

LA IMPRESCINDIBLE NECESIDAD DEL OPC EN LA ORGANIZACIÓN DE CUALQUIER EVENTO THE INDISPENSABLE NECESSITY OF THE OPC IN THE ORGANIZATION OF ANY EVENT

Li.c MsC EULOGIO RODRÍGUEZ MILLARES ¹
Facultad de Turismo, Universidad de La Habana,

RESUMEN

En este trabajo se demuestran las razones por las que todo evento debe contar con un OPC por las complejidades que tiene cada uno de ellos, sus características, particularidades y su diversidad que hacen de esta modalidad turística la más compleja de todas. El mero hecho de que para poder explicar qué es el turismo de eventos haya que verlo desde diferentes posiciones, evidencia su complejidad, puesto que cada evento es una empresa transitoria y colectiva. Pero también cada evento es un producto que comienza a diseñarse desde que se inician los trámites para captar una sede o para desarrollar y realizar un evento de diseño propio y desaparece unas semanas después de realizado dicho evento.

En su condición de producto se rige por las mismas leyes del marketing que cualquier otro producto, por lo que exige un adecuado diseño, vías, tiempos, soportes y mecanismos correctos para su promoción y poder lograr su comercialización. De ahí la

Fecha de recepción: 2 de marzo de 2016 Fecha de aceptación 23 de mayo de 2016

¹ Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Avenida de los Presidentes entre 21 y 23, Vedado, Plaza de la Revolución, Ciudad de La Habana, Cuba. eulogio_rodriguez@ftur.uh.cu

MsC. Prof. Auxiliar de la Facultad de Turismo de la Universidad de la Habana
Ex Presidente del Buró de Convenciones de Cuba. Ex Presidente de la COCAL (Confederación de Organizadores de Congresos de América Latina), Fundador y Ex Presidente de LatinCaribeBureau (Asociación de Buró de Convenciones de América Latina y el Caribe) Premio COCAL 2005

Este trabajo recoge las ideas principales de la conferencia dictada en la Facultad de Turismo de la Universidad de la Habana.

importancia de contar siempre con un OPC, quien domina la materia y tiene la práctica en la organización de eventos, sabe aplicar las herramientas necesarias, los procedimientos adecuados, los programas de promoción y sus vías más adecuadas según las temáticas de cada evento y otros mecanismos para hacer posible la organización de un evento exitoso en todo sentido, lo cual se detalla en el presente trabajo.

Palabras clave: producto turístico, OPC, organización, turismo de eventos,...

ABSTRACT

In this work to present the reasons by which all events should have an OPC for the complexities of events, their characteristics and particularities, their diversity and multiple reasons that make events the most complex of all modalities of tourism. The fact that to be able to events it is necessary to see them from different positions is evidence of their complexity.

Their complexity is bigger since each Event is a transitory and collective enterprise. But each event is also a product that begins to be designed since they begin the process to capture a venue or to carry out an event of your own design and it only ends some weeks after having finish the event. As a product, it is governed by the same laws of the marketing like any other product is governed by what demands an appropriate design, roads, times, supports and correct mechanisms for its promotion and to achieve its commercialization, that is to say, to present it well to sell it well.

Thus the importance of always having an OPC who dominates the matter and has the practice in the organization of events, who knows how to apply the necessary tools, the appropriate procedures, the promotion programs and their more appropriate ways according to the thematic of each event and other mechanisms. Only a professional with experience can make possible the organization of a successful event that is what is detailed here.

Key words: Tourist product, OPC, organization, tourism of events

1. INTRODUCCIÓN.

No hace mucho, un colega me pregunta las razones por las cuáles insistimos tanto en la necesidad de contar en todo proceso de organización de cualquier evento con un OPC y mi respuesta fue muy sencilla y concreta. Le respondí que al igual que no se le ocurre a nadie construir un puente sin contar con un proyecto elaborado por un Ingeniero civil o someterse a una operación quirúrgica del corazón si no es con un cirujano cardiovascular, tampoco se le debe ocurrir a nadie organizar un evento sin contar con la accesoria y la experiencia de un Organizador Profesional o simplemente, un OPC.

