



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICA,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA**

**MONOGRAFÍA PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TEMA: LAS REUNIONES Y EVENTOS INTERNACIONALES EN  
LA CIUDAD DE QUITO Y SU INCIDENCIA EN EL  
DESARROLLO TURÍSTICO.**

**AUTOR: TORRES ZAPATA, MÓNICA ANDREA**

**DIRECTOR: SANDOVAL, EDUARDO**

**SANGOLQUÍ**

**2017**



**DEPARTAMENTO DE:** CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

**CARRERA DE:** TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

#### CERTIFICACIÓN

Certifico que la monografía, **“LAS REUNIONES Y EVENTOS INTERNACIONALES EN LA CIUDAD DE QUITO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO”**, realizado por la señora **TORRES ZAPATA MÓNICA ANDREA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señora **TORRES ZAPATA MÓNICA ANDREA** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, febrero 2017

*F. Mantilla*  
Ing. Farid Mantilla  
DIRECTOR





#### AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Torres Zapata Mónica Andrea declaro que esta monografía titulada "Las Reuniones y Eventos Internacionales en la Ciudad de Quito y su Incidencia en el Desarrollo Turístico", lo he realizado mediante una recolección de datos a través de informantes claves, fuentes de información primaria y secundaria, respetando los derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que conforman el documento y cuyas fuentes forman parte de la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de aquello me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance de esta investigación de mercado.

Sangolquí, Febrero 2017

Torres Zapata Mónica Andrea



### AUTORIZACIÓN

Yo, Torres Zapata Mónica Andrea, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE la publicación, en el repositorio institucional la monografía denominada "Las Reuniones y Eventos Internacionales en la Ciudad de Quito y su Incidencia en el Desarrollo Turístico", cuyo contenido, ideas y criterio son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, febrero 2017

Torres Zapata Mónica Andrea

## **DEDICATORIA**

A los dos seres más importantes de mi vida, mis hijos Martincito y Amelita que inspiran mi alma y el deseo de luchar cada día.

Sangolquí, febrero 2017

-Mónica Torres

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mi Señor por bendecir mi caminar y ayudarme en todo momento para alcanzar esta meta.

A mi madre por ser mi ángel incondicional con quien puedo contar siempre y me animo a conseguir esta meta sin importar el tiempo que haya transcurrido.

A mi esposo por su apoyo diario y dedicación con los niños, su tiempo, amor y comprensión.

A todos mis amigos a quienes acudí por información y me ayudaron incondicionalmente.

- Mónica Torres

## CONTENIDO

|  |     |
|--|-----|
| <b>DEDICATORIA</b> .....   | v   |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....  | vi  |
| <b>CONTENIDO</b> .....   | vii |
| <b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....   | ix  |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....  | x   |
| <b>RESUMEN</b> .....   | xi  |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | xii |
| <b>1.1. Importancia del problema</b> .....   | 1   |
| <b>1.2. Aportes con respecto a la obra anterior</b> .....                          | 3   |
| <b>1.3. Hipótesis y su relación con la teoría</b> .....                            | 3   |
| <b>1.4. Relación entre objetivos o hipótesis con el diseño de investigación</b> .. | 3   |
| <b>1.4.1. Objetivo principal</b> .....   | 3   |
| <b>1.4.2. Objetivos Específicos</b> .....  | 3   |
| <b>1.5. Implicaciones teóricas y prácticas del estudio</b> .....                   | 4   |
| <b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....  | 5   |
| <b>2.1. Teorías de soporte</b> .....   | 5   |
| <b>2.2. Marco referencial</b> .....  | 8   |
| <b>2.2.1. Turismo de reuniones a nivel mundial</b> .....                           | 8   |
| <b>2.2.2. Turismo de reuniones nacional en el Ecuador</b> .....                    | 8   |
| <b>2.2.3. Turismo de reuniones en ciudades</b> .....                               | 12  |
| <b>2.2.4. Actores del Turismo de Reuniones en Quito</b> .....                      | 14  |
| <b>2.3. Marco conceptual</b> .....   | 18  |
| <b>CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO</b> .....                                      | 23  |
| <b>3.1. Enfoque de investigación</b> .....   | 23  |
| <b>3.2. Tipología de investigación</b> .....                                       | 23  |
| <b>3.3. Hipótesis (De ser el caso. Estudios: empírico y teórico)</b> .....         | 23  |
| <b>3.4. Procedimiento para recolección y análisis de dato</b> .....                | 23  |
| <b>3.5. Instrumentos</b> .....   | 24  |
| <b>CAPITULO IV: RESULTADOS</b> .....   | 25  |
| <b>4.1. Resultados de la recopilación de datos</b> .....                           | 25  |
| <b>4.1.1. Ranking Mundial ICCA 2015</b> .....                                      | 25  |
| <b>4.1.2. Proceso de candidaturas para eventos en Quito</b> .....                  | 28  |
| <b>4.1.3. Programa de Embajadores en Quito</b> .....                               | 31  |
| <b>4.1.4. Infraestructura</b> .....  | 32  |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.1.5. Eventos internacionales públicos y privados ..... | 42        |
| 4.2. Análisis de los resultados .....                    | 52        |
| 4.2.1. Resultados de encuestas realizadas .....          | 52        |
| 4.2.2. Análisis FODA.....                                | 54        |
| 4.2.3. Matriz FO-FA,DO-DA.....                           | 55        |
| 4.3. Propuesta.....                                      | 57        |
| <b>CAPITULO V: DISCUSIÓN.....</b>                        | <b>61</b> |
| 5.1. Conclusiones .....                                  | 61        |
| 5.2. Propuesta de nuevos proyectos de investigación..... | 61        |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>                  | <b>62</b> |



## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Motivo del viaje que tiene el turista de Quito .....            | 2  |
| Figura 2. Imagen marca país .....   | 12 |
| Figura 3. Imagen marca ciudad .....                                       | 13 |
| Figura 4. Gasto promedio del turista de reuniones y eventos.....          | 15 |
| Figura 5. Principales actores.....  | 17 |
| Figura 6.Solicitud de apoyo para realizar eventos internacionales.....    | 30 |
| Figura 7. Capacidad de salones para eventos .....                         | 35 |
| Figura 8. Capacidad hotelera en Quito.....                                | 41 |
| Figura 9. Ocupación y tarifa promedio de hoteles en Quito .....           | 41 |
| Figura 10. Eventos internacionales en Quito sin eventos Habitat III ..... | 47 |
| Figura 11. Eventos internacionales en Quito con evento Habitat III .....  | 47 |
| Figura 12. Matriz de la encuesta.....                                     | 51 |
| Figura 13. Promedio de participantes .....                                | 53 |
| Figura 14. Problemas relativos al momento de organizar un evento.....     | 53 |
| Figura 15. Percepción acerca de actividades Quito Turismo.....            | 54 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1.</b> Gasto promedio del turista de reuniones.....                          | 15 |
| <b>Tabla 2.</b> Ranking de las ciudades a nivel mundial 2015 .....                    | 25 |
| <b>Tabla 3.</b> Ranking de los países a nivel mundial 2015.....                       | 26 |
| <b>Tabla 4.</b> Ranking de países de Latinoamérica y Norteamérica 2015.....           | 27 |
| <b>Tabla 5.</b> Ranking de Reuniones Ecuador 2015 .....                               | 28 |
| <b>Tabla 6.</b> Sedes patrimoniales .....   | 32 |
| <b>Tabla 7.</b> Sedes culturales .....  | 33 |
| <b>Tabla 8.</b> Sedes académicas.....   | 34 |
| <b>Tabla 9.</b> Sedes hoteleras.....  | 34 |
| <b>Tabla 10.</b> Centros de convenciones .....  | 35 |
| <b>Tabla 11.</b> Hoteles categoría de lujo .....                                      | 38 |
| <b>Tabla 12.</b> Hoteles categoría de primera.....                                    | 39 |
| <b>Tabla 13.</b> Hoteles en el área del aeropuerto de Quito.....                      | 40 |
| <b>Tabla 14.</b> Eventos realizados 2013, 2014, 2015 y 2016 .....                     | 44 |
| <b>Tabla 15.</b> Eventos complementarios eventos Habitat III .....                    | 46 |
| <b>Tabla 16.</b> Resumen impacto económico evento Habitat III .....                   | 46 |
| <b>Tabla 17.</b> Criterios para haber seleccionado a Quito como sede del evento ..... | 52 |

## 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.**

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Importancia del problema

La realización de este caso de estudio surge de la necesidad de poner en conocimiento información en base a una recopilación de datos estadísticos sobre el desarrollo de eventos internacionales y su incidencia en el turismo de reuniones y eventos en la ciudad de Quito, para que mediante esta información el sector público y el sector privado logren una sinergia de acción y así poder alcanzar un buen posicionamiento en el mercado internacional.

Quito como capital del Ecuador alberga los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros y cuenta con un potencial centro histórico, cultural e intelectual, sin embargo acoge muy pocos eventos y congresos durante el año, vemos que en las ciudades de la región como Bogotá y Lima se desarrollan eventos extraordinarios teniendo un alcance muy superior a los organizados en la ciudad de Quito, es por ello que la investigación iniciará con un breve análisis de la industria en de las dos ciudades más importantes del Ecuador (Quito y Guayaquil) lo que permitirá relacionar el desarrollo del turismo de reuniones y eventos asociativos internacionales a nivel nacional y posteriormente profundizar su incidencia en la ciudad de Quito, tomando como muestra a organizaciones que han realizado eventos internacionales a partir del año 2013 hasta la actualidad.

La ciudad de Quito cuenta con la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – “Quito Turismo”, quien lidera el campo de comercialización del turismo para la ciudad y por tanto es el principal actor del sector público dentro de esta investigación, además existen gestores y responsables de organizar reuniones todos los años y son: (asociaciones profesionales, las entidades de gobierno, las asociaciones deportivas, las organizaciones internacionales de gobierno y otros), quienes al parecen no están unidos en una estrategia común, al contrario cada uno maneja la

organización de eventos y congresos internacionales de la manera que consideran es la más adecuada, disminuyendo la posibilidad de monitorear permanentemente y conocer la demanda del segmento para postular cada vez más eventos, es por lo que establecer una estrategia común es fundamental para el desarrollo de más eventos internacionales en la ciudad de Quito.

