

as colaborativas de videoconferencias y su impacto en programas de posgrado prese
nciales Caso de estudio Universidad Publica Estatal.

Juca Maldonado, Fernando Xavier. (2016). La educación a distancia, una necesidad para la formación de los profesionales.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000100016

Labarrere Reyes Guillermina y Valdivia Pairol Gladys E. Pedagogía. Edit Pueblo y Educación Ciudad de la Habana 2001. Pág. 29.

Noa Silverio Luisa A. Modelos emergentes de la Educación a Distancia, Revista Educación 116 Septiembre diciembre 2005. Pág. 16.

Reglamento del Trabajo Docente y Metodológico de la Educación Superior. RESOLUCIÓN No. 02 /18

Rivera Porto, Eduardo. ¿Qué es la Educación a distancia? Correo. <http://www.sld.cu/libros/distancia/cap1.html> 2004.

Simposio de Montevideo. La transformación universitaria en vísperas del tercer milenio. Junio, 1996. Editorial. CRESAL. U(NESCO).

**PAÍSES BAJOS COMO EMISOR DE TURISMO A CUBA. SU UTILIDAD EN LA
CAPACITACIÓN TURÍSTICA.**

Autores: Rosendo Bermúdez Prieto⁴⁵, Ulises Betancourt Morfis⁴⁶

RESUMEN

Es un material que brinda información socio, cultural y económica del Reino de los Países Bajos, como uno de los mercados emisores de turismo hacia Cuba, destacando las características principales de los potenciales turistas residentes en ese país. Tiene como objetivo contribuir a la superación constante de nuestros profesionales y fuente de consulta para estudiantes de diferentes cursos de turismo de los centros formación y capacitación del país.

Palabra clave: Perfil, clientes, profesionales, Reino de los Países Bajos

ABSTRACT

⁴⁵ Profesor Principal del Centro de Capacitación del Mintur de Varadero. Máster en Gestión Empresarial por la Escuela de Marketing de Madrid. Máster en Marketing y Comunicación por la Universidad de la Habana. E mail: rosendo20061953@gmail.com. <http://orcid.org/0000-0003-4609-5263>.

⁴⁶ Director de Recursos Humanos. Ingeniero Industrial. Universidad de Matanzas, Cuba. <http://orcid.org/0000-0003-2877-3171>. E mail: ulises.betancourt@umcc.cu

It is a material that provides socio-cultural and economic information on the Kingdom of the Netherlands, as one of the source markets for tourism to Cuba, highlighting the main characteristics of potential tourists residing in that country. Its objective is to contribute to the constant improvement of our professionals and a source of consultation for students of different tourism courses in the training and training centers of the country.

Keywords: Profile, clients, professionals, Kingdom of the Netherlands

RÉSUMÉ

C'est un matériel qui fournit des informations socioculturelles et économiques sur le Royaume des Pays-Bas, en tant que l'un des marchés émetteurs du tourisme à Cuba, mettant en évidence les principales caractéristiques des touristes potentiels résidant dans ce pays. Son objectif est de contribuer à l'amélioration constante de nos professionnels et une source de consultation pour les étudiants de différents cours de tourisme dans les centres de formation et de formation du pays.

Mots clés: Profil, clients, professionnels, Royaume des Pays-Bas

INTRODUCCIÓN

La multiplicidad de destinos y productos turísticos existentes actualmente en el mundo, la diversidad de herramientas con que cuentan los clientes que les vistan o consumen sus productos y/o servicios, la cultura turística que los mismos tienen por sus conocimientos y experiencias, llevan a una mayor competencia y exigen de los prestadores de servicios, luchar por el liderazgo a partir de su profesionalidad, inteligencia, dinamismo, adaptabilidad a los cambios y un análisis permanente de sus potencialidades y demandas imperantes.

“El objetivo de cualquier empresa radica en una cosa: el servicio de nuestros clientes... La capacidad de una empresa para sobrevivir y prosperar es directamente proporcional a lo bien que sirve a sus clientes.” (Bill George, CEO Medtronic, en el discurso del premio de la Academy of Management al mejor ejecutivo del año en 2001).

De lo anterior se deriva la incuestionable necesidad de que los profesionales de los servicios en cualquiera de sus variantes, mantengan un estudio permanente de los diferentes mercados, las tendencias existentes y una interacción constante con los que demandan de nuestros productos y servicios, acompañado de la evaluación crítica permanente de los mismos.

El conocimiento de los diferentes tipos de clientes y su clasificación, permitirá proyectar ofertas que propicien una mayor satisfacción de los mismos. Es por ello, que su inclusión en el estudio de perfiles en los cursos de post grado, conferencias y seminarios con trabajadores del turismo, es fundamental.

Dando seguimiento a esta línea de pensamiento, trataremos en este trabajo, de lograr un acercamiento al Reino de los Países Bajos como emisor de turismo y al perfil de los turistas proceden de este país.

Reino de los Países Bajos.

Países Bajos, está dividido en 12 provincias, dos de las cuales se denominan Holanda Septentrional y Holanda Meridional, las que por el florecimiento alcanzado en el siglo XVII y el contacto que tuvo con el resto del mundo, hizo que el país se conociera como Holanda. En estas provincias se encuentran las mayores atracciones turísticas y ciudades importantes como Amsterdam (su capital), Róterdam y La Haya (sede del gobierno y lugar de residencia del monarca). Esta última también alberga a La Corte Internacional de Justicia (CIJ, también llamada Tribunal Internacional de Justicia), principal órgano judicial de las Naciones Unidas.

El Reino de los Países Bajos, está constituido por: Países Bajos (su parte europea), Aruba (193 km²), Curazao (444 km²) y Sint Maarten (34 km²), islas caribeñas, que constituyen países miembros del reino, además de otras pequeñas islas caribeñas nombradas Bonaire, Saba y San Eustaquio, que son considerados municipios especiales.

La parte europea está situada el noroeste del continente, limitando al norte y oeste con el mar del Norte, al sur con Bélgica y al este con Alemania. Actualmente, cuenta con 12 provincias: Groninga, Frisia, Drenthe, Overijssel, Güeldres, Utrecht, Holanda Meridional, Holanda Septentrional, Zelanda, Brabante del Norte, Limburgo y Flevoland.

El gentilicio de los ciudadanos de los Países Bajos, es neerlandés o neerlandesa y el idioma se denomina neerlandés, teniendo en cuenta que Países Bajos en su idioma de dice Nederland.

Debido a que en la actualidad muchos singuen llamando al país Holanda, sus autoridades lanzarán a nivel internacional a través de los ministerios e instituciones deportivas y culturales, junto con las principales ciudades del país, una campaña informativa y de mercadotecnia en la que eliminarán el uso del nombre Holanda.

Las lenguas empleadas son neerlandés, frisio, alemán, francés, papiamento (lengua oficial en el Caribe), español (hablado regularmente en el Caribe) e inglés.

Desde el punto de vista religioso, existe libertad de culto. Sin embargo, para ser un país tradicionalmente calvinista, las últimas estadísticas revelan que hay más católicos que calvinistas (26% y 17% respectivamente). No practican ninguna religión (51%). Musulmanes (5%) y otros cultos religiosos (5%).

En 2018, contaba con una población ascendente a 17.193.128 habitantes, con una densidad de 508,5 habitantes por km², un 91,1% de la población reside en áreas urbanas y el 8,9% zonas rurales.

Los Países Bajos es una de las zonas más densamente pobladas del mundo y es conocido popularmente por sus molinos de viento, zapatos de madera, tulipanes, bicicletas y tolerancia social. Sus políticas liberales han recibido atención mundial particularmente en el área de consumo de drogas, prostitución y eutanasia.

Su paisaje natural ha sido modificado por los humanos de diversas maneras a lo largo de los siglos. Por la escasez de tierras y su explotación, las áreas de vegetación natural son muy limitadas, lo que ha afectado el hábitat de animales de mayor tamaño, con excepción de las reservas y parques nacionales que son cuidadosamente defendidos. Los proyectos de recuperación de tierras han creado nuevos hábitats para numerosas especies de aves migratorias.

La fauna y flora que prevalece es la típica de la Europa Continental del Norte, es decir, muy variada. Los campos de flores multicolores narcisos, tulipanes, jacintos, etc., que se extienden entre La Haya y Ámsterdam, no solo constituyen la gran atracción turística de los meses de abril y mayo, sino que, además, contribuyen en gran medida al auge de la economía.