Un evento no es solamente lo que dice el Diccionario de la Real Academia de la Lengua y que repite todo manual de terminología y que, en resumen, define un evento como “Término genérico que designa cualquier tipo de reunión o encuentro de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso o de otra índole, que facilite el intercambio de ideas o conocimientos y experiencias entre los participantes.” También lo definen como algo eventual y no permanente.

Pero un evento es algo más que eso. Es un fenómeno complejo que refleja un negocio muy productivo en el turismo y que requiere, para que deje los márgenes de ganancia deseables, que el trabajo de organización se haga siguiendo rigurosas normativas profesionales que solo un verdadero OPC es capaz de hacer, pues es quien conoce el manejo de las herramientas que se utilizan para tales fines y cuenta además con la experiencia de un verdadero profesional.

Entonces, para comprender la necesidad de un OPC, sus funciones y responsabilidades, es necesario definir primero que es un evento y que es el turismo de Eventos e Incentivos, más conocido en la actualidad como MICE (Meetings, Incentives, Congresses and Exhibitions) y dar los elementos necesarios para que cada cual pueda responder adecuadamente las preguntas que más se hacen al respecto y que son: ¿Qué es el Turismo de Evento? ¿Qué es un Evento? ¿Qué hace un OPC? ¿Por qué es una figura necesaria en esta modalidad turística?

Para dar la respuesta abarcadora y completa de toda la trascendencia e importancia que tiene esta importante actividad, ya sea como negocio o como una práctica social que propicia los más diversos intercambios entre profesionales, técnicos y grupos sociales en las más diversas disciplinas, hay que analizar e interpretar el turismo de eventos desde las siguientes miradas:

- a) Los Eventos como un fenómeno turístico de gran importancia.
- b) Los Eventos como un gran sistema de Relaciones Públicas
- c) Los Eventos como un gran sistema de comunicación²

² Conferencia del autor “Busquemos más allá del turismo, una definición más completa y actualizada sobre el turismo de congresos”, publicado en EUMED.NET (SEJ 309) <http://www.eumed.net/rev/turydes/16/turismo-congresos.html>

2. EXPOSICIÓN DEL TEMA

La complejidad del turismo de eventos no solo se resume a esta mirada desde estas tres posiciones. Su complejidad es mayor ya que cada evento es una empresa transitoria y colectiva. Pero también cada evento es un producto que comienza a diseñarse desde que se inician los trámites para captar una sede o para desarrollar y realizar un evento de diseño propio y desaparece unas semanas después de realizado dicho evento. Como producto, se rige por las mismas leyes del marketing como cualquier otro producto, por lo que exige un adecuado diseño, vías, tiempos, soportes y mecanismos correctos para su promoción y poder lograr su comercialización, Es decir, presentarlo bien para venderlo bien. Estos son dos rasgos que solo pueden ostentar esta modalidad turística, lo que la convierte entre otras razones, en una modalidad compleja y única a la cual ninguna otra se le parece

Me pregunto, ¿Esto lo puede hacer empíricamente cualquier persona o solo un experimentado profesional que domine las herramientas y los mecanismos de organización requerida, es decir un verdadero OPC? La respuesta es que esta empresa tiene un carácter colectivo, ya que ningún evento para que sea exitoso y sea bien organizado lo puede hacer una sola persona. Siempre responde a un trabajo colectivo que realiza el Comité Organizador en un sistema de alianzas donde están las establecidas con el sector del turismo y muchas otras profesiones bien ajenas al mismo (Asociaciones médicas, científicas, técnicas, y de otro tipo; prestadores de servicios afines a conferencias, transportistas, etc.). Es un trabajo que depende en gran medida de la adecuada coordinación que se logre establecer entre muchas personas e instituciones y empresas distintas, correspondiendo al OPC la función de director de orquesta, la de diseñador, ejecutor y controlador .de todas las acciones que llevar a feliz término el proceso de organización del evento y se cumpla con ello la Regla de Oro, que no es otra cosa que lograr el mejor evento al menor costo posible de inversión.