Los eventos que se vienen desarrollando en la ciudad son en sí mismos pequeños y no tienen una afectación directa con el turismo de reuniones y eventos ya que no existe a través de una estrategia parámetros que incentiven a los actores locales el desarrollar eventos y congresos internacionales.

Esto conlleva a que ninguno influya directamente en el desarrollo del turismo de reuniones y eventos, es así que en un análisis de la demanda de turistas no residentes realizado durante el mes de agosto del 2015 por parte de la empresa Quito Turismo, arrojo un porcentaje de turistas para eventos muy bajo a comparación de los otros segmentos.

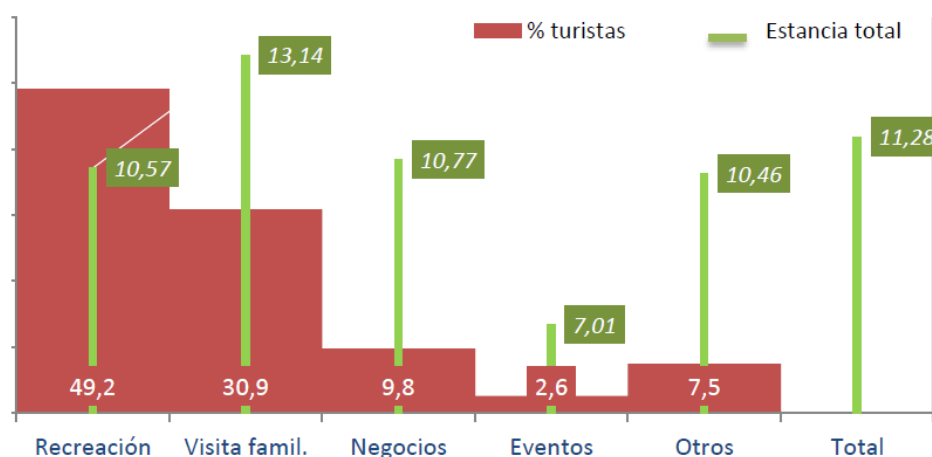


Gráfico 1B. Estancia media y % turistas por motivo de viaje

Figura 1. Motivo del viaje que tiene el turista de Quito  
Fuente: (Turismo E. Q., 2016)

Este estudio permitirá sustentar una estrategia para que los actores públicos y privados locales puedan trabajar en conjunto y postulen a la

ciudad para la realización de eventos y congresos internacionales y así posesionen a Quito como una potencia turística dentro del segmento MICE.

## **1.2. Aportes con respecto a la obra anterior**

No se ha realizado obras anteriores.

## **1.3. Hipótesis y su relación con la teoría**

No aplica realizar una hipótesis ya que se realizará un estudio del mercado.

## **1.4. Relación entre objetivos o hipótesis con el diseño de investigación**

### **1.4.1. Objetivo principal**

Determinar el comportamiento de los eventos y congresos internacionales y su impacto sobre el desarrollo en el sector de turismo de reuniones y eventos en la ciudad de Quito.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la capacidad instalada hotelera y de salones para la realización de eventos como soporte para el futuro crecimiento y desarrollo del sector de turismo de reuniones y eventos internacionales en la ciudad de Quito.
- Establecer la percepción de actores claves frente a la captación de eventos internacionales, identificando su desempeño y gestión para el desarrollo en el sector de turismo de reuniones y eventos en la ciudad de Quito.

- Proponer una estrategia para el desarrollo de reuniones y eventos internacionales en Quito en relación con la información recopilada de informantes claves y fuentes de información secundaria.

### **1.5. Implicaciones teóricas y prácticas del estudio**

Las implicaciones teóricas para esta investigación se desarrollan desde varias definiciones importantes dentro del sector turístico, ya que permite conocer su clasificación y determinar que una de las más importantes a nivel internacional es el turismo de reuniones y eventos, conocer su historia, desarrollo y avance permite evidenciar su incidencia en el crecimiento del turismo a nivel internacional, nacional y local.

Adicionalmente determinar los actores públicos y privados que convergen en esta investigación permitirá que se logre un trabajo en conjunto.



## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Teorías de soporte

Dentro del turismo convergen varios factores que nos permiten tener una mejor comprensión del tema, su definición está relacionada con el comportamiento humano y su interacción social, identificada así como el desplazamiento de personas a un lugar determinado, el cual debe ser elegido por su propia voluntad. Esto genera que cuando existe un movimiento de individuos o grupos de personas haya un fenómeno turístico; “éste será por fuerza el turista individual o en grupo. En el campo internacional, por lo que se refiere a los viajeros de un país a otro, se presentó la necesidad de describir y catalogar a los participantes del turismo. Durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Turismo y los Viajes Internacionales, convocada por iniciativa de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (ahora OMT), celebrada en Roma del 21 de agosto al 5 de septiembre de 1963, se acordaron las categorías que se utilizan para fines estadísticos, o sea, para medir cuantitativamente los movimientos de los viajeros.” (Di-bella, 1999, pág. 15)

