

CENTRO DE CONVENCIONES PARA UN HOTEL

Zulema Alcívar Coronel ¹, Johanna Campaña Briones ², Miriam Chóez Ortega ³, Johny Ortega Pineda ⁴, Kléber Loor Valdiviezo ⁵.

¹ Licenciada en Turismo 1 999

² Licenciada en Turismo 1 999

³ Licenciada en Turismo 1 999

⁴ Licenciado en Turismo 1 999

⁵ Director de Tópico, Licenciado en Comunicación Social , Universidad Estatal 1988, Profesor de la Fac. de Ciencias Marítimas, ESPOL desde Mayo de 1997.

RESUMEN

Centro de Convenciones para un hotel es un tópico realizado basados en el anteproyecto Hotel Escuela y Centro de Convenciones, con el fin de contribuir al desarrollo del mismo.

El trabajo del grupo fundamentalmente consistió en definir qué es un Centro de Convenciones, cuáles son las características y estándares que mantienen este tipo de edificaciones a nivel internacional, para dejar establecidos los parámetros bajo los cuales debe desarrollarse el proyecto.

Se realizó además una investigación para determinar cómo están organizadas estas empresas y cómo operan con el fin de proponer ideas y sugerencias para la administración del Centro de Convenciones.

Para conocer el mercado, se realizó un análisis de la oferta y la demanda y como un aporte al estudio económico del proyecto, se elaboró un modelo para el análisis del punto de equilibrio, bajo los parámetros actuales. Este estudio tiene el propósito de determinar hasta dónde se debe vender mínimo para cubrir los costos fijos y no trabajar a pérdida.

Introducción

La propuesta de este tópico surgió inicialmente con el proyecto Hotel Escuela, incluyendo la construcción de un Centro de Convenciones, razón por la cual se hizo una investigación que sirviera como marco de desarrollo para su ejecución.

La necesidad de realizar un proyecto de esta magnitud era inminente, por los innumerables beneficios sociales y económicos de los que gozan otros países líderes en este tipo de empresas y debido a que no existe un centro diseñado específicamente para este fin en nuestro país.

Este estudio constituye una fuente de investigación muy útil y un aporte significativo para los aspectos administrativos y organizacionales del proyecto, considerando la escasez de información de este tipo en nuestro medio y las dificultades que representa obtenerlas por ser datos en la mayoría de los casos de carácter confidencial.

Antecedentes

El turismo de Congresos y Convenciones tiene su inicio oficial en 1841 con el legendario Thomas Cook, pionero del turismo mundial, quien organizó múltiples viajes de este tipo.

Su desarrollo surge con el incremento de negocios internacionales y empresas multinacionales, quienes requieren de mayor preparación profesional, el incremento del ingreso per-cápita para los hombres de negocios, y el interés de gobiernos y otras instituciones públicas en desarrollar el turismo de congresos. La primera ola de construcción de Centros de Convenciones fue entre 1950 y 1970 y tuvo lugar en ciudades como: Copenhague, Bruselas, Berlín, Helsinki, Nairobi, Seúl, Belgrado, La Habana, Caracas, entre otros.

Definición y Características

Un Centro de Convenciones es un conjunto de salas diseñadas especialmente para proveer un ambiente más efectivo en los diferentes tipos de reuniones. Deben estar amobladas confortablemente y contar con todas las facilidades y equipos que se requiere en las reuniones de alto nivel de ejecutivos y profesionales, muchos hasta incluyen un área para exhibiciones y exposiciones de tal manera que se brinde un servicio completo en el caso de que algún evento requiera de este espacio.

En general, los requerimientos y características se pueden resumir así: salas de reuniones especializadas, área para exhibiciones, centro ejecutivo, enfermería, bar y restaurante, áreas de recreación, agencias de viajes, correos, tiendas, facilidades de parqueos, entre otras.

