



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS

**XI FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE VENEZUELA (FitVen)
2016, ISLA DE MARGARITA DESDE LA PERSPECTIVA DE GESTIÓN
DE EVENTOS**

Trabajo de Grado Modalidad Curso Especial de Grado, presentado como
requisito parcial para optar al título de Licenciado en Hotelería

Br. Beaufond Carrillo, María Margarita del Carmen

C.I: 19.317.675

Br. Jaimes Guerrero, Geraldine Carolina

C.I: 24.437.091

Br. Villalobos Salazar, Adelina Alejandra

C.I: 25.101.031

Guatamare, octubre de 2017



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD CURSOS ESPECIALES DE GRADO**

TGLHCEG-22-2017

Núcleo: Nueva Esparta
Escuela: Hotelería y Turismo
Departamento: Servicios Turísticos
Período: I-2017

PERIODO	CÓDIGO	SEMINARIO	NOTA	PROFESOR
I-2017	203-5103	Ceremonial y Protocolo	9	Lcda. Eliant Medina
I-2017	203-5203	Organización de Eventos	9	Lcda. Cristina Marcano
I-2017	203-5303	Gestión de Marketing de Eventos	9	Lcda. Cruz Jiménez

Los profesores de los cursos especiales de grado del área de **GESTIÓN DE EVENTOS**, reunidos el día 19 de octubre de 2017, visto el rendimiento obtenido en los seminarios y aceptados los informes escritos y exposiciones respectivas, presentadas por (el) (la) bachiller: **GERALDINE CAROLINA JAIMES GUERRERO**, Cédula de identidad N° **24.437.091**, como requisito parcial para optar al título de LICENCIADO EN HOTELERÍA.

En concordancia con el Artículo 53 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se levanta la presente acta. Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto: APROBAR

NOMBRE DE LOS PROFESORES	CÉDULA	FIRMA
Lcda. Eliant Medina	9.671.497	
Lcda. Cristina Marcano	10.199.696	
Lcda. Cruz Jiménez	4.647.520	

Lcdo. Crisógono Romero
Coordinador Comisión de Trabajo de Grado

Firma y Sello





**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD CURSOS ESPECIALES DE GRADO**

TGLHCEG-27-2017

Núcleo: Nueva Esparta
Escuela: Hotelería y Turismo
Departamento: Servicios Turísticos
Período: I-2017

PERIODO	CÓDIGO	SEMINARIO	NOTA	PROFESOR
I-2017	203-5103	Ceremonial y Protocolo	99	Lcda. Eliant Medina
I-2017	203-5203	Organización de Eventos	99	Lcda. Cristina Marcano
I-2017	203-5303	Gestión de Marketing de Eventos	99	Lcda. Cruz Jiménez

Los profesores de los cursos especiales de grado del área de **GESTIÓN DE EVENTOS**, reunidos el día 19 de octubre de 2017, visto el rendimiento obtenido en los seminarios y aceptados los informes escritos y exposiciones respectivas, presentadas por (el) (la) bachiller: **ADELINA ALEJANDRA VILLALOBOS SALAZAR**, Cédula de identidad **N° 25.101.031**, como requisito parcial para optar al título de **LICENCIADO EN HOTELERÍA**.

En concordancia con el Artículo 53 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se levanta la presente acta. Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto: *APROBAR*

NOMBRE DE LOS PROFESORES	CÉDULA	FIRMA
Lcda. Eliant Medina	9.671.497	<i>[Firma]</i>
Lcda. Cristina Marcano	10.199.696	<i>[Firma]</i>
Lcda. Cruz Jiménez	4.647.520	<i>[Firma]</i>

Lcdo. Crisógono Romero
Coordinador Comisión de Trabajo de Grado

Firma y Sello





**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD CURSOS ESPECIALES DE GRADO**

TGLHCEG-28-2017

Núcleo: Nueva Esparta
Escuela: Hotelería y Turismo
Departamento: Servicios Turísticos
Período: I-2017

PERIODO	CÓDIGO	SEMINARIO	NOTA	PROFESOR
I-2017	203-5103	Ceremonial y Protocolo	9	Lcda. Eliant Medina
I-2017	203-5203	Organización de Eventos	9	Lcda. Cristina Marcano
I-2017	203-5303	Gestión de Marketing de Eventos	8	Lcda. Cruz Jiménez

Los profesores de los cursos especiales de grado del área de **GESTIÓN DE EVENTOS**, reunidos el día 19 de octubre de 2017, visto el rendimiento obtenido en los seminarios y aceptados los informes escritos y exposiciones respectivas, presentadas por (el) (la) bachiller: **MARÍA MARGARITA DEL CARMEN BEAUFOND CARRILLO**, Cédula de identidad **Nº 19.317.675**, como requisito parcial para optar al título de **LICENCIADO EN HOTELERÍA**.

En concordancia con el Artículo 53 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se levanta la presente acta. Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto: *APROBAR*

NOMBRE DE LOS PROFESORES	CÉDULA	FIRMA
Lcda. Eliant Medina	9.671.497	<i>[Firma]</i>
Lcda. Cristina Marcano	10.199.696	<i>[Firma]</i>
Lcda. Cruz Jiménez	4.647.520	<i>[Firma]</i>

Lcdo. Crisógono Romero
Coordinador Comisión de Trabajo de Grado

Firma y Sello



DEDICATORIA

A Dios, por guiarme a lo largo de este camino.

A mi mamá, a pesar de que hoy no estás conmigo físicamente, se lo importante que era para ti verme alcanzar esta meta. Te amo mami. Éste y todos mis éxitos serán para ti.

Beufond, María

DEDICATORIA

A Claudia Carolina, mi mamá. Por el empuje, la confianza y el amor.

A Henry Millán y Nelson León. Por el espaldarazo caluroso y familiar.
Personajes a n°1.

A mi casa de estudios y todo lo que representa: amor, amistad, aprendizaje, iluminación, hogar y familia, experiencias, transición, alegría, sabiduría e ilusión.

A mi adorada escuela de Hotelería y Turismo, porque la vida es más sencilla en tus pasillos y desafiante en tus salones.

A María Carolina, por ser mi primera amiga.

A Cesar y a Juan, por tanta alegría.

Estas lágrimas de alegría se las debo a ustedes, gracias por convivir a mi lado en La Casa Mas Alta.

Del pueblo vengo y hacia el pueblo voy.

Jaimes, Geraldine

DEDICATORIA

Primeramente dedico este trabajo a Dios todo poderoso por haberme puesto en este camino y lograr culminar esta carrera universitaria para así recibir mi título como licenciada en hotelería que tanto anhelé.

En segundo lugar se lo dedico a mis padres, especialmente a ti mamá que he visto la gran fortaleza y valentía que dios le ha dado, también porque has sido mi padre, amiga, enfermera, consejera, maestra, entre otras... como ella nadie.

A mi hermana mayor Ivanna Salazar por ser mi apoyo incondicional y siempre estar allí cuando más la necesite.

A mi mejor amigo Gerardo Marcano por su admiración, cariño, amistad por muchos años y más en estos años de carrera universitaria siempre creíste en mí, en esta meta y por eso te la dedico, hoy no estás físicamente ni podrás leer estas hermosas palabras pero sé que desde el cielo estas orgulloso de haber alcanzado mi meta que también hoy es tuya.

A mí por no rendirme, por tanta paciencia y siempre salir adelante a pesar de todo.

Villalobos, Adelina

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por permitirme alcanzar esta meta.

A mi papa, por ser mi apoyo incondicional a lo largo de mi carrera,.

A mis hermanas, María Celeste, Isabel Alejandra, Mónica Coromoto y Sonia del Valle por impulsarme a lograr esta meta.

A mis segundas madres, Luisa y Catalina por su apoyo, por siempre creer en mí.

A mis primas, Gabriela, Rosangela y Mariemilia por su apoyo.

A mi amiga Fátima Salazar, gracias por confiar y creer en mí, por siempre motivarme e impulsarme a lograr cada uno de mis objetivos.

A mis compañeras de tesis Geraldine Jaimes y Adelina Villalobos, gracias por compartir todo este proceso conmigo.

A las profesoras Cruz Jiménez, Eliant Medina y Cristina Marcano por brindarnos sus conocimientos y ayuda en la realización de nuestro trabajo.

Por último, a mi casa de estudio y profesores en general, por brindarme a lo largo de la carrera los conocimientos necesarios para formarme como una profesional.

Beaufond, María

AGRADECIMIENTOS

A Fátima Salazar, en mayúscula y en negrita.

A Gabriel Hernández, por tu amistad, tu apoyo y tu energía.

A María Margarita Beaufond, por tu energía y paz.

A Fabio, Milagros, Yzulmary, Guzmán, Luis Castro y José Enrique.

A Indira. Gracias Indira.

A José Zabala. Gracias Zabala.

A Cruz Jiménez, gracias mi Cuchita.

A Cristina Heuer, por su ayuda y disposición en el desarrollo del presente trabajo.

Jaimes, Geraldine

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias a ellos por apoyarme en cada decisión, proyecto, y creer en mí, a ustedes también por permitirme cumplir con excelencia el desarrollo de esta tesis.

Gracias a la vida porque cada día me demuestra lo hermosa que es y lo justa que puede llegar a ser.

Gracias papá Dios por permitirme vivir y disfrutar cada día en este largo viaje.

No ha sido sencillo el camino hasta ahora pero gracias a sus aportes, amor, a su inmensa bondad y apoyo, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos, y hoy se hace realidad... gracias!!!

Gracias padres a ti papá por siempre ayudarme a pesar de tu distancia. A ti mamá por siempre estar allí a mi lado apoyándome en este viaje que ha sido uno de los mejores de mi vida, gracias por tu mayor motivación, consejos, amor, y honestidad.

A mis hermanos, en especial a mi hermana mayor por su honestidad y apoyo cuando siempre lo necesite, por ser mi esfuerzo y ejemplo a seguir a ti hermana gracias.

A mis demás familiares abuela, tías, primos, sobrinos...

A mi querido mejor amigo Gerardo Marcano por tantos consejos y creer en mi hasta casi el final, hoy no estás ni celebraras conmigo pero desde el

cielo me ves y estas orgulloso de todo este triunfo que forma parte de ti también.

A mis compañeras de tesis Geraldine Jaimes y María Beaufond por aceptarme en esta aventura que con voluntad, paciencia y entrega hemos logrado, les irá bien y serán buenas profesionales no solo por sus conocimientos universitarios sino también porque son buenos seres humanos llenas de paciencia y dedicación.

A la amiga que la vida me ha regalado Yubirahy Ayala que a pesar del poco tiempo hemos compartido y disfrutado en este camino universitario, a ti por tu apoyo, confianza y decirme sigue que si puedes lo lograras, por abrirme las puertas de tu casa y ayudarme gracias por tu amistad.

Gracias a la casa de estudio que me abrió sus puertas, gracias por haberme permitido formarme en ella, a todas las personas que forman y concurrieron participe de este proceso, ya sea de forma directa e indirecta gracias a todo ustedes, fueron los responsables de realizar su pequeño aporte que el día de hoy se vería reflejado en la culminación de mi gran paso por esta universidad, la casa más alta.

A mis profesores en especial Guzmán León, Yzulmary Marval, Indira Centorame, Fabio Fariñas y Javier Luna por todos los conocimientos que adquirí y aportaron a mi vida.

A mis profesoras y tutoras de este trabajo Cruz Jiménez, Eliant Medina, y Cristina Marcano gracias por su dedicación, ayuda, sabios consejos y preparaciones que ayudaron en esta etapa.

A mis compañeros de clase con los que compartí día a día, en especial a Fátima Salazar por su disposición y ayuda en la realización de este trabajo.

Al instituto nacional de turismo (INATUR), por aportar información para llevar a cabo este trabajo.

A mí por mi dedicación, esfuerzo, paciencia, empeño, constancia, responsabilidad, compromiso, firmeza, motivación y nunca desistir en estos años de vida universitaria.

Villalobos, Adelina

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	II
DEDICATORIA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTOS	V
AGRADECIMIENTOS	VI
AGRADECIMIENTOS	VII
ÍNDICE GENERAL	X
ÍNDICE DE FIGURAS	XIII
ÍNDICE DE TABLAS	XVII
RESUMEN	XVIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES	4
1. Definición de feria	4
1.1. Origen de feria	5
1.2 Historia del FitVen	7
□ Origen del FitVen	7
1.3 Elementos relacionados al FitVen	9
□ Turismo	9
□ Hotelería	9

□ Gastronomía	10
□ Países	11
□ Negocio	11
□ Tecnología	12
□ Destinos turísticos	12
□ Accesibilidad turística	14

CAPITULO II XI FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO EN VENEZUELA (FITVEN) 2016, ISLA DE MARGARITA **15**

2. Feria Internacional **15**

2.1 Clasificación de feria internacional **16**

2.2 FitVen 2016 **17**

2.2 Organización de FitVen 2016 **17**

- Misión 18
- Visión 18

2.3 Etapas de la Feria **19**

2.3.1 Pre-Feria 19

□ **Herramientas del marketing implementadas en la pre-feria FitVen 2016** **36**

- Imagen corporativa 37
- Publicaciones en prensa 43
- Internet 47

2.3.2 Feria **57**

- Inauguración 58
- Cronograma de Actividades de la 11ª edición de FITVEN 2016 59
- Pabellones 62
- Rueda de negocios 72
- Simposios 74

□ **Criterios y Elementos Ceremoniales presentes en la Feria Internacional de Turismo de Venezuela 2016** **81**

- Elementos Protocolares 81

□ **Herramientas del marketing implementadas en la feria FitVen 2016** **89**

□ Marketing directo	90
□ Relaciones Públicas	94
2.3.3 Post Feria	97
CAPITULO III CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	110
REFERENCIAS	112

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Feria anual después de las festividades de la Semana Santa	6
Figura 2. Destino turístico Salto el Ángel	13
Figura 3. Organigrama del comité organizador del FITVEN 2016	28
Figura 4. Comunicación oficial enviada al gobernador del estado coanfitrión del FitVen 2016 Jorge Luis García Carneiro	29
Figura 5. Invitación oficial enviada al Estado Vargas	30
Figura 6. Invitación oficial enviada al Estado Vargas	31
Figura 7. Invitación oficial enviada al Estado Vargas	32
Figura 8. Invitación oficial enviada al Ministro Del Poder Popular Para La Energía Eléctrica Luis Alfredo Motta Domínguez	33
Figura 9. Invitación oficial enviada al Ministro Del Poder Popular Para La Energía Eléctrica Luis Alfredo Motta Domínguez	34
Figura 10. Manual de los ponentes del Simposio	35
Figura 11. Imagen corporativa oficial de la feria internacional de turismo	
Figura 12. Página oficial de la Fitven 2016	39
Figura 13. Instagram Oficial del FITVEN 2016	39
Figura 14. Twitter Oficial del FITVEN 2016	40
Figura 15. Facebook Oficial del FITVEN 2016	40
Figura 16. Pinterest Oficial del FITVEN 2016	41
Figura 17. Twitter Oficial de la ministra del poder popular para el turismo	
Figura 18: Información para los medios de comunicación	42
Figura 19: Información para los medios de comunicación	43
Figura 20. Publicación en prensa online relacionada al FitVen 2016	44
Nota: Ministerio del poder popular para la comunicación e informática (2016)	
Figura 21. Publicación en prensa sobre la sede del FitVen (2016)	45
Figura 22. Publicación en prensa sobre las fechas del FitVen (2016)	45
Nota: Venezolana de televisión (2016)	45
Figura 23. Publicación en prensa sobre el objetivo del FitVen (2016)	46

Figura 24. Publicación en prensa sobre los avances de los 15 motores productivos durante el desarrollo del FitVen (2016)	46
Figura 25. Publicación en prensa sobre la presencia internacional del FitVen	47
Figura 26. Accesibilidad a la información de la Feria Internacional De Turismo de Venezuela 2016 mediante el buscador de google	48
Figura 27. Accesibilidad a la información de la Feria Internacional De Turismo de Venezuela 2016 mediante el buscador de Yahoo	48
Figura 28. Publicación referida a la candidatura de la Isla de Margarita para ser sede de la fitven 2016	49
Figura 29. Publicación referida a la participación del Estado Zulia en la FitVen 2016	49
Figura 30. Publicación referida a la participación de los cuerpos de seguridad nacional y estatal en la FitVen 2016	50
Figura 31. Publicación referida a las novedades que traerá la FitVen 2016	50
Figura 32. Publicidad realizada por arrenda cars al FitVen 2016	51
Figura 33. Propuestas de uniformes para autoridades del FitVen 2016	54
Figura 34. Propuestas de uniformes para la región central y occidental para el FitVen 2016	54
Figura 35. Propuestas de uniformes para la región Orinoquia y de los andes para el FitVen 2016	55
Figura 36. Propuestas de uniformes para la región Oriental y de los Llanos para el FitVen 2016	55
Figura 37. Propuestas de uniformes para el personal de mantenimiento, seguridad y protocolo para el FitVen 2016	56
Figura 38. Modelo de acreditaciones utilizadas en el FitVen 2016	57
Figura 39. Apertura del FitVen 2016	59
Figura 47. Croquis del Pabellón Nacional	63
Figura 48. Distribución del espacio para el montaje de stands	64
Figura 49. Croquis del Pabellón Internacional	65
Figura 50. Croquis del pabellón gastronómico	67

Figura 51. Presentación de los cocineritos a la prensa nacional e internacional	69
Figura 52. Ubicación de puntos gastronómicos	70
Figura 53. Participación de cocineritos durante el FitVen 2016	70
Figura 54. Participación de cocineros y chefs en el FitVen 2016	71
Figura 55. Catas de licores en el FitVen 2016	71
Figura 56. Salón Bicentenario del hotel Venetur Margarita	73
Figura 57. Croquis del salón utilizado para las ruedas de negocios.	73
Figura 58. Cronograma del simposio “administración de la accesibilidad turística en Venezuela”	76
Figura 59. Cronograma del simposio “ Impulso de las nuevas tendencias y modalidades del turismo mundial”	77
Figura 60. Simposio “Impulso de las nuevas tendencias y modalidades del turismo mundial”	78
Figura 61. Kit de la caminata 5k realizada durante el FitVen 2016	79
Figura 62. Invitación a la carrera 10k y a la caminata 5k	79
Figura 63. Invitación al concierto de Parranderos de la paz en el FitVen	79
Figura 64. Croquis del área de conciertos	80
Figura 65. Centro de convenciones Hugo Chávez Frías	82
Figura 66. Centro de convenciones Hugo Chávez Frías	82
Figura 67. Vestimenta del personal de protocolo	84
Figura 68. Señalización utilizada para los distintos espacios que conforman el FitVen 2016	85
Figura 69. Criterios protocolares durante la inauguración del FitVen 2016	86
Figura 70. Presencia de gobernadores, diputados e invitados especiales	87
Figura 71. Ubicación de las banderas en ruedas de prensa	88
Figura 72. Ubicación de la bandera del país coanfitrión y de los países invitados	88
Figura 73. Vallas publicitarias relacionadas al FitVen 2016	89
Figura 74. Folleto del FitVen 2016 emitido por MINTUR	90

Figura 75. Etiqueta oficial del FitVen 2016	91
Figura 76. Interacción con los asistentes al evento mediante la etiqueta #fitven2016	91
Figura 77. Interacción con empresas participantes en el Fitven 2016 mediante la etiqueta oficial	92
Figura 78. Publicación sobre el stand de Carirubana en FitVen 2016	92
Figura 79. Publicación sobre el stand del Estado Aragua	93
Figura 80. Publicación sobre el cierre de FitVen 2016	93
Figura 81. Herramientas de marketing del FitVen 2016	94
Figura 82. Aliados comerciales del FitVen (hotel WYNDHAM y VTELCA)	95
Figura 83. Aliados comerciales del FitVen (DELAGRO y Los Andes)	95
Figura 84. Participación de CORPOTUR en el Fitven 2016	96
Figura 85. Aliados comerciales del FitVen (Aeropostal y Conviasa)	96
Figura 86. Acto de clausura del FitVen 2016	101
Figura 87. Acto de clausura del FitVen 2016	101
Figura 88. Orden protocolar del cierre de FitVen 2016	102
Figura 89: Coordinador General de FitVen 2016, Hugo Martínez	103
Figura 90. Estadística relacionada al número de visitantes del complejo ferial	103
Figura 91. Estadística relacionada al número de empresas registradas en el FitVen 2016	104
Figura 92. Tipos de visitante del FitVen 2016	105
Figura 93. Motivo de visita al fitven 2016	105
Figura 94. Exposición de resultados estadísticos	107
Figura 94. Nota de prensa realizada por MINTUR sobre el FitVen 2016	108
Figura 95. Nota de prensa realizada por MINTUR sobre el cierre del FitVen2016	108
Figura 96. Nota de prensa sobre el cierre del FitVen 2016	109
Figura 97. Nota de prensa sobre el logro de negocios en el FitVen 2016	109

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Costo por metros cuadrados de los stands del Pabellón Nacional	64
Tabla 2. Costo por metros cuadrados de los stands del Pabellón Internacional.	66
Tabla 3. Línea discursiva de la ministra Marleny Contreras para el cierre de FitVen 2016.	98
Tabla 4. Cronograma del acto de clausura en el FITVEN 2016	99
Tabla 5. Orden protocolar de la rueda de prensa	119
Tabla 6. Total de personas asistentes al recinto ferial	1043
Tabla 7. Monto total de intenciones de negocios en bolívares y dólares	125

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general desarrollar desde la perspectiva de la Gestión de Eventos, Gestión de Marketing de eventos, Ceremonial y Protocolo, la Feria Internacional de Turismo de Venezuela en su 11ª edición. La siguiente investigación se considera del tipo documental, de carácter descriptivo y monográfico. En este se estudia el proceso de planificación durante las etapas de pre-feria, feria y post-feria. Para la recolección de datos se empleó la revisión bibliográfica, libros electrónicos, páginas web y archivos en pdf que fueron proporcionados por el comité organizativo oficial del FitVen 2016, con la finalidad de recopilar la información precisa para el desarrollo de la investigación mediante la aplicación de conocimientos teóricos en combinación con la información recolectada. Como conclusión se extrae que en esta 11ª Edición de FitVen, se tomó como meta dar a conocer a Venezuela como marca país, promover el turismo nacional e internacional, la captación de divisas provenientes del sector turismo y la generación de empleos.