Sus categorías son:

- Turismo de descanso o de vacaciones
- Turismo de negocios o de compras
- Turismo deportivo
- Turismo de aventura
- Turismo religioso
- Turismo cultural
- Turismo científico
- Turismo gastronómico
- Turismo estudiantil
- Turismo de reuniones y eventos
- Turismo familiar y de amigos

- Turismo de salud o medicinal

Dentro de estas categorías hay un claro desarrollo en el turismo de reuniones y eventos, el cual se destaca a través de la historia desde el año de 1970 en donde se celebraron en todo el mundo unos 4000 congresos internacionales con la participación de dos millones y medio de personas entre congresistas y acompañantes, en el período de 1979 hasta 1998 mostró un crecimiento del 79 % en contraste con el 60% en el mismo período en la afluencia de turistas individuales.

Para mejorar los datos estadísticos se conforma un grupo de trabajo integrado por la International Congress and Conventions Association (ICCA), Meetings Professional International (MPI) y Reed Travel Exhibition (una de las más poderosas empresas organizadoras de ferias en el Mundo), los organismos han establecido una serie de parámetros para que la industria cuente con una estadística internacional, muestra de ello es que podemos conocer que “en 2015 ICCA (International Congress and Convention Association) registró 12.076 reuniones asociativas internacionales que rotan entre al menos tres países, un número récord en la historia de la asociación, con 571 reuniones más que en 2014. Estas nuevas cifras confirman el crecimiento constante del mercado de las reuniones asociativas, como se ha señalado en el informe de 50 años de ICCA (disponible en [www.icca50.com](http://www.icca50.com)). La base de datos de ICCA ahora incluye 20.000 reuniones asociativas que se celebran con asiduidad, 222.000 ediciones de reuniones celebradas hasta la fecha y 11.500 asociaciones internacionales.” (ICCA, 2016), la información recopilada es sobre reuniones internacionales que cumplen con los siguientes requisitos:

- Tener un mínimo de 50 participantes o delegados,
- Realizarse en forma regular (siguiente una pauta en sus ediciones, ejecutándose cada 1, 2 o 3 años, no en forma esporádica),
- Rotar como mínimo entre tres países diferentes.

Es importante diferenciar que entre las ciudades de la región existen grandes economías, como las de Sao Paulo, Río de Janeiro, Acapulco, Buenos Aires, Cancún, la ciudad de México, la ciudad de Panamá, Santiago,

Lima, etc., ellas son las que actualmente “se benefician enormemente de los turistas. Se debe recordar que quienes viajan por razones de reuniones y eventos permanecen en el lugar durante la noche y también esperan ofertas de entretenimiento, como espectáculos, atractivos históricos o bellezas naturales. Esto significa que cada lugar debe ser capaz de ofrecer paquetes amplios y específicos que incorporen ofertas tanto de negocios como de placer.” (Guerrero Rosas, 2007, pág. 279)

Por otro lado el crecimiento y desarrollo del turismo de reuniones y eventos en el país está relacionado con la inversión público – privada actual, que ha contribuido con la creación de nuevas sedes con grandes capacidades para poder manejar eventos y congresos de gran envergadura, generando así empleos e interés por parte de “especialistas como directores de asociaciones, comités de selección de sitio y especialistas en convenciones que hacen las recomendaciones de selección de sitio con base en el precio, las instalaciones y otras muchas comodidades. Las instalaciones son cruciales para satisfacer las necesidades de una asociación, lo que generalmente significa que un lugar necesitará la capacidad para realizar al mismo tiempo múltiples eventos, y ofrecer espacio de primera clase a tarifas razonables. Los descuentos en hoteles, restaurantes, teatros, aerolíneas, renta de automóviles, tránsito y otros servicios son parte de paquetes competitivos.” (Guerrero Rosas, 2007, pág. 282)

Es por ello que el segmento de turismo de reuniones y eventos es un mecanismo para el desarrollo de ciudades emprendedoras como Quito, en donde la tarea es crear estrategias en donde las instituciones públicas y privadas deban unir esfuerzos ya que “existe un creciente mercado para las ferias comerciales, convenciones, asambleas, congresos, conferencias y exposiciones al consumidor. En cada caso, los factores de ingreso clave son el tamaño del grupo, la duración de la estadía y sus demandas de servicio.” (Guerrero Rosas, 2007, pág. 279)

## **2.2. Marco referencial**

### **2.2.1. Turismo de reuniones a nivel mundial**

El turismo a nivel mundial acorde a los reportes emitidos por parte de la OMT señala que el año 2016 arrancó con fuerza, en donde los turistas internacionales aumentaron un 5% entre enero y abril de 2016 y los registros claramente son buenos en casi todas las subregiones y varios destinos reflejan tasas de crecimiento de dos dígitos. Se hace hincapié en el periodo vacacional que va de mayo a agosto en donde las perspectivas son positivas para el hemisferio Norte a donde viajarán alrededor de 500 millones de turistas.