Es un país que se distingue por sus avances económicos y sociales. Esto de evidencia el Índice de Desarrollo Humano (IDH) que cada año emite la Organización de Naciones Unidas, el que constituye un indicador que además de medir el desarrollo económico de un país, tiene en cuenta la salud, la educación y los ingresos de su población. A partir de esta concepción, el Reino de los Países Bajos se encuentra en un excelente lugar, ya que ocupa el puesto número 10 en el ranking de desarrollo humano en el mundo, teniéndose en cuenta que la esperanza de vida alcanza los 81,8 años (mujeres 83,3 7 y hombres 79,9), la tasa de mortalidad infantil 8,78 % y la renta per cápita está por encima de los 40 00 euros. Todo

ello demuestra las potencialidades que tiene como mercado emisor de turismo entre otras importantes actividades.

Alrededor del 95% de todos los residentes tienen acceso a Internet, por lo que es una de las sociedades mejor conectadas en el mundo, la mayoría de la gente tiene Internet de alta velocidad, y la cobertura 4G es casi universal por todo el país, pudiéndose hallar servicios de acceso Wi-Fi en cafés, bibliotecas y supermercados.

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), celebrada en 2018, quedó evidenciada que los Países Bajos pasaron a liderar en el ranking de países más preparados para la compra online. Estos son datos importantes a tener en cuenta para la promoción y venta de nuestros productos.

Prueba de sus posibilidades como emisor de turismo, lo destaca el hecho de que, en 2016, los gastos por turismo internacional se elevaron a la cifra de 20.321.000.000 (USD) y la proyección para los años venideros es la siguiente.

Pronóstico Turismo Emisor de Holanda: número de viajes 2019-2022

Viajes	2019	2020	2021	2022
Total Turismo Emisor	31,962.9	32,664.4	33,341.8	34,018.8

Fuente: Elaborado por el autor a partir de datos tomados del Perfil turismo de Holanda.

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS. 2018

Pronóstico Turismo Emisor de Holanda: Gasto 2019-2022

Millones de EUR	2019	2020	2021	2022
Negocios	4,175.4	4,270.9	4,361.7	4,459.1
Ocio	19,679.5	20,213.9	20,725.0	21,268.7
Alojamiento	7,887.4	8,109.3 8	8,323.8	8,559.6
Actividades	4,900.4	5,036.6	5,167.9	5,310.2
Alimentación	5,709.2	5,827.2	5,945.6	6,071.8
Compras	1,882.6	1,917.8	1,956.8	1,999.0
Viajes en el destino.	2,356.3	2,402.6	2,451.0	2,503.3
Otros gastos	1,118.9	1,191.2	1,241.8	1,283.8
Total gasto turismo emisor	23,854.9	24,484.8	25,086.7	25,727.8

Fuente: Elaborado por el autor a partir de datos tomados del Perfil turismo de Holanda. DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS. 2018

Como puede apreciarse en los datos proyectados, según los estudios realizados hasta ese momento, el número de viajes continuaría creciendo. Sin embargo, la actual situación de crisis generada en el mundo por el nuevo coronavirus SARS-CoV-2, hará que estas proyecciones cambien. No obstante, su potencialidad como emisor de turismo seguirá presente y debe ser objeto de estudio.

DESARROLLO

Para Cuba el Reino de los Países Bajos, es un mercado que se ha mantenido entre los 20 primeros, aunque con alta y bajas, lo que nos impone un estudio más profundo y permanente del mismo, preparándonos a partir de sus exigencias y nuestras posibilidades como receptivos, si tenemos en cuenta que las relaciones entre ambos países continúa fortaleciéndose, lo que lo demuestra entre otros ejemplos, la visita a la mayor de las Antillas en enero del 2016, de Lillianne Ploumen, ministra de Comercio Exterior y la Cooperación al Desarrollo del Reino de los Países Bajos, frente a una comisión económica constituida por representantes de 77 compañías líderes de diferentes sectores, entre los que se encontraba el turismo (MATOS, 2016).

La ilustre visitante manifestó el interés de su país y de sus empresarios, de afianzar relaciones bilaterales sobre la base del desarrollo sostenible, una actividad empresarial responsable, logrando nexos mutuamente beneficiosos con el gobierno y el empresariado cubano.

Asimismo, unos meses antes, en entrevista concedida a la prensa cubana el Excelentísimo Embajador del Reino de los Países Bajos en Cuba, Norbert W.M. Braakhuis, expresó ideas como las siguientes (BRAAKHUIS, 2015):

“...Cuba posee un potencial que nadie tiene en el Caribe. Imagínese que suba en calidad, que salga un poco del turismo de masa y busque mucho más el turismo de alto estándar, cinco estrellas, imagínese el impacto que puede tener”. ... “Lo que estamos buscando todos es un acercamiento, una complementariedad, es un gigante caribeño” ...

CABRISAS, 2017, meses después, exactamente en noviembre de 2017, recibió a los señores Iván Steve Martina, Ministro de Desarrollo Económico de Curazao, y a Guido Landheer, Viceministro para las Relaciones Económicas y Comerciales del Ministerio de Asuntos Exteriores del Reino de los Países Bajos, quienes presidieron delegaciones empresariales en el contexto de la XXXV edición de la Feria Internacional de La Habana, los que estuvieron acompañados por las señoras Alexandra Valkenburg Roelefs,

Embajadora en Cuba, y Vanessa Toré, directora de Cooperación Internacional del Ministerio de Desarrollo Económico de Curazao, y por los señores Sharlon Melfor, asesor del Ministro, y Hugo Grondel, asesor de Política Económica Internacional del Ministerio de Asuntos Exteriores del Reino de los Países Bajos. En este encuentro se evaluó el resultado de las relaciones bilaterales y sus perspectivas, según aparece en la página web de Radio Habana Cuba el 02/11/2017.

Es por ello que consideramos oportuno, brindar otras informaciones sobre su población como posibles clientes a ser atendidos por nuestros profesionales y que son de utilidad para su desempeño.

Características más frecuentes:

- Son personas reservadas en público, evitando demostraciones externas de afecto físico, enojo o euforia (excepto durante/después de determinados eventos deportivos).
- Pocas veces establecen conversaciones imprevistas con extraños, no obstante, responden con agrado e intentan brindar colaboración cuando se les pregunta algo.
- No les agrada que se les llame holandeses en su conjunto a todos los habitantes de los Países Bajos (Netherland).
- Son muy directos en las conversaciones, buscan siempre el contacto visual y no consideran de mala educación expresar críticas o sus propias opiniones. Aceptan igual comportamiento a su interlocutor. Esto no debe interpretarse como una grosería. Lo único que no debe preguntársele a ningún neerlandés, bajo ningún concepto, es cuánto gana.
- Para ellos es muy importante no solamente hablar con la boca sino "con los ojos". Las personas que lo evitan pueden resultar poco confiables. No debe sentirse molesto cuando un neerlandés le mire de una forma directa.
- La mayoría de los neerlandeses hablan inglés y el idioma alemán también está muy difundido.
- Una norma básica para la presentación es decir el nombre (tanto el nombre como el apellido, o solo el apellido). En esas ocasiones, los neerlandeses también estrechan la mano a todos los presentes. Se entiende como un gesto de muy mala educación dejar la mano izquierda en el bolsillo mientras se saluda.

- Las alabanzas y los cumplidos son bien admitidos siempre que se hagan con cierta moderación. Los neerlandeses tampoco son muy dados a utilizar los superlativos y las exageraciones.
- No les agradan las visitas no anunciadas. Cuanto mayor sea la distancia social entre los dos, mayor será la antelación con que debe hacer la llamada para comunicarla. Los hijos que ya no viven en casa, también suelen llamar a sus padres (y viceversa) para preguntar si les viene bien que vayan a visitarlos (PROTOCOLO & ETIQUETA. 2014).
- Al recibir una visita, el grupo tiende a permanecer en pie y charlar unos momentos hasta que el anfitrión (anfitriona) invite a sentarse. Si el visitante desea hacerlo antes, deberá preguntar dónde hacerlo.
- Para recibir visitas fijan horas y días específicos y se hace referencia al tipo de refrigerio o de comida que va a servir. Son muy puntuales, aunque para los neerlandeses, los “diez minutos de cortesía” significan esperar ante tu puerta para llamar al timbre después de oír la última campanada del reloj.
- Es mal visto un invitado se sirva a sí mismo. Es importante brindar a los neerlandeses o neerlandesas presentes una segunda ronda de café, té o galletas; ellos nunca se servirán solos.
- Al realizar alguna visita, es indispensable llevar algún obsequio, ya sean flores, galletas o dulces, son casi siempre apropiados.
- Entre amigos y familiares los neerlandeses se saludan dándose tres besos en la mejilla (izquierda-derecha-izquierda), costumbre que no deja de sorprender a los extranjeros. Los hombres se suelen dar un apretón de manos.
- Al contestar el teléfono un simple “dígame” o un “hola”, no es suficiente para los neerlandeses, se identifican siempre inmediatamente cuando contestan. Utilizan su nombre, su apellido o ambos. Se espera que la persona que llama también se identifique antes de tratar el asunto de su llamada. Se considera de mala educación contestar o iniciar una conversación telefónica con un simple “hola”.
- Para los neerlandeses, un contrato significa que las negociaciones han acabado: lo que se ha acordado, convenido está. Los acuerdos, las invitaciones y las promesas de palabra suelen tomarse al pie de la letra.

- La mayoría de los neerlandeses celebran los cumpleaños rodeados de familiares y amigos. El festejado recibe regalos mientras que los invitados toman pastel y bebidas. Cuando se cumplen 50 años, se celebra una gran fiesta. En esa fecha, a los hombres se les llama Abraham y a las mujeres, Sara, en referencia a los personajes bíblicos con el mismo nombre.
- El sentido del humor de los neerlandeses es bastante sutil y no son amigos del humor fácil. Les gusta el humor inteligente.
- En las reuniones son muy serios y no son admitidos los toques de humor, salvo en las pausas cuando el ambiente es un poco más distendido.
- Antes de encender un cigarrillo, siempre debe preguntar a las personas que le acompañan si les molesta que fume. Nunca debe saludar o presentarse a alguien con un cigarrillo en la mano.
- Cuando le presentan a una persona, si está sentado, debe levantarse de forma inmediata. Permanecer sentado es una muestra de mala educación.
- No consideran buenos temas de conversación la política, la religión, los temas de dinero, etc. Tampoco los temas personales son demasiado adecuados.
- Cuando esté de pie, no debe tener las manos en los bolsillos, y mucho menos si está con otras personas o durante una presentación. Sentado debe tener las piernas sin cruzar. Si quiere cruzarlas, puede hacerlo a la altura de los tobillos. Solo este leve cruce de piernas es el correcto.
- Se considera poco elegante masticar chicle, rascarse, hurgarse en la nariz, tocarse el pelo, entre otros, mientras habla o escucha a otra persona.
- Cuando se sienten satisfechos ante un servicio bien realizado, es costumbre, dar propinas a taxistas, camareros, porteros, dependientes, acomodadores del teatro, guías y peluqueros.

HÁBITOS ALIMENTARIOS

Los neerlandeses suelen comer caliente una vez al día. Para la mayoría, la preferencia va dirigida a ingerir sándwich y otros alimentos ligeros, mientras que la cena, sí suele ser un plato caliente. Estos sándwiches, queso, *pindakaas* (mantequilla de cacahuete) o *hagelslag* (trozos de chocolate) que parecen ser sus preferidos. No obstante, muchas personas valoran la buena cocina. Sin embargo, para los que consumen los alimentos expuestos en

las diferentes comidas, su nutrición es muy apreciada (GUÍA MUNDIAL DE VIAJES. 2019).

Los desayunos se toman entre las 8:00 y las 9:00, generalmente fuertes y muy variados. Consiste en variedades de pan, queso, carnes cocinadas, embutidos, salchichas, mermeladas, mantequilla, miel y en ocasiones huevo. Se toman tanto alimentos dulces como salados. Lo más típico es el chocolate caliente, chocomel (leche con sabor a chocolate), con slagroom (una especie de crema batida), zumo de naranja, té o café y bollería.

El almuerzo se toma entre las 11:00 y las 13:00, resultando menos complejo que la cena, ya que se consiste fundamentalmente en bocadillo o sándwich para perder el menor tiempo posible u otros alimentos como patatas fritas con mayonesa, croquetas de carne, populares "pannekoeken", (postre de panqueques muy típico de la cocina holandesa, se puede decir que son algo más gordos a los que se les suele verter ingredientes salados como tocino ahumado, o dulces como uvas pasas, compota de manzana), crepes rellenas de cualquier tipo de alimento, exquisitos "saucij zenbroodje", unos ricos pasteles rellenos de carne, así como originales galletas de jengibre y chocolate.

La cena es tomada habitualmente de 18:00 a 20:00, es considerada como el plato más importante del día. Esta se distingue por la variedad de platos algo más elaborados como por ejemplo el Rijsttafel (comida de origen indonesio que se compone de veinte o más pequeños platos de carne, pollo y verduras con diverso grado de picante y que se acompaña con diversos tipos de arroz.) o Erwtensoepp (sopa de guisantes es una sopa muy conocida en la cocina neerlandesa, y también en la cocina sueca, finlandesa y la alemana), platos a base de verduras, como el "hutspot " un guiso acompañado de diferentes clases de hortalizas o el "boerenkool ", elaborado a base de coles cocidas, el "erwtensoepp", una deliciosa sopa de guisantes pelados, patatas, manos de cerdo, salchichas y pimienta, que normalmente se sirve con rebanadas de pan. Los platos de pescado son indispensables.

La gastronomía neerlandesa se caracteriza por el consumo en grandes cantidades de pan y patatas. Resulta muy popular la tostada redonda untada con mantequilla, el beschuit (bizcocho o galleta), que se suele comer como desayuno, con diferentes sabores y que se emplea en diferentes celebraciones. Son populares los quesos, entre los que destacan el Gouda, Edam y Leyden (DERISI, 2019)

La cocina tradicional se puede considerar una cocina de invierno, ya que presenta todo tipo de estofados, además de sopas a base de salchichas, panceta. Cabe destacar que, además de su gastronomía tradicional, este país posee un extenso abanico de exquisitos platos indonesios.

El café es altamente demandado por los neerlandeses, lo que se refleja en un estudio realizado por **Euromonitor** que destaca que en los Países Bajos el consumo diario de esta bebida, asciende aproximadamente a 2,5 tazas diarias.

La mayor parte de su cultura alimentaria, en lo referido a las bebidas, está vinculada con el alcohol; de diferentes graduaciones y elaboradas con distintos ingredientes y técnicas, las cervezas, las ginebras y los vinos se encuentran entre los preferidos y también entre los más tradicionales. Los aguardientes son también muy importantes, así como el Vieux, que es un coñac, hecho a base de vino.

Conocer y tener en cuenta los principales días festivos de los países de los que proceden nuestros visitantes, es también importante para para satisfacer a los mismos.

Días festivos y celebraciones en Países Bajos	
Festividades o celebraciones	Fechas
Año nuevo	1 de enero
Festival internacional de cine de Róterdam	Enero / Febrero
Carnaval de Breda, Eindhoven, Venio, Maastricht, Sittard	Febrero y Marzo
Procesión religiosa por el Rokin de Ámsterdam, que celebra el milagro de la hostia, se marcha silenciosamente portando velas por la calle por el recorrido habitual, calle en la que se produjo el milagro y por el barrio rojo.	Primer domingo de marzo
Jueves Santo, Viernes Santo, Pascua y Domingo de Pascua	Marzo/abril
Cumpleaños del rey	27 de abril
Desfile de carrozas engalanadas, de Noordwijk a Haarlem, un desfile de flores cruza el país de los bulbos.	Último sábado de abril
Ceremonia de duelo en cada pueblo y ciudad del país, con minutos de silencio a las víctimas de la 2da guerra mundial y a la intolerancia.	4 de mayo a las 20:00 horas
Día de la Liberación (39 días después de Pascua)	5 de mayo
Día nacional del ciclismo. Las recorren en bicicleta algunas rutas organizadas.	Segundo sábado de mayo
Inicio de pesca del arenque	29 de mayo
Día de la Ascensión (39 días después de Pascua)	mayo/junio
1er y 2do día de Pentecostés (50 días después de Pascua)	mayo/junio
Holland festival. Programa teatro experimental, danza, música, cine y otras actividades culturales en Ámsterdam.	Todo el mes de junio
Noord sea Jazz festival. Los amantes del Jazz se reúnen en los	Segundo fin de semana de julio.

conciertos organizados en la Haya.	
El gay pride, el gran desfile náutico de los gays por los canales de Ámsterdam.	Primer sábado de agosto
Bloemen corso, Desfile floral. El verano termina con más color, el espectacular recorrido de carrozas adornadas con millones de flores.	Primer sábado de septiembre.
Monumentendag. Los monumentos históricos abren sus puertas gratuitamente.	Segundo sábado de septiembre.
Nacimiento de San Nicolás. Los niños colocan golosinas y dulces en la chimenea para recibir a San Nicolás y sus regalos, los mayores suelen regalarse algún pequeño detalle, broma y tarjetas de felicitación	5 de diciembre.
Navidad	25 de diciembre
Segundo día de Navidad	26 de diciembre
Noche Vieja	31 de diciembre

Estas son fechas, algunas de las cuales pudieran ser objeto de celebraciones en instalaciones turísticas donde se encuentren disfrutando sus vacaciones clientes de este mercado y que constituirían un estímulo para los mismos y un reconocimiento a su cultura, cultivando la compenetración con el destino y sus profesionales, incentivando, asimismo el deseo de regresar.