Otro aspecto importante a señalar es que, pese a los altos ingresos que generan los eventos al sector turístico, su mayor importancia, al margen de las empresas turísticas, no está dada solo por este motivo. La mayor importancia de los eventos es ser la única modalidad turística que está encaminada en primer lugar al desarrollo del conocimiento científico y técnico de la sociedad al propiciar los más productivos intercambios de experiencia entre comunidades de las más diversas profesiones científicas, medicas, culturales, deportivas, técnicas, etc. Eso

es lo que motiva a cada institución, para desarrollar los eventos, de los que se benefician principalmente -desde el punto de vista financiero-, las empresas turísticas que son las que reciben los mayores ingresos por los servicios prestados y las empresas terrestres y aéreas de transporte de pasajeros, con las cuales hay que cerrar alianzas en el marco del Comité Organizador. Los segundos beneficiarios son las empresas de OPC

Toca al Buró de Convenciones de cada lugar jugar ese importante papel de apoyar los objetivos del Comité Organizador, jugando su inapreciable rol de coordinador y garante de esas necesarias alianzas que se requieren para poder desarrollar y acreditar un destino como un destino de eventos al cual fluyan sin dificultad los eventos sedes captadas que ofrecen los organismos internacionales y regionales de carácter técnico, cultural, científico o deportivos. Todos los profesionales de eventos coincidimos, cuando se afirma que para posesionarse del mercado como un destino de turismo de eventos e incentivos, hay que contar con un buen Buró de Convenciones donde se agrupen el sector empresarial y los intereses públicos del turismo; hay que contar con Organizadores Profesionales de Congresos (OPC) agrupados en sus asociaciones profesionales, así como poseer los servicios afines de conferencias, profesionalmente aceptados, certificados y reconocidos. Estas estructuras son las que propician y fortalecen las necesarias alianzas entre los diversos sectores interesados y todas ellas, garantizan una excelente relación de comunicación con los comités organizadores y sociedades medicas, científicas y técnicas que son los que generan los eventos y pueden captar las sedes en el mercado internacional.

Pero, ¿Solo por estas razones es necesario el trabajo y la presencia del OPC? No, el OPC es necesario además, para que el evento sea un negocio y no un fracaso financiero ya que su organización no se hace a capricho.

Todo el proceso de organización del turismo de reuniones responde a acciones planificadas y sustentadas en el conocimiento y la experiencia. Veamos algunas de ellas que solo un buen OPC es capaz de poder hacer y sin lo cual es muy difícil, por no decir imposible, se pueda organizar un evento exitoso desde el punto de vista financiero y en su organización total... En esta afirmación hay que tener en cuenta que en los eventos se comienza invirtiendo dinero y la cuenta en rojo permanecerá hasta que logremos los primeros ingresos. Solo una buena planificación y la gestión de un profesional como lo es un verdadero OPC, permiten no solo recuperar lo invertido, sino contar con el margen de ganancia que en esta modalidad

es de las más altas. Las empresas de OPC reciben como mínimo el 10% del valor total del presupuesto de un evento y este margen se incrementa en la medida de la complejidad, el tiempo de realización, el nivel de riesgo y otros factores pudiendo llegar incluso en grandes eventos al 25% o más.

Para lograr esos resultados, es necesario dominar la práctica en la organización de eventos, las herramientas necesarias, los procedimientos adecuados, los programas de promoción y sus vías más adecuadas según las temáticas de cada evento y otros mecanismos, entre las cuales se destacan:

- Saber utilizar las herramientas más elementales y necesarias en la organización de un evento como es el **Requisito Inicial** que permite garantizar desde el inicio, un adecuado equilibrio entre ingresos y gastos estimados y sobre todo, lograr el autofinanciamiento e incluso ganancias, lo cual constituye en última instancia materia de equilibrio entre ingresos y gastos. La elaboración de la información inicial tiene como principal objetivo contar con todos los elementos que permitan elaborar un diseño que satisfaga al Comité Organizador que es nuestro cliente y que, en el aspecto financiero, los gastos nunca superen los ingresos, lo cual es necesario conocer en el primer contacto de identificación con el evento que nos interesa y que estamos organizando.
- Definida esta parte del proceso viene la segunda responsabilidad del OPC en la esfera financiera y no es otra que poder elaborar la primera versión aproximada del presupuesto tentativo, el cual se irá ajustando en la misma medida que avanza la organización del evento y las confirmaciones de los participantes se van haciendo más certeras, van apareciendo los patrocinadores, se definen los auspicios, se concretan las actividades científicas (cursos, visitas técnicas, etc.) de pre o pos evento, si hay o no exposición asociada y otros factores. Saber que cualquier ajuste del proyecto de presupuesto hay que hacerlo en los costos variables y por ello hay que hacer un buen diseño del mismo. El presupuesto final es el resultado del proceso de ajuste durante todo el tiempo de organización del evento y por eso hay que saber que se incluye como información en los primeros avisos públicos para mantener la libertad de hacer esos ajustes al programa final. .
- Toca al OPC una tercera acción en la cual no puede equivocarse y es determinar del monto de la cuota de inscripción para lo cual seguirá la tradición de los

eventos anteriores pero siempre aplicando la conocida fórmula

$$\text{CI} = \text{CF} + \text{CV} + \text{IMPREVISTO-PATROCINO DELEGADOS}$$

No puede aplicarse mecánicamente la fórmula sino utilizarla como una aproximación y una seguridad en lo que estamos haciendo ya que la cuota de inscripción o colegiatura, la determina la temática, la tracción, la práctica anterior. No puede ser muy baja y que dé la impresión de la poca valía del evento que estamos organizando, ni tan alta que aleje al potencial delegado. No puede olvidarse tampoco la temática, ya que un congreso para maestros la cuota puede representar muy alta por su nivel de ingresos, mientras que para un cirujano plástico pueda significar tan bajo coste que no valore nuestra oferta. El monto de la cuota de inscripción lo determina el OPC en consulta con el Comité Organizador.

- Como mecanismo de seguridad financiera y protección a los recursos del propio evento, el OPC cumple su cuarta responsabilidad que es establecer el nivel de Riesgo. El presupuesto de los eventos siempre contempla un nivel de riesgo que será mayor o menor en la medida que el análisis de la temática, mercados, estructura o segmentos de participantes, intereses de empresas comerciales y otros patrocinadores, nivel de las entidades que lo auspician, tipo de evento (Diseño propio o Sede captada), condiciones internacionales y otros, hayan sido debidamente estudiados sin prejuicio alguno y sin una valoración ideal y no científica del evento

El nivel de riesgo es la diferencia lógica que existe entre el punto de equilibrio previamente determinado y el margen no comprometido con el financiamiento del evento que se ha deducido del minucioso análisis realizado sobre los diferentes rubros establecidos en el presupuesto del evento y otros no relacionados pero que hay que contemplar.

- El otro aspecto importante, para el que se exige la experiencia y la capacidad del OPC, es en la determinación del Punto de Equilibrio, siendo ésta la quinta responsabilidad de gran importancia. Todo evento debe tener desde su fase inicial de proyección, un Plan económico-financiero-organizativo debidamente estructurado, por lo cual, al establecerse el **requisito inicial**, el OPC debe determinar el punto de equilibrio financiero, para determinar el nivel de riesgo. Hay que

³ CI Cuota Inscripción; CF Costo Fijo; CV Costo Variable;

garantizar que, en todo evento, los riesgos sean los menores posibles y los previstos, deben contar con fuentes alternativas seguras para protegernos e impedir que al final solo hayamos organizado una verdadera catástrofe financiera que tendrá que asumir la entidad que depositó su confianza en nosotros.

La fórmula utilizada para determinar el punto de equilibrio es la siguiente:

$$\frac{4PE=CF+CV+IMPREVISTO-PATROCINO}{CUOTA DE INSCRIPCIÓN}$$

Después de estos comentarios cabe preguntarnos, ¿es o no es necesario el OPC en la organización de un evento? ¿Puede ser un improvisado sin dominio técnico o solamente un verdadero profesional es capaz de hacer bien este trabajo de organización profesional, que hemos comparado con un ingeniero en la construcción de un puente seguro o de un cirujano cardiovascular para una operación quirúrgica exitosa? Bueno, responda Ud. la pregunta, según la interpretación que haya recibido de este modesto trabajo y sin olvidar el carácter único de esta modalidad.

3. CARÁCTER ÚNICO DE LA MODALIDAD MICE EN EL CONJUNTO DE LAS RESTANTES MODALIDADES TURÍSTICAS.

Veamos las siguientes diferencias de los Eventos con otras modalidades turísticas que se suman a las ya enunciadas y que cada OPC conoce:

- Es una modalidad turística que solo las entidades ajenas al turismo la pueden organizar, cuando sus temas no son del turismo y así serán los eventos médicos que solo las sociedades por cada especialidad son los que tienen el poder de convocatoria para organizar un congreso, etc. Esto sucede en todas las ramas de la ciencia, la tecnología, y todas las ramas de la actividad humana y por eso es tan necesario las alianzas.
- Es también la única modalidad que exige de este profesional calificado para poder organizarse (OPC). No puede haber un evento exitoso si este no cuenta desde sus inicios con el trabajo de un especialista competente, conocedor y con experiencia que domina todos los secretos de esta profesión y eso lo encontramos solamente en el Organizador Profesional de Congresos, el OPC

⁴ PE Punto Equilibrio, CF Costo Fijo; CV Costo Variable

- A diferencia de las campañas desarrolladas para promover el turismo convencional en cada destino turístico y en las cuales se esfuerzan por destacar las bondades del mismo desde el punto de vista de la naturaleza, el clima, los paisajes turísticos, la cultura y muchos otros atractivos, consolidar la imagen profesional de destino para el MICE o turismo de reuniones, es totalmente diferente. Solo cuando se logra consolidar una imagen de seriedad, de profesionalidad y de buenas prácticas profesionales, podemos hablar de un destino apreciado, al cual, sin preocupación, entrega sus eventos cualquier sociedad internacional confiada de que será exitoso. El resto de las bondades turísticas son solo complemento de nuestra oferta.
- Otra diferencia que caracteriza a los eventos, como una modalidad única en el turismo, está dado en los tiempos requeridos para lograr una promoción exitosa que se traducirá después en una buena comercialización. En la mayoría de los casos se requiere al menos tres años de antelación para dar a conocer la existencia del evento que nos proponemos comercializar y, desde ese momento, saber seleccionar los segmentos de mercados adecuados. En esto la competencia de un buen OPC es muy importante.
- Finalmente, es una modalidad que cuenta con diversos organismos internacionales y regionales de diversos tipos las que agrupan a todos los que trabajan esta actividad de eventos y de incentivos (Buró de Convenciones, OPC, Sociedades especializadas, etc.) y que genera, además, la organización de varias Ferias Internacionales donde se gestan los principales mecanismos de promoción y comercialización de la oferta y sobre todo, facilita el proceso de captación de la sede de muchos eventos internacional⁵.

Puntualizadas las principales diferencias que todo OPC domina, entonces ¿Cuáles son las principales ventajas de los Eventos? Veamos las que consideramos las más importantes entre todas ellas y que justifican con creces la presencia del OPC en la organización de cualquier evento.

⁵ Artículo publicado en Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas n° 11 titulado Requerimientos y acciones a desplegar para convertir un lugar en un destino de preferencia del turismo de eventos e incentivos. (MICE)

4. VENTAJAS QUE LOGRAREMOS SI CONTAMOS CON BUEN OPC⁶

1. Los eventos y los viajes de incentivo son generadores de los mayores ingresos per-cápita dentro del conjunto de la actividad turística. Es un gran negocio por el alto margen de rentabilidad que tienen al ser la única modalidad que para participar, los interesados tiene que abonar una cuota de registro o de inscripción como también se le denomina.
2. Nos permite acceder a nuevos e importantes segmentos del mercado que solo viajarán a nuestro destino turístico obligados o motivados por la temática del evento. Quizás y es lo más probable, no habían pensado nunca en visitarnos como turistas, pero como participante en dicho evento tuvo que venir. Por eso hay que darle tratamiento VIP para que se convierta en el principal promotor de nuestro destino turístico. Esa promoción cara a cara que hará el visitante a su regreso, vale más que cien anuncios publicitarios en la prensa o en la televisión.
3. Permite una adecuada diversificación de la oferta turística de cualquier destino, en particular en los meses en que otras modalidades como el sol y playa casi no cuentan con volúmenes importantes de turistas.
4. Propicia una explotación más lineal de las instalaciones turísticas y hoteleras. No hay que olvidar que, en general, la llamada temporada alta no coincide con los meses más demandados para la realización de eventos, lo cual queda demostrado en las estadísticas internacionales como la de ICCA.
5. Constituyen los eventos el principal complemento del turismo de ciudad y del turismo cultural urbano. La mayor parte de los Palacios de Congresos y los hoteles de convenciones se hacen en las ciudades y en menor medida en destinos de playa o rurales.
6. Induce nuevas inversiones y con ello nuevas fuentes de empleo. Es una modalidad en plena expansión que en los últimos años viene propiciando nuevas inversiones en Centros y Hoteles de Convenciones.
7. Contribuye a la elevación del nivel profesional y de los servicios, por ser una modalidad que los participantes son o se consideran VIP y como tal hay que tratarlos. Un delegado a un evento en su país de origen es uno mas de los cientos o miles de profesionales que existen en su

⁶ Conferencia del autor "Busquemos más allá del turismo, una definición más completa y actualizada sobre el turismo de congresos", publicado en EUMED.NET (SEJ 309)
<http://www.eumed.net/rev/turydes/16/turismo-congresos.html>

especialidad pero en el evento, se considera el representante de su país o de su comunidad profesional y exige se le trate con ese carácter. Esta atención permite la capacitación y la práctica necesaria de todo el personal en la cadena de servicios turísticos relacionados con dicho delegado lo que se traduce en mejores servicios de todo tipo

8. Es el mejor promotor de un destino turístico y que menos recursos demanda para esta función. Solo se requiere de una atención esmerada a los participantes para que a su regreso, en sus círculos de relaciones, promueva la imagen ideal de nuestro destino turístico y de los pobladores de nuestro entorno donde se realizó el evento. No hacerlo sería desaprovechar una magnífica oportunidad para lograr una promoción gratis o en el peor de los casos, provocar una promoción contraria que siempre deteriorará la imagen de destino con consecuencias destrozadas.
9. En el caso de Cuba, las profesiones que más eventos generan son las disciplinas en las cuales Cuba goza de un alto reconocimiento mundial como son las ciencias médicas, las nuevas tecnologías como la Biotecnologías, y otras de las ciencias.
10. En el caso de Cuba, también contamos con la infraestructura y el personal calificado que acumula una larga experiencia profesional reconocida. Esto siempre se requiere acreditarlo y que todos sepan que las normas internacionales que regulan las diferentes facetas del turismo de eventos se respetan, que se trabaja con buenas prácticas, que hay honestidad y profesionalidad y que la infraestructura disponible cuenta con el aval de la experiencia acumulada y la capacitación profesional de nuestros técnicos y especialistas. Esto es imprescindible para que se otorguen las sedes y que en años de trabajo lo hemos logrado.

5. CONCLUSIONES.

Sin duda alguna, es impensable organizar un evento sin la presencia y la participación activa de un especialista en este trabajo como es el OPC. Es una figura no solo necesaria, sino imprescindible para poder garantizar el éxito que todos esperamos de nuestro evento, ya sea financiero como por los resultados científicos, técnicos, culturales, deportivos, sociales u otros a obtener.

El OPC conoce las malas consecuencias de la improvisación en la organización profesional y la necesidad de

la planificación y la aplicación de controles rigurosos que se requiere en la organización de cualquier evento en las tres etapas por las cuales transitará desde sus inicios, es decir en la etapa del pre-evento, durante el evento y después del evento.

Si queremos que se reconozca nuestro destino como un destino profesional, si aspiramos a tener solo clientes satisfechos y éxitos en nuestro empeño, entonces tenemos que ser conscientes que eso solo se logra con el empleo de un buen OPC que asuma la organización del evento y apliquemos un sistema de alianzas donde cada parte responda como un todo. Ese es el secreto para alcanzar la Regla de Oro en la organización de cualquier evento, No debemos cometer errores y olvidarlo

La profesionalidad del OPC radica, en última instancia, en saber determinar en cada una de las etapas por la cual transcurre toda la organización de un evento, cuales son los servicios que se requieren y donde poder obtenerlos con la mayor calidad posible para que puedan satisfacer las exigencias que plantea su realización, dentro de la mejor opción económica que puede soportar el diseño previamente concebido. Por su parte el Comité Organizador evidencia su papel por el marco de coordinación y colaboración que sepa crear con su trabajo en sus relaciones con el OPC y con ello, consolidar las alianzas forjadas en el interés común de realizar un buen evento.

Para poder lograr su cometido profesional, el OPC deberá tener presente que tiene la obligación de supervisar cada uno de los eslabones de esa cadena de servicio y que en ningún momento podrá confiarse en que serán buenos porque así se lo aseguraron. El control y supervisión es una actitud profesional a la cual no puede renunciar y en ello debe auxiliar y asesorar adecuadamente al Comité Organizador.

Por otra parte, para poder identificar con exactitud la cantidad, calidad y tipos de servicios, se requiere que la relación del trabajo entre el OPC con el Comité Organizador y la red prestadora de cada uno de ellos, sea una práctica cotidiana lo cual es así, siempre que estemos frente a un verdadero profesional y de un Comité Organizador que funcione.

Como se ha podido apreciar, el OPC juega un papel que no se puede ignorar en la organización de cualquier evento y tomando en consideración que el OPC se define como el *“Profesional que con su experiencia presta sus servicios especializados parcial o totalmente en los procesos de gestión que demanda la organización y ejecución de un evento”*, éstos tendrán que dar una especial atención a un grupo de funciones entre las que no podrá olvidar las siguientes:

- a) Programación de la organización del evento, así como las fechas tentativas de las actividades preparatorias que tienen lugar hasta la terminación del evento.
- b) Estrategias para cumplimentar el plan de promoción y comercialización aprobado en el proyecto inicial.
- c) Atención a la Cadena de servicios: receptivos, hoteles, transporte, publicidad, locaciones para el programa científico y el programa social, servicios gastronómicos, servicios técnicos, impresión, interpretación, acreditación, etc.
- d) Garantizar la documentación del evento: Programa científico, resúmenes, credenciales, certificados, invitaciones, programa acompañantes, fotocopias, afiches, plegables etc.
- e) Contribuir a lograr un buen programa científico y de actividades sociales.
- f) Las firmas de contratos con Comités Organizadores y como representante de él, con los prestadores de los diferentes servicios necesarios.
- g) Actualización y adecuación del Proyecto según las modificaciones que se producen en esta etapa de organización del Evento

Y todas las restantes que se deriven del proceso organizativo-financiero del evento, según responsabilidades y tareas que le confiere el Comité Organizador y las que se derivan de las relaciones con las diversas empresas de servicios. Y ahora preguntamos ¿es o no imprescindible la necesidad del OPC en la organización de cualquier evento?

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

- ALARICO GÓMEZ, C. (1995): *Gerencia de Eventos*. Caracas, Editorial Panapo. 283 p.
- BENAVIDES MARTIATU, R.L. NODAL PÉREZ, R. OLIVERA Y OTROS: “Superación Profesional para la Gestión de Eventos” Conferencia en el XVI Congreso Latinoamericano de Organizadores Profesionales de Congresos y Afines (COCAL) Medellín, Colombia
- BIEDER M. (1983): *Como Organizar Congresos y Dirigir Seminarios y Conferencias*. Madrid, Ibérico Europea de Ediciones, 220 pp.
- BOLETÍN CHA (Asociación Hotelera del Caribe) (1998): (Encuesta Horwath) p. 11
- BUENDÍA J.M. (1996): *Organización de Reuniones, Convenciones, Congresos y Seminarios*. Ed. Trillas, México 1996, 240 pp