Durante estos tres primeros meses del año 2016 todo el mundo recibió 348 millones de turistas internacionales (visitantes que pernoctan), unos 18 millones más que en el mismo periodo del año 2015 (5,3%). Este crecimiento es mayor al aumento del 4,6% que se registró en el 2015, y podría ser que el 2016 sea el séptimo año consecutivo de crecimiento superior a la media.

Cabe señalar que en las Américas (+6%), las cuatro subregiones siguieron disfrutando de un crecimiento notable en los cuatro primeros meses de 2016, lideradas por América Central y América del Sur (ambas con un +7). Las llegadas al Caribe (+6%) y a Norteamérica (+5%) se vieron espoleadas por una continuada y fuerte demanda de turismo emisor en los Estados Unidos, donde el gasto turístico aumentó un 9% en mayo.

Esto denota que el análisis realizado por la OMT en donde apuntaba a que existirá un crecimiento del 3,8% anual entre los años 2010 y 2020 alcanzara la cifra de 1800 millones de turistas a nivel mundial, demostrando que el turismo representa el casi 10% del PIB mundial (incidencia directa, indirecta e inducida).

### **2.2.2. Turismo de reuniones nacional en el Ecuador**

El Ecuador con una superficie de 257.217 Km<sup>2</sup> posee una gran variedad de riqueza natural y cultural que son parte de su atractivo turístico, alberga cientos de miles especies de flora y fauna en sus cuatro regiones y por ello está dentro de los países con mayor biodiversidad en el mundo.

La importancia de contar con un organismo responsable del plan de promoción turística para el país, surge un 10 de agosto de 1992 a través de la creación del Ministerio de información y Turismo, posteriormente en junio de 1994 se separa el turismo de la información debido al gran desarrollo que tiene el sector del turismo, quedando como Ministerio de Turismo.

En el Ecuador la Ley de Turismo vigente señala que la entidad pública que planifica la actividad turística es el Ministerio de Turismo y a partir de este organismo se detallan objetivos estratégicos y funciones las cuales son importantes nombrar:

**“Art. 9.- Objetivos Estratégicos:**

1. Posicionar al Ecuador como un destino líder en el mundo en los parámetros del turismo consciente: sostenibilidad, ética y experiencia de vida transformadora.
2. Mejorar la calidad de los servicios turísticos y las capacidades del talento humano, sustentados en un desarrollo consciente y sostenible.
3. Desarrollar destinos turísticos, basados en la planificación, sistemas de información estratégica y modelo de gestión en armonía con los diferentes niveles de gobierno.
4. Incrementar el número de turistas y captar nuevos segmentos de mercado.
5. Fortalecer el turismo interno y generar identidad nacional.
6. Apoyar la sostenibilidad de la balanza de pagos y la atracción de inversiones.” (Turismo E. O., 2011)

La Ley de Turismo vigente señala que el Ministerio de Turismo debe ejercer las siguientes funciones:

**“Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo.-** A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la

República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo:

1. Preparar y expedir con exclusividad a nivel nacional las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional. Esta potestad es intransferible.
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este reglamento.
3. Planificar la actividad turística del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este reglamento.
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución.
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo.
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes.
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional

de conformidad con los procedimientos de consulta y coordinación previstos en este reglamento.

10. Calificar los proyectos turísticos; esta potestad podrá ser ejercida en forma desconcentrada hasta un nivel de Subsecretaría.

11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo.

12. A nivel nacional y con el carácter de privativa, la ejecución de las siguientes potestades:

- a) La concesión del registro de turismo;
- b) La clasificación, reclasificación y categorización y recategorización de establecimientos;
- c) El otorgamiento de permisos temporales de funcionamiento;
- d) El control del ejercicio ilegal de actividades turísticas por parte de entidades públicas o sin fines de lucro; y,
- e) La expedición de la licencia única anual de funcionamiento en los municipios en los que no se ha descentralizado sus competencias.

13. Las demás establecidas en la Constitución, la Ley de Turismo y las que le son asignadas en este Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo. (Turismo R. G., 2004)

El Ministerio de Turismo a partir del 2013 a potencializado al sector turístico con una política de Estado a través de la mejor campaña turística realizada, All you need is Ecuador (Todo lo que necesitas es Ecuador), ha permitido un posicionamiento en varios mercados alrededor del mundo, el cual ha conseguido el aumento de turistas extranjeros y con la campaña Viaja Primero a Ecuador también se ha incentivado el turismo interno.

Dentro de los planes estratégicos de promoción turística el 16 de octubre del 2010 se realizó el lanzamiento de la nueva marca país (Ecuador Ama la Vida).