PALABRAS CLAVE: GESTIÓN DE EVENTOS, FERIA, TURISMO NACIONAL, TURISMO INTERNACIONAL, PROTOCOLO Y MARKETING.

INTRODUCCIÓN

Grandes organizaciones como Hosteltur y revistas especializadas como Diario Critico afirman que desde hace varios años el turismo se ha convertido en una de las principales fuentes de ingreso más importantes para la economía de países como; Francia, España y los Estados Unidos, es por ello que la presente investigación se centra en una de las principales ferias turística del mundo.

Las ferias internacionales de turismo son una forma de mostrarle al mundo las riquezas culturales, naturales y económicas de diferentes regiones para animar al público a descubrir nuevos horizontes. Una feria es un evento que puede ser de carácter social, económico y cultural, la cual puede combinar estos tres aspectos. Las ferias generalmente se celebran para abarcar un tema o propósito en común, y tienen como objetivo la promoción de la cultura y economía, ideas innovadoras, recreación y alguna causa o estilo de vida en especial. Como es el caso de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), es el evento que se celebra anualmente en el Institución Ferial de Madrid (IFEMA), en la ciudad de Madrid, España. Tiene lugar durante cinco días en los meses de enero y febrero.

Debido al impacto que estas ocasionan en el ámbito turístico, la República Bolivariana de Venezuela, a partir del año 2005 decide celebrar la Feria Internacional de Turismo Caracas (FITCAR) que va evolucionando con el tiempo hasta convertirse en la Feria Internacional de Turismo Venezuela (FitVen). Debido a que el país se ha categorizado siempre como la nación multideestino por excelencia, abarcando desde nieve hasta desierto, era inevitable que en el país se planificara y creara una feria para mostrar y enaltecer la riqueza natural y cultural. La cual es una plataforma de promoción que facilita el intercambio de experiencias entre operadores

turísticos nacionales e internacionales. Al mismo tiempo, que muestra el potencial y desarrollo del sector; promocionando la riqueza natural, cultural e histórica de un país multidesino.

La presente investigación se considera de tipo documental, se utilizó como técnica principal la revisión documental del material e información provista directamente por parte del comité organizativo del FitVen 2016, con un nivel de investigación descriptivo, el cual se refiere y expone: Balestrini (2007), argumenta que los estudios descriptivos, infieren la descripción con mayor precisión que el estudio exploratorio, acerca de las singularidades de una realidad estudiada, podrá estar referida a una comunidad, una organización, un hecho delictivo, las características de un tipo de gestión, conducta de un individuo o grupales, comunidad, de un grupo religioso, electoral, entre otros.

El tipo de investigación es descriptivo, la investigación tuvo como objeto de estudio conocer el proceso de gestión de marketing de evento, organización de eventos y ceremonial y protocolo de La Feria Internacional de Turismo Venezuela 2016. La investigación está conformada por tres capítulos, cuyo contenido se muestra a continuación.

Capítulo I. Aspectos generales, abarca todo lo concerniente a definición y origen de feria, origen e historia del FitVen.

Capítulo II. En éste capítulo se aborda la etapa de planificación, cuáles son los comités que forman parte de la feria, se describe el desarrollo de la misma y todo lo que implica la post-feria.

Capítulo III. Con esta investigación de estructura monográfica se le da sistematización a documentos que se encontraban dispersos, sirviendo como

antecedentes para investigaciones futuras que traten eventos de esta índole, así como también a organizadores de eventos y por último conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES

1. Definición de feria

Pérez y Merino (2010), definen que una feria es un evento económico, social o cultural que puede estar establecido o ser temporal, y que puede tener lugar en sede fija o desarrollarse de forma ambulante. Las ferias suelen estar dedicadas a un tema específico o tener un propósito común. Una feria puede ser un mercado que se monta en un espacio público en ciertos días señalados. Su origen se remonta a la Edad Media, cuando los mercaderes se reunían a las puertas de las murallas de una ciudad para comerciar sus productos durante varios días. Estas ferias se organizaban en coincidencia con la fiesta local, bajo la advocación de un santo patrón. Párr. 2

Pérez y Merino (2010), expresan que las ferias también son instalaciones donde se exponen productos de un único sector comercial o industrial para su promoción y venta. Es posible, por lo tanto, hablar de feria del libro, feria de calzado u otro tipo de feria. Dentro del conjunto de eventos que tienen la denominación de feria y que se convierten en un referente a nivel mundial destacaríamos FITUR, es decir, la Feria Internacional del Turismo que se celebra anualmente en Madrid (España). En ella participan multitud de países con el claro objetivo de dar a conocer sus valores y bondades como destino ideal para disfrutar de unas vacaciones. Párr. 3

Muñiz (2017), argumentan que:

Las ferias son mercados vivos de operaciones comerciales. En ellas se encuentra concentrada «en vivo y en directo» la mejor fuente de información del sector, y son además el mayor centro neurálgico para poder intercambiar opiniones y tendencias. Por ello son herramientas que han de usarse de una forma óptima y rentable con el objetivo de fomentar el desarrollo de una empresa. En los últimos años han surgido numerosas ferias de carácter nacional y local. Ante tan prolífica oferta, la elección de a cuál acudir debe ser reflexiva y esmerada.
P.21

1.1. Origen de feria

Desde el punto de vista etimológico, la palabra feria procede del latín (feria, feriae; pero se utilizaba principalmente en plural: feriae, feriarum).

Pérez y Merino (2010), objetan que:

Los romanos la utilizaban para designar los “días festivos” o “días de vacaciones” refiriéndose al cese en esos días de toda actividad civil para dedicarla al culto religioso y a los festejos que lo acompañaban (UFI). El alemán también asumió en su léxico esta vinculación de las ferias a las fiestas religiosas, dado que además de Markt o Jahrmarkt (mercado anual), la feria también se denomina Messe, que proviene del latín missa. De hecho, para concluir el servicio religioso se pronunciaban las palabras “ite, Missaest” y se iniciaba de esta manera la apertura del mercado. Independientemente de la religión, los mercaderes intercambiaban mercancías a la salida de los templos, aprovechando la aglomeración, el ambiente festivo y la euforia religiosa, lo que incrementaba el ánimo de gasto. Al ir tan unidas estas dos acciones, se desarrolló en latín el verbo feriarum, que significaba comprar y vender en la feria. Párr. 2

En los primeros tiempos del cristianismo, se entendió que era impropio nombrar los días de la semana con los nombres paganos de los dioses-astros, aunque se mantuvo el sábado y el domingo, pero éste también se llamó Feria Prima, es decir, la primera fiesta litúrgica dedicada al culto. Los demás días pasaron a denominarse feria secunda, tertia, quarta... uso que se ha conservado en la lengua portuguesa (Origen de las palabras). Hay muchos autores que han establecido definiciones sobre el concepto de feria; a continuación se recogen algunas de ellas con el fin de conocer los aspectos principales que engloba este término. (Figura 1)



Figura 1. Feria anual después de las festividades de la Semana Santa
Nota: Urbanity y Sevilla21 (1947)

1.2 Historia del FitVen

– Origen del FitVen

El nacimiento de esta vitrina turística acontece en el año 2005, se denominó Feria Internacional de Turismo de Caracas (FITCAR). El éxito condujo a repetir la misma historia al año siguiente (2006), en los predios de la Base Aérea Generalísimo Francisco de Miranda, La Carlota. Ambos eventos contaron con la participación de destacados deportistas, artistas y músicos que han triunfado a nivel internacional.

FITCAR, se posicionó durante estos dos años y sirvió de antesala a la Feria Internacional de Turismo de Venezuela (FitVen). En el 2008, la Feria se convierte en un evento itinerante que inicia el recorrido por varios estados del país, promoviendo así las bondades de cada una de las entidades. La ciudad de Puerto Ordaz, en el estado Bolívar, se mostró ante los miles de visitantes que recorrieron una ciudad colonial que se levantó en los espacios del Complejo Ferial Eco museo del Caroní.

Estos inicios, promovieron el intercambio de culturas entre países hermanos, operadores internacionales y organismos que por año han venido profundizando el desarrollo de la actividad turística. Representantes de la Organización Mundial del Turismo, han reconocido el interés del Gobierno Nacional, en posicionar a Venezuela como multidesestino, fuera de las fronteras.

Es así, como desde el Ministerio del Poder Popular para el Turismo se fortificó un equipo humano de profesionales y comprometidos para producir el evento más importante de la industria turística en Venezuela. El Sistema Teleférico Warairarepano, fue otro de los escenarios que en 2010, abrió sus puertas. “Un destino, mil caminos”, engalanó los espacios del complejo. Medios

internacionales se dieron cita en esta fiesta y viajaron y reflejaron la belleza de esta nación.

En el 2010, año del Ciclo Bicentenario, el emblemático Paseo Los Próceres se sumó a esta festividad enarbolando la bandera de FitVen. Aquí quedó instaurada la Primera Feria Internacional de Turismo del Alba (Fit-Alba), como muestra de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (Alba).

El Estado Nueva Esparta también se vistió de gala para recibir a FitVen, en el año 2011. Las instalaciones del hotel Venetur Margarita, recibió a Colombia como país invitado. El colorido que emana de esta nación, su rítmica música cautivaron a los visitantes. El lugar fue propicio para fortalecer acuerdos turísticos entre ambas naciones.

Nuevamente la Red Venezolana de Turismo (Venetur), pone a su disposición sus excelentes servicios. El Hotel Alba Caracas, ubicado en la capital de Venezuela, es noticia al acoger la Feria Internacional de Turismo. En el 2012, el evento se centró en posicionar al país como potencia turística.

Se retoma el recorrido por algunas entidades, y esta vez le tocó al estado Mérida. En el Complejo Ferial Cinco Águilas Blancas, de la ciudad merideña, se inaugura Fitven 2013. Esta edición enalteció el turismo de montaña y la construcción del nuevo modelo socio productivo.

Al año siguiente, la producción de FitVen viajó hasta el estado llanero Barinas. En la Ciudad Deportiva Gran Mariscal Antonio José de Sucre, se adaptaron los espacios para promover la idiosincrasia de Venezuela. En esta ocasión FitVen 2014 se impregnó con una visión eco turístico.

La Primogénita del Continente, Cumaná, fue la escogida en el año 2015. El evento se sumó a la celebración de los 500 años de la fundación de la primera ciudad del Continente Americano. “Más allá de sol y playa: Sucre, una experiencia

inolvidable, eco – termal – histórica”, fue el concepto que vibró durante la 10a edición.

1.3 Elementos relacionados al FitVen

– Turismo

Según la Sociedad de Naciones Unidas (1937), bajo un criterio estadístico definen de la siguiente manera el turismo “es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto, dicho desplazamiento y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”. Asimismo, la Academia Internacional de Turismo en Mónaco (1955), de acuerdo a su etimología viene del vocablo inglés tour que deriva del francés y significa viaje o excursión circular que a su vez proviene del latín tornare. Sus raíces son “tour y turn” ambos derivados del latín tornus (torno) como sustantivo y tornare (redondear, tornear, en latín vulgar girar).

El turismo es el tema principal a tratar en esta feria, relacionándose y englobando diferentes elementos enfocándose directamente en el turismo como industria que cuenta con el poder de restaurar la economía de un país y posicionarlo como un destino atractivo y confiable.

– Hotelería

Jordá (2011) Como definición podemos aceptar esta, conjunto de servicios prestados por empresas y establecimientos que de forma habitual se dedican a dar cobijo, alimentación y bebidas, contra un precio previamente acordado, y que estará acorde a la calidad de los servicios, situación e instalaciones que estén publicadas, y que el cliente pueda hacer uso de ellas, según las normas, también publicadas o correctamente visiblemente anunciadas, selladas por los organismos oficiales, competentes, dentro de un determinado periodo de tiempo. P. 584

La hotelería como una rama del turismo, que brinda el servicio de alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje.

La hotelería es un elemento esencial a tratar en los tópicos principales de la feria, ya que se trata de la base primordial de la hospitalidad, que viene siendo la clave del turismo, y por ende un pieza que debe ser mostrada a lo largo de la feria para, de esa forma, dar a conocer todos los servicios de hospedaje que existen en un país.

– **Gastronomía**

Jordá (2011), expresa que la palabra gastronomía fue la primera en ser aceptada por la academia de las letras francesas a principios del siglo XIX, y de ahí al resto del mundo, es decir, significa ni más ni menos que “El arte del bien comer y el bien beber”. También, aunque no tan habitual, se la conoce como gastrología, o sea al conjunto de actividades y conocimientos relacionados con la gaster sin “n” que significa vientre, y nomos que significa ley o norma. P.516

Gastronomía es la conjunción del arte culinario con variables culturales que hacen a cada sociedad o comunidad. Es por esto que la gastronomía no es simplemente un conjunto de técnicas o métodos de cocción sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea, del cual obtienen sus recursos alimenticios, el modo en que los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales o culturales que tienen que ver con la consumición de las preparaciones culinarias.

La gastronomía es otro de los elementos que forman parte fundamental de la cultura de una nación, es por eso que debe mostrarse y enaltecerse, para que por medio de sus sabores, los posibles visitantes tengan una idea de la diversidad de nuestro país.

– **Países**

Pérez y Merino (2008), definen país como “una determinada área geográfica y una entidad políticamente independiente, que cuenta con su propio gobierno, administración, leyes, fuerzas de seguridad y, por supuesto, población”. Párr.3

La integración de países es una de las características principales de una Feria Internacional de Turismo, ya que mediante convenios y tratados se comercializan en el evento, las virtudes, los servicios y los atractivos de las diferentes naciones que participan, y de esta forma, alentar a los ciudadanos a visitar y descubrir las bondades de los países que allí se dan a conocer.

– **Negocio**

Pérez y Gardey (2009), puntualizan que un negocio “es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, a su vez, a los vendedores”. En la modernidad, la administración de dichas funciones productivas está a cargo de empresarios y propietarios individuales, quienes a su vez se encargan de organizar y dirigir las industrias, buscando obtener un beneficio económico. Párr. 2

– **Tecnología**

En la mentalidad popular, el término tecnología es sinónimo de máquina, cosas modernas o novedosas, inventos y, en general, de toda la gama de productos tangibles que rodean al ser humano. Otras definiciones entienden la tecnología como la aplicación de los conocimientos científicos (y de otro tipo) organizados entorno a tareas prácticas, es decir, enuncian la tecnología como una aplicación de la ciencia.

La tecnología es el recurso por excelencia que se utiliza para difundir la información que se quiere transmitir al público. Gracias a la tecnología, se pueden realizar rastreos y filtros que nos permiten identificar el perfil de las personas a las que se quiere atrapar y determinar el material adecuado que se debe mostrar en las distintas etapas del evento, desde el momento de la planificación, durante y después de este.

– **Destinos turísticos**

Antón (1998), define el destino como:

El ámbito donde ocurre la mayoría de las actividades de producción y consumo turístico y tiene lugar gran parte de los efectos ambientales, sociales, económicos y culturales del turismo; no solo ha carecido de la debida atención que merece, sino también ha sido abordado indistintamente como sinónimo de producto o como el lugar donde se asienta el turismo. P.76

Todo ello motiva que aún hoy no cuente con una adecuada definición. Los destinos conforman realmente un sistema en el espacio, donde se entrecruzan otros dos sistemas más amplios: el turístico y el geográfico, y como tal actúa entre ambos. Por lo cual debe ser interpretado, planificado y gestionado, atendiendo tanto a sus elementos individuales (propios) como también a las interacciones que

entre esos y otros elementos (incorporados) se producen. Algunos autores, al considerar que la razón última del turismo son los servicios que se brindan en un espacio dado (alojamiento, restauración y recreación) olvidan el hecho de que esto es sólo una parte de la oferta, no fundamental en muchos casos, como tampoco es la motivación principal para el visitante.

Promocionar las bondades, virtudes y atractivos que tienen los distintos destinos turísticos que forman parte de la feria es uno de los principales objetivos que se persiguen durante el evento. Es muy importante focalizar la información de manera que realmente se den a conocer los puntos fuertes de cada destino y que así las personas indicadas se enamoren de lo que estos ofrecen. (Figura 2)

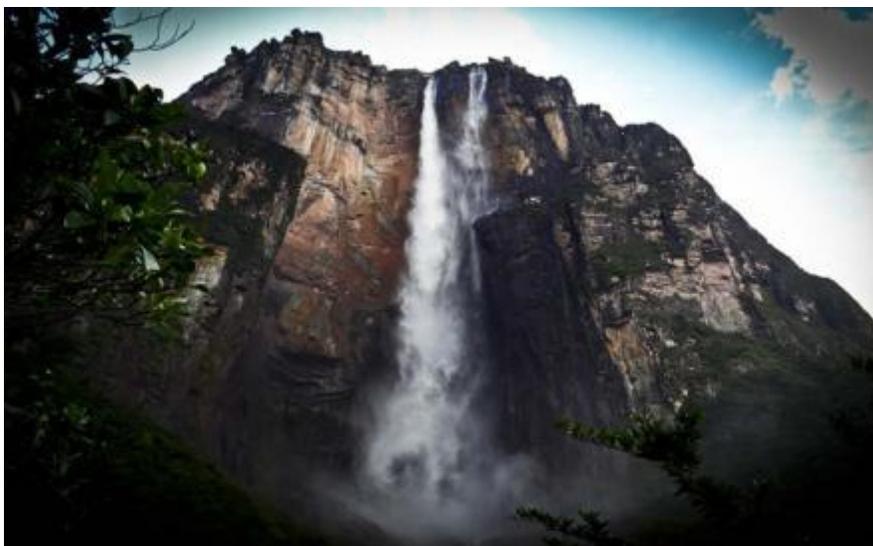


Figura 2. Destino turístico Salto el Ángel
Nota: Carlos Márquez (2016)

– **Accesibilidad turística**

El Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT (2011), hace referencia al marco de referencia global para un desarrollo responsable y sostenible del sector, subraya en su artículo 7 que todas las personas deben de ejercer su derecho a disfrutar del turismo sin obstáculos. Entre los más de mil millones de turistas internacionales, un porcentaje elevado lo componen familias con niños pequeños y/o personas mayores, así como personas con discapacidad u otras necesidades especiales. Para que estos millones de personas puedan participar del turismo en igualdad de condiciones, es crucial que los destinos desarrollen medidas de accesibilidad universal.

Aquellos destinos que creen entornos, productos y servicios aptos para todos, evolucionarán en su oferta, harán posible una mejor experiencia turística y mejorarán la calidad de vida tanto de la población local como de sus visitantes. El “Manual sobre Turismo Accesible para todos: principios, herramientas y buenas prácticas” es un documento de referencia para el sector turístico al proponer directrices para lograr la accesibilidad en los destinos de la manera más eficiente y planificada posible. Para la OMT, este Manual entra en su estrategia de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible a escala global, alentando a los principales actores a implementar medidas que resultan en una mayor participación de diferentes grupos de población en la actividad turística.

Como seres humanos que somos viviendo en este inmenso mundo no siempre es sencillo conocer todas las maravillas que este nos ofrece es por eso que mediante estas ferias se logra facilitar el trabajo de hacer llegar la información necesaria sobre destinos turísticos a gran cantidad de personas que si no es de esta forma nunca, o quizás no con la misma rapidez, se enterarían de que existen ciertas posibilidades de descubrir nuestro planeta.

CAPITULO II GESTIÓN DE LA 11ª FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO EN VENEZUELA (FITVEN) 2016, ISLA DE MARGARITA

2. Feria Internacional

Cunningham (2014), expresa que en nuestros días y especialmente en el ámbito de los negocios la feria tiene sentido de lugar y momento para el intercambio comercial. Si bien puede desarrollarse en lugares agradables y con propuestas atractivas ajenas al fin específico, no es conveniente creer que lo primordial en la participación habrá de ser el esparcimiento o el ocio.

Al contrario, conviene tener en cuenta que la participación en las ferias, que muchas veces demandan esfuerzos y costos extra, son una oportunidad muy importante para expandir el conocimiento de productos y servicios que no puede ser desperdiciado y que, por otra parte, puede resultar enormemente beneficioso para el desarrollo de cualitativo y cuantitativo de nuestra empresa.

Las ferias internacionales forman parte de la estrategia de comunicación de la empresa (publicidad, promoción, participación en misiones comerciales, muestras). Asimismo hay que tener en cuenta, el provecho que se puede obtener de las variadas actividades que llevan a cabo paralelamente, tales como talleres técnicos, seminarios, rondas de negocios, degustaciones, entre otros, que en ocasiones se complementan con visitas a importadores, representantes y agentes locales.