CONCLUSIONES

Es importante que los prestadores de los servicios, estemos conscientes que es imposible, satisfacer necesidades, gustos, expectativas y lograr preferencias por nuestros productos, si no conocemos a fondo los clientes para los que trabajamos. Asimismo, es vital que una vez conquistadas esas preferencias, sean fertilizadas constantemente, con la inteligencia colectiva, el esmero, la dedicación y el perfeccionamiento como profesionales de lo que hacemos, para sorprender constantemente. Esta sin dudas, será nuestra mejor carta de triunfo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAAKHUIS, Norbert. 2015 Embajador del Reino de los Países Bajos: Todos queremos que Cuba crezca (I Parte). Consultado: marzo 2019. Disponible en: <https://www.excelenciascuba.com/es/noticia/embajador-del-reino-de-los-paises-bajos-todos-queremos-que-cuba-crezca-i-parte>

CABRISAS, Ricardo. 2017. Recibimiento a delegación de Curazao y el Reino de los Países Bajos. Radio Habana Cuba. Consultado marzo 2019. Disponible en:

<http://www.radiohc.cu/noticias/nacionales/146279-recibio-ricardo-cabrisas-a-delegacion-de-curazao-y-el-reino-de-los-paises-bajos>

COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES. 2017. Informe anual sobre los mercados de valores y su actuación 2017. Consultado: abril 2019. Disponible en:

http://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/Informes/Informe_Anual_2017_.pdf

CONSEJOS ÚTILES DE ETIQUETA SOBRE LAS COSTUMBRES DE LOS HOLANDESES. Disponible en:

http://www.protocolo.org/internacional/europa/consejos_utiles_de_etiqueta_sobre_las_costumbres_de_los_holandeses.html. Consultado en: abril 2019.

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS. 2018. Caracterización del turismo emisor de Holanda. Instituto Guatemalteco de Turismo-INGUAT-. Consultado: mayo 2019. Disponible en:

<http://www.inguat.gob.gt/media/im/perfil/PE-HO2018.pdf>

DERISI, JULI 2019. Dieta holandesa: cómo es y por qué gana cada vez más popularidad. Consultado: mayo 2019. Disponible en: <https://buenavibra.es/movida-sana/nutricion/dieta-holandesa-como-es-y-porque-gana-cada-vez-mas-popularidad/>

GUÍA MUNDIAL DE VIAJES. 2019. Comida y Bebida. Consultado en: junio 2019. Disponible en: <http://www.guiamundialdeviajes.com/holanda/comida-y-bebida>

MATO, Romeo. 2016. Cuba y los Países Bajos buscan ampliar sus relaciones económicas. Consultado: marzo 2019. Disponible en: <http://www.acn.cu/cuba/15481-cuba-y-los-paises-bajos-buscan-ampliar-sus-relaciones-economicas>

PROTOCOLO & ETIQUETA. 2014. Vida social y costumbres de los holandeses. Las alabanzas y los cumplidos son bien admitidos siempre que se hagan con cierta moderación, sin exageraciones. Consultado en: junio 2019. Disponible en: <https://www.protocolo.org/internacional/europa/consejos-utiles-de-etiqueta-sobre-las-costumbres-de-los-holandeses.html>

LA AUDITORÍA A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN RELACIONADA CON LA TECNOLOGÍA Y LA SOCIEDAD CUBANA

Autora: Karina Rodríguez Cabrera⁴⁷

⁴⁷ Universidad de Matanzas – Sede “Camilo Cienfuegos”, Vía Blanca Km.3, Matanzas, Cuba.
karina.rodriguez@umcc.cu, Matanzas Cuba, Profesor-investigador de la Universidad de Matanzas. Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0050-4474>