- NODAL PÉREZ, L. (1999): “Perfil Ideal del OPC” Ponencia presentada en el *V Seminario de Organizadores de Eventos*, AVOCA, Caracas Venezuela, Nov. 1999.
- OMT (1999): Boletín Ingresos según la OMT
- PÉREZ SOCARRAS A. (2000): “Eventos; una nueva Estructura Empresarial” *Apuntes 4*, Ediciones Bacón, Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo, La Habana, pp17-20, abril-junio 2000.
- RODRÍGUEZ MILLARES, E. (3ª Edición): *La industria del turismo de negocios. El negocio del milenio*. (3 ediciones) Editora Palcien
- RODRÍGUEZ MILLARES, E. (2015): “Requerimientos y acciones a desplegar para convertir un lugar en un destino de preferencia del turismo de eventos e incentivos. (MICE)”. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas n° 11*, pp. 4-18.
- RODRÍGUEZ MILLARES, E. *El turismo de eventos y de incentivos: historia, actualidad, tendencias y la experiencia de Cuba*. Libro de texto de carácter docente.
- RODRÍGUEZ MILLARES, E. (2014): Conferencia “Busquemos más allá del turismo, una definición más completa y actualizada sobre el turismo de congresos”, *TURyDES, Turismo y Desarrollo Local EUMED.NET (SEJ 309)* <http://www.eumed.net/rev/turydes/16/turismo-congresos.html>
- SATER, W. (1999): Conferencia Impartida en XVI Seminario de COCAL, Medellín Colombia p.12 (Ingresos según ICCA)
- SKIVA J. (1999): Conferencia Impartida en XVI Congreso de COCAL, Medellín, Colombia 1999.
- Diversos Periódicos CONEXO, Publicación especializada de turismo de eventos, España 2001, 2002.
- OPC- España. Boletines 2010. INTERNET
- Material del Dr. Luis Solano Fleta, Catedrático de Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid.

DATOS DEL AUTOR:

Creador del Grupo coordinador de Convenciones y Ferias en 1973 en Cuba, Fundador del Buró de Convenciones de Cuba en 1983 y su primer presidente (1983-1991 y en un segundo período de 1996-2003); Fundador de la Asociación Cubana de Organizadores de Eventos e Incentivos y Afines (ACOE) en 1987. y su primer presidente; Fundador y primer Presidente de la Organización de Buró de Convenciones de América Latina y el Caribe (**LatinCaribeBureau**); Presidente de la Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina (**COCAL**), de la cual fue durante

varios años miembro de la Comisión Directiva como Director y como Vicepresidente Primero; Miembro de Society of Incentive & Travel Executives (SITE) y del Capítulo de MPI de California; Participante y conferencista en innumerables congresos, seminarios y otros eventos nacionales e internacionales de la especialidad. .

Ha sido conferencista en unos 25 países de América Latina, el Caribe y Europa sobre temas culturales, Sociología, Derecho, José Martí y sobre todo, en Organización Profesional de Congresos. Cuenta con diversos reconocimientos nacionales y extranjeros, entre ellos el **Premio COCAL** 2005 por la labor profesional en el desarrollo del turismo de congresos y convenciones en América Latina.

Ha publicado numerosos trabajos sobre eventos en Boletines Técnicos del Buró de Convenciones y en Revistas extranjeras.

Publicación de un libro de Sociología del Tiempo Libre (jefe de un colectivo de autores) titulado “Tiempo Libre y Personalidad” Editora de Ciencias Sociales en 1982.

Publicación de un libro titulado: “La Industria del turismo de negocios, el Negocio del Milenio” 2000. Cuenta con dos ediciones, una de ella por la Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo como libro de texto.

Elaboró un libro de carácter docente para la facultad de turismo sobre este tema que está pendiente de edición.

Como diplomático fue Segundo Secretario de la Embajada de Cuba en Hungría y Consejero para Asuntos Científicotécnico de la Embajada de Cuba en Francia, Embajador en Rumania y Embajador-Cónsul General para el Norte de México.