Las ferias son una de las mejores herramientas de marketing y ventas a su disposición. De hecho una combinación de todos los instrumentos que una empresa exportadora puede tener hoy a su alcance: tele marketing, publicidad, marketing por correo, incentivos, concursos, regalos, convenciones, promociones y páginas web. Por esa razón, las ferias y exposiciones internacionales, junto con

la publicidad y promoción, constituyen medios eficaces para el incremento y afianzamiento de la inserción internacional de la empresa y sus productos.

2.1 Clasificación de feria internacional

Cunningham, M (2014), Clasifica las ferias según sus características como:

Universales: que convoca a participar a todos los países del mundo para dar a conocer sus características más importantes. Cada una de estas ferias se realiza en torno a una temática central.

Comerciales: se organizan con la finalidad de reunir a las personas que deseen exponer sus productos y hacer negocios.

Especializadas: en determinada gama o familia de productos (sectoriales).

Exposición o muestra institucional: es un evento de gran magnitud y prolongada duración, realizada en sedes variables, en las cuales, los países y las empresas exhiben el grado de desarrollo integral logrado, sin objetivos comerciales directos y con el fin de obtener prestigio a niveles masivos.

Exposición permanente o show-room: son stands fijos, donde los productos a exhibir pueden ir rotando. P.82

Debido al gran auge que han tenido las ferias a partir del siglo XX, han sido muchos los países que han implementado este tipo de evento para mostrar y ofertar los diferentes atractivos, aspectos culturales y gastronómicos enmarcando diferencias y similitudes en cada destino.

Actualmente, Venezuela es uno de los países de Latinoamérica que más realiza ferias, mostrándole al mundo sus bondades y aspectos que lo definen como un país multidesino. Resaltando dentro de ellas, la Feria Internacional de Turismo de Venezuela.

2.2 FitVen 2016

La 11ª Feria Internacional de Turismo de Venezuela (FitVen) 2016, se encuentra vinculada a dos ejes de acción del motor turismo de la agenda económica bolivariana, promoción turística nacional e internacional y captación de divisas. De esta forma, se garantiza que el turismo sea transversal para la transformación del modelo económico rentista a un modelo económico productivo sustentable. A través de la promoción de los destinos turísticos, se fortalece el turismo receptivo y la generación de nuevas fuentes de divisas e inversiones, constituyendo así los pilares para la consolidación de una Venezuela potencia.

En tal sentido, FitVen constituye una plataforma de promoción y desarrollo de la actividad turística nacional, mediante la cual se facilita el intercambio de experiencias entre prestadores de servicios nacionales e internacionales, permitiendo la articulación del potencial turístico que poseen las regiones del país a la estrategia nacional de desarrollo del sector. Debido a esto, se diferencia de otras ferias internacionales en la concepción integral del turismo como actividad económica, a través de la participación de la sociedad venezolana en sus diversas manifestaciones (movimientos sociales, comunidades, instituciones públicas y emprendedores turísticos). Asimismo, estimula la promoción del patrimonio natural, cultural e histórico de las regiones del país.

2.2.1 Organización de FitVen 2016

FitVen es organizada por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo de Venezuela, conjuntamente con sus instituciones adscritas. El responsable legal del desarrollo de la feria será el Instituto Nacional de Turismo (INATUR), el cual figura en la documentación específica de la feria.

Es por esto, que el reglamento se regirá por un manual con las normativas básicas para montaje y desmontaje de stands, normativas para la solicitud de servicios adicionales, normas para solicitud de credenciales de los expositores, así como invitaciones especiales, planos de los pabellones y de la planta general del área de exposición, entre otros.

– **Misión**

Facilitar el mecanismo necesario para el desarrollo endógeno del turismo, mediante la inversión pública y privada, el fomento de una cultura turística y la participación protagónica de los actores que conforman el Sistema Turístico Nacional. Igualmente de esta manera posicionar nacional e internacionalmente el producto turístico Venezuela como herramienta estratégica para el desarrollo endógeno del país y fuente de bienestar para la producción.

– **Visión**

Posicionar nacional e internacionalmente el producto turístico Venezuela, como herramienta estratégica para el desarrollo endógeno del país y fuente de bienestar para la población.

Debido a la evolución de la gestión de eventos y con el paso de los años, han implicado un ordenamiento científico de las etapas que deben tomarse en cuenta para realizar un evento, se han logrado dilucidar tres fases en las que se distribuyen las tareas y actividades necesarias a realizar para la ejecución del mismo. Estas son: las etapas de la pre-evento, evento y post-evento. Todas estas llevan consigo una serie de tareas específicas claves para lograr el éxito, las cuales serán adaptadas al tipo de evento, en la presente investigación se describirán:

2.3 Etapas de la Feria

2.3.1 Pre-Feria

El desarrollo de la pre-feria se enmarca en la planificación y organización, debido a que estos procesos son fundamentales en el desarrollo de cualquier evento. Conllevando al establecimiento de objetivos y/o metas, que son sustentados mediante estrategias para lograr su alcance. Asimismo, es necesario concentrar esfuerzos en cuanto al talento humano, ya que en este recae gran parte de la responsabilidad del éxito de la feria, logrando así los objetivos trazados.

Debido a esto, se crea el comité "Organizador", que será el encargado de llevar a feliz término el evento. De Fagre (2005), argumenta que este tendrá a su cargo la planificación, organización, ejecución y control del evento, como máxima autoridad y como responsable del fracaso o éxito alcanzado en su ejecución colocar autor y año al final de la idea (De Fagre, 2005). Asimismo, para lograr el desempeño eficiente del comité organizador de cada evento en particular, se agrupan las diversas funciones y acciones que se llevan a cabo durante su desarrollo y realización (Fleitman, 1997).

– Objetivo de la feria

La feria internacional de turismo Venezuela busca propiciar la cooperación e intercambio comercial, la consolidación del sector turístico nacional, bajo una perspectiva de desarrollo económico sostenible y generador de bienestar a las comunidades receptoras. Asimismo, pretende propiciar la cooperación e intercambio comercial, con miras a fomentar el desarrollo productivo del sector turístico nacional, bajo una perspectiva social y ecológica.

– **Nombre de la feria**

La Feria Internacional de Turismo de Venezuela, tiene como nombre comercial FitVen. Lo cual, la convierte en un evento itinerante que inicia el recorrido por varios estados del país promoviendo su gastronomía, cultura, destinos y atractivos turísticos.

– **Elección de la fecha y sede de la feria**

La organización de un evento requiere una amplia planificación y una serie de preparativos, los cuales deben llevarse a cabo con anticipación, para así definir la fecha y la sede donde se desarrollará. Esto se realiza en torno a una temática y un objetivo en el que se basan la organización, el público objetivo, los participantes, los invitados y el enfoque del marketing del evento.

Según Fleitman (1997), para definir la fecha y el lugar de un evento, hay que considerar diferentes variables:

- a) El tiempo necesario para la planificación, organización, difusión y realización, b) la conveniencia o no, de celebrar el evento en días festivos y vacaciones en oficinas y escuelas, para facilitar la asistencia al evento, c) otros eventos que pudiesen llevarse a cabo los mismos días y d) fechas disponibles en centros de convenciones, hoteles y salones para los posibles participantes.p.89**

Por lo antes mencionado, se escogieron los días 24, 25, 26 y 27 de noviembre para la realización de la feria, teniendo como sede el centro de convenciones Hugo Chávez Frías. El cual a partir del 2016 pasa a ser sede permanente del FitVen.

De igual manera, se establecieron comisiones de trabajo, encargadas de desarrollar diferentes actividades para llevar a cabo la feria, cumpliendo con los objetivos y propósitos, quedando estructuradas de la siguiente manera:

- **Coordinación general**

De Fagre (1998), argumenta que:

El coordinador general del evento es el responsable de coordinar y dirigir a los integrantes de las diferentes comisiones que comparten el compromiso de planificar, organizar, ejecutar y controlar el evento en respuesta a las necesidades de la institución, comunidad y sociedad en general y en atención a las exigencias planteadas para lograr la imagen apropiada que se desea proyectar.p.156

Asimismo, Alarico (2008), describe “las acciones a realizar por el coordinador general: a) vela por el cumplimiento de las normas, b) dirige el programa y c) evalúa el proceso y los resultados”. P.107

Debido a esto, en la Feria Internacional de Turismo de Venezuela (FitVen) 2016, el rol del coordinador general es desempeñado por Hugo Martínez a la fecha de la investigación, quien ha sido encargado de planificar, organizar y evaluar todos los aspectos relacionados al desarrollo de la feria, para así lograr el alcance de los objetivos previamente trazados. También, es el autorizado para conformar el comité organizador, el cual se encuentra desglosado en grandes comisiones que son vitales para el desarrollo eficiente del FitVen. En esta comisión recae la responsabilidad de asesorar a la ciudadana ministra del Poder Popular para el Turismo, Marleny Contreras, en relación al progreso de la feria.

– **Comisión de finanzas y recursos humanos**

Según De Fagre (2008), esta comisión “centra sus esfuerzos en todo lo concerniente a las actividades administrativas y financieras del evento, al presupuesto su elaboración y ejecución”.p.125. De igual manera, resalta que en algunas oportunidades las actividades financieras son de competencia directa del coordinador general.

Por lo antes mencionado, la principal función de la presente comisión es velar y garantizar que los procesos de contratación referentes a la adquisición de bienes y prestación de servicios se lleven a cabo conforme a la ley de contrataciones públicas y su reglamento, enmarcados dentro de los principios de eficiencia, celeridad, transparencia, honestidad y competencia. Asimismo, gestiona los de trámites administrativos del personal a contratar, y permite según las necesidades propias de la Feria Internacional de Turismo de Venezuela (FitVen) 2016 generar aumento en el número de comisiones o integrantes de las mismas.

– **Comisión logística alimentación**

Para Fagre (2008), la comisión de alimentación debe “centrar y coordinar sus esfuerzos en los refrigerios y comidas ofrecidos al personal del evento y participantes”p.132.

Debido a esto, dicha comisión durante el desarrollo del FitVen 2016 coordina el suministro de alimentos e hidratación del personal. Asimismo, brinda apoyo al personal de logística al traslado de diversos materiales, así como supervisar y garantizar el mantenimiento de las áreas aledañas a la feria.

– **Comisión de Pabellones**

Según Acerenza (2005), una feria turística se conforma de un conjunto de puestos e instalaciones ubicados temporalmente en pabellones (llamados también recintos feriales) o al aire libre, para la exhibición, contratación, y venta de servicios turísticos. P.35

Es por esto, que se implementó el uso de pabellones durante la 11ª edición de FitVen, el recinto se organizó en tres pabellones individuales que daban vida al ambiente empresarial, artesanal y gastronómico que lo conformaba. Cada uno de ellos planificado para cumplir con el objetivo de dar a conocer las bondades de la nación a todos los invitados y asistentes. Estos pabellones fueron los siguientes:

– **Comisión de Pabellón Nacional**

Durante la etapa de la pre-feria, la comisión de pabellón nacional desarrollaba tres funciones principales:

- Velar por la planificación, organización, conformación y control de los stands con la muestra de los principales destinos turísticos que hacen de Venezuela un país multidesino,
- Coordinar las actividades referentes al pabellón con los diferentes prestadores de servicios, corporaciones de turismo estatales, MINTUR y entes adscritos al sistema nacional de turismo.
- Realizar seguimiento telefónico y vía correo para asegurar la mayor cantidad de participantes posibles, así como realizar el seguimiento a la reserva de stands seleccionados por los expositores asistentes.

– **Comisión del Pabellón Internacional**

Las responsabilidades de esta comisión durante la pre-feria, se basan principalmente en la capacitación, invitación, registro de actividades y visitas internacionales que se espera tengan cabida durante el evento. De igual manera cumplen con las siguientes funciones:

- Elaborar la lista de representaciones oficiales de turismo a invitar, con previa aprobación de la Ministra de acuerdo a la importancia del mercado receptivo para Venezuela y las relaciones político- estratégicas con cada país.
- Elaborar y remitir las invitaciones a través de la dirección general de cooperación internacional al Ministerio del Poder Popular para Relaciones Exteriores para su posterior remisión a las autoridades de turismo de cada país.
- Realizar seguimiento telefónico y vía correo, para asegurar la mayor cantidad de participantes posibles, así como realizar el seguimiento a la reserva de stands seleccionados por los expositores asistentes.

– **Comisión de Pabellón Gastronómico**

Entre las actividades que corresponden a la subcomisión del pabellón gastronómico durante la etapa de pre-feria, se encuentran las de organización, invitación y captación de los recursos necesarios para su ejecución. Asimismo, realizaban tareas como:

- Captación de talentos: cocineros, pasteleros, barman, entre otros, procedentes de los Hoteles Venetur, de escuelas hoteleras y gastronómicas, de instituciones independientes de cocina y de los fogones tradicionalmente existentes.

- Realizar invitaciones a restaurantes y exponentes a través de correos electrónicos o llamadas telefónicas, para que expongan y ofrezcan sus productos a los visitantes de la Feria Internacional de Turismo de Venezuela.
- Organización de stands, procurando una gran variedad gastronómica.
- Programar catas, demostraciones en vivo, concursos y otras actividades lúdicas.
- Velar por el cumplimiento de normas, procedimientos de higiene y seguridad.

- **Comisión de rueda de negocios**

Actualmente, a nivel mundial se desarrollan ruedas de negocios que buscan establecer relaciones entre empresas nacionales y extranjeras con el objetivo de concretar negocios de importación/exportación. Es por esto, que en la 11ª edición de FITVEN la rueda de negocios estará destinada a ofrecer un espacio a los prestadores de servicios turísticos, proveedores de productos y servicios conexos con el objetivo de propiciar la cooperación e intercambio comercial con miras a fortalecer la internacionalización de los productos y servicios turísticos de Venezuela, donde se plantearan acuerdos, convenios y negociaciones que permitan ampliar la red de venta.

Asimismo, deberán ampliar la base de contactos comerciales que promueve el desarrollo en la pequeña y mediana empresa así como las empresas de producción social y fomentar el desarrollo productivo del sector turístico nacional.

- **Comisión de simposio**

Según Alarico (2008), un simposio "... es una reunión de expertos que analizan nuevos aportes científicos y tecnológicos en su disciplina, bajo la

modalidad de ponencia sustentadas en investigaciones originales y novedosas”. P.83.

Es por esto, que se realizaran varios simposios sobre temas relacionados con el turismo en el país, dirigidos a fomentar el conocimiento sobre las bondades que esta industria posee. Esta comisión tiene como función principal, desarrollar los temas enfocados desde diversos puntos de vista por profesionales y especialistas en el área turística y hotelera a fin de capacitar y sensibilizar a los actores que hacen vida en el sector turístico a nivel Nacional e Internacional.

– **Comisión de relaciones públicas y protocolo**

Según De Fagre (2008), esta comisión “... se encarga de organizar y coordinar todos los aspectos relacionados a los actos del evento”. P.148.

Dicha comisión, cumple cuatro funciones fundamentales:

- Coordinar conjuntamente con las autoridades aeroportuarias el recibimiento a las personalidades, máximas autoridades, delegados e invitados especiales nacionales e internacionales.
- Definir mecanismos para la ejecución, seguimiento y evaluación del cumplimiento de las actividades que conforman la Comisión de Protocolo (Pabellones Venezuela, Internacional, Productos y Servicios, Gastronómico).
- Supervisar la producción de eventos de inauguración y clausura, además supervisa de todas las áreas del complejo ferial.

– **Comisión de primeros auxilios y seguridad**

De Fagre (2005), define esta comisión como “... la unidad de servicios médicos, de enfermería y de seguridad que apoya a la comisión organizadora del evento”p.154.

En este sentido o al respecto, durante la etapa de la pre-feria desarrollan dos funciones principales:

- Garantizar el servicio de primeros auxilios, en caso de suceder algún hecho no planificado, se contara con una ambulancia dentro de las instalaciones del hotel.
- Supervisar en conjunto con los organismos de seguridad del estado los accesos al hotel y al complejo ferial.
- Resguardar la integridad de las autoridades y del personal asistente a la feria.

– **Comisión de comunicación y prensa**

De Fagre (2005), afirma que atiende básicamente todas aquellas actividades que abarcan la promoción y difusión del evento, las relaciones interinstitucionales que derivan de su ejecución y organización. Con respecto a esto, Fleitman (1997), comenta que el responsable de esta coordinación debe tener amplios conocimientos sobre mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas y humanas. P.69

Su función principal es dar cobertura periodística a nivel regional, nacional e internacional antes de la feria, brindar la atención correspondiente a los medios de comunicación social, divulgar en redes sociales, páginas web y medios de comunicación de todas las actividades de la feria, además de promocionar la FitVen a través de campañas publicitarias como los diferentes medios impresos, audiovisuales y publicidad exterior.

– **Sub Comisión de informática y tecnología**

Debido a los avances tecnológicos se hace vital esta comisión en la realización de cualquier evento o feria, ya que facilita el acceso a la información y la reproducción de la misma. La función principal de esta comisión es la instalación, mantenimiento y soporte de toda la plataforma tecnológica que se requiere para el desarrollo de la feria. (Figura3)

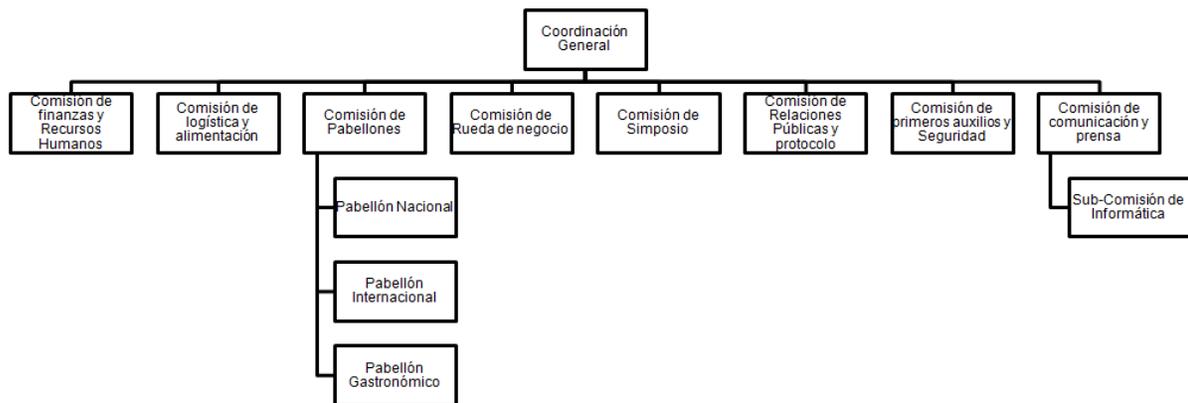


Figura 3. Organigrama del comité organizador del FITVEN 2016

Nota: Beaufond, Jaimes y Villalobos con información suministrada por INATUR (2016)

Una vez se constituyó el comité organizador y se distribuyen las actividades a realizar por comisión, se procede a enviar las invitaciones al Estado y país coanfitrión, al mismo tiempo se envían al resto de los invitados y a las diferentes empresas que conformaran el pabellón nacional, internacional y gastronómico. Asimismo, se establece el periodo de inscripción para los interesados en participar en el FitVen 2016. (Figuras 4, 5, 6, 7, 8 y 9)

Ciudadano

Jorge Luis García Carneiro

Gobernador del estado Vargas

Su Despacho.-

Tengo el honor de dirigirme a usted, en la oportunidad de enviarle un cordial saludo Bolivariano, Revolucionario e inmensamente Chavista, por medio de la presente me dirijo a usted, en la oportunidad de invitarle con especial deferencia a participar en la 11ª edición de la Feria Internacional de Turismo de Venezuela (FitVen) 2016, a celebrarse del 24 al 27 de noviembre, en el Hotel Venetur Margarita, estado Nueva Esparta.

En este sentido, adjunto se remite la invitación oficial digitalizada de la mencionada Feria. Cabe destacar que la misma será remitida físicamente en los próximos días.

Esperando contar con su digna presencia, se despide de usted,

Atentamente,

Comité Organizador FitVen 2016
0212-208-7904 / 04122615947/ 04242848173
www.fitven.gob.ve

Nota: Por favor enviar acuse de recibido.

**Figura 4. Comunicación oficial enviada al gobernador del estado
coanfitrión del FitVen 2016 Jorge Luis García Carneiro**

Nota: INATUR (2016)



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO

DESPACHO DEL MINISTRO

Ac 0294 - - -

Caracas, 17 OCT 2016

Ciudadano:
Jorge Luis Garcia Carneiro
Gobernador del estado Vargas
Su Despacho -

Tengo el honor de dirigirme a usted, en la oportunidad de brindarle un cordial saludo extensivo a todo el equipo de trabajo que lo acompaña en tan importante gestión, y a su vez, invitarle con especial deferencia a participar en la 11ª edición de la Feria Internacional de Turismo de Venezuela (FitVen) 2016, a celebrarse del 24 al 27 de noviembre, en el Hotel Venetur Margarita, estado Nueva Esparta.

Este año Margarita, conocida como la Perla del Caribe, se engalana para celebrar la vitrina turística más importante del país, la Feria Internacional de Turismo (FitVen) 2016. Evento que potenciará el estado insular venezolano, como polo turístico de referencia en Latinoamérica y el Caribe.

El segmento Sol y Playa, junto a las características particulares del estado Nueva Esparta, en lo histórico, cultural y ecoturístico, formarán parte de la propuesta que traerá la décima primera edición de este relevante evento del turismo venezolano. Las mismas, ayudarán a la consolidación de la actividad que, desde este 2016, se viene impulsando con mayor auge a través de la puesta en marcha del Motor Turismo como herramienta dinamizadora de la economía nacional.