Impacto Socio Económico

La cantidad de plazas de trabajo que genera ésta actividad, directamente relacionado con los eventos é indirectamente con las actividades que pueden realizarse fuera de ellos (efecto multiplicador), y que puede involucrar a un gran número de personas como guías de turismo, grupos de protocolo, traductores, secretarías, conductores, etc., es un aspecto importante del desarrollo de esta actividad. Aunque gran parte del empleo que genera el turismo es de naturaleza temporal o medio tiempo, como referencia: un estudio realizado en 1.975 estimó que el retiro total de la actividad turística en cualquier país de la Comunidad Económica Europea generaría una pérdida total de 8.5 a 10 millones de empleos cuando a los gastos principales como alojamiento, transporte y alimentación se suman los efectos secundarios del gasto turístico.

Además considerando que muchos de los congresistas o convencionistas viajan con acompañantes, el efecto multiplicador que genera este tipo de turismo es mayor, tal es

así que los operadores de turismo trabajan con esmero para proporcionarles variedad de incentivos como: precios y tarifas especiales en paquetes completos que incluyen: alojamiento, alimentación y planes de recreación, lo que repercute positivamente en el desarrollo de la economía. Los clientes satisfechos se convierten en la mejor publicidad y probablemente regresen o incentiven por lo menos a dos nuevos turistas. Esto nos lleva a la conclusión de que el turismo de congresos representa un promovedor del turismo de vacaciones.

Sólo en 1998 Cuba sirvió de sede a más de 400 Congresos, ferias y exposiciones internacionales que junto a Brasil, Argentina y Chile tienen el propósito de consolidar la actividad de Congresos en América Latina.

Centros de Convenciones en América

Los destinos más fuertes para celebrar Congresos y Convenciones en América Latina, como ya se ha mencionado son México, Cuba, Chile y Brasil.

Cabe resaltar que los denominados Centros de Conferencias pueden variar de acuerdo a las facilidades que ofrecen para satisfacer las necesidades de su mercado meta. Se clasifican en: Ejecutivos, Resort, de Universidad, No Residencial, Sin fines de lucro, entre otros.

Análisis de la Parte Operativa

El servicio principal de un Centro de Convenciones, lo constituyen el alquiler de los salones, equipos de apoyo, y el trabajo del personal que hace posible la realización de los diferentes eventos, los cuales aumentan su valor con el servicio de banquetes y la preparación de paquetes turísticos, organización de congresos, transportación, etc., considerados como servicios periféricos.

La mayoría de los Centros de Convenciones disponen de una capacidad por sala que puede variar de acuerdo al tipo de evento, número de personas y tipo de montaje a realizarse, lo cual también hará que el personal encargado de esta actividad varíe, haciendo uso en muchas ocasiones de la contratación de personal eventual.

Los tipos de Montaje se clasifican de la siguiente manera: Auditorio Convencional, Auditorio Semicircular con Pasillo Central, Auditorio Semicircular con Bloque Central y Alas Curvas, Auditorio en forma de V, Mesas para juntas, En forma de U, En forma de E, En forma de T, Mesa para directores, Tipo Escuela, y Mesa Redonda.

Cuando se requiera prestar el servicio de Alimentos y Bebidas hay que tener en cuenta para la presentación de audiovisuales o conferencias, la distribución de las mesas a fin de que desde cualquiera de ellas haya buena visibilidad.

Organización y Administración

La forma en que son administradas estas empresas depende del tamaño y tipo de la misma, pero para la prestación del servicio, en general deben contar básicamente con el área que se encargue de las ventas, otra para la operación

del centro, una para el servicio de alimentos y bebidas, y la última para el mantenimiento del edificio y su equipamiento. En cuanto a las áreas de recreación y tiendas para compras, éstas pueden administrarse individualmente.

Algunos centros ya tienen espacios comprometidos hasta para después de 5 años y el tiempo que le dedican a cada evento no es efecto de improvisaciones sino de una planificación de largo plazo en el que se involucra cada persona de acuerdo a sus funciones.

Los Centros de Convenciones en muchas ocasiones organizan sus propias propuestas de negocios sin depender de que alguien venga en busca de los servicios que ofrecen, lo que garantiza la venta de sus espacios para determinados períodos especialmente en los meses considerados de temporada baja en su localidad.

