector, mientras que Jardines de San Joaquín mantienen los costos más altos en este ítem.



En cuanto a seguimiento proporcionado por el proveedor, solamente Hotel Oro Verde ha realizado la llamada por conocer la respuesta del cliente. Es por ello que se puede concluir que Hotel Oro Verde enfoca de mejor manera su lineamiento de oferta en calidad de servicio.

### **Gratuidades:**

Analizando las Gratuidades que ofrecen los tres establecimientos en comparación se puede determinar lo siguiente:

Hotel Oro Verde Cuenca ofrece las bebidas no alcohólicas para el almuerzo, la estación de bebidas calientes en el salón durante el día del evento y también la mantelería que dispone en el hotel provee gratuitamente.

El Centro de convenciones Mall del Río ofrece con carácter de gratuidad los siguientes productos:

Estación de Bebidas calientes

Servicio del Salón Tarqui

Jardines de San Joaquín en su cotización no especifica las gratuidades que podrían incluir en el salón de eventos.

El detalle de las 3 cotizaciones entregadas puede determinar que aquella entregada por Hotel Oro Verde es la que refleja mayor claridad por parte del cliente receptor de la cotización. Mientras que Centro de Convenciones no concuerdan algunos ítems en la descripción, puesto que en el detalle especifica como cortesía, pero en el valor total de la cotización aparecen estos valores sumando a la misma.



## 4.2 NUEVAS TENDENCIAS EN EVENTOS SOCIALES Y CORPORATIVOS.

Hablar de nuevas tendencias en los eventos sociales es proyectarnos a un par de años la variación que encontraremos en la realización.

Se mencionó en capítulos anteriores que la tendencia actual en eventos sociales es de utilizar espacios físicos en entorno con la naturaleza, los implementos vintage relucen recarga de adornos y hace que se vea atractivo. Para los próximos años la apuesta va a lo tecnológico y decoración luminosa. Que haya una proyección, exista ideas originales, los brillos, adornos de cristales es lo que se está introduciendo. Vuelve el uso de los salones de hoteles lujosos y los eventos sin duda serán para menor número de invitados puesto que ha cambiado el crecimiento de las familias, los hogares cada vez son más pequeños.

En los eventos corporativos en cambio hay un crecimiento en la realización, cada vez son más frecuentes los eventos, las personas buscan un nivel de crecimiento profesional, invierten en educación y actualización de datos e información. Es por ello que varios empresarios conocen que un trabajador capacitado y motivado rendirá mejor sus actividades en el área de trabajo designada y por ello apoyan notablemente las capacitaciones continuas.

Los teléfonos móviles han tenido enorme impacto en los eventos, casi todo el mundo tiene un teléfono inteligente y por ello aparecen día a día aplicaciones útiles para interactuar con el asistente y los organizadores o ponentes.

Adaptación de los lugares de acuerdo a necesidades y requerimientos de los organizadores en los espacios físicos donde se realiza el evento. Esto puede



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

incluir tarimas, backing, iluminación, servicios de control, acceso y acreditación.

Software que permita el acceso de los participantes directamente con un código de barra para el pase a los salones de conferencia y llevar también un registro de asistencia.

La organización de los eventos en el futuro pasará por contemplar, entre otros, los siguientes aspectos:

**Co-creación.** La decisión sobre el formato del evento, su programa, etc. ya no recaerá exclusivamente en el organizador, sino que cada vez resultará más importante la participación activa de los asistentes en el proceso de planificación. Gracias a las redes sociales y a otros mecanismos que permiten conocer la opinión del público que asistirá a un evento, se podrán modular formatos que se adaptarán mejor a sus expectativas.

**Integración.** Los eventos sólo tienen sentido cuando no se convierten en una finalidad en sí mismos, sino cuando forman parte del plan de comunicación corporativo. Y en este plan se integran acciones de publicidad, de relaciones públicas y de marketing directo. Un buen uso de la comunicación integrada permitirá que los actos adquieran más notoriedad y perdurabilidad en el tiempo.