FitVen 2016, organizado por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, contará con opciones de intercambio, disfrute de espacios naturales, conocimiento de la oferta turística nacional, evaluación de opciones de negocios comerciales, oportunidad de enlazarse con expositores y participantes, en definitiva, un conjunto de oportunidades localizadas en un mismo lugar. Un espacio creado para

Av. Francisco de Miranda con av. Ppal de La Floresta, Complejo MINTUR, 1060 Caracas
Telf. +58 (212) 208.4502 / Fax. +58 (212) 208.4522 www.mintur.gob.ve
www.venezuelaturismo.gob.ve

2016 PATRIAS UNIDAS
SABEMOS VENCER

Figura 5. Invitación oficial enviada al Estado Vargas
Nota: MINTUR (2016)

que la realidad sobrepase las expectativas y se convierta en la mejor oportunidad para conocer las ventajas de Venezuela como destino ecoturístico y multidesino.

En este marco de actuación la FitVen 2016, se organizará mediante espacios expositivos, encuentros profesionales y culturales que dan cuenta del perfil u oferta turística venezolana, cuyas bondades se enriquecerán con la diversidad de atractivos que tengan a bien mostrarnos los países que nos acompañen en tan importante evento internacional. A saber contaremos con: Pabellón Nacional, Pabellón Internacional, Pabellón Gastronómico y de Cata, ruedas de negocios, áreas expositivas, simposios internacionales, charlas y conversatorios además de eventos culturales relacionados con el turismo.

En tal sentido, sugerimos se evalúe la posibilidad de contar con su participación y muy respetuosamente le solicitamos sus buenos oficios para coordinar la presencia de personalidades y delegaciones oficiales que usted pueda designar o invitar.

Es importante mencionar, que se pondrán a disposición paquetes especiales de servicios turísticos sugeridos por el Comité Organizador, ya que los gastos estarán a cargo de cada particular.

Los espacios expositivos que servirán para promocionar las bondades naturales y culturales, recursos y servicios turísticos a ofrecer a los asistentes de nuestra feria, serán comercializados a través de la página web de la FitVen (www.fitven.gob.ve), para aquellos expositores nacionales e internacionales interesados en participar.

Av. Francisco de Miranda con av. Ppal de La Floresta, Complejo MINTUR. 1060 Caracas
Telf. +58 (212) 208.4502 / Fax. +58 (212) 208.4522 www.mintur.gob.ve
www.venezuelaturismo.gob.ve



Figura 6. Invitación oficial enviada al Estado Vargas
Nota: MINTUR (2016)



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO

DESPACHO DEL MINISTRO

Nº 0294- - - -

Para mayor información y/o confirmación de su asistencia puede comunicarse con nosotros a través del siguiente correo: comitefitven@gmail.com y los números telefónicos 0212 208-7904 / 7931, donde se le atenderá con el mayor interés y disposición.

Sin otro particular sobre el cual hacer referencia, hago propicia la ocasión para reiterarle mis sentidos de alta estima y consideración, se despide de usted.

Ateídamente,


Marlon Josefina Contreras Hernández
Ministra del Poder Popular para el Turismo

Decreto Nº 1.705 de fecha 07/04/2015
Gaceta Oficial Nº 40.634 de fecha 07/04/2015



Figura 7. Invitación oficial enviada al Estado Vargas
Nota: MINTUR (2016)

Caracas, 16 de Noviembre 2016

Ciudadano

Luis Alfredo Motta Dominguez

Ministro del Poder Popular para la Energía Eléctrica

Su Despacho.-

Tengo el honor de dirigirme a usted, en la oportunidad de enviarle un cordial saludo Bolivariano, Revolucionario e inmensamente Chavista y a su vez invitarle con especial deferencia a participar en la 11ª edición de la Feria Internacional de Turismo de Venezuela (FitVen) 2016, a celebrarse del 24 al 27 de noviembre, en el Hotel Venetur Margarita, estado Nueva Esparta.

Este año Margarita, conocida como la Perla del Caribe, se engalana para celebrar la vitrina turística más importante del país, la Feria Internacional de Turismo (FitVen) 2016. Evento que potenciará el estado insular venezolano, como polo turístico de referencia en Latinoamérica y el Caribe.

El segmento Sol y Playa, junto a las características particulares del estado Nueva Esparta, en lo histórico, cultural y ecoturístico, formarán parte de la propuesta que traerá la décima primera edición de este relevante evento del turismo venezolano. Las mismas, ayudarán a la consolidación de la actividad que, desde este 2016, se viene impulsando con mayor auge a través de la puesta en marcha del Motor Turismo como herramienta dinamizadora de la economía nacional.

FitVen 2016, organizado por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, contará con opciones de intercambio, disfrute de espacios naturales, conocimiento de la oferta turística nacional, evaluación de opciones de negocios comerciales, oportunidad de enlazarse con expositores y participantes, en definitiva, un conjunto de oportunidades localizadas en un mismo lugar. Un espacio creado para que la realidad sobrepase las expectativas y se convierta en la mejor oportunidad para conocer las ventajas de Venezuela como destino ecoturístico y multidesino.

En este marco de actuación la FitVen 2016, se organizará mediante espacios expositivos, encuentros profesionales y culturales que dan cuenta del perfil u oferta turística venezolana, cuyas bondades se enriquecerán con la diversidad de atractivos que tengan a bien mostrarnos los países que nos acompañen en tan importante evento internacional. A saber contaremos con: Pabellón Nacional, Pabellón Internacional, Pabellón Gastronómico y de Cata, ruedas de negocios áreas expositivas, simposios internacionales, charlas y conversatorios además de eventos culturales relacionados con el turismo.

Av. Francisco de Miranda con av. Ppal de La Floresta, Complejo MINTUR. 1060 Caracas
Telf. +58 (212) 208.4502 / Fax. +58 (212) 208.4522 www.mintur.gob.ve
www.venezuelaturismo.gob.ve



Figura 8. Invitación oficial enviada al Ministro Del Poder Popular Para La Energía Eléctrica Luis Alfredo Motta Domínguez

Nota: MINTUR (2016)

En tal sentido, sugerimos se evalúe la posibilidad de contar con su participación y muy respetuosamente le solicitamos sus buenos oficios para coordinar la presencia de personalidades y delegaciones oficiales que usted pueda designar o invitar.

Es importante mencionar, que se pondrán a disposición paquetes especiales de servicios turísticos sugeridos por el Comité Organizador, ya que los gastos estarán a cargo de cada particular.

Los espacios expositivos que servirán para promocionar las bondades naturales y culturales, recursos y servicios turísticos a ofrecer a los asistentes de nuestra feria, serán comercializados a través de la página web de la FitVen (www.fitven.gob.ve), para aquellos expositores nacionales e internacionales interesados en participar.

Para mayor información y/o confirmación de su asistencia puede comunicarse con nosotros a través del siguiente correo: comitefitven@gmail.com y los números telefónicos 0212.208.7904 / 7931, donde se le atenderá con el mayor interés y disposición.

Hago propicia la ocasión para reiterarle mis sentimientos de alta consideración y estima.

Atentamente,
Marleny Josefina Contreras Hernández
Ministra del Poder Popular para el Turismo
Decreto Nº 1.705 de fecha 07/04/2015
Gaceta Oficial Nº 40.634 de fecha 07/04/2015.

Av. Francisco de Miranda con av. Ppal de La Floresta, Complejo MINTUR. 1060 Caracas
Telf. +58 (212) 208.4502 / Fax. +58 (212) 208.4522 www.mintur.gob.ve
www.venezuelaturismo.gob.ve



Figura 9. Invitación oficial enviada al Ministro Del Poder Popular Para La Energía Eléctrica Luis Alfredo Motta Domínguez

Nota: MINTUR (2016)

Además, se estableció un punto de contacto específico, para los interesados en participar en los simposios, los cuales debían enviar un correo electrónico a: eventoscapacitacion@inatur.gob.ve entre el 15 y 23 de noviembre, indicando nombres, apellidos, cedula de identidad o pasaporte, teléfono, correo electrónico, letra del simposio de su interés e institución o empresa a la cual representara.

Cabe resaltar que si se deseaba participar en los cinco simposios debía formalizar su pre-inscripción a través del correo electrónico por cada uno de ellos. Al mismo tiempo se le envía el manual del expositor que contiene la información necesaria para desarrollar su ponencia con éxito. (Figura 10)



Figura 10. Manual de los ponentes del Simposio
Nota: MINTUR (2016)

– **Herramientas del marketing implementadas en la pre-feria FitVen 2016**

Las expectativas del entorno han conllevado a las organizaciones a implementar diferentes estrategias de marketing que están directamente relacionadas a su público objetivo. No solo se trata de publicidad, el marketing abarca el diseño del producto, su distribución, su precio y la publicidad. Es decir, consiste en un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades y deseos de los mercados. Kotler (2008), dice que “el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, intercambiar y ofrecer productos de valor con sus semejantes”.p.15.

Con respecto a esto, Pintado y Sánchez (2013) argumentan que, el marketing es una disciplina que busca fidelizar y mantener a los clientes de un producto o servicio, mediante la satisfacción de sus necesidades, en este sentido, se analiza constantemente el comportamiento de los mercados y de los consumidores.

Sin importar la naturaleza del evento cada uno de ellos necesita una planificación y promoción anterior realizada con anticipación previa que sirva de apoyo para alcanzar el éxito de dicho evento. De este modo Whitehill (2005), expresa que " El marketing de eventos ya no es un jugador pequeño dentro de la mezcla de promoción. Actualmente, los eventos son parte integral de la mezcla de marketing, no necesariamente la pieza central, sino un elemento en una mezcla proporcional orquestada."p.416

Las ferias siendo también un evento necesitan de una organización y planificación realizada con antelación, lo cual soporte un desarrollo adecuado de las mismas, donde se establezcan relaciones de negocio que permitan lograr los objetivos trazados por los organizadores, expositores y participantes. En este sentido, Le Monnier (2000), indica que, "...el marketing

ferial está basado en la organización, planificación, análisis, control y desarrollo de todas las acciones que ayuden alcanzar todos los objetivos establecidos por la organización, así como en la evaluación de los resultados obtenidos." p.30.

– **Imagen corporativa**

Cabañas (1996) citado por De Fagre (2008), indica que la "...identidad es el conjunto de los atributos por los cuales la empresa quiere ser reconocida". p.4. En una organización todo comunica, conformando un solo cuerpo único, coherente, consistente, veraz y diferenciador para construir lo que se denomina la imagen, la cual es definida por de Fagre (2008), como la representación mental o idea global, positiva o negativa, que se forman las audiencias sobre la personalidad de la empresa, institución u organización. Lo antes mencionado, da base para la creación de la imagen corporativa que es definida por Fagre (2008), como "... el resultado de todas las impresiones que construyen los públicos sobre la base de los mensajes que una organización comunica que afecta o beneficia a toda la institución y a todos sus miembros por igual" p.19.

Para el 2016, la imagen corporativa de la FitVen estaba conformada por un isologotipo combinando tipografía e imagen, resaltando las siglas de la feria, el país y el año de realización.

Aunado a esto, buscan transmitir con el diseño de su imagen corporativa un mensaje a través de los colores que son probablemente la más poderosa forma de comunicación no verbal que se pueda utilizar. (Figura11)



Figura 11. Imagen corporativa oficial de la feria internacional de turismo Venezuela 2016

Nota: FITVEN (2016)

Hoy en día, las empresas entienden que en la organización de eventos es vital una buena estrategia de marketing y comunicación, para difundir y promocionar los mismos. Es por esto, que en FitVen 2016 se establecen como principales estrategias de difusión y mercadeo, el marketing digital definido por Killen (2010), como:

El marketing digital es un sistema interactivo dentro del conjunto de acciones de marketing de la empresa, que utiliza los sistemas de comunicación telemáticos para conseguir el objetivo principal que marca cualquier actividad del marketing: conseguir una respuesta mensurable ante un producto y una transacción comercial. Asimismo, también define el marketing digital como una nueva forma comercial que se lleva a cabo utilizando la telemática, y que permite a sus clientes o clientes potenciales conseguir: consultar un producto, seleccionar y adquirir y ese producto en un determinado momento.p.45.

Es notorio el desarrollo del marketing digital en el FITVEN, mediante sus redes sociales oficiales y su página web, la cual muestra toda la información referente a la feria, bondades y atractivos del país. Su página oficial es: www.fitven.gob.ve(Figura 12)



Figura 12. Página oficial de la Fitven 2016

Nota: Fitven, 2016

Dentro del marketing digital resalta el uso de las redes sociales, su propósito es conectar directamente con el público meta, captando su atención, lo cual genera una interacción con la marca o servicio. (Figuras 13, 14, 15, 16 y 17)



Figura13. Instagram Oficial del FITVEN 2016

Nota: Instagram, (2016)



Figura 14. Twitter Oficial del FITVEN 2016
Nota: Twitter (2016)



Figura 15. Facebook Oficial del FITVEN 2016
Nota: Facebook (2016)



Figura 16. Pinterest Oficial del FITVEN 2016
Nota: Pinterest (2016)



Figura 17. Twitter Oficial de la ministra del poder popular para el turismo Marleny Contrera
Nota: Twitter (2016)

Las figuras ilustradas anteriormente muestran las redes sociales oficiales destinadas a promover las diferentes actividades que se desarrollarán durante la celebración del FitVen 2016. Asimismo, brindaran todo la información necesaria sobre la feria.

De igual manera, la coordinación general de FitVen en conjunto con la comisión de comunicación y prensa emitieron una ficha con información oficial de la programación de la feria para el 2016, lo cual permitirá que los distintos medios de comunicación regional, nacional e internacional publicaran sus diferentes notas referidas a la misma. (Figuras 18 y 19)

FITVen Feria Internacional de Turismo de Venezuela FitVen 2016
11ª edición
FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE VENEZUELA 2016 **INFORMACIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

LUGAR Y FECHA: Hoy 24 de Noviembre hasta el Domingo 27 en el Centro de Convenciones Hugo Chávez y Salones del Hotel Venetur Margarita. Hora: desde 10:00 am hasta 6:00 pm.

La FitVen Margarita 2016 tendrá 03 pabellones expositivos, a saber:

Pabellón Nacional: con 113 prestadores de servicios turísticos del país, destacando la presencia del Estado Vargas como estado coanfitrión.

Pabellón Internacional: con 45 stands y la participación de 20 países invitados donde se destacan Aruba (como país coanfitrión), Belarús, Colombia, Cuba, China, India, entre otros, así como turoperadores internacionales y nacionales, dedicados al turismo receptivo.

Pabellón Gastronómico: con concursos de "Cocina en vivo" con 80 ponentes y chefs de talla nacional e internacional, con 12 stands para la venta de alimentos y bebidas tales como: Ron Santa teresa, Gaia Trattoria, Restaurante La Mar, el Rincón Andino, entre otros.

Área de actividades conexas: muestra la articulación de los motores de la Agenda Bolivariana que impulsa el Presidente de la República, con 23 proveedores de servicios conexos al área de turismo, destacando la presencia de Bosque Macuto, Seguro de Viajes, Canteras y Mármoles, fabrica de Almohadas, colchones y lencerías, entre otros.

Área de Negocios: es un área donde confluyen empresarios e inversionistas nacionales e internacionales para ofertar y demandar productos, bienes y servicios. Actualmente, contamos con 250 empresas inscritas y 480 participantes, donde se estima que se alcance el monto de Bs. 10.000 millones y USD 5millones en intenciones de negocios.

Figura 18: Información para los medios de comunicación

Nota: MINTUR (2016)

Área de simposios y conferencias: Se abordarán temas como: Impulso de las nuevas tendencias y modalidades del turismo mundial; El uso efectivo de las redes sociales como estrategia de promoción de los destinos turísticos; El turismo como factor de inclusión social bajo los criterios de sustentabilidad; Buenas prácticas en turismo y hospitalidad; Administración de la accesibilidad turística en Venezuela. Igualmente, se realizarán conferencias relacionadas a las inversiones y negociaciones tales como: Ley Orgánica del Turismo; Ley de Inversiones Turísticas y del Crédito para el Sector Turismo; Pequeños y Medianos Emprendedores; Ley de Incentivos a la Inversión y al Crédito del Sector Turismo; Convenio Cambiario N° 36; Procesos Administrativos (RTN, Inspección y licencias, Factibilidad Sociotécnica, SIGETUR); Sociedad de Garantías del Sector Turismo (SOGATUR), y la Universidad Nacional del Turismo (UNATUR)

Actividades y Eventos: se desarrollarán **Concursos Gastronómicos** tales como Platos de Hallacas y Dulce de Lechosa; **Eventos Deportivos** tales como Windsurf y Kitesurf, la Copa FitVen 2016, Caminata Familiar 5K y Carrera 10K y **presentaciones culturales** en áreas comunes de la feria y **conciertos a cielo abierto**, con la presentación de artistas nacionales e internacionales.

Turismo Social: se brindará atención a un aproximado de 380 personas que disfrutarán de la "Ruta del Libertador". También se destinó un espacio para fortalecer la red de artesanos del estado Nueva Esparta. Contaremos con la participación de 82 cultores- artesanos de 9 rubros diferentes (joyería artesanal, hamaca y chinchorros, alfarería, muñequerías, tallados entre otros) pertenecientes a 11 municipios del estado. Se ha considerado a los artesanos como una herramienta de importancia que contribuye al posicionamiento de la isla como destino turístico.

La Feria Internacional del Turismo 2016, representa este año mas que en las anteriores ediciones un espacio para el intercambio económico nacional e internacional.

Figura 19: Información para los medios de comunicación

Nota: MINTUR (2016)

– Publicaciones en prensa

La prensa nacional y regional tuvo un papel relevante para divulgar el desarrollo del FitVen 2016, difundiendo los diferentes eventos y actividades realizadas. De igual manera, comunican los detalles del desarrollo de la feria, para así proporcionar información veraz sobre la misma. (Figuras 20, 21, 22, 23, 24 y 25)



Figura20. Publicación en prensa online relacionada al FitVen 2016

Nota: Ministerio del poder popular para la comunicación e informática (2016)



Figura21. Publicación en prensa sobre la sede del FitVen (2016)
 Nota: El universal (2016)



Figura 22. Publicación en prensa sobre las fechas del FitVen (2016)
 Nota : Venezolana de televisión (2016)



Figura 23. Publicación en prensa sobre el objetivo del FitVen (2016)
 Nota: Últimas noticias, 2016



Figura 24. Publicación en prensa sobre los avances de los 15 motores productivos durante el desarrollo del FitVen (2016)
 Nota: RN V (2016)



Figura25. Publicación en prensa sobre la presencia internacional del FitVen (2016)

Nota: Unión Radio (2016)

– **Internet**

El internet fue uno de los puntos de accesos más importantes para dar a conocer todos los detalles referentes al FitVen 2016. Debido a que, mediante las diversas publicaciones en páginas web nacionales e internacionales se buscaba generar interés en los posibles participantes y visitantes. (Figura 26, 27, 28, 29, 30 y 31)

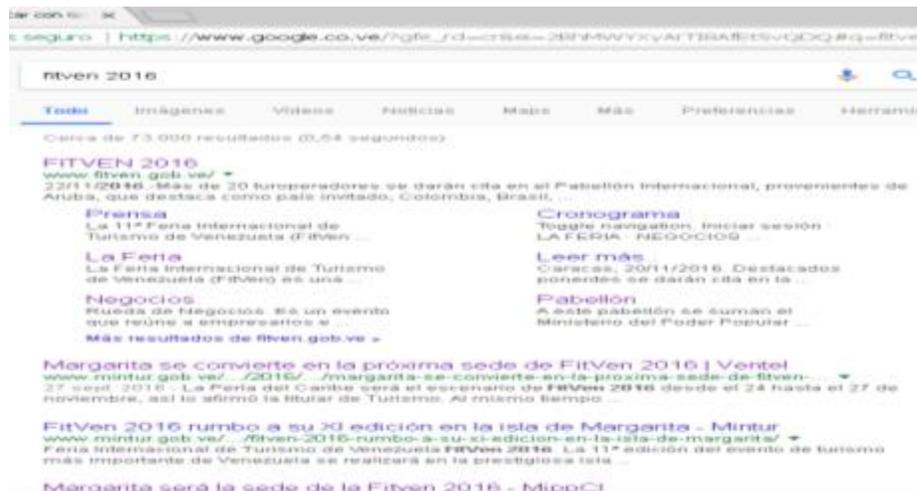


Figura26. Accesibilidad a la información de la Feria Internacional De Turismo de Venezuela 2016 mediante el buscador de google
 Nota: Google (2016)

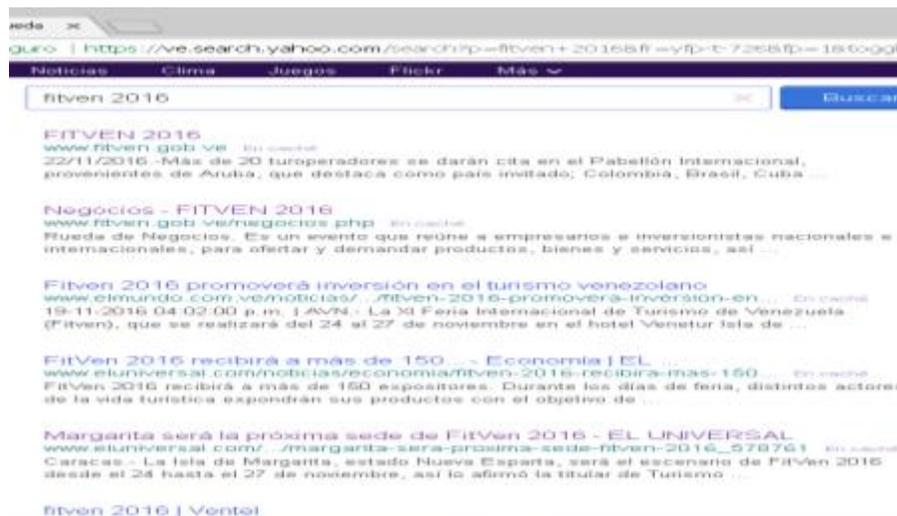


Figura 27. Accesibilidad a la información de la Feria Internacional De Turismo de Venezuela 2016 mediante el buscador de Yahoo
 Nota: Google (2016)



Figura 28. Publicación referida a la candidatura de la Isla de Margarita para ser sede de la FitVen 2016
Nota: Sol de margarita (2016)



Figura 29. Publicación referida a la participación del Estado Zulia en la FitVen 2016
Nota: Noticia al día (2016)



Figura 30. Publicación referida a la participación de los cuerpos de seguridad nacional y estatal en la FitVen 2016

Nota: RNV (2016)



Figura 31. Publicación referida a las novedades que traerá la FitVen 2016

Nota: MINTUR (2016)

Para el desarrollo del FitVen 2016, se implementó una herramienta de marketing fundamental debido a la esencia de la misma, la cual se basa en actividades y servicios ofrecidos por aliados comerciales. Generando beneficio para el desarrollo eficiente del evento y para la operación de las diferentes empresas participantes en la oferta del mismo. Es por esto, que

Mesa, (2013) define las relaciones publicas como los procesos de estrategias de comunicación que construyen mutuas relaciones benéficas entre las organizaciones y sus públicos. Asimismo, argumenta que con una buena estrategia de relaciones públicas, las empresas, marcas y organizaciones pueden lograr un gran impacto y construir una buena reputación que con el tiempo, se traducirá en la confianza del cliente y en el afianzamiento de relaciones a largo plazo. (Figura 32)



Figura 32. Publicidad realizada por arrenda cars al FitVen 2016
Nota: Instagram (2016)

2.3.3 Elementos de ceremonial y protocolo presentes en la Pre-Feria Internacional de Turismo de Venezuela

La palabra protocolo en su definición, engloba un conjunto de reglas de cortesía y formalidad que rigen actos y ceremonias. Para lograr el éxito en un evento, bien sea de carácter público o privado, existen criterios de

protocolares que deben ser puestos en práctica y controlados meticulosamente, ya que de estos dependerá el logro de los objetivos.