*Figura 2. Imagen marca país*  
Fuente: (Turismo E. Q., 2016)

“Está basado en el sol, en la vida, en la tierra, la megadiversidad, en los diseños precolombinos, los tejidos, las flores, la fauna” (Hora, 2010)

Todas estas actividades y estrategias han motivado a que los actores del turismo local den valor a la marca y desarrollen promociones de servicios turísticos y generen confianza y predisposición a que la ciudad sea elegida y existan mayores ingresos y reconocimientos a nivel internacional, como los alcanzados en la gala de los World Travel Awards 2016, algunos de los premios son:

- “World Travel Awards - Aeropuerto Líder de América del Sur (Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito)
- World Travel Awards - Destino de Negocios Líder de América del Sur (Guayaquil)
- World Travel Awards - Destino Líder de América del Sur (Quito)
- World Travel Awards - Destino Verde Líder de América del Sur (Ecuador)
- World Travel Awards - Tren de Lujo Líder de América del Sur (Tren Crucero)” (Turismo M. d., 2016)

### **2.2.3. Turismo de reuniones en ciudades**

“Las áreas turísticas deben estar dotadas de atractivos turísticos contiguos, en número también menor que los de la zona y lo mismo que ellas necesitan una infraestructura de transporte y comunicación que



relacione entre sí a todos los elementos turísticos que la integran” (Boullón, 2003, pág. 69)

Ubicada en la Mitad del Mundo, sobre los 2800 msnm, se encuentra la ciudad de Quito, con más de 2.500.000 habitantes, es la segunda urbe en tamaño del Ecuador, es a su vez la capital y la primera ciudad en recibir el nombramiento de la UNESCO en 1978 como “Patrimonio Cultural de la Humanidad” por tal motivo autoridades han potencializado este galardón utilizándolo como marca de ciudad para posicionar a Quito, acompañado de la imagen del quinde que es el animal representativo de la ciudad y nos diferenciamos del resto de ciudades.



*Figura 3.* Imagen marca ciudad  
Fuente: (Turismo E. Q., 2016)

Quito es una ciudad ancestral que cuenta con el más grande centro histórico colonial y el mejor conservado de Latinoamérica, posee una belleza natural, espacios patrimoniales, infraestructura, servicios y tradiciones populares que son herencia de los 33 pueblos mágicos que vivieron en Quito, la ciudad se encuentra muy cerca de lugares mega diversos que caracteriza al Ecuador, lo cual a potencializado el turismo de aventura, descanso, cultura, gastronomía, reuniones y eventos, etc.

Es importante mencionar que la ciudad ha obtenido por tres veces consecutivas el galardón como Mejor Destino Turístico Líder en Sudamérica por World Travel Awards.

#### **2.2.4. Actores del Turismo de Reuniones en Quito**

Tomando en cuenta la Ley de Turismo vigente como matriz, parte la creación de nuevas normativas, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para un adecuado desarrollo del sector turístico en la ciudad crea, “el 5 de mayo de 2010.- en el Registro Oficial N° 186, se publicó la Ordenanza Metropolitana N° 309 que crea la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, de derecho público, cuya misión previa a la aprobación de este Plan Estratégico es: "Gestionar el destino turístico de forma sostenible, buscando equilibrio territorial e incidencia nacional; a través del diseño, desarrollo, asistencia técnica, promoción y comercialización de los productos turísticos del distrito, con la participación de todas las formas de organización de la producción y ciudadanía, en beneficio de la experiencia de los visitantes nacionales y extranjeros!" (Turismo E. Q., 2016)

La creación de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo, fundamenta el apoyo que el Municipio brinda al sector turístico en la ciudad de Quito, por lo que Quito Turismo trabaja por el desarrollo turístico y debe realizar una adecuada planificación para que cada segmento del mercado se consolide y pueda ir en aumento.

Dentro de su organización se encuentra la Dirección de Industria de Reuniones en donde se desarrolla “el turismo de reuniones englobada a la organización de congresos, ferias, exposiciones, viajes de incentivo y corporativos. Es el segmento turístico de mayor crecimiento en la última década, que exhibe un gasto por visitante marcadamente más alto que el arrojado por otras actividades. Como parte de las estrategias de promoción, la empresa Quito Turismo promociona a la ciudad como un destino ideal para el turismo de negocios, por ello se gestiona sedes de eventos internacionales de organizaciones públicas o privadas.” (Turismo E. Q., 2016)

A continuación un estudio realizado por la empresa CEDATOS en el 2012 sobre el promedio de gastos personales que realiza el turista de reuniones y eventos:

**Tabla 1.**  
*Gasto promedio del turista de reuniones*

**CUADRO No. 12**

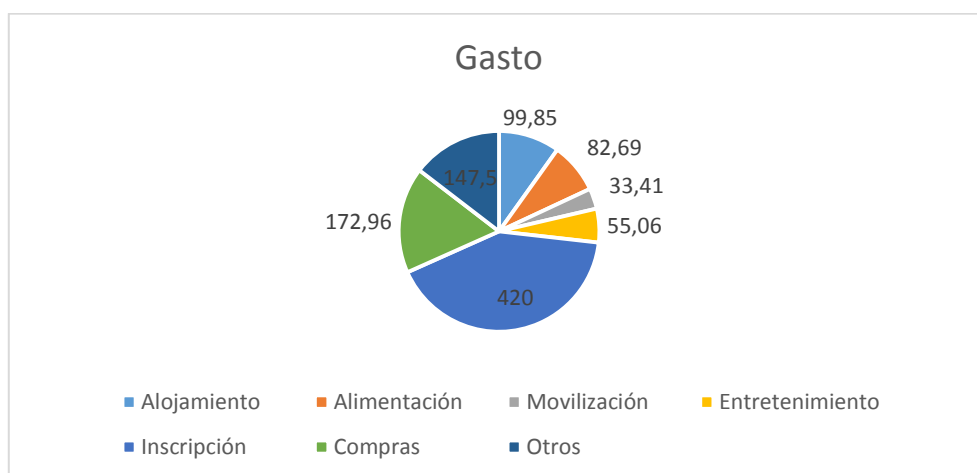
**Cuál es el promedio de Gastos  
Personales DIARIOS en su viaje,  
por:  
Estudio Quito Turismo - Turistas de  
Negocios**

