

RESUMEN

La presente investigación de mercado se basó sobre el desarrollo de las reuniones y eventos internacionales realizados en el Distrito Metropolitano de Quito a partir del año 2013 al 2016, obteniendo importantes datos mediante contactos claves del mercado y fuentes de información secundaria que permitieron a través de encuestas con ítems de consulta abiertas y cerradas obtener más información de los mismos. Se realiza una breve introducción con conceptos teóricos e información sobre el desarrollo del turismo de reuniones y eventos a nivel internacional. Posteriormente se analiza la situación país en donde se establece el manejo de la promoción turística a nivel local, se comparten datos estadísticos de posiciones que ocupa el Ecuador y la ciudad de Quito frente al mercado de turismo de reuniones y eventos internacionales, se analiza todo el plan estratégico de la Empresa Metropolitana Quito Turismo en los últimos años frente al desarrollo del sector, se detalla información sobre la capacidad instalada hotelera y de salones para la realización de eventos. Como resultado de esta investigación de mercado se conoce que para realizar un evento internacional se consideran algunos factores como; cuáles son los criterios para considerar una ciudad para la próxima sede, cual es el promedio de número de personas internacionales, problemas que surgen al organizar un evento y como los gestores perciben el apoyo por parte de las entidades públicas. En la fase final, mediante la realización del FODA y análisis de la matriz FO-FA, DO-DA, se establecieron varias estrategias para que los actores públicos y privados puedan ejecutarlas y sea de aporte para el desarrollo del sector.

PALABRAS CLAVE:
TURISMO DE REUNIONES Y EVENTOS
ESTRATEGIA
ECUADOR
QUITO
PÚBLICOS Y PRIVADOS.

ABSTRACT

The present market research was based on the development of international meetings and events held in the Metropolitan District of Quito from 2013 to 2016, obtaining important data through key market contacts and sources of secondary information that allowed through surveys with open and closed query items to obtain more information about them. A brief introduction with theoretical concepts and information on the development of tourism of meetings and events at the international level. Later, the country is analyzed where the management of tourism promotion at the local level is established; statistical data are shared of positions occupied by Ecuador and the city of Quito within the tourism market of international meetings and events. The Strategic planning of the Metropolitan Quito Tourism Company in recent years in the development of the sector, details information about the installed capacity of hotels and lounges for events. As a result of this market research it is known that to carry out an international event some factors are considered; (a) what is the criteria for considering a city for the next venue, (b) what is the average number of international people, (c) problems that arise when organizing an event and how managers perceive support from public entities. In the final phase, through the implementation of FODA and the analysis of the FO-FA matrix, DO-DA, several strategies were established for public and private actors to execute them and to contribute to the development of the sector.

KEY WORDS:

TOURISM OF MEETINGS AND EVENTS

STRATEGY

ECUADOR

QUITO

PUBLIC AND PRIVATE.