Acosta y Arriaga (1996), definen ceremonial como "... el conjunto de formalidades que se aplican durante el desarrollo de todo acto público y privado, regidas por un conjunto de normas de estricto cumplimiento" (p.17). Dicho esto, es importante resaltar los elementos de ceremonial y protocolo que fueron notorios en la 11ª edición de la Feria Internacional de Turismo de Venezuela 2016.

El primer paso a realizar engloba la conformación del comité organizativo, que se elegirá en una reunión que se llevara a cabo una vez terminada la feria del año en curso, encabezada por la ministra Marleny Contreras, evidenciándose así, el criterio protocolar de la presidencia, definido por De Fagre (2005), como "...la persona que ocupa la más alta jerarquía en el lugar o el anfitrión". p.42.

Asimismo, se establece el criterio de la precedencia, cuando se define quien encabezara la coordinación general, que para el 2016 estaba representada por el director de INATUR a nivel nacional Hugo Martínez. De Fagre (2005), argumenta que "La precedencia es reconocer la primacía de una jerarquía sobre otra y establece la ubicación de las mismas dentro de la estructura interna de los estados, o entre estados, o sus representantes, o en el clero, o los militares, o en los académicos, entre otras".p.42.

Luego de esto, se procede a la elección de la próxima sede para la feria; es por esto que para el año 2016 se eligió la Isla de Margarita, la cual pasa a ser sede permanente para la realización de FitVen, debido a la importancia que esta tiene para la industria turística del país y por el espacio que ofrece el complejo Ferial Hugo Chávez Frías, además de su proximidad con las instalaciones del hotel Venetur Margarita. Se utilizaron herramientas como croquis y planos para facilitar todo el despliegue de materiales, equipos y personas para la feria, además ubicando las señalizaciones adecuadas

para el desplazamiento de los asistentes y participantes, resaltando el uso de elementos protocolares. Una vez definido lo antes mencionado se prosigue con la elección de la temática, slogan y elementos a promocionar durante la próxima feria. Una vez que, estos aspectos se encuentran finiquitados, se realiza la elección de la imagen corporativa del evento y se establecen las actividades que conforman el mismo.

González (2013), argumenta que “...al asistir a cualquier acto la correcta elección de la vestimenta es de vital importancia. Las normas de etiqueta no sólo son válidas para un evento determinado, saber cómo vestirse en cada ocasión es fundamental”. p.76. Es decir, que cada ocasión requiere su propia indumentaria, en cualquier caso la etiqueta de cualquier evento al que asistamos la pueden marcar los propios anfitriones y también se van a ver muy influenciadas por el mundo de la moda y las tendencias que existan en ese momento. No obstante, se debe tener en cuenta que debe existir una correlación entre el vestuario masculino y el femenino, de forma que todos los invitados a un determinado evento lleven la vestimenta adecuada.

Es por esto, que a nivel protocolar se estableció el uso de camisas tipo safari, las cuales dependiendo de su región tendrían un color específico. Asimismo, este criterio sería implementado para el personal que laboraría en la feria como el de seguridad, mantenimiento y protocolo. (Figuras 33, 34, 35, 36 y 37)



Figura 33. Propuestas de uniformes para autoridades del FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)

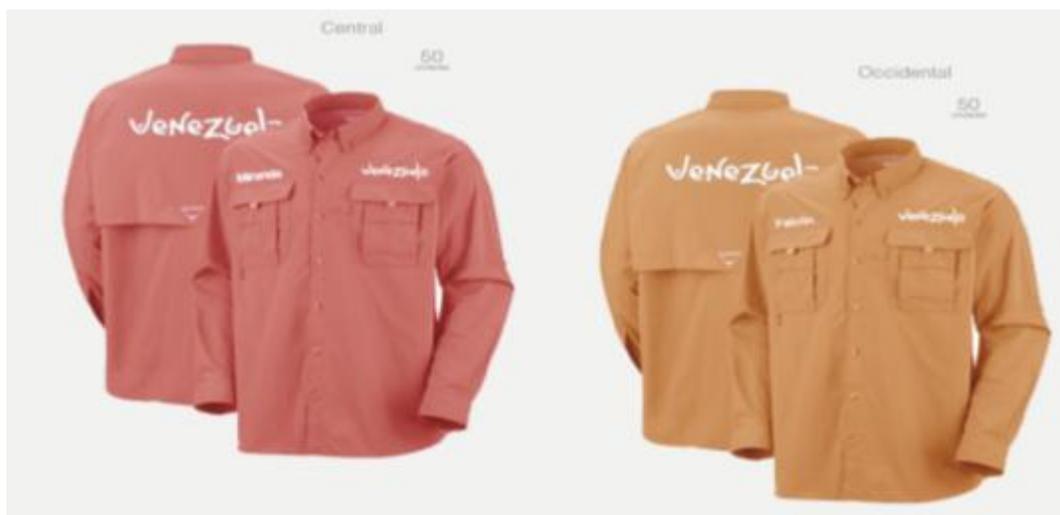


Figura 34. Propuestas de uniformes para la región central y occidental para el FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)



Figura 35. Propuestas de uniformes para la región Orinoquia y de los Andes para el FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)

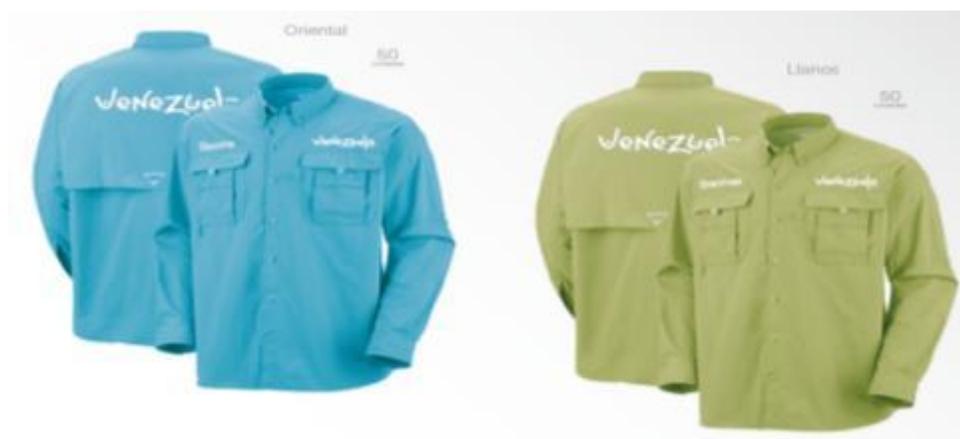


Figura 36. Propuestas de uniformes para la región Oriental y de los Llanos para el FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)



Figura 37. Propuestas de uniformes para el personal de mantenimiento, seguridad y protocolo para el FitVen 2016
 Nota: MINTUR (2016)

También se realizó la acreditación por parte del comité organizador, la cual fue adaptada para abarcar a todo el personal que laboraba o estaba inmerso en el desarrollo del FitVen. (Figura 38)





Figura 38. Modelo de acreditaciones utilizadas en el FitVen 2016
 Nota: MINTUR (2016)

2.3.2 Feria

La Feria Internacional de Turismo Venezuela 2016, comienza por el desplazamiento de todos los invitados y participantes al evento hacia la Isla de Margarita durante los días previos al evento. Desde el personal de los entes adscritos a la feria como MINTUR, y las distintas delegaciones que representan a INATUR de cada estado de la nación, los encargados de los diferentes stands de empresas privadas como agencias de viaje, hoteles, restaurantes, los responsables de los diferentes medios de comunicación y público en general que se acerca a la Isla de Margarita con el objetivo de disfrutar de todo lo que ofrece este destino.

FitVen en esta 11ª edición se encuentra vinculada a dos ejes de acción: promoción turística nacional e internacional y captación de divisas. De esta forma, se garantiza que el turismo sea transversal para la transformación del modelo económico rentista a un modelo productivo

sustentable. De igual manera, en esta edición se ha tomado la decisión de establecer a la Isla de Margarita como sede permanente de la Feria Internacional de Turismo Venezuela, específicamente en el centro de convenciones Hugo Chávez y en los salones del Hotel Venetur Margarita, en un área aproximada de 18.600mts².

Constituyendo una plataforma de promoción y desarrollo de la actividad turística nacional, mediante la cual se pretende facilitar el intercambio de experiencias entre prestadores de servicios nacionales e internacionales. Al mismo tiempo, permite la articulación del potencial turístico que poseen las regiones del país, a la estrategia nacional de desarrollo del sector. FitVen se diferencia de otras ferias internacionales en la concepción integral del turismo como actividad económica, a través de la participación de la sociedad venezolana en sus diversas manifestaciones (movimientos sociales, comunidades, instituciones públicas y emprendedores turísticos). Asimismo, estimula la promoción del patrimonio natural, cultural e histórico de las regiones del país.

– **Inauguración**

La Feria abre sus puertas desde el 24 hasta el 27 de noviembre. Los días 24 y 25 de noviembre con acceso exclusivo solo para el público acreditado y acceso al público en general el 26 y 27 de noviembre. En la planificación inicial se había planteado una inauguración con corte de cintas para la apertura del recinto al público pero al sopesar con los procesos de otras ferias internacionales se decidió finalmente abrir las puertas al público e inaugurar la feria con un Tour en el que participo la ministra de turismo Marleny Contreras acompañada de otras autoridades. (Figura39)



Figura 39. Apertura del FitVen 2016
 Nota: MINTUR (2016)

– **Cronograma de Actividades de la 11ª edición de FITVEN 2016**



Figura 46. Croquis del recinto ferial del FitVen 2016
 Nota: MINTUR, 2016

24 Nov.

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	SI	NO
11:45	DANZAS MACANAO (BAILE)	ÁREA GASTRONÓMICA		
12:45	DANZAS PERCUSIÓN (TAMBOR)			
1:30	SOL Y ATARRAYA (BAILE)			
2:00	CANALETE Y CARNÁ			
2:40	DANZAS ARTE Y EXPRESIÓN (BAILE)			
3:20	ORIENTE MIO (GRUPO)			
4:00	DANZAS NATHALY (BAILE)			
5:00	SABOR SANJUANERO (GRUPO)			
1:30	SABOR SANJUANERO (GRUPO)	PLAZA		
2:30	SOL Y ATARRAYA (BAILE)			
3:30	SOL Y SERENO (GRUPO)			
4:30	DANZAS ARTE Y EXPRESIÓN (BAILE)			
5:30	TURYGAITA (GRUPO)			

Figura 41. Cronograma día 1 FitVen 2016

Nota: MINTUR, 2016

25 Nov.

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	SI	NO
11:45	DANZAS VILLA ROSA (BAILE)	ÁREA GASTRONÓMICA		
12:45	EMSAMBLE VALPARAISO (GRUPO)			
1:30	DANZA SANTA ANA (BAILE)			
2:00	LA CEIBA (GRUPO)			
2:40	ISLA MAR (BAILE)			
3:20	CANALETE Y CARNÁ (GRUPO)			
4:00	5° ELEMENTO (BAILE)			
5:00	BRISAS DE GUAYAMURI (GRUPO)			
1:30	RENACER ANTOLINENSE (GRUPO)	PLAZA		
2:00	GALERONES	TARIMA PRINCIPAL		
2:30	DANZAS VILLA ROSA (BAILE)	PLAZA		
3:00	MARULLO	TARIMA PRINCIPAL		
3:30	QUE MOLLEJA (GRUPO)	PLAZA		
4:00	SOL Y SERENO	TARIMA PRINCIPAL		
4:30	DANZAS NATHALY (BAILE)	PLAZA		
5:00	JORGE CELEDON	TARIMA PRINCIPAL		
5:30	MATASIETE	PLAZA		
6:00	BAYVE	TARIMA PRINCIPAL		
7:00	JUAN MIGUEL			
8:00	LOS TRES /OMAR ACEDO			
9:00	OMAR ACEDO /LOS TRES			
9:45				

Figura 42. Cronograma día 2 FitVen 2016

Nota: MINTUR, 2016

26 Nov.

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	SI	NO	
11:45	TAMBOR Y COSTA	ÁREA GASTRONÓMICA			
12:15	DANZA PALGUARIME (BAILE)				
1:30	MARGARITEÑO DE CORAZÓN (GRUPO)				
2:00	DANZAS MACANAO (BAILE)				
2:40	LA CEIBA (GRUPO)				
3:20	DANZAS ARTE Y EXPRESION (BAILE)				
4:00	BITACORA (GRUPO)				
5:00	DANZAS NATHALY (BAILE)				
4:30	BITACORA (GRUPO)		PLAZA		
2:00	RENACER ANTIOQUEÑO		TARIMA PRINCIPAL		
2:30	DANZA PALGUARIME (BAILE)	PLAZA			
3:00	RETO VALDEBRAMA	TARIMA PRINCIPAL			
3:30	EMSAMBLE HORIZONTE (GRUPO)	PLAZA			
4:00	BAYVE	TARIMA PRINCIPAL			
4:30	DANZAS MACANAO (BAILE)	PLAZA			
5:00	PARRANDEROS DE LA PAZ	TARIMA PRINCIPAL			
5:30	TURYGAITA (GRUPO)	PLAZA			
6:00	QUE MOLLEJA				
7:00	OMAR ENRIQUE	TARIMA PRINCIPAL			
8:00	PILOPO				
9:00	DIMENSION LATINA				

Figura 43. Cronograma día 3 FitVen 2016

Nota: MINTUR, 2016

27 Nov.

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	SI	NO	
11:45	DANZAS ATARRAYA (BAILE)	ÁREA GASTRONÓMICA			
12:45	EMSAMBLE HORIZONTE (GRUPO)				
1:30	DANZAS VILLA ROSA (BAILE)				
2:00	MARGARITEÑO DE CORAZÓN (GRUPO)				
2:40	DANZAS SANTA ANA (BAILE)				
3:20	ORIENTE MIO (GRUPO)				
4:00	DANZAS PALGUARIME (BAILE)				
5:00	GALERON				
1:30	ORIENTE MIO (GRUPO)		PLAZA		
2:00	PENISLA		TARIMA PRINCIPAL		
2:30	5° ELEMENTO	PLAZA			
3:00	TURYGAITA	TARIMA PRINCIPAL			
3:30	DANZAS NATHALY (BAILE)	PLAZA			
4:00	MATASIETE	TARIMA PRINCIPAL			
4:30	GUARICHAS DE PUNDA (BAILE)	PLAZA			
5:00	GRUPO MADERA	TARIMA PRINCIPAL			
5:30	GRUPO MADERA (GRUPO)	PLAZA			
6:00	AGUIRRE				
7:00	MARGARITA BOYS	TARIMA PRINCIPAL			
8:00	KIMBARA Y GAITAS				
9:00	RUEN				

Figura 44. Cronograma día 4 FitVen 2016

Nota: MINTUR, 2016

– **Pabellones**

La Feria Internacional de Turismo 2016 se organizó en tres pabellones principales, los cuales se describen a continuación: el nacional, en el que se muestra al público las diversas opciones que ofrece el país referente al turismo, la naturaleza y las bondades propias de la nación. El segundo pabellón con el que se contaba en la feria era el internacional, en este se dieron cita diferentes naciones, cadenas hoteleras, aerolíneas y líneas navieras, con el objetivo de dar a conocer su oferta en nuestro país.

Asimismo, el tercer pabellón que abrió sus puertas al público invitado era el pabellón gastronómico, en este se presentaron los más conocidos restaurantes de la Isla de Margarita, quioscos de comida típica venezolana y marcas de licores venezolanos de talla mundial para demostrar sus habilidades culinarias, la competitividad y sabor de sus platos. Aunado, a esto se habilitó una tarima en la que se presentaron distintos chefs para enseñar técnicas y recetas autóctonas de la nación al público interesado.

– **Pabellón Nacional**

Es una de las principales áreas de exposición de la feria, en este pabellón se promociona la diversidad de los destinos turísticos del país. En este espacio, participan los diferentes prestadores de servicios que hayan cumplido con los requisitos exigidos conforme el decreto con rango, valor y fuerza de la Ley Orgánica de Turismo.

A este pabellón se suman el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) y sus entes adscritos (INATUR, Venetur, Sogatur, Ventell y Corputulipa), así como las Corporaciones de Turismo de cada estado.

