



**B.P. SERVIMED, S.A. de C.V.**

BARRANCA DEL MUERTO 520  
COL. ALPES, MÉXICO, D.F.  
(52)(55)9171-9570  
info@servimed.com.mx



## **LA CONTRATACIÓN DE HOTELES**

**Dr. Jorge Bistení Bustani (MPI, IAPCO, AMPROFEC)**

El Organizador Profesional de Congresos no puede escapar a tener que negociar con los representantes de los hoteles para lograr espacios para el congreso que piensa organizar y para obtener las habitaciones necesarias a precios competitivos. La negociación es para mí, la parte más apasionante de esta actividad ya que implica el uso de todas nuestras habilidades para lograr las mejores condiciones posibles. Si hacemos una mala negociación, y no sólo me refiero al precio, es muy probable que el éxito financiero del congreso se vea comprometido.

Es justo mencionar que en general, el personal que trabaja en Hotelería es gente habituada al servicio, amable, y siempre dispuesta a ayudar, lo que hace más agradable siempre iniciar una negociación. Aprovecho este espacio para hacer público reconocimiento a mis amigos y amigas de los Hoteles de México con quienes siempre cuento para dar forma a las empresas que se me han encomendado.

Antes de empezar a negociar debemos tener una idea clara de nuestras necesidades. Si el hotel con el que vamos a negociar será además la sede oficial de las actividades académicas del congreso, es preciso que cuente con las áreas que requerimos para el buen desarrollo del mismo. Con frecuencia los vendedores nos quieren convencer de instalar exposiciones técnico-científicas en los jardines o áreas descubiertas del hotel. No existe error más grande que eso. Todas las actividades del congreso, a excepción quizá de algunos eventos sociales como cócteles de bienvenida deben llevarse a cabo en áreas cubiertas y preferentemente climatizadas que garanticen comodidad, seguridad y disponibilidad.

Cada vez es más común que nuestro cliente solicite una visita de inspección que el hotel siempre está dispuesto a facilitar. Este es un asunto delicado ya que a veces se presta a que el comité organizador lo utilice como viaje de vacaciones gratis, en ocasiones con su esposa y amistades. Lamentablemente ha ocurrido que el cliente nos engaña diciendo que quiere realizar el congreso en determinado destino cuando en realidad ya lo tiene decidido para algún otro sitio con el único fin de viajar gratis. Asuntos como este entorpecen desde luego nuestra negociación con los hoteles.

Una vez que hemos determinado que el hotel es adecuado para el desarrollo de nuestro evento podemos iniciar la negociación. Yo sugiero que proporcionemos a los vendedores una lista con todas nuestras peticiones y necesidades para que ellos elaboren una propuesta que será la base de la negociación. Entre más claros seamos con nuestras demandas, más fácil será para la contraparte hacernos una propuesta que incluya todas nuestras necesidades. Desde luego la propuesta del hotel siempre dejará "espacios" para hacer concesiones al final lo cual constituye parte de la sal y la pimienta de esta relación.

Que pedir y que no es cuestión de cada Organizador y por tanto no me detendré en ello, sin embargo creo que todo debe estar pactado claramente por escrito y en esto incluyo Garantías, número de habitaciones, cortesías, precios de salones, habitaciones, recesos de café, alimentos programados, equipos especiales y demás que el hotel proporcione. Las propinas a Bell Boys y Camaristas deben estar consideradas y desde luego las políticas de cancelación, anticipos, liquidaciones, etc deben ser sumamente claras.

Es muy importante que se establezca en el contrato la necesidad de contar con una cuenta maestra para el evento con las subcuentas que se deseen de tal forma que tanto hotel, cliente y organizador sepan con exactitud cuanto se adeuda o cuanto sobra en caso de haber adelantado dinero, para que las cuentas se salden al terminar el evento. Yo sugiero que la cuenta maestra se revise diariamente y se hagan los ajustes pertinentes sobre la marcha. En mi experiencia no encontré un patrón para el manejo de la cuenta maestra en ninguno de los hoteles con los que he trabajado. Algunos "Auditores de Grupos" lo hacían bien y otros no tan bien o muy mal por lo que desarrollé mi propio formato utilizando un programa de "Hoja de cálculo" mismo que aplico en todos los hoteles en donde manejo grupos y disminuyo notablemente las posibilidades de error. El uso de este sistema es parte integral del contrato que yo pido al Hotel que se firme.