**Tematización.** Los eventos deben transmitir un mensaje y ser un reflejo de los valores y la personalidad de la entidad que los organiza. En un acto, la puesta en escena y su impacto visual adquieren una importancia clave, ya que son los elementos que causan la primera impresión. Pero establecer un eje temático pasa por cuidar todos los detalles, desde la elección del espacio, los colores de



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

la escenografía, las texturas de la decoración, la música y el catering, hasta la aromatización. En este sentido, celebraciones anuales o presentaciones de nuevos productos se centran ya en temáticas de lo más variopinto: el mundo del *swing*, los años 20, el desierto, *Las mil y una noches*, etc.

**Promoción del componente lúdico.** La aplicación del concepto *gamification* a los eventos tiene como objetivo acabar con la pasividad del público y conseguir su participación a través del juego. Las presentaciones de más de media hora en *PowerPoint* pueden provocar que la audiencia acabe perdiendo interés. Es por ello que empiezan a incorporarse talleres prácticos, actividades *do it yourself*, concursos y juegos de rol, para aumentar la atención y la motivación de los asistentes.

**Sostenibilidad.** Muchos eventos requieren arquitectura efímera. Pensemos en los stands de las ferias o la decoración de escenarios, por ejemplo. Cada vez son más las empresas que apuestan por actuar con responsabilidad y dejar la menor huella medioambiental posible, incorporando en su interiorismo materiales reciclados, reutilizables y no contaminantes. Así, ya no es sorprendente ver stands con mobiliario de cartón o elaborados a partir de plásticos reciclados.

**Reducción de la ostentación.** Los grandes eventos corporativos con impactantes puestas en escena están dando paso a otro tipo de formato, más ajustado a la actual situación de crisis económica. En el contexto en el que estamos inmersos, las empresas no pueden parecer frívolas o dar una imagen



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

de dispendio de recursos, por lo que los actos que organizan denotan más austeridad.

**Hibridación.** El futuro dirá si las ferias y los congresos presenciales de duración determinada ubicados en un lugar concreto del planeta tienen los días contados. En los últimos años estamos observando un incremento de los *e-meetings* y de los *webinars*. Es verdad que la mejora de las conexiones, las videoconferencias y el *video streaming* permiten crear eventos virtuales, que comportan una importante reducción de los gastos (desplazamientos, alojamiento, alquiler de espacios, etc.) y a la vez una mayor perdurabilidad en el tiempo. Más allá de colgar las ponencias en la web, no obstante, el diseño de eventos 2.0 pasa por habilitar espacios online donde favorecer el *networking*, la participación activa en las diferentes sesiones y la interacción con los ponentes.

Aún así, la fuerza de un evento está muy vinculada a la capacidad de convertirse en un punto de encuentro que favorezca la interacción personal y la comunicación interpersonal, por lo que las actividades presenciales mantienen una arraigada tradición. Tal como se ha reflexionado en los últimos congresos del sector como la Fresh Conference o el Virtual Edge Summit, la tendencia actual pasa por la hibridación, es decir, por la organización de eventos que cuenten con una ejecución presencial, pero que a la vez tengan un importante componente virtual. (*Nuevas Tendencias en Organización de Eventos*. [www.ouc.edu](http://www.ouc.edu), acceso: 2 septiembre de 2015)



### 4.3 LOS AVANCES TECNOLÓGICOS Y TÉCNICOS EN LA EJECUCIÓN DE EVENTOS

Analizar e incorporar las tendencias tecnológicas es uno de los objetivos que persigue todo empresario, puesto que hoy en día con la globalización y los avances en ciencia y tecnología aparecen con mucha frecuencia dispositivos y productos que se incorporan al mundo de eventos.

Si no es de extrañarse hoy la participación más activa de los asistentes, la vertiente virtual, la integración de los formatos de comunicación, el establecimiento de focos temáticos y el estímulo del componente lúdico son aspectos que cada vez se tendrán más en cuenta en la organización de los eventos del futuro.

La evolución de las nuevas tecnologías y el uso de las redes sociales en la comunicación corporativa están influyendo en la forma como se planifican, ejecutan y evalúan los eventos. Iluminación led, *video mapping*, códigos QR, *apps*, tarjetas de visita electrónicas, nuevas tecnologías al servicio de la evaluación del ROI (*return on investment*)... son solo algunas de las novedades que en los últimos años han ayudado a los profesionales del sector a organizar actos más impactantes de forma más ágil y eficaz.

Aparecen gafas de realidad virtual que permitirán aplicarse en el sector de congresos y reuniones que permitirá a los organizadores inspeccionar de forma virtual sus instalaciones desde su mesa de trabajo o casa.

Leap Motion es un nuevo dispositivo que controla un ordenador en tres dimensiones con el movimiento de las manos.



Las cabinas de traducción ya no serán necesarias porque con traductores de Skype al escuchar la voz modulará en el idioma que el resto de audiencia esté presente con tan solo utilizar un teléfono inteligente.

Los paraguas de Aire, una tendencia futurista que será aplicada en todo tipo de evento multitudinario realizado al aire libre.

El chofer personal que los grupos de Google, Audi, Mercedes y Gm desarrollan la tecnología para en el 2020 los vehículos puedan ser auto conducidos que recogerán a los delegados o invitados al lugar del evento.

Azavista indica que en el futuro también podrá incorporarse la robótica para evaluación post eventos que recopilaran comentarios y opiniones de los participantes en el acto.

#### **4.4 ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN PARA CLIENTES FRECUENTES**

El Turismo es una industria consolidada pero que requiere innovación constante. En los últimos años ha experimentado cambios revolucionarios. Sin dudar lo uno de los cambios más destacados es la tecnología, hoy en día son las empresas y los turistas quienes definen su viaje.

Contar con servicios y soluciones que faciliten a nuestros clientes el acceso a las reservas de eventos, a las ofertas, actividades disponibles a través de sus dispositivos móviles es uno de los cambios revolucionarios.

Siempre es necesario mantener un cliente satisfecho, brindar un servicio de excelencia fideliza, pero superar las expectativas sorprende.



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

Toda empresa que mantiene relaciones comerciales trata de cuidar sus clientes, es la alternativa para consentir. Si los contactos en una empresa va desde la secretaria, pues a ella debe ir enfocado algún incentivo por preferir.

En el caso del hotel es mucho más sencillo llegar a los altos ejecutivos que contrataron la realización del evento porque puede hacerle llegar algún detalle a la habitación.

En fechas conmemorativas o días especiales hacerse presente con alguna bonificación es una de varias alternativas que se interrelaciona con el huésped.

Para premiar la lealtad del cliente se desarrolla los programas de fidelización. Los programas de fidelización son una serie de acciones encaminadas a mantener la lealtad del cliente a través de recompensas.

Los programas de fidelización deben ser creativos, diferenciados de los programas de los competidores, solicitan el permiso del cliente para su inclusión en él, aportan las mayores gratificaciones a los mejores clientes y personalizados en la mayor medida posible.

Los programas de fidelización más relevantes que se puede desarrollar son:

1. Regalos: por alcanzar un volumen de consumo determinado, por sobrepasar la duración de la relación comercial o por realizar un esfuerzo de compra importante.
2. Descuentos: consiste en realizar disminuciones del precio en los salones de eventos para gratificar el volumen de frecuencia de un cliente leal.
3. Cupones: con este programa se recompensa la lealtad del cliente entregándole cupones o vales según el volumen de compra, la duración de la relación o el esfuerzo realizado.



4. Eventos: consisten en organizar actividades sorpresivas para los mejores clientes a través de los cuales se pretenden resaltar los vínculos emocionales. Deben ser creativos, innovadores, diferentes del resto y centrados en los gustos de los clientes. Los eventos más relevantes son viajes, comidas, invitaciones a espectáculos, invitaciones a ferias, seminarios o encuentros empresariales, actividades deportivas y concursos.

### 4.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el turismo de reuniones encontramos gran variedad de eventos, en el ámbito corporativo los más significativos son los congresos, convenciones, ferias, exposiciones.

Organizar un evento cuando la asistencia es de pocas personas se convierte en una tarea no muy complicada, pero organizar eventos que superan las 100 personas ya es de cuidado.

Un organizador de eventos debe procurar brindar un servicio profesional con un concepto estructurado en planificación, organización, coordinación, ejecución y análisis post evento.

En el caso del Hotel Oro Verde es un destino potencial para eventos de poca asistencia como también aquellos que demandan mayor dedicación. Sus instalaciones son impresionantes y acondicionadas para el medio empresarial.

Como recomendación para el hotel Oro Verde de Cuenca, sería que mantenga vínculos con las empresas organizadoras de eventos y potencie los tipos de eventos sociales y de esta forma también pueda competir con servicios exclusivos para eventos sociales.



Crear políticas de atención al cliente para mantener liderazgo en el mercado

Realizar campañas publicitarias para que conozca el medio los servicios que oferta.

Mantener el personal calificado y capacitado en el desarrollo de los eventos para que siempre dé el servicio de calidad a sus clientes

Dedicar atención a los viajeros motivados por una asistencia a un evento es cumbre, puesto que el redito económico en el lugar sede es ventajoso no solo para el promotor u organizador del mismo, sino que aporta significativamente a la mejora estructural del medio.

Mantener a la vanguardia los proyectos que realice las entidades públicas con respecto a la situación de potenciar el destino Cuenca como sede de eventos y convenciones.

Cuenca está en un periodo de cambio llamativo, hay diversos proyectos encaminados a convertir esta ciudad como una de las más modernas en transporte vehicular, busca alternativas más sostenibles del patrimonio y también moderniza sus servicios. Cada día aparecen nuevos hoteles y centros de convenciones que anhelan ubicar a Cuenca como un destino Potencia turística para eventos y convenciones. Que la oferta se diversifique y no se limite únicamente el crecimiento de esta actividad en las ciudades de Quito y Guayaquil.



## BIBLIOGRAFIA

### Fuentes impresas

- Arteta, Carlos Manuel. *Turismo del Ecuador en Cifras*. Quito, s. ed., 2007.
- Catastro de establecimientos turísticos 2007*. Cuenca, Ministerio de Turismo, 2008.
- Ahmed, Ismail. *Operaciones y Procesos Hoteleros. Gestión de Alojamiento*. Madrid, Editorial Paraninfo, 2001.
- Amed, Ismael. *Congresos y Catering: Organización y Ventas*. Madrid, Thomson Editores Spain / Paraninfo, 2001.
- D' Onofrio, Pablo. *Mensajes para la Gestión Hotelera*. Buenos Aires, 2005.
- Gallego, Jesús Felipe. *Gestión de Hoteles, Una nueva visión*. Editorial Paraninfo. Madrid, España. 2002.
- Gómez, Carlos. *Gerencia de Eventos Especiales*. 1995.
- Gurría, Manuel. *Introducción al Turismo*. México. Editorial Trillas.1991.
- Jijena Sánchez, Rosario. ABCDEventos. El diccionario de los eventos. Nobuko, 2006.
- Jijena Sánchez, Rosario. Como Organizar eventos con éxito. Nobuko, 2008.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. *Encuesta Anual de Hoteles, Restaurantes y Servicios*. sld, INEC, 2012.
- Marconi R, Salvador. *Sistema de Estadísticas Turísticas*. 2. Cuenca, Departamento de Cultura Universidad de Cuenca, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Una perspectiva económica del turismo en el Azuay*. Borrador de informe. Cuenca, Corporación Cuencana de Turismo, 2004.



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

Organización Mundial de Turismo. *Desarrollo Turístico Sostenible. Informe Anual 2014*. Madrid, 2015.

Stewart W. Suzanne. *Introducción a las Actividades Hoteleras*. Madrid, Thomson Editores Spain / Paraninfo, 2001.

Troitiño, Miguel. *Investigación y estrategias Turísticas*. Madrid, 2009.

Sánchez Guillen María Gabriela. Tesis. *Potencial de Cuenca como un Destino de Congresos y Convenciones*. Cuenca, Universidad de Cuenca-Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, 2011.

### **Fuentes de apoyo tesis**

Maure Agüero, Guadalupe. "Definiciones y tendencias del turismo de eventos". *Contribuciones a la Economía* (julio 2007). Internet. <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>. . Acceso: 08 de mayo 2015

Acevedo, Evelyn. "Organización de Eventos académicos; Problemas y Soluciones2". Internet. [comunicadorcomunica-t.blogspot.com/2007/12/organizacion-de-eventos-acadmicos.html](http://comunicadorcomunica-t.blogspot.com/2007/12/organizacion-de-eventos-acadmicos.html). Acceso: 10 mayo 2015

Oro Verde Hotels.com. Bienvenidos a nuestra cadena. 18 de noviembre de 2015 <<http://www.orovertedehotels.com/es/>>

Uoc. Edu. 8 febrero 2012. Elisienda Español. Nuevas tendencias en Organización de Eventos. 02 septiembre de 2015. <<http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero08/articles/Article-Elisenda-Estanyol.html>>