Para la edición del 2016, el Estado Vargas fue el encargado de participar como coanfitrión, por sus características de sol y playa, variedad cultural y crecimiento socio-económico. La costa varguense es un destino turístico por excelencia en Venezuela. (Figura 47)

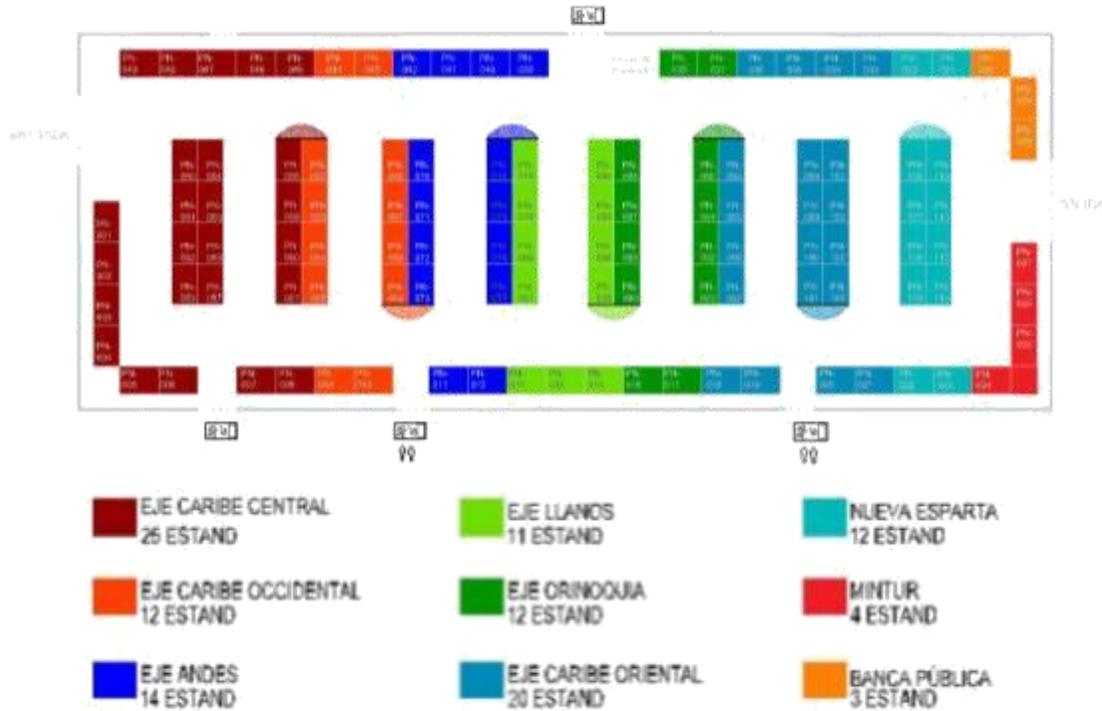


Figura 47. Croquis del Pabellón Nacional
Nota: MINTUR (2016)

113 stands se encontraban distribuidos en esta área, con medidas aproximadas de seis metros de ancho y altura máxima de cinco metros, contaban con una tabiquería para exposiciones con perfil de aluminio, incluyendo una cenefa por stand, los cuales contaban con dos puntos de iluminación y uno de corriente. Cabe resaltar que en el pasillo de entrada al pabellón se encontraba el estado coanfitrión. (Figura48)



Figura 48. Distribución del espacio para el montaje de stands

Nota: MINTUR (2016)

Tabla 1. Costo por metros cuadrados de los stands del Pabellón Nacional

Nota: MINTUR (2016)

OPCIÓN N° 1	TOTAL A PAGAR (Bs.)
Corporaciones de turismo	240.000,00
OPCIÓN N° 2	TOTAL A PAGAR (Bs.)
Hoteles, posadas, Tours operadores y otros servicios.	350.000,00
OPCIÓN N° 3	TOTAL A PAGAR (Bs.)
Hoteles 4 y 5 estrellas y aerolíneas	550.000,00

– Pabellón Internacional

En esta área participan diversos países por su potencial turístico y por las relaciones comerciales que mantienen con Venezuela, para continuar desarrollando y profundizando en estrategias que permitan el incremento de los visitantes extranjeros. Igualmente, asisten delegaciones de tour-operadores, quienes consolidan las ofertas e intercambios para promover el turismo receptivo hacia esta nación. Para la 11ª edición se incorpora Aruba como país coanfitrión de la feria. La isla caribeña destaca por sus experiencias de negociación y flujo turístico. (Figura 49)

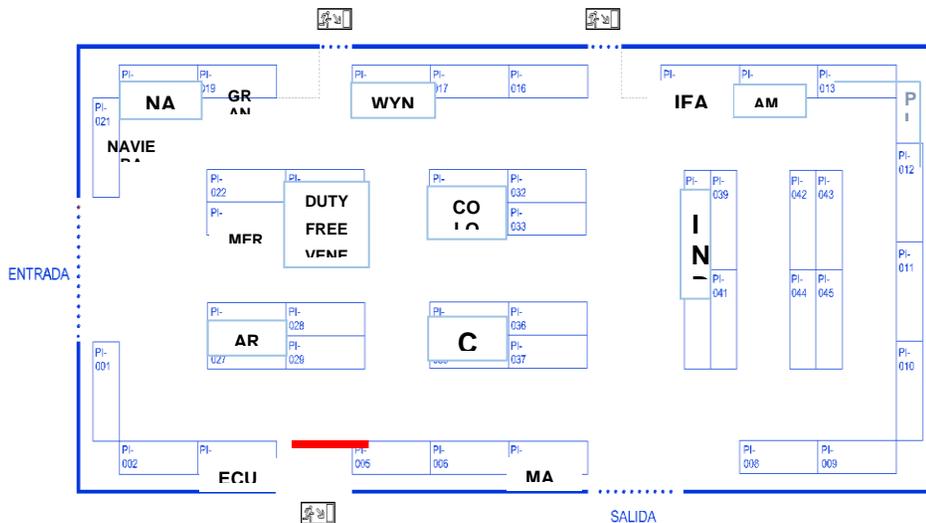


Figura 49. Croquis del Pabellón Internacional

Nota: MINTUR (2016)

45 stands se encontraban distribuidos en esta área, con medidas aproximadas de 12 metros de ancho y altura máxima de seis metros, contaban con una tabiquería para exposiciones con perfil de aluminio, incluyendo una cenefa por stand, los cuales contaban con tres puntos de iluminación y dos de corriente. Para el montaje del pabellón internacional se estableció un tiempo estimado de tres días y para el desmontaje del mismo

un día. Cabe resaltar que en el pasillo de entrada al pabellón se encontraba el país coanfitrión. (Tabla2)

Tabla 2. Costo por metros cuadrados de los stands del Pabellón Internacional.

Nota: MINTUR (2016)

OPCIÓN N° 1	TOTAL A PAGAR (\$)
INTERNACIONAL	
Todo tipo de espacio	1500,00

– **Pabellón Gastronómico**

El objetivo de implementar un pabellón gastronómico dentro del FitVen 2016, tiene como misión resaltar la gastronomía, su contenido histórico y socio-cultural para enaltecer las costumbres, tradiciones y mostrar la identidad al público en general, bien sea nacional o internacional, bajo un concepto fresco, innovador, dinámico y vanguardista, que permite la interacción con el espectador, el entretenimiento y el aprendizaje del pueblo de manera que despierte la curiosidad y fomente la investigación en el sector gastronómico. La gastronomía debe ser un motivo de visita de turistas internacionales y una fortaleza para la sustentabilidad de nuestras tradiciones y esto solo puede ser logrado con el trabajo y el esfuerzo de venezolanos que desean dar a conocer, cultivar y engrandecer el valor de Venezuela.

El Pabellón Gastronómico de esta 11ª edición de FitVen estuvo dirigido especialmente a resaltar la gastronomía pesquera venezolana para enmarcar la idiosincrasia del estado anfitrión, el estado Nueva Esparta y del estado Vargas, coanfitrión de la feria. Se mostró durante las jornadas de la feria su amplia gama de platos regionales en los que resaltan los productos

del mar, pescados fritos, la sazón con los ajíes y tomates margariteños, el cazón, los tostones, así como también la dulcería criolla destacando el piñonate, jalea de mango, majarete, cocadas y platos a rescatar como la olvidada “Barriga de vieja y el Cuajao” provenientes del estado Vargas. (Figura 50)

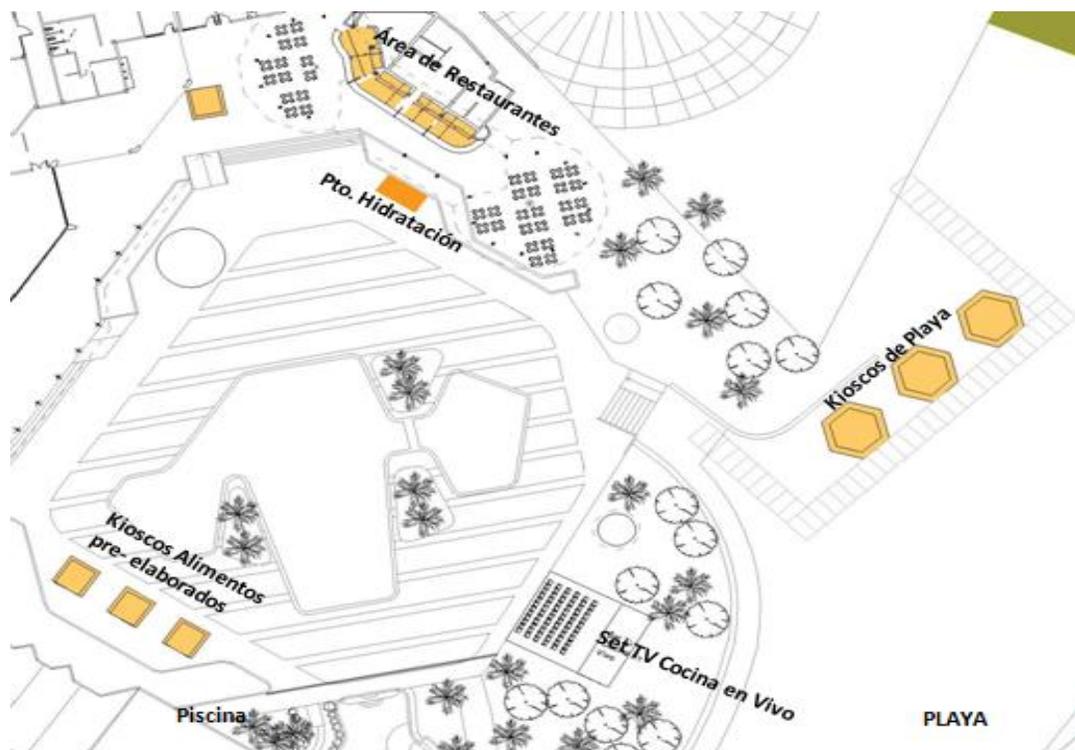


Figura 50. Croquis del pabellón gastronómico

Nota: MINTUR (2016)

Entre las metas a lograr con la 11ª edición de Fitven, resalta la vinculación de las instituciones gubernamentales y escuelas culinarias para realizar un trabajo mancomunado en pro de estandarizar alta calidad en la gastronomía autóctona venezolana, involucrar a las escuelas de cocina para que se consoliden más espacios de formación en la rama gastronómica, lograr aumentar la capacitación de personas en el arte culinario del país. Con

esto se pretende destacar el trabajo de cocineros y barmans, fomentando la organización de eventos culinarios y competencias de talla nacional e internacional con el objetivo de acrecentar el interés en el arte culinario y reconocer a los mejores exponentes del sector gastronómico del país.

Debido a los objetivos trazados para este pabellón, la gastronomía venezolana puede convertirse en un impulso para el turismo, ya que permite disfrutar de las riquezas venezolanas a través de sus sabores auténticos. Sin olvidar que la cocina tradicional es una manera de expresión cultural.

Durante el desarrollo del FitVen el pabellón gastronómico se encontraba distribuido en tres espacios, el principal en la feria gastronómica con stands para restaurantes, destilados criollos y dulcerías, el segundo espacio eran los escenarios para demostraciones de cocina en vivo, degustaciones, concursos, charlas o talleres, aperturas de ponencias ambientadas con representaciones culturales (danza y música), y por último el bar piscina o área de bartenders para demostraciones de coctelería criolla y degustaciones de cocteles (a cargo del equipo de Venetur Margarita).

De igual manera, dicho pabellón buscaba potenciar y afianzar la gastronomía, la identidad e idiosincrasia culinaria impulsando el Programa “Los Cocineritos” llevado a cabo por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, se realizaron ponencias en vivo, concursos y recorridos gastronómicos con niñas, niños y adolescentes en el hotel Venetur Margarita y otros espacios relacionados al sector gastronómico y huertos urbanos.

También se involucraron también cocineritos con limitaciones auditivas para hacerlos participes de la feria gastronómica. Asimismo, se incluyeron cocineros regionales y chefs regionales, nacionales e internacionales, quienes se encargaron de realizar ponencias gastronómicas de platos tradicionales venezolanos, dulcería, bebidas y coctelería venezolana. (Figura 51)



Figura 51. Presentación de los cocineritos a la prensa nacional e internacional

Nota: MINTUR (2016)

También se invitaron a empresas destiladoras de diversos licores nacionales, para la realización de catas, demostraciones y degustaciones. Lo cual conlleva, al fortalecimiento de la denominación de origen controlada (DOC) gracias a la asistencia de sommeliers y maestros roneros, apoyados con el hotel escuela.

El pabellón gastronómico estuvo ubicado en dos puntos estratégicos ubicados en la salida del centro de convenciones y en la churuata del hotel Venetur Margarita. Dichos espacios contaban con 4 áreas para la venta de comida por parte de restaurantes invitados, estos previstos con punto de gas/tomacorriente, agua, iluminación e identificación, además de 38 mesas para cuatro personas con una capacidad total de 158 comensales. También, tres quioscos hexagonales de seis metros de diámetro para ofertar comidas

de playa, cuatro quioscos cuadrados de tres metros para la venta de alimentos pre-elaborados y seis quioscos de cuatro metros para hidratación, ubicados en el recorrido de salida y área de conciertos. (Figuras 52, 53, 54 y 55)



Figura 52. Ubicación de puntos gastronómicos
Nota: MINTUR (2016)



Figura 53. Participación de cocineritos durante el FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)



Figura 54. Participación de cocineros y chefs en el FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)

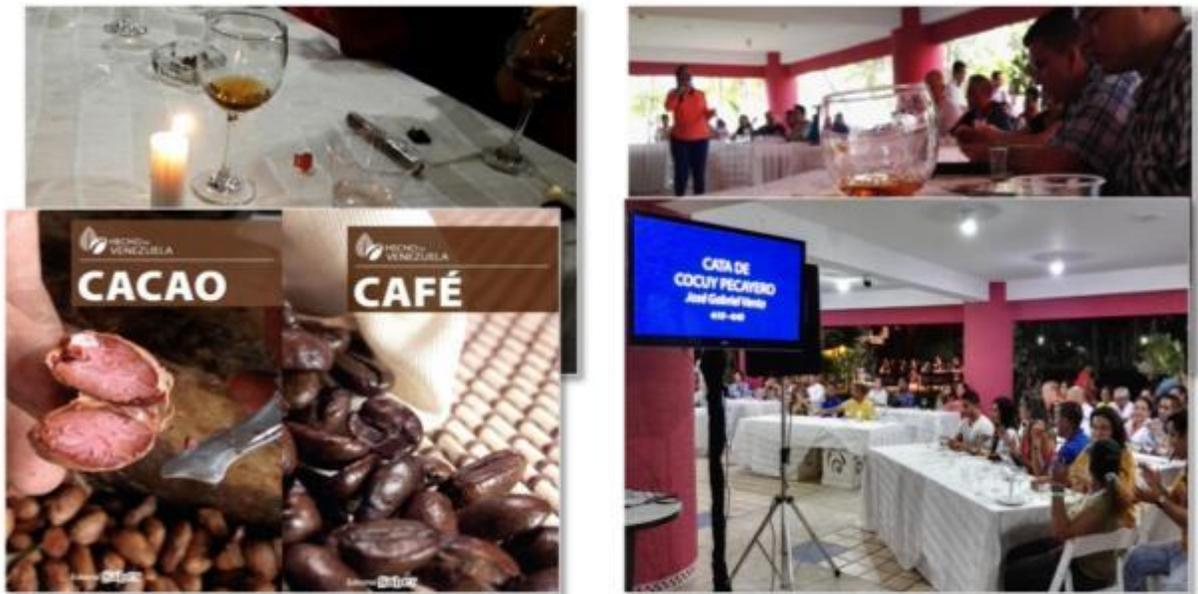


Figura 55. Catas de licores en el FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)

– Rueda de negocios

Fue una de las estrategias utilizadas durante la feria, para promover las relaciones entre diferentes productos y servicios interesados en darse a conocer y aprovecharse de las oportunidades que esta dinámica ofrece. De acuerdo con Alarico (2008), “las ruedas de negocios se refieren a reuniones de ejecutivos y de expertos que analizan un tema con enfoques convergentes, es una atmosfera de carácter privado, aunque suelen participar especialistas”.p.61.

Para el Fitven 2016, se realizaron ruedas de negocios con un objetivo preestablecido, el cual era reunir empresarios e inversionistas nacionales e internacionales para ofertar y demandar productos, bienes y servicios, además de establecer acuerdos de cooperación y asociación empresarial. Ofreciendo un espacio a los prestadores de servicios turísticos, proveedores de productos y servicios conexos vinculados a la actividad, para generar negociaciones de bienes y servicios a nivel nacional e internacional. Es decir, se intenta proporcionar la cooperación y el intercambio comercial, con miras a fomentar la consolidación del sector turístico nacional, bajo una perspectiva de desarrollo económico sostenible en las comunidades receptoras. (Figura 56).



Figura 56. Salón Bicentenario del hotel Venetur Margarita
Nota: MINTUR (2016)

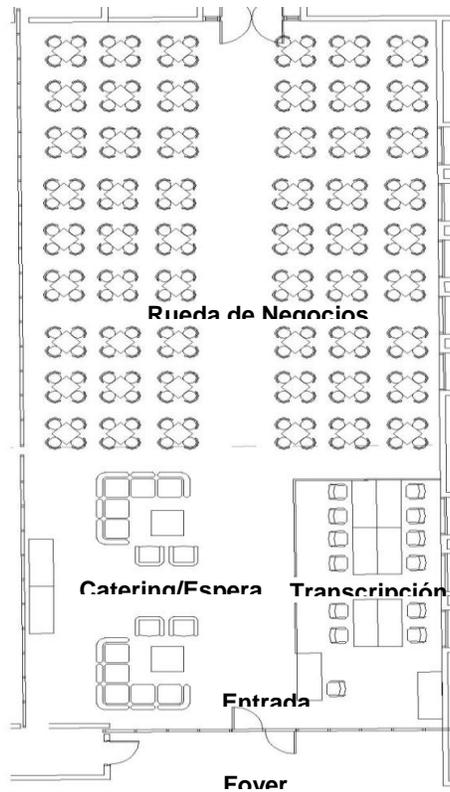


Figura 57. Croquis del salón utilizado para las ruedas de negocios.
Nota: MINTUR (2016)

– **Simposios**

A lo largo del desarrollo de la Feria Internacional de turismo de Venezuela (FitVen), se desarrollan varias actividades de capacitación y formación de las personas vinculadas al sector. La Isla de Margarita es un paraíso para todos donde se fortalecerá y consolidará las tendencias globales del turismo, al tiempo que destacara los logros que el gobierno nacional ha alcanzado desde la puesta en marcha del motor turismo, como pilar de la economía productiva.

Cabe destacar que los simposios a realizar en el FitVen son: el impulso de las nuevas tendencias y modalidades del turismo mundial, el uso efectivo de las redes sociales como estrategia de promoción de los destinos turísticos, el turismo como factor de inclusión social bajo los criterios de sustentabilidad, buenas prácticas en turismo y hospitalidad, administración de la accesibilidad turística en Venezuela, y Ponencias de divulgación ministerial.

Para el desarrollo eficiente de los simposios se establecieron pautas que debían tomar en cuenta los ponentes como: tomar las previsiones de traslado al hotel y ser puntual para reconfirmar su registro previo al inicio de la actividad (7:00 am jornadas matutinas y 12:30 pm jornadas vespertinas). Además, debían presentar su cedula laminada, debido a que este es el instrumento de verificación como participante registrado en el sistema. Aun cuando se haya confirmado su cupo vía electrónica, de no llegar a la hora indicada para realizar el pre-chequeo se le dará un tiempo de prórroga de media hora máximo, transcurrido este tiempo se cederá el cupo a otra persona que se encuentre en lista de espera, sin excepción.

Cabe resaltar que para optar al certificado de participación en cada simposio internacional, el ponente debía estar presente durante toda la ponencia, en caso de retirarse antes de la culminación del mismo no se le emitirá certificado sin excepción, (figuras 58, 59 y 60)

SIMPOSIO Y DIVULGACIÓN MINISTERIAL LUGAR: SALÓN NUEVA CADIZ “A”

Viernes 25/11/16 Turno: Mañana 8.00am a 12.30m

SIMPOSIO: “Administración de la accesibilidad turística en Venezuela”

RESUMEN:

A propósito de la temática planteada este año 2016 por la OMT, se propone el abordaje del “Turismo Accesible” para promover y evaluar aspectos de la “accesibilidad” que requieren estar presentes en toda la cadena turística, en las conexiones entre todos los lugares, y la aprobación y planificación de los servicios y actividades para la integración y disfrute de las personas con discapacidad.

PONENTES:

Lic. Jennifer Mujica - Directora General de Turismo Popular – MINTUR

Ponencia: “Turismo Accesible como herramienta de inclusión Social

Abg. Carlos Aguilera - Director de FUNDAPRAPDISC Fundación para la “Protección, Reivindicación, Adaptación Y Prevención de Personas con Discapacidad

Ponencia: “Turismo Accesible, Turismo para Todos”

Msc. Juan Lujan - Profesor del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos. (CUHELAV)

Ponencia: “Integración de Personas con Potencialidades Múltiples a Partir del Turismo Accesible.”

Prof. Matilde Gómez - Profesora de la UPEL con familiar con discapacidad CONAPDIS.

Ponencia: “Gerencia de Gestión Social y Laboral para personas con Discapacidad”

Figura 58. Cronograma del simposio “administración de la accesibilidad turística en Venezuela”

Nota: MINTUR (2016)

Viernes 25/11/16 Turno: Tarde 01:30pm a 05:00pm

SIMPOSIO:

"Impulso de las nuevas tendencias y modalidades del turismo mundial.

RESUMEN:

Esta temática significa una ventana informativa que permitirá comprender y ajustar las tendencias motivacionales de la demanda turística universal y el análisis de oferta en cuanto a servicios turísticos y hoteleros, dada la dinamización acelerada de la actividad.

PONENTES:

Lic. Omar Vielma Osuna - Presidente del Instituto de Patrimonio Cultural (IPC)

Ponencia: Puesta en uso del patrimonio cultural como mecanismo de promoción turística y conservación del patrimonio

Lic. Yosmar González – Asesor de Imagen para el Servicio

Ponencia: Influencia de la Imagen del lenguaje Corporal en la promoción de servicios turísticos.

Lic. Johnny Moreno Quintero - Presidente de la Corporación Trujillana del Turismo

Ponencia: Beatificación del venerable José Gregorio Hernández. Promoción del Turismo Religioso

Sábado 26/11/16 Turno: Mañana 08.00 am a 12.30 m

SIMPOSIO:

El turismo como factor de inclusión social bajo los criterios de sustentabilidad.

RESUMEN:

Se pretende impulsar el valor del turismo como uno de los principales factores de inclusión social y de prosperidad en el mundo, aprovechando las oportunidades que esta actividad ofrece para el desarrollo socio-económico de las comunidades.

