

## **GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ORGANIZACIÓN DEL TURISMO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES.**

Janet Cecilia Banderas Avilés <sup>1</sup>, Linda Pamela Borja Merchán <sup>2</sup>, Juan de Dios Morales Boloña <sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Licenciada en Turismo 1999.

<sup>2</sup> Educadora de Párvulos, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 1994, Licenciada en Turismo 1999.

<sup>3</sup> Director de Tesis, Abogado, Universidad de Guayaquil, 1968, Master en Turismo, Instituto Español de Turismo, Madrid, 1979, Diplomado en Habilidades Docentes, ESPAE-Monterrey-ESPOL, 1996. Profesor de la ESPOL desde 1996.

### RESUMEN

La realización de los diferentes tipos de reuniones a nivel mundial se ha constituido en una industria en la que se gastan muchos millones de dólares, por tal razón sus organizadores requieren cada día de nuevas y perfeccionadas técnicas que les permitan alcanzar óptimos resultados.

Debido a ello, el propósito de nuestra guía es facilitar los pasos necesarios para la adecuada organización de todo tipo de evento, es decir, su previsión, planeación, ejecución y evaluación, ya sea éste organizado local, nacional o internacionalmente.

### INTRODUCCIÓN

Los desplazamientos y las reuniones, han sido en la especie humana una actividad inseparable a su propia evolución, desde que el antecesor al hombre actual, integrado a la manada primero y después a la tribu, sintió la necesidad de comunicarse.

Hoy en día, desplazarse y reunirse se ha convertido en una necesidad para amplios sectores de la población mundial, lo que ha generado un sensible incremento del turismo de congresos y convenciones, y el nacimiento de nuevas modalidades dentro de la profesión turística, incluyendo nuevos perfiles laborales, de especialistas y técnicos y un lenguaje propio, que no era previsible hace solo 30 años atrás.

La planeación, organización y promoción profesional de estos acontecimientos en los niveles nacional e internacional representa, para los países que cuentan con la infraestructura adecuada, la oportunidad de obtener grandes ventajas y beneficios económicos.

Si bien es cierto que en nuestro país esta novedosa rama turística se encuentra aún en ciernes, lo es también el hecho de que el mercado de reuniones es ya un objetivo ambicioso

para aquel profesional del turismo que está consciente de su enorme importancia y de los requerimientos mínimos que esta clase de eventos exige día a día.

Es así como nace la necesidad de contar con una “*Guía metodológica para la organización de congresos y convenciones*”, pues ésta tiene como principal objetivo proporcionar los conceptos y aspectos básicos para alcanzar óptimos resultados en la compleja preparación de una reunión.

## CONTENIDO

### CONSIDERACIONES GENERALES

Se ha desarrollado la presente tesis con el propósito de brindar al lector una idea clara de lo que los congresos y convenciones representan dentro del ámbito turístico.

En su inicio se presentan una serie de consideraciones generales que van desde los antecedentes en la realización de estos eventos, hasta la definición, clasificación y descripción de los grupos sociales.

### LA OFICINA DE CONGRESOS Y CONVENCIONES

El segundo capítulo detalla claramente lo que significa una oficina de congresos, su estructura, finalidades y las principales características que el organizador profesional de reuniones debe poseer así como la organización interna que esta requiere para su mejor funcionamiento.

### PREVISIÓN Y PLANEACIÓN

El siguiente capítulo introduce al lector al proceso administrativo, a través de una adecuada previsión y planeación, cuyas aplicaciones deben ser analizadas de acuerdo al tipo de reunión que se está organizando. Realza la importancia y la conveniencia de realizar una óptima investigación sobre las reuniones previas para así definir los factores presentes y futuros de los próximos eventos. Señala sucintamente los aspectos básicos en la elaboración del presupuesto de una reunión y por último la clasificación de los comités que sean necesarios para el buen desarrollo del congreso o convención.

### SERVICIOS, EQUIPOS, MATERIALES E INSTALACIONES

El capítulo cuatro señala puntualmente cada uno de los servicios, y recursos que son recomendables coordinar para que el evento se desarrolle con el mayor de los éxitos. Entre éstos se encuentran los servicios de registro e información, la selección del salón de juntas, el servicio de alimentos y bebidas, el servicio de comunicación y prensa, el servicio médico, el servicio de guardería, el transporte, el sistema de seguridad, entre otros.

## PROMOCIÓN

A continuación el quinto capítulo proporciona información básica y necesaria relacionada con la promoción nacional e internacional que el congreso requiere para ser difundido dentro y fuera del país. Recalca la importancia de fijar los objetivos promocionales del evento y de realizar previamente una investigación de mercado. De igual manera detalla las distintas formas de dar a conocer la futura realización del evento a través de medios como el correo directo, la prensa, los viajes de familiarización, etc.

## CONTROL Y EVALUACIÓN

El capítulo subsecuente expone dos de los factores claves para comprobar los logros o fracasos de nuestra organización: el control y la evaluación. Indica puntualmente algunos de los más comunes indicadores para la evaluación, así como las formas de aplicar la evaluación por parte de los organizadores y por parte de los asistentes al congreso o convención.

## REGLAMENTOS Y CONTRATOS

En el último capítulo hacemos prácticas propuestas acerca de los reglamentos y contratos que deben regir la organización y el desarrollo de un evento, de acuerdo a sus principales características.

## ANEXOS

En la sección de los anexos se pretende ilustrar los formatos más utilizables en la realización de reuniones, aclarando siempre que dichos formatos deben adecuarse a las necesidades específicas de cada evento.

## GLOSARIO

El glosario busca facilitar la comprensión de los términos más comunes dentro de la modalidad del turismo de congresos y convenciones.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Finalizada nuestra guía metodológica, presentamos las siguientes conclusiones:

1. En los últimos años el mercado profesional ha despertado un gran interés debido a los siguientes factores:
  - Es un turismo menos sensible a las fluctuaciones y a recesiones que el turismo vacacional, pues es un turismo que viaja por necesidad e incluso las épocas de crisis económicas obligan a un mayor movimiento y dinamismo profesional.

- Es un turismo que regula el mercado, ya que viaja en la temporada baja y media del turismo vacacional, contribuyendo de esa manera a romper la estacionalidad propia del fenómeno.
  - Es un turismo principalmente urbano con un gasto medio diario muy alto. Es menos sensible al precio puesto que la mayoría de las veces el viajero no paga personalmente el viaje.
2. La etapa de previsión debe aplicarse y valorarse adecuadamente. Puede ser uno de los instrumentos más valiosos que un organizador profesional de congresos y convenciones tenga a su alcance al realizar un evento.
  3. De las investigaciones, análisis y valoraciones que se apliquen a las diversas acciones de reuniones anteriores, surgirán las bases sobre las cuales se edificarán las acciones para la ejecución de la próxima reunión. De la misma manera, indicarán las áreas y acciones que pueden mejorar las reuniones posteriores.
  4. La previsión debe establecer con claridad lo que se puede hacer, indicará con certeza la mejor acción o camino y cimentará sólidamente la ruta que se deberá seguir en la organización de las reuniones.
  5. La planeación establece las reglas, políticas y procedimientos que deberán regir durante la reunión. En base a ella se ejercerán numerosas acciones encaminadas al logro de los objetivos que se han establecido. Es por lo tanto, la etapa más importante dentro de la organización de un evento.
  6. La elaboración de borradores de los programas de trabajo es indispensable para llegar al que se adopte como definitivo, cuya secuencia cronológica y agrupamiento de acciones obedece al concepto de lógica organizacional más adecuado.
  7. El programa oficial de una reunión es el documento más importante y utilizado durante ésta. La información que contenga demostrará el profesionalismo de quienes lo elaboraron.
  8. Es importante calcular los valores económicos que cada acción representará y estimar el costo de la reunión. De la misma manera, se debe hacer el estudio para detectar los ingresos y su procedencia, siempre con un criterio realista de la recuperación económica que se puede obtener.
  9. La aplicación de medidas de control y evaluación no debe ser minimizada, pues su función es de un valor incalculable. En un momento dado, pueden servir para corregir desviaciones inadvertidas o como base para realizar eventos futuros.
  10. El empleo de nuevas tecnologías hará más conocido, seguro y competitivo al turismo que buscamos promover.
  11. El uso de los conceptos que en cada capítulo se indicaron depende fundamentalmente de la formación y de la experiencia del organizador profesional de congresos y convenciones, del tipo de reunión, del número de participantes, del lugar donde se celebre y de otros factores que influyen en las diversas acciones que se efectúen para su normal desenvolvimiento.
  12. El turismo de eventos promueve el destino turístico de cualquier región o país, pero para lograr ese resultado de manera eficiente es necesario garantizar una esmerada atención al visitante asimismo brindar sin excepción un servicio personalizado y de alta calidad y contar con una excelente organización profesional. De esta manera quedarán en la memoria del visitante buenos y agradables recuerdos y un reconocimiento a los profesionales y técnicos responsables del evento. El será el principal promotor de nuestro destino turístico.

13. Ecuador está ya considerado entre los destinos internacionales para la celebración de este tipo de reuniones, no obstante, su nivel mejoraría si se concediera un mayor impulso a su realización y una real concienciación por parte no solo de quienes se dedican a esta actividad, sino de la población toda.
14. Todo lo dicho anteriormente demuestra claramente la necesidad no solo de presentar esta sencilla guía metodológica, sino también de llevar a cabo todo intento práctico que busque hacer realidad esta valiosa modalidad de turismo en el Ecuador, y de manera especial en Guayaquil, eje comercial del país.

Nuestras recomendaciones son éstas:

1. Al ejercer los trabajos de investigación de los factores externos, es recomendable definir que éstos serán determinantes en la selección de la opción a seguir, de acuerdo con las interrogantes contenidas en un cuestionario que se aplicará de la misma manera a todos los lugares propuestos como sedes de eventos.
2. La visita personal del organizador profesional de congresos o del comité responsable de la selección de sede a los diversos destinos considerados, con apego estricto a las necesidades de la reunión, es altamente recomendable.
3. Se recomienda que las personas que vayan a ser responsables de los comités tengan experiencia y, sobre todo, sean de confianza y cabalmente responsables.
4. El consumo de alimentos no debe exceder una hora y media de duración. Se debe considerar cierto tiempo de receso al principio o final del evento.
5. Para desayunos es recomendable el tipo bufete, no así para otro tipo de eventos. Cada caso debe estudiarse, según el número y tipo de personas, los horarios disponibles, etc.
6. No se debe programar más de una cena además de la cena de clausura, que normalmente es obligatoria.
7. La cena se puede efectuar fuera del hotel sede o del centro de convenciones; sin embargo, los arreglos de transporte se deben tener en cuenta.
8. La cena de gala normalmente clausura la reunión. Se puede o no organizar un baile que puede ser de gala o no. Estas consideraciones debe estudiarlas el organizador profesional de convenciones, de acuerdo con los eventos anteriores y con las características de la reunión.
9. Según la determinación que se tome, los delegados participantes deben estar avisados del tipo de evento que se efectuará. Si se requiere vestir de etiqueta y con traje largo, es conveniente comunicarlo con anticipación.
10. La cena de gala requerirá la instalación de una mesa principal, por lo que también se deben prever el sitio y el posible equipo que se necesite, como micrófonos, decoraciones, etc.
11. Debido al alto costo de los eventos sociales, patrocinados o no, el control de asistencia se debe ejercer estrictamente. Este control se puede hacer por medio de invitaciones personales que se entregan en el momento del registro, las cuales se deberán recobrar a la entrada del salón. De esta manera se evitará la presencia de extraños, quienes no tienen derecho a participar en ellos.
12. Al incluir el uso de audiovisuales en el programa será muy útil incorporar en el equipo de trabajo a un verdadero profesional en la materia.
13. El organizador de congresos y convenciones debe adaptar los puntos considerados en este trabajo, a la medida de sus necesidades.

14. El lector puede aplicar o no, parcial o totalmente, los conceptos que se enuncian para las diversas acciones; de la misma manera, se pueden modificar o idear nuevos conceptos que, empleados en las distintas acciones, comprueben su práctico uso.

## REFERENCIAS

1. C. Banderas, L. Borja “Guía metodológica para la organización del turismo de Congresos y Convenciones” (Tesis, Facultad de Ingeniería Marítima, Escuela de Turismo, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1999).
2. M. Acerenza , Promoción turística (Trillas, México, 1982), pp. 238.
3. M. Acerenza, Agencias de viajes: Organización y operación (Trillas, México, 1992), pp. 193.
4. I. Albert, Gestión y técnicas de la agencia de viajes (Síntesis, Madrid, 1992), pp. 319.
5. Asociación Mexicana de Hoteles, Mercadotecnia de Agencias de Viajes (Limusa, México, 1992), pp.138.
6. C. Atlés, Marketing y Turismo(Síntesis, Madrid, 1991), pp. 270.
7. E. Barbosa, Calidad Total para juntas y reuniones (McGraw Hill, México, 1994), pp. 187.
8. M. Bell, Mercadotecnia, concepto y estrategia (CECSA, México, 1982), pp. 358.
9. M. Bieber, Cómo organizar congresos y dirigir seminarios y conferencias (Ibérico Europea de Ediciones, Madrid, 1983), pp. 149.
10. J. Buendía, Organización de reuniones: convenciones, congresos, seminarios (Trillas, México, 1991), pp. 235.
11. T. Cravioto, Organización de Congresos y Convenciones (Trillas, México, 1991), pp. 21.
12. C. Watt, Organización de reuniones: congresos, jornadas, seminarios, cursos (Paraninfo, México,1995), pp.121.