|                             | Razón o motivo de viaje |        |                                     |        |   |        | Total |        |
|-----------------------------|-------------------------|--------|-------------------------------------|--------|---|--------|-------|--------|
|                             | Trabajo/<br>Negocios    |        | Reuniones/<br>Eventos/<br>Congresos |        | Incentivos/<br>Capacitaciones/<br>Eventos<br>Académicos |        |       |        |
| Alojamiento                 | 39                      | 117.00 | 13                                  | 99.85  | 8   | 88.38  | 60    | 109.47 |
| Alimentación                | 53                      | 40.04  | 26                                  | 82.69  | 11  | 49.09  | 90    | 53.47  |
| Movilización Interna        | 42                      | 14.74  | 29                                  | 33.41  | 11  | 40.09  | 82    | 24.74  |
| Entretenimiento             | 22                      | 33.91  | 16                                  | 55.06  | 6   | 42.00  | 44    | 42.70  |
| Inscripciones para Congreso | 0                       | .      | 1                                   | 420.00 | 0   | .      | 1     | 420.00 |
| Compras                     | 33                      | 123.64 | 27                                  | 172.96 | 7   | 130.29 | 67    | 144.21 |
| Alquiler de espacio         | 0                       | .      | 0                                   | .      | 0   | .      | 0     | .      |
| Otros                       | 5                       | 65.60  | 8                                   | 147.50 | 3   | 53.33  | 16    | 104.25 |

Centro de Estudios y Datos -  
CEDATOS  
Diciembre de 2012

**394.93      1011.47      403.18      898.84**

Fuente: (Bock, 2016)



*Figura 4. Gasto promedio del turista de reuniones y eventos*

Fuente: (Bock, 2016)

Como se aprecia en el estudio realizado son varios los actores que intervienen en la oferta turística y que se ven directamente beneficiados por la actividad que organizaciones privadas como asociaciones profesionales, entidades de gobierno, asociaciones deportivas, organizaciones internacionales de gobierno y otras entidades locales realizan.

Adicionalmente la planta turística “está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido”. (Di-bella, 1999, pág. 52)

Varias empresas y personas que conforman el sector de alguna manera tienen incidencia, influencia e interés en desarrollar postulaciones para captar eventos internacionales, algunos de los actores son:



*Figura 5. Principales actores*  
 Autoría: (Torres, 2016)

Todos estos actores están en la capacidad de realizar reuniones internacionales, atrayendo a más de 50 participantes extranjeros, este tipo de reuniones se realizan cíclicamente por varios países brindando así la posibilidad de atraerlos a la ciudad.

Estas organizaciones han visto en la organización de eventos y congresos la vía adecuada para reunirse, exponer los resultados de sus investigaciones, confrontarlos con los de sus colegas o especialistas de los mismos dominios de conocimiento, y difundir sus trabajos a través de

publicaciones especializadas. Esto conlleva a que sus reuniones sean cíclicas y vayan rotando.

### **2.3. Marco conceptual**

Los conceptos esenciales que deben ser tomados en cuenta en esta investigación son los siguientes:

**Turismo.-** “Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”. (Di-bella, 1999, pág. 14)

**Turista.-** “Visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros:

- a) Tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes)
- b) Negocio, familia, misiones o reuniones”. (Di-bella, 1999, pág. 15)

**Eventos.-** Cualquier acontecimiento, circunstancia, suceso o caso posible.

**Congreso.-** “Reunión o conferencia generalmente periódica en que los miembros de una asociación, cuerpo, organismo, profesión, etc., se reúne para debatir cuestiones previamente fijadas y relacionadas con su actividad profesional, académica, técnica, etc.” (Montaner Montejano, Antich Corgos, & Arcarons Simón, 1998, pág. 108)

**Turismo de Congresos.-** “Actividad turística que consiste en participar en reuniones de tipo académico, científico, técnico, cultural, profesional, etc., en lugares geográficos que disponen de una infraestructura para poder llevar a cabo dichas actividades, como pueden ser palacios de congresos, alojamientos, transporte, restauración, etc.” (Montaner Montejano, Antich Corgos, & Arcarons Simón, 1998, pág. 372)

**Estudio de Mercado.-** “Es el esfuerzo para obtener y analizar la información sobre las necesidades, deseos, gustos, recursos, actitudes y

comportamiento del público (consumidores actuales o potencias, distribuidores, etc.), para orientar la acción mercadotécnica de la empresa”. (Di-bella, 1999, pág. 93)