PONENTES:

Lic. José Zambrano - Instituto Nacional de Cooperación Educativa Socialista (INCES)

Ponencia: Turismo del Siglo XXI. El desafío del Inces en la formación de los Servicios de Calidad.

Figura 59. Cronograma del simposio “Impulso de las nuevas tendencias y modalidades del turismo mundial”

Nota: MINTUR (2016)



Figura 60. Simposio “Impulso de las nuevas tendencias y modalidades del turismo mundial”

Nota: MINTUR (2016)

Entre las actividades deportivas, culturales y eventos musicales más resaltantes que se desarrollaron durante el FitVen resaltan los concursos gastronómicos tales como platos de hallacas y dulce de lechosa, los eventos deportivos tales como windsurf y kitesurf, la copa de futbol fitven 2016, la caminata 5k y la carrera 10k. Asimismo, se realizaron presentaciones culturales en áreas comunes de la feria y conciertos a cielo abierto, con la presentación de artistas nacionales e internacionales.(Figuras 61, 62, 63 y 64)



Figura 61. Kit de la caminata 5k realizada durante el FitVen 2016
 Nota: MINTUR (2016)



Figura 62. Invitación a la carrera 10k y a la caminata 5k
 Nota: MINTUR (2016)



Figura 63. Invitación al concierto de Parranderos de la paz en el FitVen
 Nota: MINTUR (2016)

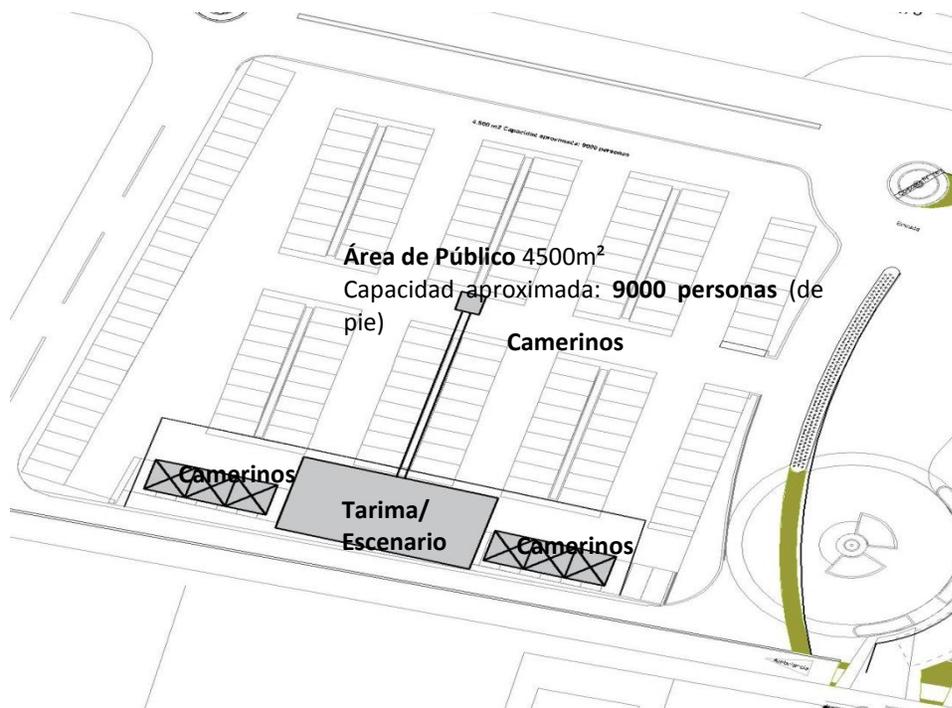


Figura 64. Croquis del área de conciertos

Nota: MINTUR (2016)

Es necesario resaltar las acciones desarrolladas durante el FitVen 2016, dentro de las más importantes están: la firma de la reforma del convenio cambiario N° 36, por el presidente de la República Nicolás Maduro, mediante el cual se Incrementa el porcentaje para mantener y administrar las divisas recaudadas por parte de los prestadores de servicios turísticos de un 40% a un 60%; en el caso de las aerolíneas, se previó la posibilidad que a través de una solicitud al Banco Central de Venezuela, debidamente justificada y soportada pueda alcanzar un 100%.

Al mismo tiempo, se firmó del contrato de alianza comercial, con el cual se da ejecución a las cartas de compromiso suscritas en fecha 06-05-2016, con inversionistas interesados en rehabilitar y operar hoteles de la Red Venetur y demás infraestructuras hoteleras, para que se proceda a su rehabilitación, desarrollo, operación y comercialización.

Asimismo, se entregó un crédito por parte del Banco de Venezuela por un monto de mil setecientos treinta millones de bolívares, (Bs. 1.730.000.000,00) a la “Promotora Turística Paradise, C.A.”, mediante el otorgamiento de la factibilidad socio técnica para la recuperación, dotación y equipamiento del hotel Tamarindo ubicado en Playa Guacuco, Municipio Arismendi, del estado Nueva Esparta que contará con 183 habitaciones que incrementará 450 nuevas plazas camas.

– **Criterios y Elementos Ceremoniales presentes en la Feria Internacional de Turismo de Venezuela 2016**

Elementos Protocolares

La Coordinación General de la 11ª edición de FitVen, fue la responsable de definir cuáles criterios y elementos protocolares son los más idóneos para promover una buena organización de la feria, entre los que se destacan:

– **Sede**

La feria fue ejecutada en el complejo ferial llamado Centro de Convenciones Hugo Chávez Frías, ubicado en la calle Los Uveros, adyacente al Hotel Venetur, en la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta (figuras 65 y 66).



Figura 65. Centro de convenciones Hugo Chávez Frías

Nota: noticias24 (2016)

CONTROL DE ACCESO

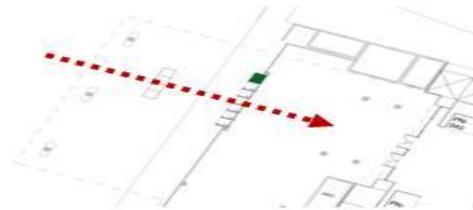


Figura 66. Centro de convenciones Hugo Chávez Frías

Nota: noticias24 (2016)

– **El Vocativo**

Es el término o tratamiento que se utiliza para dirigirse a una autoridad en un acto público o a través de una comunicación escrita, y que se establece de acuerdo a su rango en el interior de una institución. Es por esto, que el saludo inicial fue realizado por la Ministra de Turismo Marleny Contreras, seguido del organizador del evento y director nacional de INATUR Hugo Martínez.

– **Indumentaria**

La indumentaria se refiere a la vestimenta de los participantes del evento, en este caso, organizadores, personal de servicios generales, protocolo y seguridad. En cuanto al personal organizador, vestían un uniforme de camisa a botones manga larga que variaba depende del día y del cronograma. El personal de servicios generales vestía camisa y pantalón unicolor con zapatos de punta de hierro. El personal de protocolo se vistió con una chemise de color gris, pantalones de vestir negros y zapatos negros y el personal de seguridad vestía de negro de pies a cabeza. Todos correctamente identificados con sus acreditaciones y logo de Venezuela en la camisa. (Figura 67)



Figura 67. Vestimenta del personal de protocolo
Nota: MINTUR (2016)

– **Recepción de asistentes**

La entrada a la feria contaba con un recinto de seguridad en el que se aseguraban de que ningún asistente portara ningún objeto que atente contra la tranquilidad, armonía o el bienestar de los invitados. Seguido de una bienvenida por parte del personal de protocolo.

– **Señalética**

Hace referencia a los diferentes símbolos, signos y señales que se encuentran en un determinado lugar para indicar la ubicación de un punto específico. En el desarrollo del Fitven fueron implementadas las siguientes señales. (Figura 68)



Figura 68. Señalización utilizada para los distintos espacios que conforman el FitVen 2016

Nota: MINTUR (2016)

Cabe resaltar que en el desarrollo de las actividades que conformaron el FitVen 2016 se notaron los siguientes criterios protocolares definidos por De Fagre (2005), como: la derecha “es el sitio de honor y debe ser respetada siempre. De acuerdo, con de Urbina (1992), esta regla universal e intemporal puede ser considerada como la piedra angular en la colocación protocolar de las personas”.P.64. Asimismo, describe la jurisdiccionalidad como “una autoridad tendrá precedencia sobre otra que la antecede con el orden protocolar si el acto se está efectuando en su jurisdicción”.P.71. Al mismo tiempo, argumenta que el invitado de honor “es la persona a quien por su jerarquía, nivel o rango o como muestra de especial deferencia y consideración, le destinamos el sitio de honor, a la derecha de quien preside el acto”. P.73. también objeta, que la antigüedad es notoria “cuando se tienen autoridades con la misma equivalencia, este criterio ha servido de mucha utilidad por cuanto es el tiempo lo que cuenta para establecer la precedencia”. P.68, (figura 69).



Figura 69. Criterios protocolares durante la inauguración del FitVen 2016

Nota: MINTUR (2016)

Se puede observar, en la figura anterior que el criterio de orden que se implementó durante el desarrollo del festival fue el punto cero, en este caso representado por la Ministra Marleny Contreras, dando base al criterio de la precedencia, que es el punto fundamental para determinar la estructura en la que deben ser colocadas las autoridades, bien sea en un presídium o en una caminata. De igual manera, a los criterios de la derecha, de antigüedad y al del invitado de honor.

Cabe resaltar que los criterios protocolares más notorios e importantes para el comité organizador del FitVen fueron la autonomía corporativa definida por De Fagre (2005), como “derecho que rige en una institución pública o privada de formular o producir sus leyes, reglamentos, normativas y manuales particulares para establecer el protocolo que guíe sus ceremoniales”. P.76. Asimismo, el criterio de lo exclusivamente institucional descrito por la misma De Fagre (2005), como “la dinámica institucional conlleva a realizar una serie

de eventos que demandan la participación de los miembros de organismo, empresa o institución”. p.77. dicho criterio es notorio en lo referente al acceso al recinto ferial, debido a que los días 24 y 25 solo se le permitió el mismo a los ministros, gobernadores, diputados e invitados especiales que representaban los diferentes países que conformaban el pabellón internacional. (Figura 70)



Figura 70. Presencia de gobernadores, diputados e invitados especiales

Nota: MINTUR (2016)

En la imagen anterior aparecen invitados como Edwin Rojas gobernador del Estado Sucre, Luis Motta Domínguez presidente de CORPOELEC, Rodolfo Zerpa coordinador del PSUV en la Zona Panamericana, Tareck El Aissami gobernador del Estado Aragua, Roque Valero diputado de la Asamblea Nacional y Carlos Guillen ex beisbolista profesional.

Otro criterio resaltante fue la colocación de las banderas de los países invitados a participar en el FitVen 2016, según De Fagre (2005), “cuando se use la bandera nacional para engalanar salas de conferencia o para actos similares,

se colocara detrás y a mayor altura del estrado en el que se encuentre la autoridad que preside el acto”.p.182. (Figura 71 y 72)



Figura 71. Ubicación de las banderas en ruedas de prensa

Nota: MINTUR (2016)



Figura 72. Ubicación de la bandera del país coanfitrión y de los países invitados

Nota: MINTUR (2016)

Para De Fagre (2005), “en ceremonias oficiales, a las banderas nacionales de otros países se le rendirán los mismos honores que a la nacional”.p.182. Es por esto, que para la colocación de las banderas afuera del centro de convenciones Hugo Chávez Frías se tomó como punto cero la bandera de Venezuela, cumpliéndose el criterio protocolar de la derecha, ya que este lugar lo ocupaba la bandera del país coanfitrión que para el 2016 era Aruba, a su izquierda se ubicó la bandera del país Bielorrusia alternando con las banderas de China. Ecuador, Cuba e India.

– **Herramientas del marketing implementadas en la feria FitVen 2016**

Durante el desarrollo del FitVen 2016 se empleó como estrategia principal de venta el marketing directo, definido por Muñiz (2009), como “... el conjunto de técnicas que facilitan el contacto caracterizado (social, económica, geográfica y profesionalmente) a fin de promover inmediato y directo con el posible comprador, especialmente un producto, servicio, idea empleando para ello medios o sistemas de contacto directo”. Debido a esto, el mismo se empleaba al momento de ofertar los diferentes servicios y actividades que conformaban la feria, (figuras 73 y 74).



Figura 73. Vallas publicitarias relacionadas al FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)

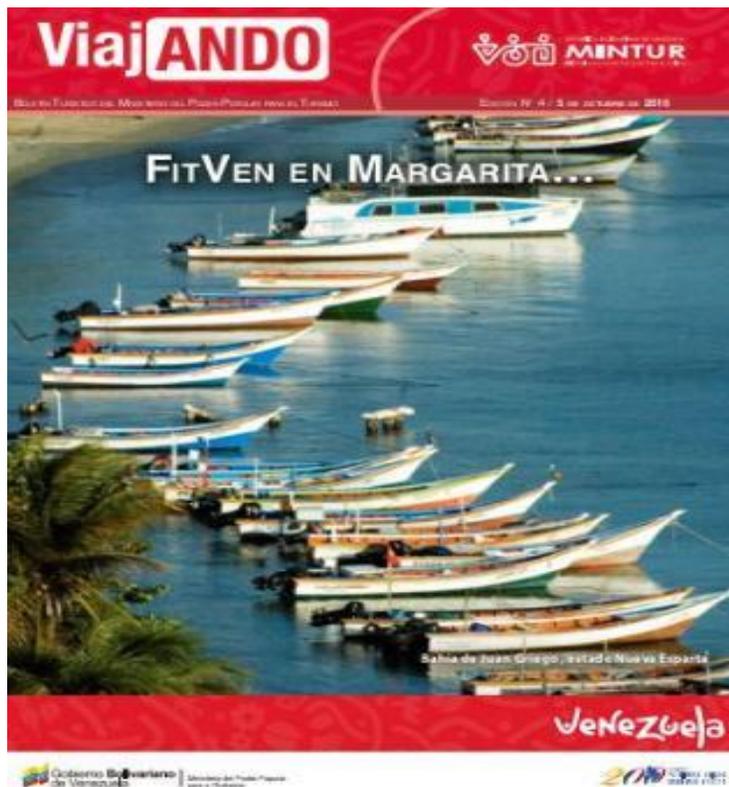


Figura 74. Folleto del FitVen 2016 emitido por MINTUR
Nota: MINTUR (2016)

– **Marketing directo**

El marketing digital jugó un papel importante en el desarrollo de la feria, definiéndolo como la estrategia principal implementada. A medida que se iban desarrollando las diferentes actividades que conformaban el FitVen 2016 su alcance era notorio, las páginas webs mostraban diferentes publicaciones referidas a la feria. Aunado a esto, las redes sociales tienen un rol fundamental en la difusión del desarrollo del festival siendo el punto de contacto directo e interactivo con los participantes. Debido a esto se implementó el uso de la etiqueta oficial #fitven2016, (figuras 75, 76, 77, 78, 79 y 80)



Figura 75. Etiqueta oficial del FitVen 2016
 Nota: MINTUR (2016)



Figura 76. Interacción con los asistentes al evento mediante la etiqueta #fitven2016
 Nota: Instagram(2016)



Figura 77. Interacción con empresas participantes en el Fitven 2016 mediante la etiqueta oficial
 Nota: Instagram (2016)



Figura 78. Publicación sobre el stand de Carirubana en FitVen 2016
 Nota: Primera Noticia(2016)



Figura 79. Publicación sobre el stand del Estado Aragua
 Nota: El Siglo (2016)



Figura 80. Publicación sobre el cierre de FitVen 2016
 Nota: MINTUR (2016)

Debido a la magnitud y alcance de las estrategias implementadas durante la feria, se realizó una encuesta los días 25 y 26 del mes de noviembre para conocer de qué manera los asistentes al FitVen tuvieron conocimiento de la feria, lo cual permitiría determinar si dichas herramientas

previamente descritas habían alcanzado su objetivo, dando como resultado lo siguiente, (figura 81).



Figura 81. Herramientas de Marketing del FitVen 2016

Nota: MINTUR (2016)

– Relaciones Públicas

Para el desarrollo eficiente del FitVen 2016, fue determinante e indispensable el establecimiento de relaciones públicas, definidas por Mesa (2013), como “estrategias de comunicación que construyen mutuas relaciones benéficas entre las organizaciones y sus públicos”. P.12 Asimismo, argumenta que con una buena estrategia de relaciones públicas, las empresas, marcas y organizaciones pueden lograr un gran impacto y construir una buena reputación que con el tiempo, se traducirá en la confianza del cliente y en el afianzamiento de relaciones a largo plazo.

Es por esto, que se vuelve necesario esta herramienta de marketing, ya que el FitVen enmarca su esencia y actividades en la oferta de servicios ofrecidos por aliados comerciales, generando un beneficio mutuo, (figuras 82, 83, 84 y 85)



Figura 82. Aliados comerciales del FitVen (hotel WYNDHAM y VTELCA)
Nota: MINTUR (2016)



Figura 83. Aliados comerciales del FitVen (DELAGRO y Los Andes)
Nota: MINTUR (2016)



Figura 84. Participación de CORPOTUR en el Fitven 2016
Nota: MINTUR (2016)



Figura 85. Aliados comerciales del FitVen (Aeropostal y Conviasa)
Nota: MINTUR (2016)

2.3.3 Post Feria

Desborde y Falgoux, (2006) mencionan que "... más que cerrar el evento, el post-evento lo que hace es establecer las perspectivas de futuro y contribuye a perfeccionar el mismo". (p.151).

Debido a esto, gestionar eficientemente esta etapa de la feria es tan importante como la planificación y coordinación de la misma, la participación de los involucrados en el desarrollo de la feria es vital para el análisis de los resultados, lo cual permite establecer acciones correctivas para ediciones futuras.

Es por esto, que para el acto de clausura de la feria internacional de turismo de Venezuela 2016, el día 28 de noviembre a las 2:00pm se realizó una rueda de prensa en las inmediaciones del hotel Venetur. La cual contó con la presencia de periodistas nacionales e internacionales y tuvo un aforo de 60 personas. Dicha rueda de prensa fue encabezada por la Ministra del Poder Popular para el turismo, el gobernador del Estado Nueva Esparta y el gobernador del Estado Mérida, Vice Ministra de Turismo Nacional, Vice Ministros de Obras y Proyectos Turísticos. A continuación se muestra la línea discursiva implementada por la Ministra y el cronograma de actividades establecido para la rueda de prensa que tuvo una duración de una hora, (tabla 3 y 4).

Tabla 3. Línea discursiva de la Ministra Marleny Contreras para el cierre de FitVen 2016.

Nota: MINTUR (2016)

Línea discursiva Ministra del Poder Popular para el Turismo	SI	NO
Agradece asistencia y participación de todos		
Número de visitantes		
Número de Negociaciones que se generó en las ruedas de intercambio profesional y comercial		
Números de Intenciones de negocio		
Monto de posibles Inversiones nacionales		

Agradece a las representación de Países Internacionales en la feria		
Agradece participación del país co-afritió “ Aruba”		
Agradece participación del estado co-afritió “Vargas”		
Agradece participación del estado sede “ Nueva Esparta”		
Atractivo resaltantes, actos culturales y espectáculos o conciertos		
Imágenes de apoyo por parte de prensa y el área audiovisual para que se trasmita en televisión con la voz en off de la ciudadana Ministra.		
Fondo Musical FitVen 2016		

Tabla 4. Cronograma del acto de clausura en el FITVEN 2016

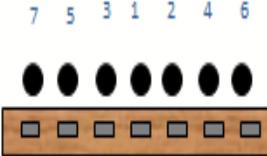
Nota: MINTUR (2016)

HORA	PROGRAMA	RESPONSABLES	TIEMPO
2:00 pm	Registro de invitados a la Rueda de Prensa "balance de Cierre FitVen 2016"	Protocolo	5min
2:05 pm	Maestro de Ceremonia agradece la asistencia e indica orden de los presentes, presenta a los asistentes en la mesa de autoridades y cede la palabra a la Ministra	Luis Uzcategui Maestro de Ceremonia	5min
2:10 pm	Palabras de la Ministra del Poder Popular para el Turismo	Marleny Contreras Mintur	15min
		Interviene a solicitud de la Ministra algunas de las autoridades que la acompañan	3min
2:25 pm	Set de Preguntas y Respuestas	Prensa Mintur	10min
		Intervienen a solicitud de la ministra la autoridad competente	2min por persona aprox.
2:40 pm	Palabras de Cierre y despide el pase Televisado	Nicolás Maduro Moros Presidente de la Republica Bolivariana de Venezuela	3min
		Fondo Musical FitVen 2016	1min 6min
2:50pm	Cierre de la actividad		

Durante el cierre del FitVen fue notoria la implementación de criterios protocolares como la precedencia, definida por Fagre (2008), como "...el punto clave y la base del protocolo, viene del latín "praecedentia" e indica primacía, superioridad, privilegio, preferencia, preeminencia en el tiempo y anterioridad en el espacio".P.42. De igual manera, se establece una estructura en la que serían colocadas las autoridades en el presidium, siendo imprescindible determinar la presidencia descrita por Fagre (2008), "... como la persona que ocupa la más alta jerarquía en el lugar o el anfitrión".p.42. Es por esto, que para la rueda de prensa clausura del FitVen se implementó la presidencia unipersonal, la cual hace referencia a que la máxima autoridad es quien preside el acto. (Tabla 5)

Tabla 5. Orden protocolar de la rueda de prensa del FitVen 2016

Nota: MINTUR (2016)

UBICACIÓN	PRESIDIUM	NÚMERO PROTOCOLAR	AUTORIDADES	CARGOS
MESA "A"	PRESIDIUM	1	Ing. Marleny Contreras	Ministra del Poder Popular para el Turismo
		2	Sr. Mata Figueroa	Gobernador del Estado Nueva Esparta
		3	Sr. Alexis Ramírez	Gobernador del Estado Mérida
		4	Sr. Ali Padrón	Viceministro de Turismo Internacional
		5	Sra. Azucena Jaspe	Vice ministra de Turismo Nacional
		6	Samuel Cetina	Viceministro de Obras y Proyectos Turísticos
		7	Sr. Hugo Martínez	Coordinador General de la FitVen 2016

La figura anterior muestra el orden de precedencia en el acto de clausura del FitVen 2016, la Ministra Marleny Contreras encabezaba el presídium como máxima autoridad, a su derecha el invitado de honor en este caso el Gobernador Carlos Mata Figuera, a su izquierda el que le sigue en importancia el gobernador del estado Mérida Alexis Ramírez, ubicándose a la derecha del invitado de honor alguien al que le siga en importancia y se alterna nuevamente con el lado izquierdo de la línea protocolar , (Figuras 86, 87 y 88).