Centro de Convenciones del Hotel Escuela de la ESPOL

Descripción

El Centro de Convenciones de la Espol estará ubicado en el Campus Peñas, calle Rocafuerte y Loja, junto al Hotel Escuela, la empresa funcionará en un edificio de 6 pisos, construido sobre un terreno de 4 608 m².

En la planta baja, se proyecta utilizar una parte para locales comerciales y la otra en espacios para parqueos, los cuales se extienden hasta el segundo piso. A partir del tercer piso, comienzan las áreas para eventos: una sala para banquetes, ocho salas de reuniones para 56 personas cada una y un área para exhibiciones. Este piso sirve de comunicación con el Hotel Escuela.

En el cuarto piso, se encuentra el área administrativa, una bodega múltiple para almacenaje de paredes divisorias, sillas, mesas, pantallas, equipos audiovisuales, etc.; el primer nivel de la cafetería y el inicio del auditorio para 1.500 personas, la cual está proyectada para construirse en pendiente inclinada. En el quinto piso, se encuentra el segundo nivel de la cafetería; una sala de descanso y la continuación del auditorio, el cual concluye en el sexto piso con una platea para 500 personas.

Análisis FODA

Fortalezas

- ❖ No existen en el país edificios diseñados especialmente para grandes reuniones.
- ❖ Ubicación geográfica estratégica de Guayaquil en Sudamérica, puerto principal del Ecuador y punto importante de llegada de turistas de congresos.
- ❖ El Hotel que estará junto al Centro de Convenciones, será complemento importante para estar al mismo nivel que la competencia.

Oportunidades

- ❖ Por ser el primero en el país y por contar con un servicio especializado, generará expectativas en aquellas asociaciones y organizaciones que acostumbraban a utilizar los salones de los hoteles para este fin.
- ❖ La variedad de recursos naturales, culturales y la gente cálida y hospitalaria que tiene el Ecuador son factores que el Centro de Convenciones aprovechará para el desarrollo de sus actividades.

Debilidades

- ❖ Limitación del espacio asignado para la construcción del Centro de Convenciones

Amenazas

- ❖ La Actual crisis económica que vive el país, dada las circunstancias la recuperación del capital llevaría mucho tiempo.
- ❖ Imagen del país en decadencia por crecimiento vertiginoso de delincuencia.

Facilidades y Equipamiento que deberá ofrecer

Las Areas más importantes con que deberá contar el Centro de Convenciones son: Facilidades Públicas, Alimentos y Bebidas, Recreación, Salas de Plenarias, Break Out Rooms y Salas de Aislamiento.

El equipamiento está dado basado en las normas establecidas por la AIPC, donde se determinan los parámetros con los que se deben adecuar los salones, con sistemas audiovisuales como: aislamiento de sonido y acústica, cabinas de traducción simultánea, sistema de rayos infrarrojos, sistema de Inducción de enlace, y sistema alámbrico.

Propuesta para la Administración del Centro de Convenciones

El proceso se divide en cinco etapas: Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control; sobre las cuales basaremos nuestra propuesta.

En la etapa de planeación establecemos la misión y visión:

Misión: “Proporcionar un servicio altamente eficiente en cada evento, para realzar la imagen de la empresa organizadora y consolidarse como un Centro de Convenciones en el mercado internacional”.

Visión: “Captar el porcentaje más alto de los congresos, convenciones y demás eventos internacionales que se realicen en el país”.

En la etapa de organización se establece quienes formarán parte de la empresa y sus funciones. El diseño de la estructura organizacional deberá ser flexible y dinámica para adaptarse a los cambios que necesiten realizarse.

En la dirección y Control la labor consiste en influir sobre las personas para que contribuyan a las metas del grupo o la empresa.

Análisis de Factibilidad

Para el análisis de factibilidad se precisa determinar las características, ubicación y aspectos legales del proyecto.

Análisis de la Demanda

La demanda del proyecto surge de la necesidad que tiene la ciudad y el país de un Centro Internacional, pues de una encuesta exploratoria realizada en los inicios del trabajo, se pudo notar la inconformidad con los locales, manejo de equipos, calidad de servicios ofrecidos en las reuniones organizadas y ofrecidas por la planta nacional. Con el buró de Convenciones establecido se comenzará a trabajar para incentivar la demanda.

Análisis de la Oferta

Aunque en el País la oferta de centros de convenciones no existe de acuerdo al concepto internacional, la competencia está representada por los diferentes hoteles que ofrecen sus salas de eventos y servicio de alimentos y bebidas, los cuales pueden considerarse como oferta Competitiva o de mercado libre, satisfaciendo así las necesidades de un mercado poco incentivado.

Análisis del Punto de Equilibrio

Para establecer el Punto de Equilibrio primero se determinó el Monto de la Inversión, se encontró varias formas posibles de financiamiento y de acuerdo a 2 opciones se elabora la tabla de Amortización de Préstamo, dando como resultado que el camino de financiar totalmente la obra con un Préstamo común no es rentable.

Se elabora el Presupuesto de Ventas para los primeros cinco años determinado por número de asistentes promedio y los Estados de Costos de Operación en base a parámetros determinados por la Hilton.

La determinación de los costos fijos y variables es la manera de encontrar el Punto de equilibrio con la fórmula

$$\frac{C.F.}{1 - (CV/V)}$$

Beneficios del C.C. para el hotel escuela y la ciudad.

Hotel Escuela

Ofrecimiento a los clientes del hotel un servicio completo (alojamiento y salones).

Los estudiantes de turismo podrán realizar pasantías en el C.C., contribuyendo con la calidad del servicio.

Mejores contactos y relaciones con personas vinculadas al turismo o carreras afines.

Ciudad

Guayaquil después de ser declarada “Centro Internacioneal de Convenciones” y de contar con una compleja organización como lo es el Buró de Convenciones, gozará de un Centro que facilite el desarrollo de las actividades de congresos, seminarios, reuniones de tipo científico, económico, cultural, educativo, diplomático, que le permita la captación y el movimiento hacia la ciudad del mercado local, nacional e internacional.

Aumentará el número de días en estadía de los turistas que permanezcan en los eventos a desarrollarse en la ciudad.

Complementará el Malecón 2 000 con un Hotel y un C.C., contribuyendo al ornato.

Colaborará con erradicación de la delincuencia al crear nuevas plazas de trabajo.

Crecerán y llegarán nuevos negocios lo que implica cobro de impuestos prediales a ellos por parte del Cabildo porteño.

Contribución para que la gente tome conciencia del trato preferencial y hospitalario que se debe dar al turista (nacional y extranjero), conciencia turística.

CONCLUSIONES

1. El turismo de Congresos fomenta los viajes por vacaciones, produce un mayor gasto turístico, crea plazas de trabajo y favorece a las relaciones internacionales que a su vez inciden en importantes negociaciones e inversiones. Esto indica que el proyecto representa una oportunidad para el desarrollo socio-económico del Ecuador aunque sea poco rentable desde el punto de vista empresarial, beneficios que motivaron a gobiernos del exterior a subsidiar proyectos de ésta naturaleza.
2. Aunque la crisis política, financiera y económica que atraviesa el País pudiera ser un criterio para no impulsar el proyecto, el grupo no lo considera determinante. Es tiempo de tomar medidas e incentivar a todos los miembros del sector turístico y juntos lograr confianza y estabilidad para las inversiones. Ecuador no requiere de más propuestas que se queden solo en determinar el alto potencial del turismo sino de acciones destinadas a promover su desarrollo.
3. El acuerdo ministerial que declara a Guayaquil sede de encuentros internacionales y la creación del Buró de Convenciones tienen como objetivo promocionar a la ciudad como anfitriona para futuros eventos y la planificación de nuevos congresos, lo que hace imperiosa la necesidad de una empresa que esté en capacidad de recibir a la demanda internacional.
4. La ESPOL como institución líder del proyecto afianzaría su imagen y prestigio ante la sociedad por los beneficios antes expuestos. Además el Centro de Convenciones y el Hotel Escuela, constituyen un valioso apoyo para los futuros profesionales del turismo, quienes fortalecerán sus conocimientos participando directamente en los procesos del servicio

RECOMENDACIONES

Si la Escuela Superior Politécnica del Litoral decide impulsar el desarrollo del Centro de Convenciones, el grupo cree necesario se considere las siguientes recomendaciones:

1. En conjunto con el Buró de Convenciones, se debe realizar una investigación de mercado para conocer sus necesidades y tendencias, trabajo que aún no se ha realizado y representa una gran ventaja para el Centro de Convenciones.
2. Implementar un programa que integre el proyecto, la ciudadanía y el sector turístico. El objetivo es difundir el alcance nacional que conlleva los beneficios producidos por la realización de eventos internacionales, logrando de esta manera

que el país identifique al Centro de Convenciones como una oportunidad de desarrollo.

3. Para una mejor distribución de espacio, se debe considerar la posibilidad de construir un área de parqueos en el lugar donde hoy se encuentran las aulas hexagonales y la piscina.
4. Estudiar la factibilidad de realizar los cambios sugeridos en el capítulo III para la ubicación de algunas áreas y destinar un espacio para Biblioteca, Enfermería y Business Center (Servicentro).
5. Elaborar un Plan de Marketing anual, ya que el éxito de muchos Centros de Convenciones internacionales, no solo radica en las características del país que lo posee, sino en las metas establecidas y la planificación que se necesita para alcanzarlas.

BIBLIOGRAFÍA

1. BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. México. Mc Graw Hill 1995
2. CÁRDENAS TABARES FABIO. Producto Turístico. Segunda Edición. México. Trillas. 1986
3. CANILLI CLAUDIA. Relaciones Públicas. Editorial de Vecchi. 1993
4. RICHERO ALICIA. Eventos. México. Trillas. 1993
5. DAHDÁ JORGE. Publicidad Turística. México. Trillas. 1990
6. PENNER RICHARD. Conference Center Planing and Design. Londres. Logman Group UK Limited. 1991.
7. Organización de Congresos y Convenciones. México. E. Trillas.
8. TONATIUH CRAVIOTO MAGALLÓN. Organización de Congresos y Convenciones. México. Trillas. 1991

9. LUNDBERG DONALD. Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes. Nueva York. 1984.
10. NEWFERT. Arte de proyectar en Arquitectura. Barcelona. Gustavo Gili. 13 Edición. 1983.
11. Enciclopedia Turismo, Hoteles y Restaurantes. Volumen 1, 2 y 3. Barcelona. Océano. 1996.
12. STATON, ETZEL, WALKER. Fundamentos de Marketing. USA Mc Graw Hill. 1996.
13. Escuela Daly de Hostelería Y Turismo. Volúmen 1, 2, 3, 4. España. Daly S.L.
14. BUENDÍA JUAN MANUEL. Organización de Reuniones. México. Trillas. 1991
15. HAMPTON DAVID. Administración. Tercera edición. U.S.A. Mc Graw Hill 1994
16. LATTIN GERALD. Administración Moderna de Hoteles y Moteles. México. Trillas. 1978
17. LERNER JOEL. Introducción a la Administración y Organización de Empresas. U.S.A. Mc Graw Hill. 1982
18. REYES PONCE AGUSTÍN. Administración Moderna. México. Limusa. 1995
19. CÁRDENAS TABARES FABIO. Comercialización del Turismo. México. Trillas. 1995
20. GEORGE KOUPER. Conventions Centers and Meetings Halls. Canadá. Diutxes. 1994.
21. DOUGLAS PEARCE. Desarrollo Turístico, su planificación y ubicación geográficas. Editorial Trillas, México. 1991
22. NACIONES UNIDAS. Manual de Proyectos de Desarrollo Económico. México, 1958.
23. ALVAREZ TORRES, MARTÍN. Manual para elaborar Manuales de Políticas Y Procedimientos. Panorama Editorial. México, 1997.

24. BACKER, JACOBSEN, RAMÍREZ, PADILLA. Contabilidad de Costos. Mc Graw Hill. México,1970.
25. Lang Theodore. Manual del Contador de Costos. Uteha Noriega Editores. México, 1993