## La Planificación y Organización de Eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca

Universidad de Cuenca

Turismo.gob.ec. 2 junio 2015. Ecuador se fortalece como destino de turismo de reuniones. 20 agosto 2015. <<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-se-fortalece-como-destino-de-turismo-de-reuniones/>>

Elcomercio.com. Congresos y Convenciones, los nuevos motores de Guayaquil. 20 agosto 2015

<http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/2623000035cb3273-fd79-4d11-add8-3ac70156dfe3>



## ANEXOS

### Anexo 1

#### Fotografías hotel Oro Verde



Montaje de salón tipo banquete

Fuente: Adriana Estrada Carpio - Autora



Salón Tomebamba con montaje en media luna

Fuente: Adriana Estrada Carpio - Autora



Pérgola de Hotel Oro Verde  
Fuente: Hotel Oro Verde Cuenca



¼ de salón Oro Verde con montaje tipo U  
Fuente: Hotel Oro Verde Cuenca



Gran Salón con montaje de salón tipo banquete

Fuente: Hotel Oro Verde Cuenca



Foyer Gran Salón

Fuente: Hotel Oro Verde Cuenca



### Anexo 2 evaluación eventos



Favor sus comentarios

Estimado Cliente:

Muchas gracias por elegir al Hotel Oro Verde Cuenca.

Nuestra principal meta es la de superar todas sus expectativas con respecto a la calidad y al servicio del evento que nos confiera.

Mucho apreciamos que pudiera dedicar unos minutos para completar el siguiente cuestionario y con sus comentarios.

TIPO DE EVENTO \_\_\_\_\_ FECHA \_\_\_\_\_ SALON \_\_\_\_\_

|  | Exceler                  | Bueno                    | Regula                   | No Satis                 | NA                       |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Atencion de la Ejecutiva de Ventas                                 | <input type="checkbox"/> |
| Atencion del Capitan del Evento                                    | <input type="checkbox"/> |
| Servicio y Atencion durante el Evento                              | <input type="checkbox"/> |
| Calidad de la Comida y Bebidas                                     | <input type="checkbox"/> |
| Montaje del Salon  | <input type="checkbox"/> |
| Servicio de Telefonía e Internet                                   | <input type="checkbox"/> |
| Servicio y atencion del Oro Parking                                | <input type="checkbox"/> |
| Equipos Audiovisuales  | <input type="checkbox"/> |
| Gestion de Facturacion   | <input type="checkbox"/> |
| En caso de Equipos o Indumentaria sea proporcionada por el cliente |                          |                          |                          |                          |                          |
| Coordinacion contratistas externos                                 | <input type="checkbox"/> |
| Coordinacion y manejo de equipos                                   | <input type="checkbox"/> |

En caso de haber utilizado los servicios de otras empresas en la coordinacion y realizacion de eventos como nos evalua en comparacion con estos?

Superior  Similar  Inferior

Sugerencias y/o comentarios adicionales

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Nombre y Apellido: \_\_\_\_\_  
Empresa: \_\_\_\_\_  
Mail: \_\_\_\_\_  
Telefono: \_\_\_\_\_

Gracias!