Figura 86. Acto de clausura del FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)



Figura 87. Acto de clausura del FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)

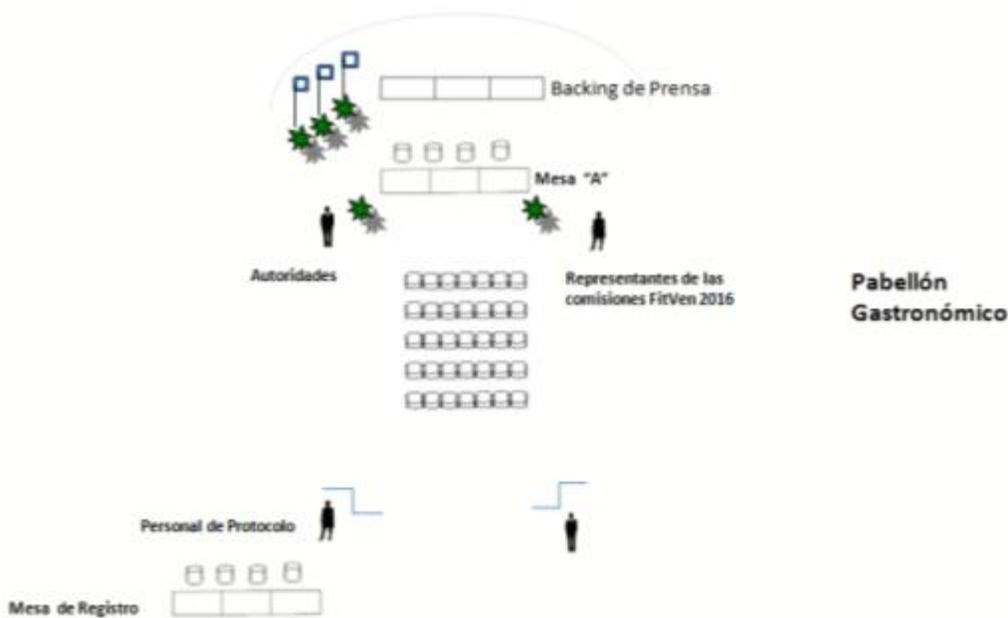


Figura 88. Orden protocolar del cierre de FitVen 2016
 Nota: MINTUR (2016)

Luego de que la Ministra del Poder Popular para el Turismo Marleny Contreras realizara la clausura del FitVen, el coordinador general Hugo Martínez en rueda de prensa realizada el 29 de noviembre del 2016 en las instalaciones del Centro de Convenciones Hugo Chávez del Hotel Venetur Margarita del Estado Nueva Esparta, anunció que con el nuevo concepto de esta vitrina turística, se alcanzaron las metas y objetivos estimados, “Hemos superado todas las expectativas planteadas en todas las áreas que participaron, prestadores de servicios turísticos del país, tour-operadores internacionales, ofrecimos un excelente pabellón gastronómico, en cuanto a la feria artesanal albergó a creadores de todos los municipios de la entidad” asevero Martínez. (Figuras 89)



Figura 89: Coordinador General de FitVen 2016, Hugo Martínez
 Nota: MINTUR (2016)

Mediante el uso de la estadísticas, fueron mostrados los resultados arrojados por encuestas realizadas en el transcurso de la feria, donde se evidenció un incremento de público en su mayoría, profesionales y miembros del sistema turístico nacional, de 15 mil a 16 mil 273 personas, (Figuras 90, 91,92 y 93).



Figura 90. Estadística relacionada al número de visitantes del complejo ferial
 Nota: MINTUR (2016)



Figura 91. Estadística relacionada al número de empresas registradas en el FitVen 2016

Nota: MINTUR (2016)

Tabla 6. Total de personas asistentes al recinto ferial

Nota: MINTUR (2016)

Total Visitantes			
Fecha	Cantidad		
	Femenino	Masculino	Total
Jueves: 24/11/2016	345	334	679
Viernes: 25/11/2016	3.063	2.211	5.274
Sábado: 26/11/2016	2.523	1.785	4.308
Domingo: 27/11/2016	3.268	2.744	6.012
Total	9.199	7.074	16.273

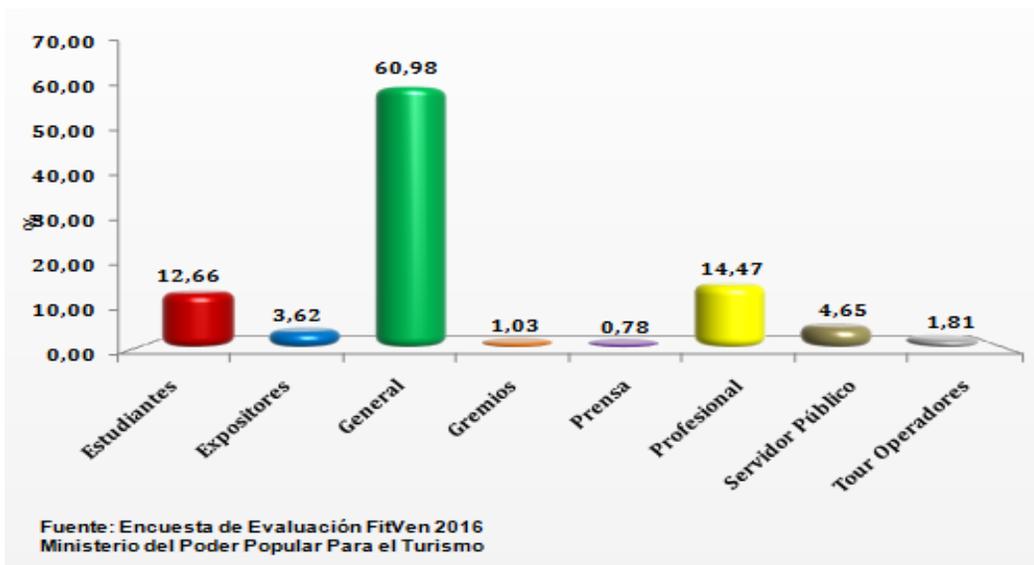


Figura 92. Tipos de visitante del FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)

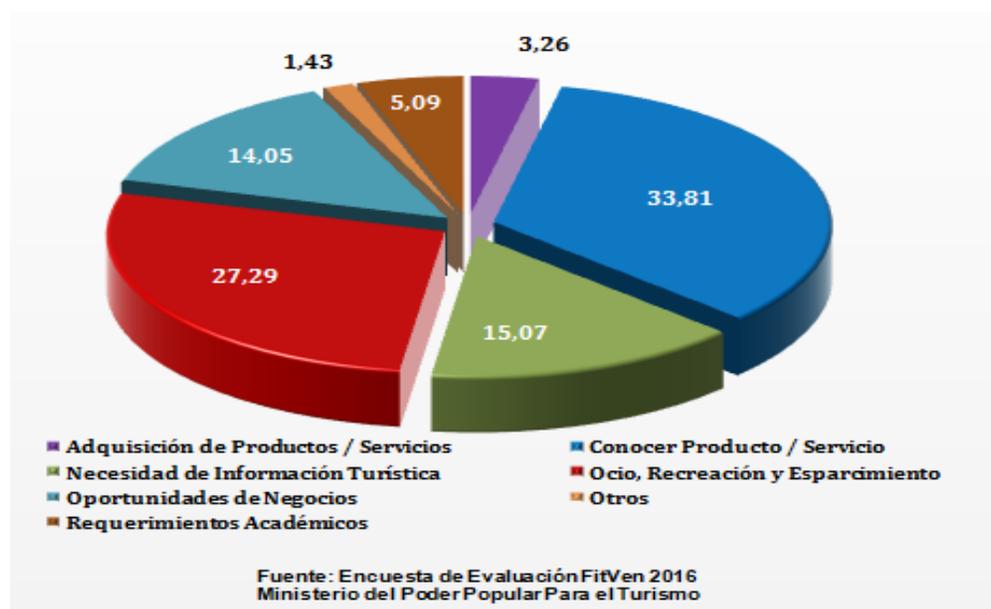


Figura 93. Motivo de visita al fitven 2016
Nota: MINTUR (2016)

Tabla7. Monto total de intenciones de negocio en bolívares y dólares.

Nota: MINTUR (2016)

Fecha	Unidad Monetaria	Pabellón Ruedas de Negocios	Pabellón Internacional	Pabellón Nacional	Vitrina Promocional de Actividades Conexas	TOTAL
Viernes: 25/11/2016	Bs.	7.490.942.446,69	534.360.000,00	379.155.094,00	0	8.404.457.540,69
	\$	2.293.300,00	2.500,00	11.913,00	0	2.307.713,00
Sabado: 26/11/2016	Bs.	4.435.948.010,00	1.283.425.000,00	1.266.925.900,00	245.442.910,00	7.231.741.820,00
	\$	165.300,00	6.000,00	159.000,00	0	330.300,00
Domingo: 27/11/2016	Bs.	20.014.170.000,00	1.002.180.000,00	36.499.000,00	0	21052849000
	\$	0	0	0	0	0
TOTAL	Bs.	31.941.060.457	2.819.965.000	1.682.579.994	245.442.910	36.689.048.361
	\$	2.458.600	8.500	170.913	0	2.638.013

Cabe resaltar, que las estadísticas del FitVen contienen información suministrada de forma directa por los participantes del evento, la cual se recolectó mediante encuestas y entrevistas que fueron realizadas en los diferentes pabellones ubicados en puntos estratégicos del festival. Se realiza una comparación estadística entre lo programado, lo ejecutado y lo alcanzado, permitiendo así que se produzca la retroalimentación, obteniendo conclusiones que les permiten establecer medidas correctivas para las ediciones siguientes

El coordinador y director ejecutivo del Instituto Nacional de Turismo (INATUR), expreso que a partir de la edición del 2016 tiene idea clara de lo que son las Ferias Internacionales de Turismo. (Figura 94)



Figura 94. Exposición de resultados estadísticos

Nota: MINTUR (2016)

El criterio de la presidencia bipersonal es notorio en la rueda de prensa que dio finalmente cierre al FitVen, debido a que el presidium estaba encabezado por el coordinador general Hugo Martínez (1) y el viceministro para Turismo Internacional Alí Padrón(2), el encuentro con los medios también contó con la participación de la viceministra para Turismo Nacional Azucena Jaspe (3) ubicada a la derecha del coordinador y el viceministro de Proyectos y Obras Turísticas Samuel Cetina (4) ubicado a la izquierda del viceministro Padrón, quienes respondieron las interrogantes de los comunicadores en sus respectivas áreas.

El cierre definitivo del Fitven 2016 se produce una vez realizadas las ruedas de prensas anteriormente descritas. Es por esto, que se procede a realizar el desmontaje del recinto ferial, el cual es realizado por el comité organizador en conjunto con el personal que laboro en la feria y el personal asignado por el hotel Venetur Margarita.

Debido a que, la feria se realizó en el centro de convenciones no se efectuó desmontaje total de la estructura del mismo, sino de los espacios adaptados para los

stands y diferentes pabellones, además de las barandas de seguridad, sillas de los invitados, podio, tarimas, equipos de audio y video que se encontraban ubicados en puntos estratégicos del recinto ferial.

Durante el cierre del Fitven se implementó el Marketing Digital como la estrategia adecuada para difundir los logros, alcances y resultados de la misma.(Figuras 94, 95, 96 y 97)



Figura 94. Nota de prensa realizada por MINTUR sobre el FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)



Figura 95. Nota de prensa realizada por MINTUR sobre el cierre del FitVen 2016
Nota: MINTUR (2016)



Figura 96. Nota de prensa sobre el cierre del FitVen 2016
Nota: El mundo (2016)



Figura 97. Nota de prensa sobre el logro de negocios en el FitVen 2016
Nota: Cámara de comercio de Nueva Esparta (2016)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La Feria Internacional de Turismo de Venezuela 2016 se desarrolló mediante una planificación y organización sistemática lo cual permitió el avance eficiente de las diferentes etapas que conforman la misma, facilitó el alcance de los objetivos y metas propuestas.

La Feria Internacional de Turismo Venezuela nace en el año 2005 para convertirse en una plataforma de promoción creada para facilitar el intercambio de experiencias entre operadores turísticos nacionales e internacionales, así como también, de mostrar el potencial y desarrollo del sector turismo, enalteciendo la riqueza patrimonial, cultural e histórica de Venezuela como país multidesino. Debido a esto, es vital y necesario la implementación de la gestión de eventos con estándares protocolares universales que conlleven al éxito y reconocimiento internacional que tiene actualmente como el evento turístico más importante en Latinoamérica.

FitVen 2016 tomó como meta dar a conocer a Venezuela como marca país, generando un gran impacto turístico en la Isla de Margarita sede de la misma. convirtiéndola en un punto comercial debido a la cantidad de turistas que ingresan aumentando la actividad hotelera y gastronómica; Por ello, se hace necesario una adecuada planificación, organización e implementación de herramientas de marketing que faciliten y permitan promover el turismo nacional e internacional, siendo el Marketing Digital y el Marketing Mix las herramientas principales para publicitar y vender la feria, conllevando a la captación de divisas provenientes del sector turístico y a la generación de empleos.

De acuerdo a la investigación ofrecemos las siguientes recomendaciones:

Debido a que la Isla de Margarita cuenta con un gran número de empresas de alojamiento, restauración y recreación, se debe planificar la inclusión de la mayoría o todas las empresas para así cubrir la demanda turística que se desplaza para asistir al FitVen.

Crear puntos de información en las zonas más concurridas de la ciudad en los días previos, durante y posteriores al evento, que inviten al público a asistir, aclaren dudas y ofrezcan información relacionada a las metas y objetivos que se quieren lograr con esta feria. Ya que uno de los objetivos de la feria era posicionar a Venezuela como marca país, se recomienda la creación de quioscos o puntos de venta en los que turistas y locales puedan encontrar todos los suvenires que se promocionaron durante la feria.

Al ser un acontecimiento importante que engloba ámbitos como negocios, entretenimiento y promoción, se deben formular mejores estrategias de proyección masiva en diversos medios audiovisuales para aumentar el flujo de información respecto a la feria.

Y por último, mantener y supervisar los estándares protocolares designados para regir las diversas fases del evento, que recalquen el trabajo que realiza cada comisión.

REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2005). Marketing en Ferias Turísticas. México: Trillas.
- Alarico, G. (2008) Gerencia de Eventos Especiales. Venezuela: Editorial Panapo.
- Cunningham, M. (2014), Las ferias y la inserción internacional. [Documento en Línea] Disponible:<http://marcotradenews.com/noticias/las-ferias-y-la-insercion-internacional-primer-parte-23437>
- De Fagre, E. (2005). Eventos Universitarios y Sociales, Gerencia, Ceremoniales y Protocolo. Venezuela: Ediciones “Z”
- Fleitman, J. (1997), Eventos y Exposiciones. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana editores, S.A de C.V.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). Principios del Marketing. España: Editorial Pearson-Prentice Hall
- Jordá (2011) Diccionario práctico de gastronomía y salud.
- Le Monnier, F. (2000).Marketing ferial Segunda Edición. Barcelona
- Pérez, J y Gardey, A. (2009). Definición de negocio. [Documento en Línea] Disponible: <http://definicion.de/negocio/> . Actualizado en 2013
- Pérez, J y Merino, M. (2008). Definición de países. [Documento en Línea] Disponible: <http://definicion.de/pais/> . Actualizado en 2008
- Pérez, J y Merino, M. (2010). Definición de feria. [Documento en Línea] Disponible: <http://definicion.de/feria/> . Actualizado en 2014
- Pintado, T y Sánchez, J. (2013). Imagen Cooperativa. Influencia en la Gestión Empresarial. Madrid: Editorial ESIC.
- Sociedad de Naciones Unidas (1937). Turismo. [Documento en Línea] Disponible: <http://www.campusdigital.com/blog/cursos-ciencias-sociales/turismo-concepto.aspx>
- Whitehill, k. (2005). Kleppner publicidad.[Documento en Línea] Disponible: <http://books.google.com>
- www.fitven.gob.ve
- www.mintur.gob.ve/

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

TÍTULO	XI FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE VENEZUELA (FitVen) 2016, ISLA DE MARGARITA DESDE LA PERSPECTIVA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTO
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
Beaufond Carrillo, María Margarita del Carmen	CVLAC: 19.317.675 E MAIL: y2k710@gmail.com
Jaimes Guerrero, Geraldine Carolina	CVLAC: 24.437.091 E MAIL: geraljaimes@gmail.com
Villalobos Salazar , Adelina Alejandra	CVLAC: 25.101.031 E MAIL: a_de_1994@hotmail.com

PALABRAS O FRASES CLAVES:

- Evento
- Protocolo
- Marketing
- FitVen
- Turismo

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ÁREA	SU ÁREA
Hotelería	Organización de eventos
	Ceremonial y protocolo
	Marketing de eventos

RESUMEN (ABSTRACT):

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general desarrollar desde la perspectiva de la Gestión de Eventos, Gestión de Marketing de eventos, Ceremonial y Protocolo, la Feria Internacional de Turismo de Venezuela en su 11a edición. La siguiente investigación se considera del tipo documental, de carácter descriptivo y monográfico. En este se estudia el proceso de planificación durante las etapas de pre-feria, feria y post-feria. Para la recolección de datos se empleó la revisión bibliográfica, libros electrónicos, páginas web y archivos en pdf que fueron proporcionados por el comité organizativo oficial del FitVen 2016, con la finalidad de recopilar la información precisa para el desarrollo de la investigación mediante la aplicación de conocimientos teóricos en combinación con la información recolectada. Como conclusión se extrae que en esta 11ª Edición de FitVen, se tomó como meta dar a conocer a Venezuela como marca país, promover el turismo nacional e internacional, la captación de divisas provenientes del sector turismo y la generación de empleos.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CÓDIGO CVLAC / E_MAIL				
Cruz Jiménez	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:	4.647.520			
	E_MAIL	<u>Cruz.jimenez@gmail.com</u>			
	E_MAIL				
Cristina Marcano	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:	10.199.696			
	E_MAIL	<u>Eventos.udone@gmail.com</u>			
	E_MAIL				
Eliant Medina	ROL	CA	AS x	TU	JU
	CVLAC:	9.671.497			
	E_MAIL	<u>eliant.medina@ne.udi.edu.ve</u>			
	E_MAIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

2017	10	19
AÑO	MES	DÍA

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIP O MIM E
Trabajo_de_grado_Beufond_Maria_Jaimes_Geraldine_Villalobos_Adelina	.doc x
Trabajo_de_grado_Beufond_Maria_Jaimes_Geraldine_Villalobos_Adelina	.pdf

CARACTERES EN LOS NOMBRES DE LOS ARCHIVOS: A B C D E F G
H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z. a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t
u v w x y z. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9.

ALCANCE

ESPACIAL: _____ (OPCIONAL)

TEMPORAL: _____ (OPCIONAL)

TÍTULO O GRADO ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Licenciado en Hotelería

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Pregrado

ÁREA DE ESTUDIO:

Hotelería

INSTITUCIÓN: Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta

9/11/09

8/11/09

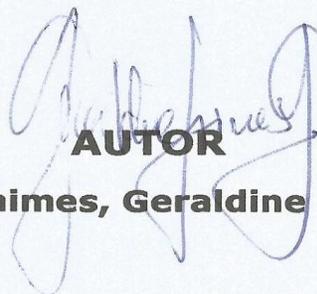
**METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y
ASCENSO:**

DERECHOS

Artículo 41 del reglamento de trabajo de pregrado (Vigente a partir del II semestre 2009, Según comunicado CU-034-2009). "Los Trabajos de Grado son Propiedad exclusiva de la Universidad y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien lo participará en Consejo Universitario"


AUTOR

Beaufond, María


AUTOR

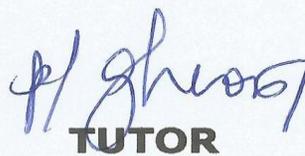
Jaimes, Geraldine


AUTOR

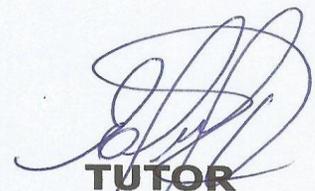
Villalobos, Adelina


TUTOR

Jiménez, Cruz


TUTOR

Marcano, Cristina


TUTOR

Medina, Eliant

POR LA COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO