



ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCION

- a. Panorama del mercado Global y Latinoamericano
- b. Antecedentes en Ecuador
- c. Antecedentes en Quito

2. EL PROYECTO

- a. Antecedentes
- b. Entorno urbano
- c. FACTIBILIDAD ARQUITECTÓNICA
 - i. Recomendación de uso de espacios
 - ii. Distribución de áreas
 - iii. Recomendaciones de adecuación arquitectónica
 - iv. Especificación general de equipamiento y mobiliario
- d. FACTIBILIDAD FINANCIERA
 - i. Proyección de demanda
 - ii. Mercado objetivo
 - iii. Competencia local, nacional, internacional
 - iv. Impacto Económico
 - v. Proyecciones financieras
- e. ESQUEMAS DE ADMINISTRACION
 - i. Recomendación de estructura administrativa
 - ii. Recomendación de esquemas de operación y administración.

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

4. ANEXOS



Los congresos, convenciones, ferias, exposiciones, festivales, espectáculos culturales y deportivos y demás reuniones y eventos están generando un impacto sin precedentes en la economía a escala internacional especialmente en el ámbito del sector turístico.

Cientos de millones de personas se reúnen en el mundo por los más diversos motivos tanto a escala nacional como internacional generando importantes demandas de materiales, bienes y servicios que representan ingresos a las localidades y países donde se realizan, por centenares de miles de millones de dólares.

En los más diversos foros se ha venido reconociendo cada vez más los beneficios aportados por este sector de actividad a la sociedad y la economía, en el campo empresarial, profesional, científico, tecnológico, de la política, los negocios, el comercio internacional, el turismo y el entretenimiento cultural y deportivo.

Se han dimensionado los eventos internacionales como una importante fuente generadora de turismo y por tanto de oportunidades de negocios para la pequeña, mediana y gran empresa turística que han encontrado nuevos nichos de mercado e ingresos financieros, fomentando el crecimiento del empleo en muchas localidades y países y regulando la estacionalidad de la demanda turística. Estas realidades ya son objeto de atención para el diseño de las políticas de desarrollo turístico a nivel mundial.

El efecto más inmediato de la captación de eventos nacionales e internacionales es un significativo incremento de la cantidad de visitantes al país y un aumento del tiempo promedio de estadía, generando una demanda de servicios adicionales a las de los turistas corrientes y por lo tanto un gasto turístico promedio mucho mayor, calculado en al menos tres veces el de los turistas corrientes.

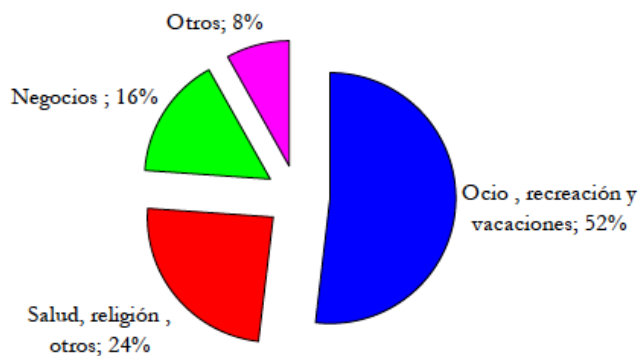
En la medida en que esta especialidad se ha ido desarrollando, la infraestructura física y de servicios han requerido orientarse a satisfacer expectativas muy distintivas como sector, lo que ha venido involucrando el aumento de la capacidad, mejores procesos gerenciales, mayor profesionalización, más uso de la tecnología y la gestión de calidad, como medio de lograr ventajas comparativas y competitivas a nivel mundial.



La Ciudad de Quito no es ajena a esta realidad y hoy quiere prepararse para satisfacer dicha demanda. Esta consultoría, por tanto, está orientada a dar un marco conceptual para el desarrollo de la infraestructura física y de servicios que le permita a la ciudad adaptarse en todo nivel para aprovechar las oportunidades que se desprenden del mercado global del turismo de reuniones.

EL MERCADO GLOBAL Y LATINOAMERICANO

De acuerdo a datos de la Organización Mundial de Turismo, luego de recuperarse de la crisis económica que mundial que hizo disminuir en 4% en 2008-2009, el número de llegadas de turistas llegó a los 935 millones en el año 2010, un crecimiento del 7% sobre el año anterior, generando 852 mil millones de dólares en ingresos. En las Américas, este crecimiento fue del 8%. El turismo de negocios, también denominado turismo de reuniones y eventos, representa aproximadamente el 16% de las llegadas internacionales en todo el mundo, lo que significa al menos 187 millones de personas.



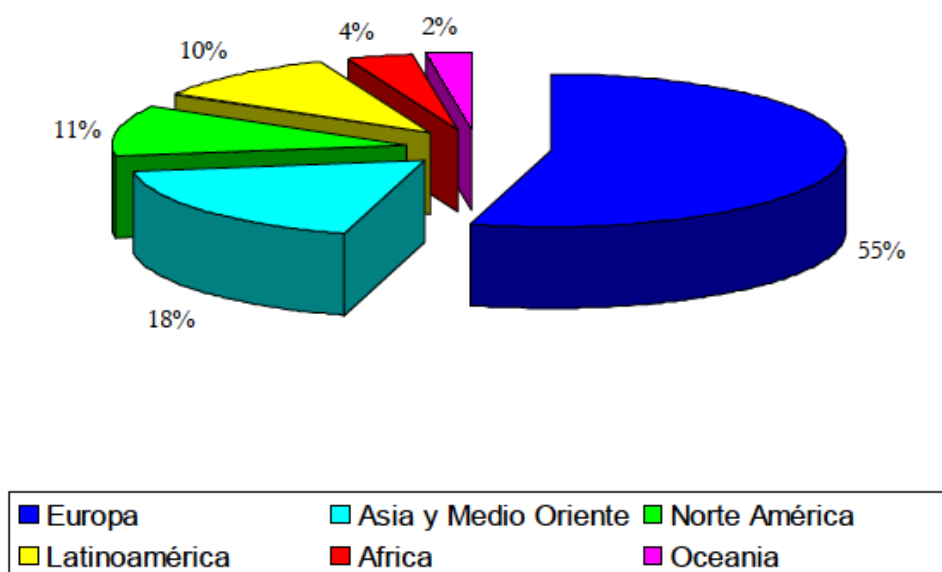
A nivel global, se estima que se realizan aproximadamente unas 143.000 reuniones anuales, de las cuales 15,000 son reuniones de asociaciones y organismos internacionales en las que participan al menos 50 personas y que se organizan regularmente cada año. De estas, aproximadamente el 50% rota por distintos países: 8.294 en 2009:

En 2008 la participación de Europa del mercado mundial decreció por primera vez del



59% al 55% que se mantiene en el 2009, en contraste con Asia y Oriente Medio que creció del 17% al 18%. Norte América se mantuvo en el 11% y África subió de 3% al 4% y Australia con el 2% respectivamente, **mientras que la región Latinoamericana**

alcanzó una participación del 10% del mercado global que en 2005 era de apenas del 6.5%, lo que significa un marcado incremento que demuestra que América Latina tiene un cada vez mayor reconocimiento como destino de reuniones y eventos internacionales.



Esto viene dado, entre otras razones, por la creación de nueva y moderna infraestructura para reuniones adecuada acorde con la demanda y la aplicación de modelos eficientes de gestión y técnicas eficaces de mercadeo de ciudades y países como destino de reuniones y eventos, generalmente a través de oficinas especializadas del sector público y privado creadas con ese fin.

Dentro de los retos del desarrollo de este sector en la región de América Latina se ha hecho evidente esa necesidad de seguir mejorando el aprovechamiento de este segmento del turismo y en consecuencia, existe una marcada tendencia hacia ampliar y modernizar la infraestructura física y de servicios para reuniones y exhibiciones que permita entrar a competir en el mercado global de los grandes eventos. El número de centros de convenciones con diseño y tecnología de avanzada y otras instalaciones apropiadas para realizar reuniones y eventos, han ido creciendo en toda la región, especialmente aquellas que forman parte de establecimientos hoteleros de mayor dimensión e importancia.



ANTECEDENTES EN ECUADOR Y LA CIUDAD DE QUITO

La importancia de Ecuador como mercado en desarrollo, su ubicación geográfica en el centro de la región latinoamericana, una economía dolarizada y por tanto estable en términos de precios y costos, así como su excelente oferta como destino turístico, constituyen fuertes atractivos como sede de eventos de muy distintos campos de actividad profesional, empresarial, tecnológica, científica, cultural y política.

Si bien al igual que la mayoría de las ciudades importantes de América Latina, las Ciudades de Quito y Guayaquil vienen desde hace mucho tiempo siendo sede de un número representativo aunque modesto de eventos internacionales, estos se han mantenido mayormente en la escala de pequeñas y medianas reuniones de entre 50 y 500 asistentes limitadas a la capacidad de las facilidades ubicadas en los hoteles de primera línea y otros recintos alternativos. En algunos casos, esta carencia en Quito se había subsanado utilizando otros recintos como los de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, El Palacio de Cristal y ciertos coliseos.

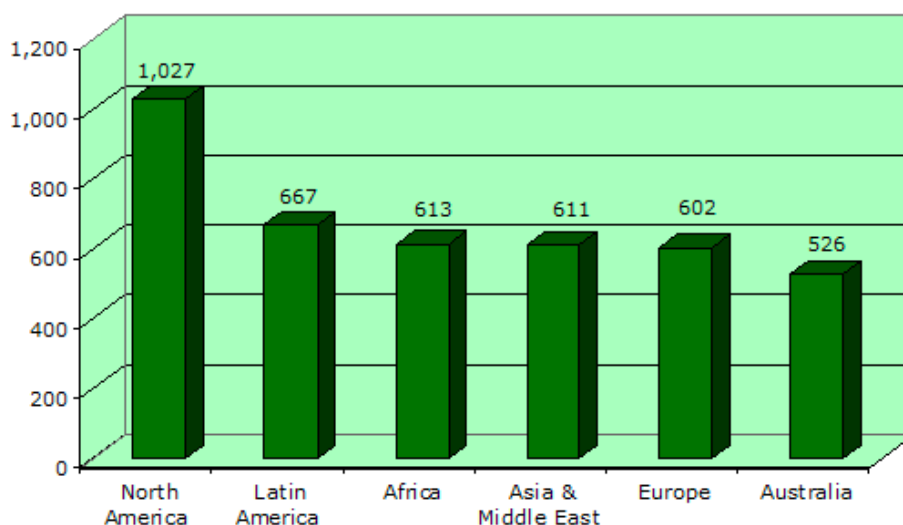
A partir de la disponibilidad del Gran Salón del Swissotel en Quito con 960 m², el gran salón del Best Western Quito de 1,575m² y del Gran Salón del hotel Hilton Colon de Guayaquil con 1,245m², así como particularmente del Centro de Convenciones de Guayaquil con un salón de reuniones de 1,780 m² y otro de exposiciones de 5,500 m² disponibles en los últimos tres años, se han visto con cada vez más frecuencia eventos internacionales con una asistencia de más de 500 participantes Por otra parte, la existencia en Quito de un centro ferial de gran tamaño como es Cemexpo, ha hecho posible la realización de algunos eventos nacionales e internacionales de mayor dimensión, mayormente ferias y espectáculos masivos.

No obstante, la inexistencia en Quito de un Centro de Convenciones y Exposiciones, adecuado en su cantidad, diversidad, funcionalidad y capacidad de salones y áreas de exhibición, todo bajo un mismo techo y dotadas de instalaciones adecuadas para la realización de reuniones que superan los 600 participantes, no le ha permitido competir plenamente a nivel internacional como sede de estas, que de acuerdo a estadísticas de la Internacional Congress and Convention Association - ICCA, representan aproximadamente el 32% del mercado global y que según la



Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina

- COCAL, el 64% del mercado Latinoamericano, en el que se calcula en 667 el promedio de participantes por reunión:



Esta limitación puede subsanarse mediante iniciativas para dotar a la Ciudad de una infraestructura adecuada a estos objetivos. En ese sentido, la Alcaldía de Quito, respondiendo a recomendaciones de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo ha puesto en marcha un estudio para determinar la factibilidad de convertir a corto plazo una edificación existente, actual terminal de pasajeros y operaciones del aeropuerto de Quito en un Centro de Convenciones, Exposiciones y Eventos.

En el mes de diciembre de 2010, un equipo de expertos realizamos una inspección preliminar llegando a la conclusión de que dicha edificación posee características que harían posible su conversión y adecuación a dicho propósito, toda vez se estudie y analice detenidamente el uso potencial de los espacios disponibles y las reformas arquitectónicas que serían necesarias para su aprovechamiento como espacios de reuniones, exposiciones y eventos.

En base a esa recomendación preliminar, Quito Turismo procedió a comisionar el presente estudio y análisis de factibilidad arquitectónica y financiera e impacto económico cuyos resultados enunciamos a continuación.

ENTORNO URBANO DEL PROYECTO

Ubicado en el norte de la ciudad y con amplio acceso por la Avenida Amazonas y desde la Avenida 10 de Agosto, dos de los principales y más amplios ejes viales de la ciudad, comunican al actual terminal aeroportuario en minutos con las áreas de mayor desarrollo hotelero y comercial relacionadas con las demandas del mercado nacional e internacional de reuniones y eventos.

El inminente traslado del actual aeropuerto a otra ubicación mas apropiada en las afueras de la ciudad, posibilita además el emprendimiento de un desarrollo planificado de toda la zona de más de 126 hectáreas inmediata a la terminal actualmente ocupada por las operaciones aeroportuarias destinada a ser convertida en un centro de convenciones y exposiciones, lo que incluiría, bajo este esquema de uso, espacios para la construcción de nuevas facilidades hoteleras y recreativas, así como un recinto ferial complementario al centro de convenciones y exposiciones.

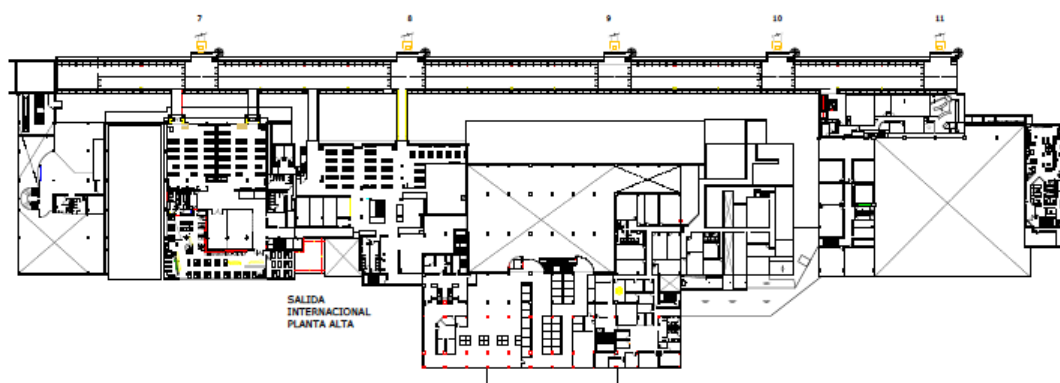
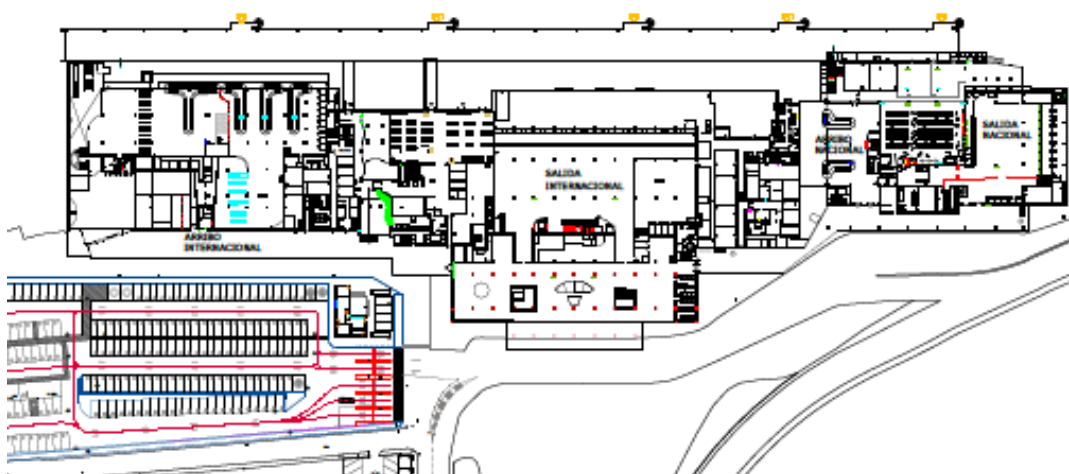
EL EDIFICIO



El edificio terminal data en sus orígenes desde hacen más de 50 años y ha sido desde entonces y es aún actualmente la terminal de pasajeros y operaciones del aeropuerto tanto para el tráfico nacional como internacional. En función del constante incremento a través de los años de tráfico aéreo, el edificio ha sido objeto de numerosas ampliaciones y remodelaciones que lo han convertido en un complejo laberinto de distintos espacios contruidos de manera más bien desconectada y no planificada en su integridad, que han ido satisfaciendo las necesidades más



apremiantes de la demanda de servicios y operaciones aeroportuarias en la medida en que han ido surgiendo, hasta alcanzar más de 28,000 metros cuadrados de área en sus dos niveles.



Sin bien algunas de las ampliaciones y remodelaciones más recientes han utilizado sistemas constructivos más modernos que permiten una mayor altura y amplitud de espacios sin columnas, el edificio tiene en toda su área central, en ambos niveles, la característica fundamental de la construcción más antigua sostenida por columnas muy cercanas entre si, lo que dificulta y en muchos casos imposibilita su utilización como espacios apropiados para salones de reuniones y exposiciones, cuya principal característica funcional es la amplitud totalmente libre de obstáculos. No obstante lo anterior y debido a que la mayoría de las paredes que dividen los espacios más amplios, en cuanto no tengan una función estructural, son de materiales que permiten una fácil remoción, ha sido posible determinar la factibilidad de habilitar la mayoría de las áreas para convertirlas a las necesidades de un centro de convenciones y exposiciones, como se describen a continuación:

USO DE ESPACIOS



Una inspección exhaustiva ha permitido identificar un conjunto de áreas óptimas para acomodar los requerimientos de los congresos, convenciones, exhibiciones, espectáculos y otras reuniones y eventos, tomando en cuenta que la demanda de

espacios y facilidades de un centro de convenciones tiene que ver básicamente con tres segmentos principales:

- **Las REUNIONES** como son los congresos, convenciones, foros, seminarios y otros que implican la necesidad de salones de diversos tamaños para ser usados mayormente para sesiones plenarias de conferencias o simultáneas de trabajo en diferentes configuraciones; ya sea como auditorio con sillas solamente o tipo escuela con sillas y mesas, mesas en forma de U ó O, etc. o para recepciones con mesas y sillas para comer, buffet, etc. y que generalmente requieren además de áreas de vestíbulo para servicios auxiliares como registro de asistencia, refrigerios o exhibiciones menores.
- **Las EXPOSICIONES Y FERIAS** que requieren de espacios muy amplios y de mayor altura para la instalación de conjuntos de stands de exhibición o grandes pabellones, rodeados de pasillos de circulación y áreas de servicio.
- **Los ESPECTACULOS, CONCIERTOS, FESTIVALES, FIESTAS,** u otras presentaciones y eventos generalmente de concurrencia masiva que requieren de espacios amplios con visibilidad ininterrumpida hacia al menos un punto focal, con butacas fijas o sillas removibles y espacio para un escenario.

Estas áreas relativamente óptimas identificadas en los planos que siguen, se encuentran distribuidas en tres bloques en sus dos niveles principales, que para propósitos de este estudio hemos designado como el BLOQUE SUR (A), BLOQUE CENTRAL (B) y el BLOQUE NORTE (C).

El BLOQUE SUR (A), actualmente ocupado por la terminal de pasajeros de salida y llegada de los vuelos nacionales, cuenta con un gran espacio de techo alto abovedado en dos secciones dividido con una hilera de columnas en el medio, cuya área permite crear un salón multipropósito de 1,600 m² para dedicar a recepciones, fiestas y o reuniones con capacidad para entre 1,500 y 2,000 personas aproximadamente, dependiendo del tipo de montaje o para exhibiciones con una capacidad para instalar hasta 100 stands de 3 x 3 m. Este salón puede dividirse en dos iguales de 760 m² mediante una división removible en el medio, para ser usados como auditorios sin



obstrucción visual a un punto focal, con capacidad para acomodar hasta 1,200 personas. Este bloque contaría también con un amplio vestíbulo frontal y otro lateral con acceso a servicios higiénicos y áreas de servicios de apoyo y almacenamiento en el mismo nivel.



En el nivel superior, el bloque alojaría un salón VIP para recibimiento de dignatarios, invitados especiales o artistas y un conjunto de oficinas.



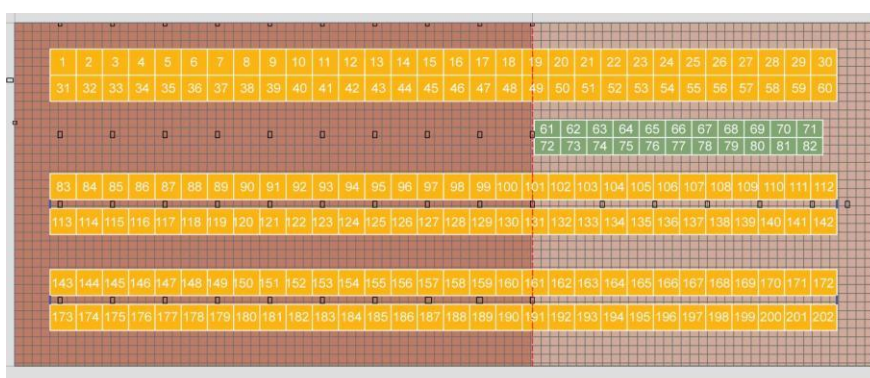
EL BLOQUE CENTRAL (B), actualmente ocupado por la sala de chequeo de pasajeros internacionales en su planta baja de doble altura, con 2,550 m² que a pesar de tener columnas que sostienen la cubierta, están lo suficientemente espaciadas para permitir la instalación de un total máximo de 131 stands de 3 x 3 metros dejando pasillos de circulación adecuados, que aunque proporcionan una solución para la necesidad de exhibiciones de algunos congresos medianos, no tiene la capacidad para instalar al menos los 200 stands que debe tener un centro de convenciones de categoría internacional. Por ese motivo, es necesario ampliar la capacidad del área dedicada a exposiciones (B-2) mediante una extensión lateral del edificio, lo que sería posible al eliminar la edificación contigua ocupada actualmente por oficinas de las



aerolíneas y otras dependencias del aeropuerto, incluyendo la torre de control, áreas que no tendrían ningún uso para el centro de convenciones por estar totalmente llenas de columnas.



Mediante esta ampliación, el espacio destinado a exposiciones se incrementaría en 1,600 m², a 4,200 m², con una capacidad de mínimo 200 stands.



Adicionalmente, haciendo colindar mediante esta ampliación el bloque B con el bloque A, el área de exposiciones se incrementa en 100 stands en virtud de la posibilidad de usar el salón multipropósito A para ello, con lo que el total potencial para exposiciones aumenta a 5,765 m², para un total mínimo de 300 stands, prácticamente la misma capacidad del Centro de Convenciones de Guayaquil, sin contar que tanto el vestíbulo del salón A como del B, también permitirían la instalación de algunos stands adicionales.



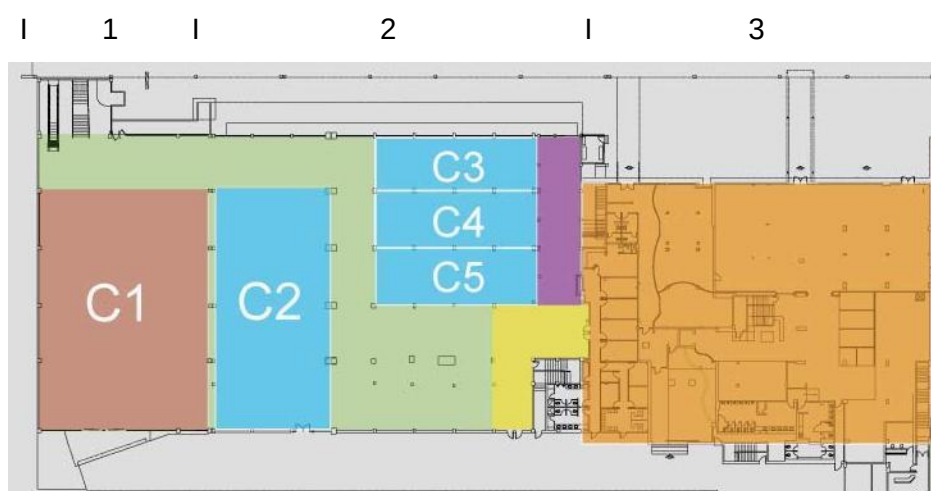
**Quito
Turismo**



En su segundo nivel, el Bloque B, con acceso directo desde el área de exposición mediante una escalera convencional, una mecánica y un elevador, se ubicaría un vestíbulo (área verde) apto para eventos relacionados con la exposición (un cóctel, por ejemplo) y dos salones (B-3 y C-10) aptos para conferencias, seminarios, talleres y un centro de negocios (B-4), facilidades que generalmente son requeridas por las exposiciones.



EL BLOQUE NORTE (C) compuesto por tres edificaciones anexas:



En la planta baja, al extremo izquierdo (1) se encuentra una edificación más reciente y moderna cuya construcción de doble altura y libre de columnas, permite destinar el espacio a un salón multipropósito de 800 m² para reuniones y exhibiciones con capacidad para 60 stands, en apoyo a las actividades de congresos que generalmente

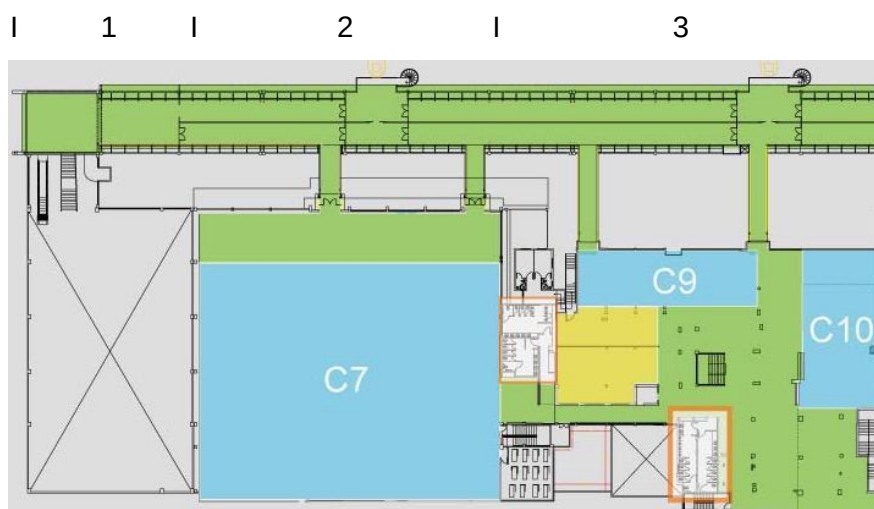


requieren de estas últimas, dejando un vestíbulo que la comunica con las salas de reuniones C-2 a C-5. Para ello será necesario eliminar el mezanine que tiene actualmente y que aloja un restaurante. Esta sección también da acceso al y del puente que la comunica con las salas proyectadas en el segundo nivel.

Al centro, otra sección (2) ocupada actualmente por el área de control de inmigración, recibimiento de equipajes y aduana que por su configuración de columnas permite habilitar una sala de reuniones de 600 m2 divisible en dos (C-2) y tres aulas de 170 m2 cada una (C-3, C-4 y C-5) comunicadas desde el vestíbulo de C-1 por un pasillo que desemboca en un área que podría alojar una cafetería con su cocina. También se contempla un área de almacenaje, área de servicio y habilitar servicios higiénicos.

Al extremo derecho (3) un área de 1,620 m2 ocupada actualmente por un conjunto de pequeñas salas de embarque, salones VIP, salón de fumadores y tiendas, que por sus características y cantidad de columnas no tiene posibilidades de uso excepto para oficinas administrativas del Centro y de servicios de apoyo que se recomienda rentar a los organizadores de eventos, proveedores de servicios técnicos (sistemas audiovisuales, sistema de stands, etc), incluyendo espacios de almacenaje.

En la planta alta de este bloque, compuesto por tres edificaciones contiguas, utilizadas actualmente para las salas de abordaje de pasajeros internacionales, quedarían en la sección 3, dos salas de reuniones (C-9 y C-10) de 220 y 260 m2 respectivamente comunicadas con el Bloque Central B por dentro y por el puente desde afuera, así como dos baterías de servicios higiénicos y un espacio de almacenaje.



En la sección 2, ocupada actualmente por salas de embarque y el salón VIP se proyecta un gran salón de lujo para reuniones, recepciones y banquetes, de 1,600 m2, divisible en dos secciones, designado C-7, indispensable en un centro de convenciones. Para hacer posible este espacio, es necesario reemplazar la cubierta



actual por una que permita eliminar las columnas y extender la loza hacia la izquierda por sobre la sección de una sola planta que tiene su propia cubierta que habría que eliminar. Esta es la misma solución que se utilizó para dotar al centro de convenciones de Guayaquil de un gran salón de similares características.

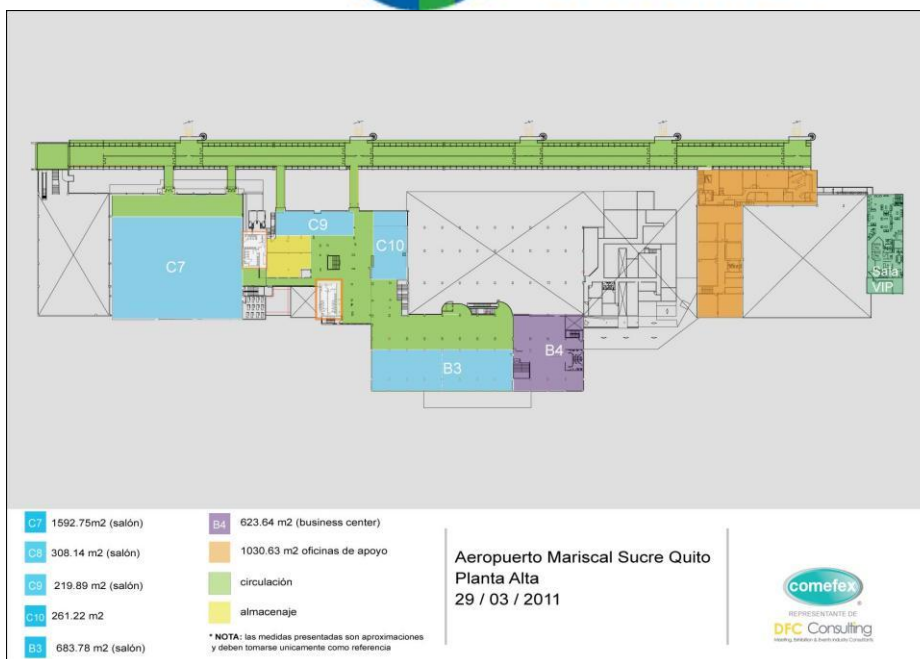
Este salón tendría acceso tanto por dentro desde el área 3 como por fuera por el puente al que se accede desde la planta baja de la sección 1 de doble altura, por una escalera mecánica y otra convencional. Todo este bloque, así configurado, atiende perfectamente los requerimientos de los grandes congresos y convenciones internacionales y es por tanto de mucha importancia.

En su conjunto, cada una de las plantas se complementan para dotar al centro de facilidades adecuadas y muy versátiles que satisfacen los requerimientos de los tres segmentos de demanda a que nos referimos al inicio de este capítulo:

PLANTA BAJA:



PLANTA ALTA:



Proyecto Centro de Convenciones y Exposiciones de Quito					0.75	1.25	1.50	0.50	
CAPACIDADES DE LOS SALONES									
		Salón	mts2	detalle	stands (3x3)	Auditorio	Aula	Banquete	Cocktel
BLOQUE (A) SUR	PB	A1	750	multiproposito	50	1,000	600	500	1,250
	PB	A2	750	multiproposito	50	1,000	600	500	1,250
	PB	A1 + A2	1,500	multiproposito	100	2,000	1,200	1,000	2,500
BLOQUE (B) CENTRO	PB	B1	2,550	exhibiciones	130				
	PB	B2	1,650	exhibiciones	70				
	PB	B1+B2	4,200	exhibiciones	200				
	PB	vestibulo B1			50				
	PA	B3	680	conferen / semi.		900	550	450	1,250
BLOQUE (C) NORTE	PB	C1	800	multiproposito	50	1,200	650	550	1,400
	PB	C2	600	salas reuniones		800	400	350	1,000
	PB	C3	170	salas reuniones		200	120	100	200
	PB	C4	170	salas reuniones		200	120	100	200
	PB	C5	170	salas reuniones		200	120	100	200
	PA	C7	1,600	gran salon de lujo		2,000	1,400	1,000	3,000
	PA	C9	220	sala reuniones		300	180	150	450
	PA	C10	260	conferen / semi.		350	300	170	500

RECOMENDACIÓN DE ADECUACIONES ARQUITECTONICAS

Si bien como se ha proyectado, el edificio reunirá características apropiadas a un centro de convenciones y exposiciones que en lo que concierne al uso de espacios según lo propuesto, requiere de adecuaciones apegadas a normas internacionales para recintos de esta naturaleza, así como a las exigencias de la demanda, la introducción de tecnología de punta y la reparación o reposición de instalaciones deterioradas causado por el tiempo. Otras deberán realizarse en función de la distribución de áreas para conformar las distintas salas de reuniones y salones multipropósito y de exhibición y áreas de servicio.

También es recomendable introducir reformas en la fachada para armonizar el conjunto arquitectónico de manera que tenga un aspecto más moderno, rediseñar el flujo de la vía de acceso para habilitar el ingreso a los bloques sur y norte por el costado este, manteniendo el acceso al bloque central por el costado oeste y habilitar una nueva área de estacionamientos para no menos de 1000 vehículos en el lado este sobre lo que es actualmente la rampa de estacionamiento de aeronaves.

Es igualmente necesario considerar la construcción de rampas, elevadores y otras condiciones óptimas de acceso para discapacitados y personas mayores en el exterior



e interior del edificio, particularmente en función de los distintos niveles en que se encuentran distribuidas las facilidades y se debe considerar la necesidad de contar con montacargas entre los distintos niveles en cada uno de los bloques, en función de las necesidades de desplazamiento de mobiliario, equipos y materiales.

Habrá que considerar la necesidad de ampliar algunas puertas de acceso para permitir el ingreso de artículos de exhibición o decoración y equipos de gran tamaño e instalaciones más modernas de acondicionamiento de aire y ventilación, revestimientos acústicos, iluminación general, megafonía, redes de distribución eléctrica y de datos, suficientes en cantidad y capacidad, acceso a Internet (preferiblemente inalámbrico), servicios higiénicos adicionales, áreas de preparación de alimentos y bebidas, sistemas de control de accesos, sistemas de prevención de incendios, salidas de emergencia y seguridad en general, en la medida en que algunas de estas adecuaciones requieren de espacios definidos para máquinas, equipos, dispositivos, ductos, etc.

RECOMENDACIÓN DE EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO

Requerimientos de Equipos de Apoyo a Sesiones y Presentaciones

Tradicionalmente, un centro de convenciones debe estar en condiciones de satisfacer las necesidades y requerimientos de los eventos que en él se realizan en cuanto a equipos y sistemas de sonido, ayudas audiovisuales multimedia, interpretación simultánea, luces de escenarios y hoy en día, hasta acceso inalámbrico a Internet de alta velocidad. Existen alternativas para dotar a un centro de dichas facilidades pero lo más recomendable es que:

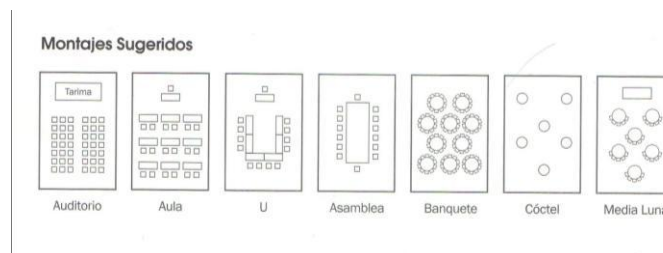
1. El centro disponga de un equipamiento básico de sonido, proyectores de video y pantallas y acceso a Internet instalado de manera permanente en las salas de reuniones, lo que crea una ventaja comparativa y competitiva ante los usuarios de dichas facilidades.
2. Para cubrir los requerimientos específicos de los usuarios de las salas multipropósito, es preferible no invertir en equipos portátiles que son costosos y de acelerada depreciación en vista de su usualmente corta vida útil relativa, debido a su fragilidad y a los rápidos avances tecnológicos. Es preferible depender de proveedores calificados, confiables y autorizados de estos servicios que son contratados por el centro según la demanda de los usuarios, en base a convenios de precios netos que permitan incluir un margen de ganancia para el centro. Esto garantiza además una norma adecuada de calidad y permite obtener una utilidad sin realizar la inversión de compra, ni



incurrir en costos de instalación mantenimiento, reposición ni operación de los equipos, que además están sujetos a pérdidas, requieren de espacios de almacenaje y de personal para operarlos y mantenerlos.

Requerimientos de Mobiliario para Reuniones

A diferencia de los equipos de apoyo a sesiones y presentaciones, el mobiliario para habilitar el uso de las salas de reuniones y salones multipropósito en distintas configuraciones como auditorios, conferencias, banquetes, etc. el centro debe contar con mobiliario y estar disponible en cantidades suficientes en sus bodegas para satisfacer los requerimientos de distintos usuarios. Este mobiliario consiste de sillas apilables de aluminio anodizado con respaldo y asiento tapizado acolchonado y mesas plegables modulares de distintos tamaños, apropiadas para ser dispuestas individualmente o en formaciones alternativas para montajes tipo auditorio, conferencia en forma de “U” u “O”, banquete, mesa directiva, buffet, registro, oficina, etc:



Montaje de Exhibiciones y Otros Especiales.

No es recomendable que el centro adquiriera los costosos sistemas de montaje de stands modulares de exhibición que además ocupan mucho espacio de almacenaje y tiene altos costos de mantenimiento y reposición. Es más recomendable subcontratar los requerimientos, en los mismo términos que a los proveedores de servicios de sistemas audiovisuales, para el montaje de stands de exhibición y otros montajes especiales a empresas especializadas seleccionadas por su experiencia y alto estándar de calidad, o dejar en manos de los usuarios contratar a sus propios proveedores.

Centro de Negocios

Un Centro de Negocios es una instalación al servicio de los participantes en un evento donde pueden tener acceso a Internet y contar con facilidades de producción, impresión y reproducción de documentos, es decir computadoras, impresoras y fotocopadoras en cantidades suficientes para atender a varias personas al mismo tiempo y es por tanto recomendable equiparlo debidamente. Otra opción en



concesionar el espacio a un operador que lo equipa por su cuenta.

Otros Equipos y Mobiliarios

Servicio de Alimentos y Bebidas

El centro de convenciones puede optar por disponer de un servicio de cafetería o restaurante para atender los requerimientos de la concurrencia a los eventos que allí se realicen, en cuyo caso deberá invertir en la compra, instalación y mantenimiento de equipos de conservación (refrigeración), preparación y expendio de alimentos y bebidas, así como en mobiliario para comedores y vajilla de servicio. En este sentido, debe tomarse en cuenta que la relativamente cuantiosa inversión en dichas instalaciones e inventarios que requieren de constante mantenimiento y reposición, además de las necesidades de personal especializado de producción y de servicio, solamente será recuperable y rentable en la medida en que exista una demanda continua de un volumen considerable como lo es la de un hotel, lo que no es necesariamente el caso de un centro de actividades ocasionales, al menos en tanto alcance, con el tiempo, un alto grado de frecuencia y densidad de ocupación.

Existen alternativas para no incurrir inicialmente en una inversión de esta naturaleza:

1. Concesionar el espacio de restaurante o cafetería a terceros, quienes pagan al centro un canon de arrendamiento, realizan la inversión en equipos, mobiliario, etc. y explotan el negocio asumiendo el riesgo.
2. Para el servicio de refrigerios, almuerzos, banquetes y recepciones de los eventos que lo requieran, depender de proveedores calificados, confiables y autorizados de estos servicios que son contratados por el centro según la demanda de los usuarios, en base a convenios de precios netos que permitan incluir un margen de ganancia para el centro al cobrar a los usuarios a precios competitivos, garantizando además un nivel adecuado de calidad y servicio, o permitir que los usuarios contraten los servicios de alimentos y bebidas con los proveedores de su elección.



FACTIBILIDAD ECONOMICA Y FINANCIERA

Es un criterio generalizado el que la inversión en la construcción o adecuación de grandes centros de congresos y convenciones debe verse como una obra de infraestructura cuya rentabilidad se mide en función de los ingresos generados a favor de la ciudad y de la país por una mayor afluencia de "turistas de reuniones y eventos", cuyo promedio de estadía es mayor que la de los turistas corrientes y cuyo gasto promedio diario, como ya se ha dicho, es al menos tres veces el de estos, lo que a su vez se traduce en mayores ingresos fiscales en concepto de impuestos y tasas estatales y municipales.

Esta característica ha determinado que en la mayoría de los países Latinoamericanos en los que la inversión no puede ser asumida por el sector privado, los gobiernos nacionales, provinciales y municipales asuman la iniciativa de emprender proyectos de esta naturaleza que a su vez incentivan la inversión privada en facilidades hoteleras y empresas proveedoras de muy diversos servicios complementarios necesarios para satisfacer la demanda de este creciente segmento, fomentando así el empleo y el desarrollo de las comunidades, lo que justifica plenamente la decisión política de realizar la inversión.

No obstante lo anterior, es importante analizar los factores que inciden en la capacidad de un centro para cubrir al menos sus costos de administración, operación y mantenimiento definidos racionalmente, en función de una medición y proyección de la demanda y frecuencia de uso inicial y crecimiento, así como la competencia local y regional que determina la escala de tarifas competitivas a cobrar por el uso de las instalaciones.

En todo caso, hay que tomar en cuenta el costo mínimo de la inversión en términos de reconstrucción, remodelación, decoración y equipamiento. cuyo monto es un factor determinante en la factibilidad de alcanzar un equilibrio financiero.

ANALISIS DE LA DEMANDA



La demanda puede ser de ámbito local, nacional e internacional. Cada una de éstas tiene un comportamiento diferente y por lo tanto requiere de acciones y estrategias de mercadeo y temporalidad particulares acordes con sus características.



Como todos los planes racionales de acción, la estrategia de mercado debe ser formulada para enfocar los mercados inmediatos y los de más largo plazo. Los mercados de reuniones se prestan para ello, debido a que pueden ser ubicados en oportunidades de corto, mediano y largo plazo, conforme a sus segmentos y características.

De acuerdo a la International Congress and Convention Association – ICCA, el principal criterio utilizado por la industria para segmentar el mercado es en base a las entidades que originan las reuniones. Los dos grupos identificados son el corporativo (sector empresarial) que requiere de una anticipación de 6 a 12 meses y el no-corporativo que puede ser definido como de las organizaciones de gobiernos y las asociaciones no-gubernamentales (profesionales, empresariales, científicas, sociales, técnicas, etc), que requiere de una anticipación de 1 a 3 o más años.

Características del Mercado Corporativo

- **Reuniones Internas** en que los participantes son los empleados de la corporación, tales como gerencia, ventas, técnicas, capacitación y entrenamiento, convenciones y reuniones de incentivo. La duración es generalmente de 3 a 4 días
- **Reuniones Externas**, dirigidas al mercado en el cual operan las empresas, en las que los participantes son relaciones externas de la corporación, incluyendo los distribuidores, agentes y representantes, que consisten en seminarios, simposios, presentación de productos, exhibiciones, incentivos y asambleas de accionistas. La duración es generalmente de 1 a 2 días.

Como regla general, la sede de las reuniones corporativas internacionales es escogida por la oficina corporativa central o regional en función de criterios de mercado o de conveniencia de ubicación que facilite el desplazamiento de los participantes de diversos países aunque hay instancias en que la oficina local juega un papel importante al promover su país como sede.

Características del Mercado No-Corporativo



- **Organizaciones Gubernamentales**, cuyas reuniones, definidas generalmente como asambleas o conferencias, tienen lugar en sitios escogidos por la Secretaría General o por invitación de un gobierno miembro. La duración es en promedio de 4 a 5 días.

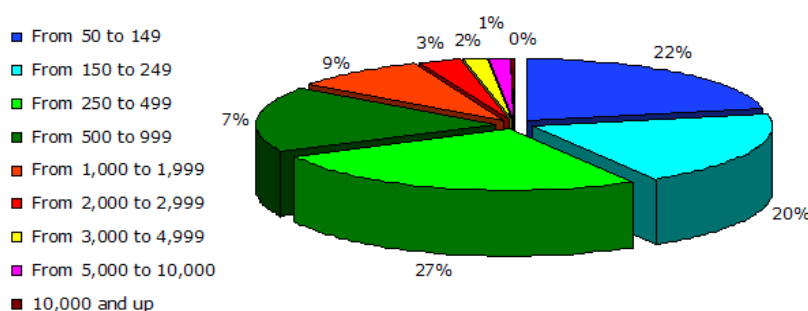
- **Asociaciones Profesionales, Empresariales, Científicas, Sociales, Técnicas, etc.,** cuyas reuniones son frecuentemente definidas como congresos, convenciones, asambleas, foros y seminarios, generalmente eligen el destino de sus reuniones con base en propuestas o invitaciones de las contrapartes locales, miembros de la asociación. La duración es de 3 a 5 días

Tamaño del Mercado

Las estadísticas de ICCA, indican que en el 2009, en América Latina se realizaron 829 reuniones internacionales y que el número promedio de participantes por reunión fue de aproximadamente 667 con una duración promedio de 4.5 días.

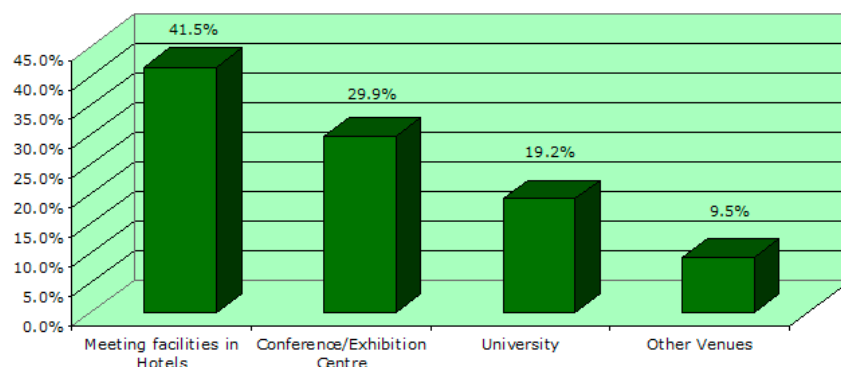
Numero de Participantes por Tamaño de la Reunión

El 69% de las reuniones en el mundo son de entre 50 y 499 personas y el 19% son de entre 500 y 2,999, lo que significa que al contar con un centro de convenciones, la ciudad está en capacidad de competir por ese 19% adicional.



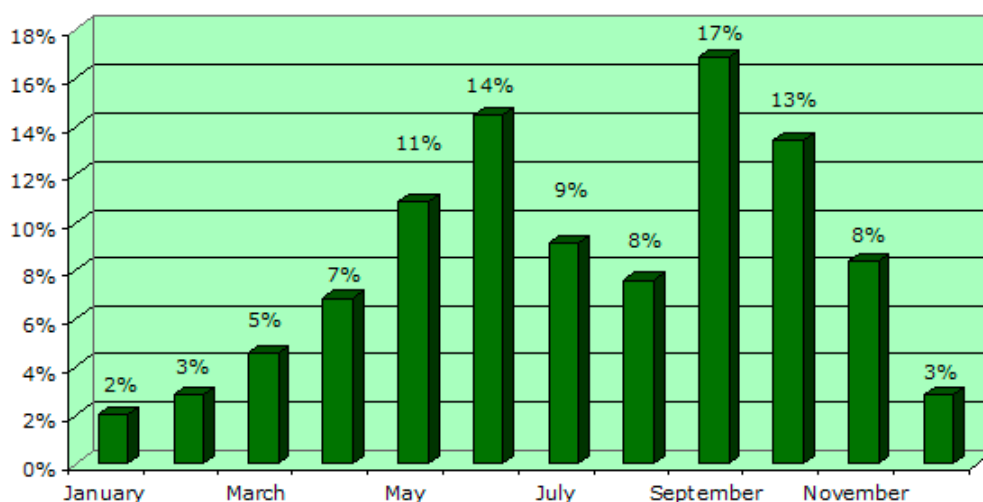
Preferencias de Sede del Mercado

A nivel global, y por primera vez en 2006, los hoteles con facilidades para reuniones y eventos superaron a los centros de convenciones como sede, consolidando en el 2009 esa posición ya que el 41.5% de las reuniones internacionales eligieron hoteles con facilidades para reuniones y eventos como sede, mientras que el 30% tuvieron lugar en centros de congresos y convenciones, el 19% en universidades, y el 9.5% en otros recintos que incluyen sitios emblemáticos, barcos, etc.



Estacionalidad de los Eventos

EL 64% de los eventos internacionales tienen lugar en 5 meses del año: mayo (11%), junio (14%), julio (9%), septiembre (17%), octubre (13%) que usualmente son los meses de menor afluencia del turismo corriente, lo que permite aprovechar mejor la capacidad hotelera y planificar la disponibilidad de servicios.



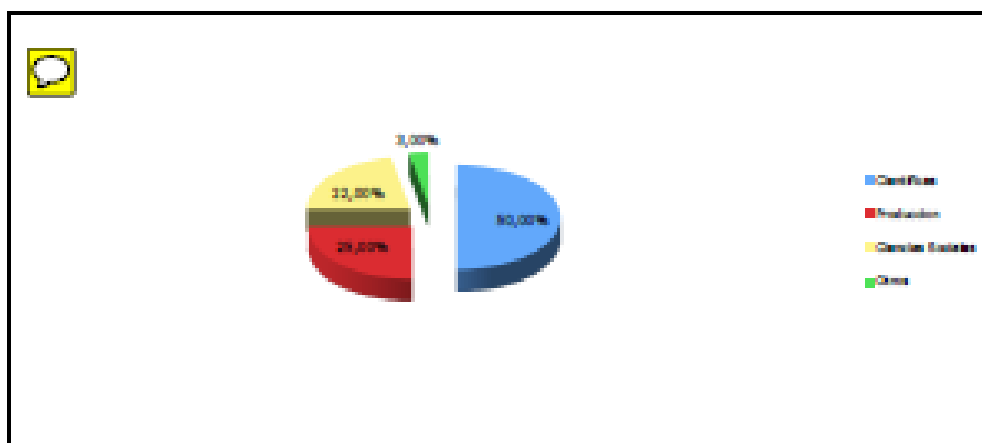
Temáticas de los Eventos

Las temáticas de las reuniones internacionales pueden agruparse de acuerdo a los siguientes criterios:

- **Científicas:** que comprenden las reuniones de medicina y salud, ciencias puras y aplicadas, tecnología, ecología y medio ambiente, matemáticas y estadística.
- **Producción:** que corresponden a industria, comercio, economía, agricultura,

construcción, gestión de empresas, transporte y comunicación.

- **Ciencias Sociales y Humanas:** que agrupan a historia, educación, arte, cultura, leyes, arquitectura, lingüística, literatura, geografía e información.



Otros

El grupo más significativo es el de las actividades científicas, que representa el 50% de las reuniones internacionales y que comprende los temas relacionados con la medicina, que a su vez representa el 52% de las reuniones científicas. El grupo representativo de la producción, alcanza el 25% y el de las ciencias sociales el 22%. Los otros representan apenas el 3%

ANALISIS DE COMPETENCIA

Competencia Interna

Del análisis de la demanda anterior, se desprende que la competencia interna de los centros de convenciones son primordialmente los hoteles que cuentan con instalaciones para reuniones y eventos y que tienen la ventaja comparativa de ofrecer facilidades de alojamiento y de servicios de alimentos y bebidas, en el mismo lugar, lo que constituye además una ventaja competitiva en cuanto ello les permite ofrecer los recintos para reuniones a un costo reducido o gratuitamente, a cambio de la ocupación de habitaciones y el consumo de alimentos y bebidas como incentivo a ser elegidos como sede.



La ventaja de los centros de convenciones, está en el tamaño de sus espacios para reuniones y exhibiciones, que normalmente superan la capacidad de los hoteles y en la cantidad y la diversidad de facilidades bajo un mismo techo para eventos que requieren más de una sala para múltiples sesiones o actividades y espacios de exhibición

Mercado Objetivo

Es evidente por tanto, que el enfoque de los centros de convenciones está en captar reuniones y eventos de tamaños que exceden las posibilidades de los hoteles en cuanto a acomodar un número mayor de participantes y/o mayor espacio para exhibiciones.

Con respecto a esto último, las exhibiciones comerciales colaterales y complementarias de los congresos, van adquiriendo cada vez más importancia para los organizadores pues contribuyen significativamente a financiar los costos del evento y por tanto a reducir las cuotas de inscripción que usualmente cobran a los participantes, constituyéndose en una forma de incentivar e incrementar la asistencia. Esto quiere decir que aun cuando la cantidad de participantes esté dentro de la capacidad de un hotel, la cantidad de espacio disponible para exhibiciones complementarias puede no estarlo, lo que representa una oportunidad para los centros de convenciones de captar reuniones de menor tamaño.

Como se ha dicho, el promedio de participantes en las reuniones que tienen lugar el América Latina es de 647 personas, lo que favorece a los centros de convenciones que tienen salones con mayor capacidad que la de los hoteles más grandes.

Es importante considerar así mismo, que muchas reuniones del tamaño máximo del promedio de los recintos disponibles en los hoteles (aproximadamente entre 300 y 500 personas requieren a su vez de varios salones adicionales para sesiones simultáneas con los que no muchos hoteles cuentan, lo que constituye una ventaja para los centros de convenciones que usualmente están diseñados para ofrecer con una cantidad plural de salas multipropósito

En la Ciudad de Quito, sólo tres establecimiento hoteleros tiene capacidad para acomodar más de 650 personas en un mismo recinto. En cuanto a recintos alternativos, el teatro de la Casa de la Cultura con capacidad para 2,600 personas y el teatro Bolívar con 2,000 serán una competencia para el centro de convenciones sólo en lo que concierne a espectáculos o presentaciones artísticas.

Existen también en la ciudad dos centros de exposiciones con capacidad igual o mayor de stands de exhibición que por su diseño e instalaciones, están orientados

mayormente a la realización de ferias y no constituyen una competencia directa para el centro de congresos y convenciones objeto de este estudio que combina las exposiciones con reuniones y viceversa.

SALONES EN LA CIUDAD DE QUITO									
CENTROS DE FERIAS Y EXPOSICIONES			total mts2	1	2	3	4	5	6
1	CEMEXPO	85,253		15,500					
2	CENTRO DE EXPOSICIONES QUITO	23,500		3,564	1,388	450			
CENTROS DE CONVENCIONES				1	2	3	4	5	6
1	EUGENIO ESPEJO	1392		232	232	232	232	232	232
HOTELES			hab.	1	2	3	4	5	6
1	HILTON COLON	258	1232	498	119	102	361	120	32
2	JW MARRIOTT	257	1033	897	47	186	33	31	39
3	SWISSOTEL	277	1628	900	600	32	32	32	32
4	SHERATON	170	575	250	132	193			
5	DANN CARLTON	212	1114	368	86	60	80	233	287
6	HOTEL QUITO		538	160	95	50	55	120	58
7	MERCURE	148	762	575	115	24	24	24	
8	RADISSON	112	397	230	58	58	17	17	17
9	BEST WESTERN Casino Plaza	100	580	580					
OTROS RECINTOS			total mts2	1	2	3	4	5	6
1	PLAZA DE LAS AMERICAS	1200		320					
2	PLAZA SEGUROS CONSTITUCIÓN	3000		840					
3	CASA DE LA CULTURA	7790		4300	2500	120	300	300	270
4	CIESPAL	402.5		408					
5	FLACSO	6820		150	60	25	60	60	62
6	MUSEO DE LA CIUDAD	583		100	300				
7	ITCHIMBIA			2000	100	100	100		
8	TELEFERICO	360		360					
9	CAPILLA DEL HOMBRE			1150	575				
TEATROS				1	2	3	4	5	6
1	SUCRE			777	403				
2	BOLIVAR			690	345	230			
3	CASA DE LA MUSICA	3570		808	92	92			
UNIVERSIDADES				1	2	3	4	5	6
1	UNIVERSIDAD CATOLICA	14000		5175	115	69	69	40	35
CLUBES SOCIALES				1	2	3	4	5	6
1	CLUB LA UNIÓN			690	115	21	16	14	12
2	CONDADO			2300	1380	920			



Competencia Externa

Al participar del mercado internacional de reuniones, la competencia natural de un centro de convenciones son los centros de convenciones de otras ciudades del país o países de la misma región que tienen iguales o mejores características, capacidades y plazas de alojamiento disponibles en hoteles, conmensurables con la capacidad máxima de dichos centros de convenciones. En ese sentido, el centro de convenciones de Guayaquil, es una competencia directa e inmediata dentro del país.

En cuanto a la competencia extranjera, basados en criterios de zona geográfica y afinidades sociales, culturales y económicas, podemos identificar la región de Centro y Sur América (excepto Brasil) y el Caribe de habla hispana como el área de competencia y la región Andina como el área más inmediata de competencia del propuesto Centro de Convenciones de Quito.

- En Centroamérica y el Caribe, sólo existen centros de convenciones de características similares a las propuestas en este estudio, en las ciudades de Panamá, Cartagena, San Juan, La Habana, Cancún y en el complejo turístico de Bávaro en Punta Cana, República Dominicana.
- En la región Andina, existen sólo en Bogotá, Medellín, Cali y en Maracaibo, Venezuela.
- En el cono sur se encuentran en Santiago de Chile y Buenos Aires.

Como puede verse, la competencia en la región está limitada a nueve países en total, sin contar a México (excepto Cancún) y Brasil. Cinco de ellos localizados en Centroamérica y el Caribe (Panamá, Colombia, Cuba, Puerto Rico y República Dominicana), a sólo dos países (Colombia y Venezuela) en la subregión Andina y a cuatro países (Venezuela, Colombia, Chile, Argentina) en Sur América. El cuadro a continuación detalla los centros identificados como competencia en la región Latinoamericana con indicación de su tamaño, cantidad de salones y capacidad de auditorio principal y exposiciones.

Centros de Convenciones de Centro y Sur América y el Caribe						
Area de Competencia	Ciudad	País	Superficie Mt2*	Número de Salones	Capacidad Auditorio**	Capacidad Expo Mt2
Centro de Convenciones ATLAPA	Panamá	Panamá	16000	15	2800	6000
Centro Int. de Conferencias de la Habana	La Habana	Cuba	5800	11	4500	5000
Centro de Convenciones de Puerto Rico	San Juan	Puerto Rico	53880	28	3500	9000
Bávaro Convention Center	Bávaro	Rep. Dominicana	2500	9	2600	3000
Centro de Convenciones de Cancún	Cancún	México	5980	22	6000	9000
Centro de Convenciones de Cartagena	Cartagena	Colombia	5000	8	1900	4000
Centro Int. de Convenciones Plaza Mayor	Medellín	Colombia	12000	16	3000	3000
Centro de G. Jimenez de Quesada	Bogotá	Colombia	3000	6	1600	2000
Centro de Eventos Valle del Pacífico	Cali	Colombia	11000	8	3200	5000
Espacio Riesco	Santiago	Chile	8000	8	2350	6000
Centro Cultural Estación Mapocho	Santiago	Chile	8000	13	No tiene	5000
Centro Diego Portales	Santiago	Chile	5700	13	4700	5000
Centro de Convenciones Casa Piedra	Santiago	Chile	4400	16	1900	2000
Golden Center	Buenos Aires	Argentina	4500	7	2500	3000
Palacio de Convenciones de Venezuela	Maracaibo	Venezuela	5000	3	1600	3000
Centro de Convenciones de Guayaquil	Guayaquil	Ecuador	11500	9	2200	5250
Centro de Convenciones de Quito	Quito	Ecuador	11000	11	2000	5750
*Superficie total de espacios interiores para reuniones y exhibiciones						
**Capacidad máxima de auditorio principal						



IMPACTO ECONOMICO

Los gastos de los visitantes en un destino receptivo dan inicio a una compleja cadena de hechos económicos que se define como el impacto económico del turismo. Vale recordar que en términos mundiales, el turismo es uno de los sectores de la economía que más a crecido el los últimos años, que su contribución al PIB mundial supera el 11% y que más allá del empleo y la renta que genera, también es una importantísima fuente generadora de ingresos fiscales por impuestos y tasas.

El impacto económico del turismo incluye los beneficios o consecuencias positivas de esta actividad en términos de ingresos y prosperidad para los habitantes. En su concepto más amplio, el impacto económico puede determinarse midiendo el gasto de los visitantes, discriminados por actividad característica de los mismos en términos del propósito del viaje (turismo, negocios, reuniones, otros) y la duración de la estadía.

Existen diversas opiniones en cuanto a determinar que tanto mayor es el gasto promedio proveniente del turismo de reuniones en comparación con el de los turistas corrientes motivados por ocio, vacaciones u otros motivos. La mayoría de los expertos opinan que el gasto promedio de los turistas de reuniones es de al menos 3 veces mayor y hay quienes lo estiman en hasta 7 veces mayor.

Lo cierto es que varios análisis cualitativos basados en que el nivel socio-económico de las personas que concurren a reuniones es en promedio más alto que el de los turistas en general, concluyen en que el turista de reuniones aporta un gasto mayor por su elección de categoría de alojamiento, preferencia gastronómica, entretenimiento y poder de compra personal.

Adicionalmente está el hecho de que en la mayoría de los casos, aporta una cuota de inscripción para participar en un evento, lo que a su vez es utilizado para financiar los gastos de realización del mismo, incluyendo requerimientos y servicios que no son normalmente utilizados por los turistas en general tales como locales de reuniones, tecnología audio – visual, decoraciones y rotulaciones, servicios profesionales de intérpretes y traductores, personal de apoyo, etc. ICCA calcula que la cuota promedio mundial de inscripción por día de evento fue en 2009 de US\$152.00 y que esta



representa el 22% del gasto total por participante, es decir \$691.00 por día por participante. La Confederación de Organizadores de Congresos y Afines de América Latina – COCAL, estima en aproximadamente US\$100.00 la cuota individual de inscripción promedio por día de evento en una reunión internacional en Latinoamérica.



Aplicando la misma proporción del promedio mundial, es posible cuantificar el gasto el gasto promedio por participante en América Latina, en aproximadamente \$461.00 diarios, lo cual no se compagina con los cálculos relacionados con los costos imperantes en Quito.

Basados en esa premisas también es posible calcular el impacto económico de turismo de reuniones en una ciudad, sumando el gasto promedio diario de un participante en concepto de alojamiento, alimentación, entretenimiento y otras necesidades personales, además de la cuota de inscripción, multiplicado por el número promedio de estadía, que corresponde al promedio de duración de los eventos internacionales en Latinoamérica y por la cantidad promedio de participantes en un evento en la región.

Para determinar el verdadero impacto económico del ingreso generado por el gasto individual al penetrar en la economía en función del pago de salarios, la compra de suministros y servicios, etc, que a su vez generan otras transacciones económicas similares, el Banco Interamericano de Desarrollo – BID, usa en el caso del gasto turístico un factor multiplicador de 3.

El análisis a continuación ilustra ese impacto final tanto en una localidad sin contar con un centro de convenciones y contando con él, siendo en este segundo caso, mucho mayor que el primero, debido al incremento en el promedio de participantes por evento en función de la capacidad disponible en un centro de convenciones. El análisis utiliza cifras promedio, basadas en lo siguiente:

- El promedio de gasto por alojamiento más servicios e impuestos considera que las tarifas hoteleras para grupos en Quito en los hoteles generalmente escogidos para eventos internacionales están entre los \$100.00 y \$150.00, dependiendo de la categoría del hotel, es decir un promedio de \$125,00.
- El promedio de gasto de alimentación diario considera que puede variar entre \$30.00 y \$60.00, dependiendo de las preferencias y tomando en cuenta que

algunas de las comidas estarán incluidas en la cuota de inscripción.

- Otras necesidades incluyen teléfono, lavandería, taxis, etc, mas no el transporte local para el traslado a los sitios donde tengan lugar las actividades del programa, asumiendo que este servicio se incluye generalmente en la cuota de inscripción.

Cálculo de Ingresos Potenciales e Impacto Económico Generado por Eventos Internacionales

Sin Centro de Convenciones							
	Gasto Individual	Días de Estadía	Gasto por Asistente	Promedio de Asistentes	Ingreso Por Evento	Eventos Por Año	Ingreso Anual
Naturaleza							
Alojamiento	125.00	4	500.00	350	175,000	24	4,200,000
Impuesto hotelero	12.50	4	50.00	350	17,500	24	420,000
Alimentación	40.00	4	160.00	350	56,000	24	1,344,000
Entretenimiento	15.00	4	60.00	350	21,000	24	504,000
Otras necesidades	15.00	4	60.00	350	21,000	24	504,000
Inscripciones	100.00	4	400.00	350	140,000	24	3,360,000
Total	307.50	4	1,230.00	350	430,500	24	10,332,000
Factor Multiplicador según el BID							3
Impacto Económico Total por Año							30,995,000
Con un Centro de Convenciones							
	Gasto Individual	Días de Estadía	Gasto por Asistente	Promedio de Asistentes	Ingreso Por Evento	Eventos Por Año	Ingreso Anual
Naturaleza							
Alojamiento	125.00	4	500.00	650	325,000	24	7,800,000
Impuesto hotelero	12.50	4	50.00	650	32,500	24	780,000
Alimentación	40.00	4	160.00	650	104,000	24	2,496,000
Entretenimiento	15.00	4	60.00	650	39,000	24	936,000
Otros	15.00	4	60.00	650	39,000	24	936,000
Inscripciones	100.00	4	400.00	650	260,000	24	6,240,000
Total	307.50	4	1,230.00	650	799,500	24	19,188,000
Factor Multiplicador según el BID							3
Impacto Económico Total por Año							57,564,000



PROYECCIONES FINANCIERAS

Si bien la factibilidad económica de un proyecto de esta envergadura implica que el retorno a la inversión debe medirse en términos del impacto económico en la comunidad y el país de acuerdo a los parámetros indicados en el capítulo anterior, es importante determinar que es capaz de generar, mediante el alquiler de los espacios y facilidades instaladas, un ingreso financiero suficiente para cubrir los costos de administración, operación y mantenimiento, obteniendo una rentabilidad que permita amortizar la inversión en construcción, remodelación, adecuaciones y equipamiento

La metodología para determinar esta factibilidad, consiste en fundamentar la proyección del ingreso en base a la ocupación potencial total medida en términos de la capacidad de las diferentes áreas y salas del recinto, multiplicada por el canon de alquiler diario a cobrar a los usuarios por cada una de ellas en base a tarifas competitivas, y aplicando un porcentaje de ocupación anual razonado en función del tiempo que tomará desarrollar el negocio en base a la gestión de mercadeo y a las características particulares del mercado.

Por otra parte, ha sido necesario estimar los costos mínimos apropiados de administración, operación, mantenimiento y el costo financiero de la inversión en adecuaciones y mejoras y el de alquiler del inmueble.

El análisis a continuación demuestra de manera sucinta, la probabilidad de generación de ingresos ponderados en base a porcentajes de ocupación crecientes en un período de varios años hasta amortizar la inversión, deduciendo los costos antes anotados para determinar los resultados en términos de déficit o superávit que confirme la factibilidad económica del proyecto bajo los parámetros antes mencionados. (Ver anexos inmediatos):

- **Presupuesto de Costos de Administración, Operación y Mantenimiento.**
- **Presupuesto de Inversión en Construcción, Remodelación, Adecuación y Equipamiento.**
- **Análisis Potencial de Ocupación, Rentabilidad y Retorno de la Inversión**

Centro de Convenciones y Exposiciones de Quito				
ANÁLISIS DE COSTOS DE ADMINISTRACIÓN, OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO				
RECURSOS HUMANOS			MENSUAL	ANUAL
Dirección				
Gerente General	1	4,000.00	4,000.00	48,000.00
Sub Gerente General	1	2,500.00	2,500.00	30,000.00
Asistente Ejecutiva 1	1	1,000.00	1,000.00	12,000.00
Asistente 2	1	750.00	750.00	9,000.00
Administración				
Gerente Adm./ R.H	1	2,500.00	2,500.00	30,000.00
Jefe de contabilidad	1	1,250.00	1,250.00	15,000.00
Asistentes de oficina	3	500.00	1,500.00	18,000.00
Almacén	2	500.00	1,000.00	12,000.00
Mercadeo y Ventas				
Gerente	1	2,500.00	2,500.00	30,000.00
Ejecutiva de Mercadeo	1	1,250.00	1,250.00	15,000.00
Ejecutiva de Ventas	1	1,250.00	1,250.00	15,000.00
Asistentes	2	750.00	1,500.00	18,000.00
Operaciones				
Gerente	1	1,750.00	1,750.00	21,000.00
Supervisor (turnos)	3	750.00	2,250.00	27,000.00
Asistentes de montaje	10	350.00	3,500.00	42,000.00
Mantenimiento				
Ingeniero Jefe	1	2,500.00	2,500.00	30,000.00
Capataz	4	750.00	3,000.00	36,000.00
Operarios	6	500.00	3,000.00	36,000.00
Limpieza				
Supervisor	2	750.00	1,500.00	18,000.00
Operarios	10	350.00	3,500.00	42,000.00
Seguridad				
Jefe de Seguridad	1	1,500.00	1,500.00	18,000.00
Sub-Jefe	1	1,000.00	1,000.00	12,000.00
Agentes	10	500.00	5,000.00	60,000.00
Otros				
Servicios Generales	6	350.00	2,100.00	25,200.00
TOTAL			51,600.00	619,200.00
Cargas Sociales 45%			23,220.00	278,640.00
TOTAL RECURSOS HUMANOS			74,820.00	897,840.00
SERVICIOS PUBLICOS				
Energía eléctrica			3,000.00	36,000.00
Teléfono			1,000.00	12,000.00
Acceso a Internet			750.00	9,000.00
Agua			750.00	9,000.00
Saneamiento			250.00	3,000.00
TOTAL			5,750.00	69,000.00
CONTRATOS DE MANTENIMIENTO				
Aire acondicionado			1,000.00	12,000.00
Instalaciones técnicas			1,000.00	12,000.00
Jardines			750.00	9,000.00
Otros			500.00	6,000.00
TOTAL			3,250.00	39,000.00
OTROS				
Gastos de mercadeo (Publicidad, etc.)			1,500.00	18,000.00
Seguros (Incendio, Resp. Civil, etc.)			1,500.00	18,000.00
Materiales (Limpieza, papelería, etc.)			1,000.00	12,000.00
Repuestos (Focos, etc)			1,000.00	12,000.00
Miscelaneos			500.00	6,000.00
TOTAL			5,500.00	66,000.00
TOTAL COSTOS PREVISTOS			89,320.00	1,071,840.00
IMPREVISTOS 5%			4,466.00	53,592.00
GRAN TOTAL PRESUPUESTO			93,786.00	1.125.432.00



Quito
Turismo

Análisis de Costos de Inversión						
ÁREAS A INTERVENIR EN PROYECTO CENTRO DE CONVENCIONES EN EL AEROPUERTO MARISCAL SUAREZ DE QUITO						
Área actual a intervenir	Nuevo uso	Identificación en nuevo uso	tipo intervención	nivel infra.	m2	precio unit. estimado
Terminal Nacional Salida	Multigranito	A1 y A2	Remodelación	50%	1571.58	250
Terminal Internacional Cheques de pasajeros	Exposiciones	B1	Remodelación	50%	2551	250
Oficinas entre terminal nacional e internacional	Exposiciones	B2	Obras Nuevas	100%	16478.3	550
Migración Internacional Salida	Salas de reuniones	B3	Remodelación	60%	683.78	300
Migración Internacional Salida	Business Center	B4	Remodelación	60%	623.64	300
Llegada Internacional	Multigranito	C1	Remodelación	20%	803	100
Migración, salida de equipaje, etc.	Salones, aulas,	C2-C3-C4-C5	Remodelación	70%	1111.68	400
Salas Embarque Internacional	Gran Salón Congresos, recepciones	C7	Obras Nuevas	100%	1592.75	850
Salas de Embarque	Salas de reuniones	C9-C10	Remodelación	70%	487.11	400
Llegada Naz. Lobby Terminal Internac.	Lobby y pasillos de circulación	Verde	Remodelación	40%	5117.22	200
En todos los edificios	Servicios	Anexo 11	Remodelación	20%	700	60
Llegada nacional Terp./Área of concierta	Oficinas	Anexo 12	Remodelación	50%	2853	250
Fachadas	Fachadas	Estático	Remodelación	60%	6000	50
Obras exteriores	Jardines Plaza, Estación amfite. etc.	Estático/Función	Obras Nuevas	70%	4000	50
TOTAL incluyendo equipamiento fijo (iluminación, ventilación, servicios higiénicos, etc.):						Total Costo Directo
Indirectos: Estudios, permisos, trámites legales, honorarios, etc.						Indirectos
Equipamiento: Muebles, enseres, audiovisual, decoraciones, etc.						Equipamiento
						Total Inversión
						6,453,386.00
						1,387,211.06
						2,000,000.00
						10,050,597.06



Quito
Turismo

Centro de Convenciones y Exposiciones de Quito									
ANALISIS DE INGRESOS POTENCIALES, COSTOS, RESULTADOS OPERATIVOS Y RENTABILIDAD									
POTENCIAL	CAPACIDAD	TARIFA	PROYECTADO	PROYECTADO	PROYECTADO				
SALA	Mt2	DIA	DIA	MES	AÑO				
Exposiciones y Ferias B-1, B-2	4,200	1.50	6,300						
Gran Salón multipropósito A-1 y A-2	1,600	1.75	2,800						
Gran Salón de Recepciones y Congresos C-7	1,600	3.00	4,800						
Salas de reuniones B-3, C-2, C-3, 4, 5, 9 y 10	2,300	2.50	5,750						
Salón multipropósito C-1	800	1.75	1,400						
TOTAL	10,500								
Espacio de oficinas (renta)	1,600	0.75	1,200						
Áreas de estacionamiento (horas/espacios)	1,000	1.00	1,000						
Servicios propios (mobiliario y equipos AV)			2,500						
Servicios concesionados a terceros (10%)			1,500						
TOTAL POTENCIAL / DIA			27,250						
20 DIAS / MES				545,000	5,995,000				
11 MESES / AÑO					5,995,000				
TOTAL POTENCIAL TODO EL CENTRO									
OCUPACION	1er año	2o año	3er año	4o año	5o año	6o año	7o año	8o año	9o año
Proyección conservadora	25%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%
Proyección optimista	35%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%
Ingreso Conservador	1,498,750	2,098,250	2,398,000	2,697,750	2,997,500	3,297,250	3,597,000	3,896,750	4,196,500
Ingreso Optimista	2,098,250	2,697,750	2,997,500	3,297,250	3,597,000	3,896,750	4,196,500	4,496,250	4,796,000
COSTOS									
Costos de administración y operación (Proyecta incremento de 5% anual)	1,125,500	1,181,775	1,240,864	1,302,907	1,368,052	1,436,455	1,508,278	1,583,692	1,662,876
(DEFICIT) / SUPERAVIT OPERATIVO PROYECTADO									
Escenario Conservador	373,250	916,475	1,157,136	1,394,843	1,629,448	1,860,795	2,088,722	2,313,058	2,533,624
Escenario Optimista	972,750	1,515,975	1,756,636	1,994,343	2,228,948	2,460,295	2,688,222	2,912,558	3,133,124
Menos:									
Inversión proyectada	10,000,000								
Tasa anual (preferencial BID, CAF o similar)	5%								
Interes	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
(DEFICIT) / SUPERAVIT PROYECTADO									
Escenario Conservador	-126,750	416,475	657,136	894,843	1,129,448	1,360,795	1,588,722	1,813,058	2,033,624
Acumulado	-126,750	289,725	946,861	1,841,704	2,971,152	4,331,947	5,920,669	7,733,728	9,767,352
Escenario Optimista	472,750	1,015,975	1,256,636	1,494,343	1,728,948	1,960,295	2,188,222		
Acumulado	472,750	1,488,725	2,745,361	4,239,704	5,968,652	7,928,947	10,117,169		



ESQUEMAS DE ADMINISTRACION Y OPERACIÓN

La administración, mercadeo y operación de un centro de convenciones es una tarea que demanda de especialistas en la materia.

Existen al menos tres alternativas recomendables para asegurar que el centro de convenciones sea administrado, mercadeado y operado con eficiencia, calidad y rentabilidad:

- Que sea el Bureau de Convenciones de la ciudad, organismo generalmente mixto integrado por el Estado o la municipalidad con las empresas del sector privado vinculadas a la industria del turismo y los eventos, el que tenga a su cargo esta gestión, actuando como órgano directivo, asistido por expertos a nivel gerencial y operativos nombrados en calidad de funcionarios.
- Que se contraten los servicios de una empresa especializada, bajo un contrato de administración y operación, que a su vez responde a los lineamientos de una Junta Directiva integrada por funcionarios del organismo promotor de turismo de la ciudad y del Bureau de Convenciones, en la que a su vez esté representado el gobierno de la ciudad, con funciones fiscalizadoras.
- Que se de en concesión la administración y operación bajo términos que garanticen el pago de un canon establecido a la municipalidad.

La adopción de cualquiera de las dos últimas alternativas es la más recomendable para asegurar que se cumplan los objetivos a corto, mediano y largo plazo con el consiguiente beneficio para la comunidad en general, tal como se indica en la proyección de impacto económico contenida en el presente estudio, lo que asegurará a su vez un retorno en la inversión.

CONCLUSIONES



El presente estudio de la información estadística disponible utilizada para medir la situación actual y potencial del mercado global, regional y local del Turismo de Reuniones y Eventos, así como el análisis razonado de los criterios y requerimientos que hacen posible su aprovechamiento por parte de una ciudad y país, demuestran claramente que se trata de un importante segmento de actividad económica, en franco



crecimiento, capaz de generar considerables ingresos de divisas, nuevas oportunidades de creación de empresas, más negocios para las empresas existentes en el sector de turismo y por consiguiente más empleo para los habitantes en diversas áreas de servicio, operación y suministro, de todo lo cual se beneficia igualmente el Estado en virtud de las tasas e impuestos que a su vez generan estas actividades.

No hay que pasar por alto el valor agregado que tiene este turismo especializado, al atraer visitantes que de otra manera no habrían llegado por iniciativa propia y que al descubrir sus atractivos turísticos resuelven volver con sus familias y/o recomendarlo como un destino turístico ideal a amigos y conocidos. También cuenta el hecho de que aporta al desarrollo del conocimiento por parte de los participantes locales y contribuye a incrementar y fortalecer el prestigio de las corporaciones e instituciones públicas y privadas que actúan como anfitriones, así como el de la ciudad y el país mismo al ser sede de eventos que atraen la atención de los medios de comunicación a nivel internacional.

El estudio de la infraestructura existente en la Ciudad de Quito, pone en evidencia la falta de un centro de convenciones que le permita captar eventos de mayor tamaño, dentro o por encima del número promedio de participantes estadísticamente establecido para la región, incrementando así su participación del mercado. No obstante, también evidencia la existencia de alternativas a corto plazo para dotar a la ciudad de una facilidad de este tipo, sin tener que construirla a un costo que sobrepasaría los 30 millones de dólares.

La inspección técnica del edificio terminal del aeropuerto Mariscal Sucre de Quito revela que tiene buenas posibilidades de convertirse en un centro de convenciones y exposiciones, supliendo de esta manera la deficiencia actual a muy corto plazo y a un costo muy por debajo de la inversión que requeriría la construcción de un nuevo proyecto.

El edificio reúne las características potenciales propias de un centro de convenciones y su adecuación a este propósito requiere de relativamente muy poca obra de reconstrucción, basada en las recomendaciones de uso de espacios contenida en el



presente estudio y de equipamiento especializado que puede ser obtenido relativamente en poco tiempo, lo que permitiría poner el centro en funcionamiento a corto plazo.



El análisis de demanda y competencia, así como los modelos preliminares de proyección financiera contenidos en este estudio, demuestran la factibilidad económica de operar un centro de convenciones y exposiciones en el actual edificio terminal del aeropuerto Mariscal Sucre de Quito.

Esta propuesta vendrían a favorecer el desarrollo y puesta en valor de una amplia zona urbana de la ciudad hasta ahora dedicada a las operaciones aeroportuarias, en favor de la comunidad.

Finalmente, el impacto económico en la ciudad y el país causado por la existencia de un centro de convenciones, como queda demostrado en este estudio, justifica por sí mismo la conveniencia de proceder con el proyecto, debido a que tan solo las tasas e impuestos derivados de las transacciones que tendrán lugar en virtud de la penetración de los ingresos generados, pueden calcularse en una suma anual mayor a la que habrá que invertir en el proyecto.

Estas conclusiones generales, dan pie a las siguientes recomendaciones.

RECOMENDACIONES

Esta consultoría recomienda continuar con la iniciativa de habilitar el edificio actualmente utilizado como terminal del aeropuerto de Quito como un centro de convenciones, dentro de los parámetros enunciados en el presente informe conceptual.

En este sentido, una vez convertidos en proyectos, se recomienda proceder a la contratación de una segunda etapa de estudios arquitectónicos detallados que permitan definir con exactitud el monto de la inversión y duración de las obras conforme a:

- Especificación detallada de las adecuaciones arquitectónicas y estructurales.



- Elaboración de planos y diseños finales.
- Especificación de equipos, mobiliario y otras instalaciones funcionales.
- Presupuesto detallado de costos e inversión total.
- Esquemas de financiamiento.



La puesta en marcha de este proyecto debe contemplar, además de fondos necesarios para implementarlos físicamente, los costos relacionados con una adecuada gestión de mercadeo y ventas a nivel nacional e internacional implícitos en su lanzamiento, lo que incluye gastos en material promocional, publicidad y relaciones públicas, viajes de promoción a ferias y otros eventos especializados, así como el costo de un equipo de personas dedicadas a dicha gestión por un período de al menos un año y medio previo a la apertura. En este sentido se recomienda la contratación de una consultoría profesional para elaborar un plan de negocios y dentro de él una estrategia de mercadeo que defina dichos requerimientos.

El plan de negocios deberá igualmente definir los esquemas de administración y operación, de los cuales se desprenden las estructuras de funcionamiento en términos de recursos humanos y su costo.

Diego Fernández de Córdoba
Consultor Líder

Rossi Holguín

Luis Proaño
Consultores Asociados

Roberto Cueva



Consultor Líder:
Diego Fernández de Córdoba

Ha desarrollado su carrera profesional de más de 45 años en el sector del turismo, primero como ejecutivo hotelero con **Hilton Internacional, Hotels** y posteriormente como fundador y director de sus propias empresas en el ramo del turismo de reuniones y eventos, entre las que se encuentran **Congrexpo Internacional**, promotora y organizadora de congresos y ferias internacionales a nivel regional latinoamericano adquirida hace tres años por el **Grupo Congrex**, transnacional con sede principal en Europa y oficinas en todo el mundo; **Meeting & Show Technologies**, proveedora de tecnología y servicios técnicos de apoyo a reuniones y presentaciones y **Elite Tours**, operadora de servicios receptivos especializada en convenciones y grupos de incentivo.

Durante los últimos 30 años dedicados a la planificación, organización y coordinación de eventos, ha sido responsable por la realización integral de más de 250 congresos, convenciones, reuniones de incentivo, ferias y exposiciones internacionales en **Argentina, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, México, Panamá, Perú y República Dominicana.**

Actualmente es Director General de la firma consultora, **DFC Consulting** en materia de desarrollo de infraestructura para turismo de reuniones y eventos, estrategias de competitividad y mercadeo de destinos para este segmento, habiendo intervenido en proyectos en **Ecuador, Costa Rica, El Salvador y Venezuela**, entre los que se destacan el **Centro de Convenciones** ubicado en el antiguo **Hospital Eugenio Espejo de Quito**, en el actual **Centro de Convenciones de Guayaquil**, en la antigua terminal del Aeropuerto Simón Bolívar.

Ha sido también Asesor de importantes empresas del sector turismo en Ecuador y otros países en materia de estrategias de mercadeo y comunicación corporativa, entre las que se destacan **Metropolitan Touring** en Ecuador y **Lima Tours** en Perú.

Ha sido co - fundador y Vicepresidente de la **Confederación de Organizadores de Congresos y Afines de América Latina – COCAL**, Presidente del Consejo Directivo del **Instituto Internacional de Normas para la Industria de Eventos – ISMI** (por sus



siglas en Inglés) y miembro de la Junta de Asesores de la **Connected International Meeting Planners Association – CIMPA** y de la **American Association of Hispanic Meeting Professionals – AAHMP**. Actualmente es Presidente por segunda vez del **Bureau de Convenciones y Visitantes de Panamá**.



Con carácter voluntario, ha desempeñado cargos honorarios como dignatario de asociaciones del sector privado e instituciones públicas de su país de residencia, entre las que se encuentran los de Vicepresidente de la **Cámara de Turismo de Panamá**, Presidente de la **Asociación Panameña de Profesionales en Congresos y Exposiciones**, miembro de la Junta Directiva de la **Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá**, miembro del **Consejo Nacional de Inversiones de Panamá**.

Ha participado como conferencista invitado en diversos congresos internacionales y seminarios sobre temas relacionados con su área de competencia, en **Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, México, Puerto Rico, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela**.

En el ejercicio de sus actividades profesionales y empresariales, ha visitado y participado en eventos en más de 30 países de Norte, Centro y Sur América y Europa.

Consultor Adjunto:

Luis Proaño Recalde

Ecuatoriano, diseñador industrial, publicista, especializado en sistemas de exhibición. En sus veinte años de actividad profesional ha montado más de 900 mil m² en stands básicos y ha sido productor u organizador de varias ferias y exposiciones comerciales en el **Ecuador, Colombia, Panamá y Venezuela**, constructor del pabellón del Ecuador en la Expo Mundo de Alemania Hannover 2000 y responsable de los pabellones y diseño interior comercial para marcas multinacionales como Mercedes Benz, Xerox, IBM entre otros.

Fue promotor del centro de exposiciones CEMEXPO en la Mitad del Mundo y consultor adjunto en el estudio de factibilidad y diseño del actual **Centro de Convenciones en el antiguo Hospital Eugenio Espejo de Quito y del Centro de Convenciones y Exposiciones de Guayaquil**, en la antigua terminal del aeropuerto de esa ciudad..

Actualmente es Presidente y Director General de la empresa **Comunicaciones, Eventos Ferias y Exposiciones – COMEFEX**, representante en Ecuador de la firma de consultoría internacional en desarrollo de infraestructura para turismo de reuniones



y eventos, **DFC Consulting**.



Co carácter voluntario y honorario, ha sido Presidente del Buro de Convenciones de la Ciudad de Quito, miembro del Consejo Directivo del **Instituto Internacional de Normas para la Industria de los Eventos - ISMI** y Asesor de la **Asociación de Ferias de América – AFIDA**.

Consultora Adjunta:

Rosi Prado de Holguín

Ecuatoriana, con estudios de Arquitectura en la Universidad Central del Ecuador y Lingüística en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Rosi de Holguín ingresó a laborar en el sector de viajes y turismo como Agente de Reservas de **Braniff Airlines** en Quito en 1975, realizando una exitosa carrera profesional que la llevó a ser en 1978 Gerente de Reservas y Billetes de esa misma compañía, Gerente de Ventas de Pasajeros y Carga de **Eastern Airlines** en Ecuador de 1982 a 1990, Gerente de Ventas de **American Airlines** en Ecuador de 1990 a 2004 y Gerente Comercial de **TAME, Línea Aérea de Ecuador** de 2007 a 2009.

Con carácter voluntario, ha sido Presidenta de la **Asociación de Ejecutivas de Empresas Turísticas AFEET del Ecuador**, Presidenta de la **Federación Latinoamericana de Ejecutivas de Empresas Turísticas - FLAFEET** (12 países, 800 socias), Presidenta del Comité de Turismo de la **Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana**, Miembro del Directorio de la **Cámara Provincial de Turismo - CAPTUR**, Vicepresidenta de la **Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana**, Presidenta del **Comité Visit USA**, Miembro del Directorio de la **Corporación Metropolitana de Turismo**, Presidenta del **Bureau de Convenciones de Quito** y miembro del Directorio de **Metropolitan Touring**

Actualmente es Consultora en materia de administración de empresas turísticas y editora de publicaciones en prensa, televisión y otros medios sobre turismo en Ecuador.

Ha recibido varias distinciones de diferentes organizaciones por su liderazgo y aportes al sector turismo en Ecuador y a diversas causas cívicas y sociales.



Consultor Adjunto:

Roberto Cueva García

Posee una Maestría de la **Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing de Madrid** y Licenciaturas en Administración y Marketing de la **Universidad San Francisco de Quito** y en Ingeniería Financiera de la **Universidad SEK**.

Ha sido Socio de la firma **Soluciones Integrales de Negocios** llevando a cabo consultorías en estudios de factibilidad, investigaciones de mercado, planificación estratégica, reingeniería de procesos, CRM, franquiciamiento de negocios y asesoría de inversiones en empresas del sector privado y el sector público, habiendo participado en el franquiciamiento de los estacionamientos del municipio y la reingeniería de procesos en empresas hidroeléctricas.

En el transcurso de su desarrollo profesional fue Gerente de Productos de **Direct TV**, Jefe de Marketing de **CEDAL - Corporación Ecuatoriana de Aluminio** y Profesor de Mercadeo, Relaciones Públicas y Publicidad en la **Universidad de las Américas**