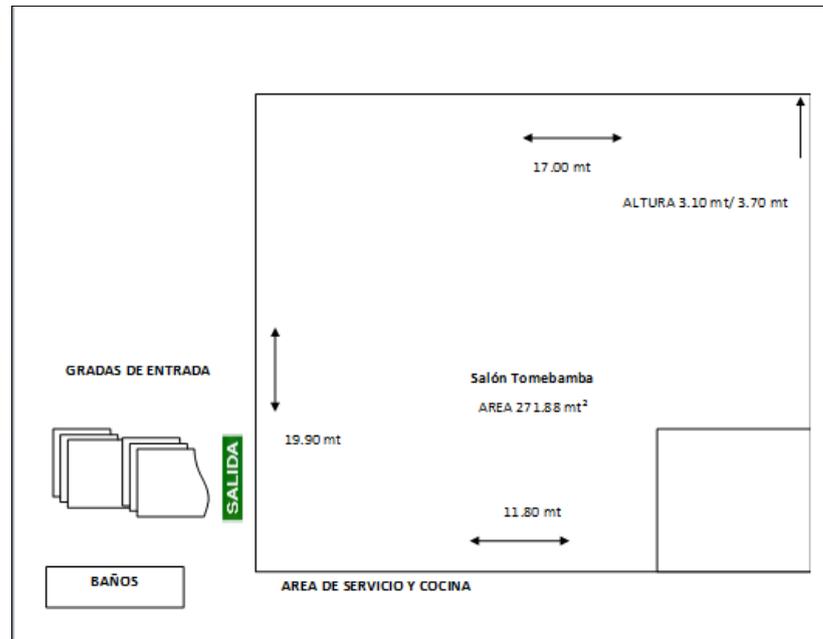
Encuesta de Satisfacción al cliente

Fuente: Hotel Oro Verde Cuenca



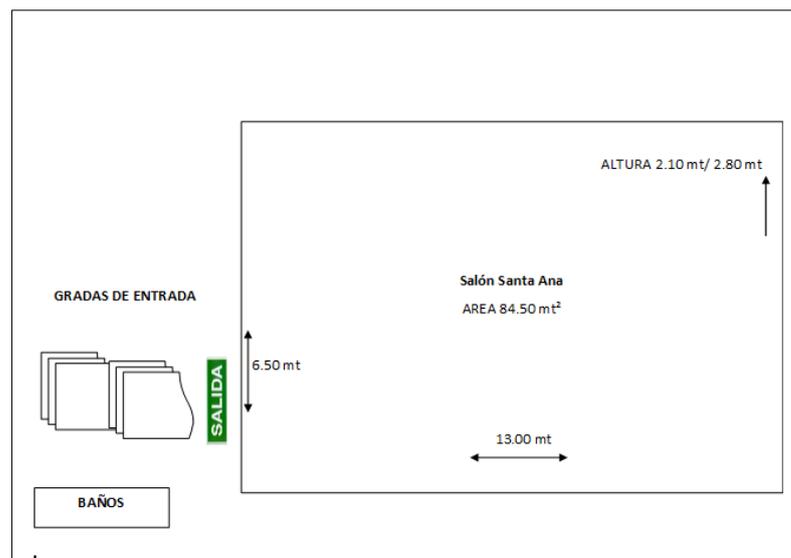
### Anexo 3. Plano de salones

#### 1. Salón Tomebamba



Plano Salón Tomebamba  
Fuente: Hotel Oro Verde Cuenca

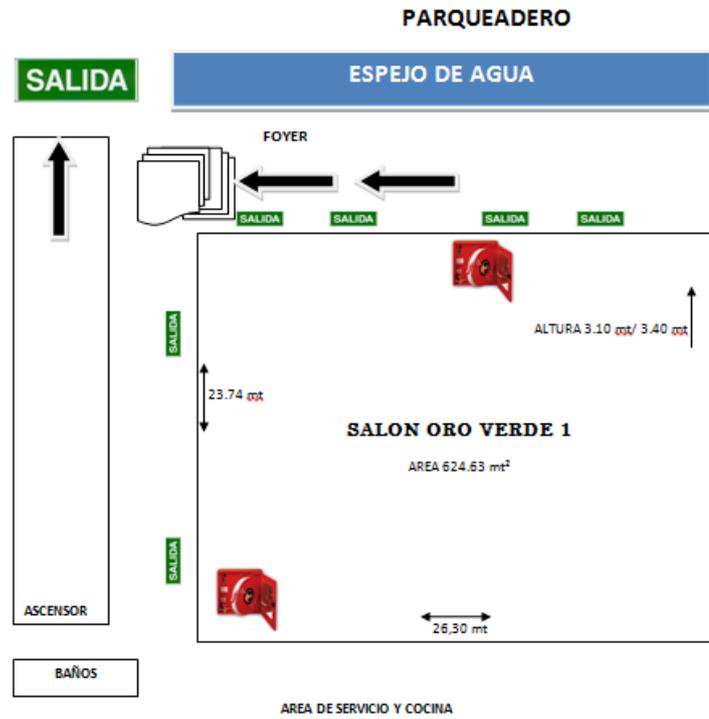
#### 2. Salón Santa Ana



Plano Salón Santa Ana  
Fuente: Hotel Oro Verde Cuenca



### 3. Salón Oro Verde



Plano Gran Salón Oro Verde  
Fuente: Hotel Oro Verde Cuenca