Todos sabemos que el personal de los hoteles está sujeto a una gran rotación y por ello la importancia de que el contrato sea lo mas claro posible para que no de pie a interpretaciones de una u otra parte. La tarifa que se pacta en el contrato debe ser la misma que se dé a conocer a los congresistas. No es ético que el organizador infle los precios para su beneficio o el del Comité Organizador al darle parte de la diferencia entre el precio pagado por el cliente final y el precio pactado con el hotel. No es ético tampoco que el hotel se preste a este tipo de juegos cobrando mas al cliente para después entregar una sobrecomisión al OCC o al Comité Organizador. La comisión por así llamarle, aunque para mi se trata de un honorario, es un ingreso lícito para el OCC por el trabajo que desempeña al contratar el hotel, recibir las reservaciones de los clientes, confirmar las mismas, elaborar el rooming list, hacer la carta de instrucciones etc., y por consiguiente debe estar perfectamente bien clara en el contrato. La comisión no es algo de lo que debemos avergonzarnos. Es un pago a nuestro trabajo y por tanto no hay motivo para esconderla o para compartirla. Me ha ocurrido frecuentemente que el comité Organizador me cuestiona acerca de este punto e incluso han llegado a pedirme una participación de ella. Mi respuesta siempre ha sido un categórico NO, a menos que ellos hagan todo el trabajo de reservaciones y negociaciones lo cual desde luego, nunca ha ocurrido.

Recientemente han florecido en nuestro país los llamados hoteles “todo incluido”. Hace unos días tuve una interesante plática con dos excelentes representantes de uno de estos hoteles; mujeres con gran experiencia en el ramo hotelero que actualmente trabajan para un hotel todo incluido. Deseo aclarar que no tengo nada contra este sistema, sin embargo, no creo que sea adecuado para un congreso. Seguramente funciona muy bien en convenciones o grupos de incentivo sin embargo en congresos, por ser eventos de inscripción abierta y hospedaje libre nos enfrentamos a un primer gran problema cuando el evento se lleva a cabo en las instalaciones del hotel: Los congresistas que no están hospedados en dicho hotel no tienen acceso a alimentos, bebidas, recesos de café y en ocasiones simplemente no pueden acceder a las áreas de convenciones. Si el congresista desea tomar una bebida y no está hospedado en ese hotel no le será posible adquirirla ya que no existe el sistema de cajeros. La única forma de poder tener estos servicios es pagar una cuota por día con lo cual adquiere un brazalete que le da derecho a todos los servicios del hotel a excepción de la habitación

Personalmente siempre trato de buscar para el congresista la mayor libertad posible. Me gustan los sitios que les permiten salir a tener sus alimentos en restaurantes ajenos al hotel y sobretodo cuando entre dichos establecimientos existan diferentes opciones de precio y variedad de alimentos

Seguramente los hoteles “todo incluido” son una excelente solución para el turismo individual o familiar. Quizá funcione bien en una convención o en un viaje de incentivo pero en congresos definitivamente no.

Una vez que hemos contratado los hoteles o incluso centros de convenciones necesarios para nuestro evento debemos concentrarnos en la contratación de otros bienes y servicios que requeriremos para el congreso. Es conveniente mencionar que para ello requerimos del esquema del programa que el Comité Organizador debe entregarnos lo mas tempranamente posible ya que sin el, difícilmente podremos continuar con nuestra labor de planeación del evento. Los siguientes son los servicios a contratar necesarios para la mayor parte de los congresos:

- Transporte
- Audiovisual
- Traducción
- Diseño
- Imprenta
- Registro
- Edecanes
- Servicios de Seguridad
- Tours
- Banquetes
- Sistemas de comunicación telefónica o de Internet
- Mamparas para exposición comercial
- Señalización
- Promoción y difusión
- Agencia Aduanal
- Traslados Aeropuerto-hotel aeropuerto
- Elaboración de artículos necesarios como portafolios, portagafetes, etc

En mi siguiente entrega me referiré a algunos de ellos. El tema será “Determinación de necesidades y contratación de bienes y servicios para un congreso en relación al programa general del evento”