**Oferta Turística.-** “Conjunto de productos y servicios turísticos que tienen un núcleo turístico basado en sus recursos e infraestructuras. Esta expresión no refleja exclusivamente los servicios de naturaleza turística dispuestos para la venta, sino que también abarca el conjunto de actividades vinculadas a la prestación de estos servicios” (Montaner Montejano, Antich Corgos, & Arcarons Simón, 1998, pág. 259)

**Organización Mundial de Turismo (OMT).-** “Organización constituida en 1975 como organismo especializado dependiente de la ONU, y por transformación de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT). Tiene su sede en Madrid. Entre otras funciones cabe destacar el desarrollo de criterios metodológicos para la obtención y elaboración de estadísticas homogéneas sobre el turismo, la promoción y el desarrollo de los viajes y del turismo mundial como medio de estimular el desarrollo económico y de fomentar la paz y la comprensión internacionales; asimismo, se ocupa de la cooperación técnica, educación, formación de personal, preparación de planes de turismo, asistencia en materia de estadísticas, marketing y promoción, medio ambiente y planificación, desarrollo de zonas turísticas, legislación, etc.

“La OMT elabora periódicamente estudios estadísticos e informes sobre la actividad turística mundial, así como cursillos, seminarios y reuniones, y promueve acuerdos internacionales. Pública la revista *Noticias de la OMT.*” (Montaner Montejano, Antich Corgos, & Arcarons Simón, 1998)

**“Miembros:** La OMT es una organización intergubernamental con 157 Estados Miembros, 6 Miembros Asociados, 2 Observadores Permanentes y más de 480 Miembros Afiliados.” (Turismo O. M., 2015)

**Planificación turística.-** “Proceso que tiene la finalidad de dirigir los recursos disponibles hacia un objetivo, con el fin de prever el futuro en cuanto a los resultados económicos y sociales, basados en unos medios, programas y presupuestos y vinculados a un tiempo de ejecución a corto

plazo (de 1 mes a 1 año), medio plazo (de 1 a 2 años) o largo plazo (más de 2 años).

La planificación permite coordinar los esfuerzos y evitar el despilfarro de recursos; en sentido contrario, la ausencia de planificación causa insuficiencias en el uso y asignación de recursos. Estos efectos negativos se conocen como *deseconomías externas*.” (Montaner Montejano, Antich Corgos, & Arcarons Simón, 1998, pág. 282)

**Promoción turística.-** “Conjunto de actividades y acciones propagandísticas a través de campañas publicitarias y de relaciones públicas, para dar a conocer un producto o servicio turístico en el mercado y conseguir unas ventas del mismo entre la demanda.” (Montaner Montejano, Antich Corgos, & Arcarons Simón, 1998, pág. 288)

**Política turística.-** “Parte de la política que establece el Estado marcando las directrices de ordenación, planificación, promoción, fiscalización, gestión, ayudas, premios, créditos y subvenciones de la actividad turística en un país, y que llevan a cabo los poderes públicos convirtiéndose en agentes turísticos a través de los órganos de la Administración del Estado, tanto regional como autonómica o municipal.

La intervención del Estado se realiza sobre los turistas (controles sanitarios, monetarios, de policía y aduaneros) y sobre las empresas, organismos e instituciones privadas relacionadas con el turismo (control administrativo, laboral, fiscal, sanitario e higiene en el trabajo, de la seguridad social, etc.)” (Montaner Montejano, Antich Corgos, & Arcarons Simón, 1998, pág. 283)

**Negocio de reuniones.-** “Se aplica en referencia al sector que proporciona las instalaciones y los servicios orientados hacia la captación, acogida y gestión de las reuniones celebradas por asociaciones, empresas y otras entidades. Entre los principales tipos de reuniones destacan las de negocios (como los encuentros, conferencias o reuniones a nivel nacional de organizaciones empresariales), las dedicadas a la enseñanza y la formación, así como las ferias de muestras y las reuniones de grupos de consumidores. Los centros de convenciones, los hoteles y los complejos turísticos son los que ofrecen sus servicios a este sector, contando normalmente con la



participación activa de los planificadores de reuniones.” (Jafar, 2000, pág. 455)

**Segmentación del mercado turístico.-** “División de la demanda turística por grupos homogéneos, de acuerdo con características previamente definidas, de forma que cada grupo pueda diferenciarse a efectos de la política comercial de la empresa turística. La segmentación implica, pues, el establecimiento de distintas unidades dentro de un producto o servicio turístico para definir la estrategia de la empresa turística.

De la división surgen segmentos, definidos por diversas variables específicas, que permiten diferenciar unos de otros (turismo juvenil, de la tercera edad, etc.). A medida que se considera un mayor número de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño de éste se reduce y las características del mismo son más homogéneas. Por ejemplo, el turismo juvenil, a su vez, se puede subdividir por edades, por motivaciones turísticas, etc.” (Montaner Montejano, Antich Corgos, & Arcarons Simón, 1998, pág. 321)

**Planificador de reuniones interno.-** “Los planificadores internos trabajan para la organización que patrocina la reunión. Por ejemplo, es más que probable que una asociación o corporación cuente con puestos en nómina de nivel ejecutivo dedicados exclusivamente a la planificación de reuniones.” (Jafar, 2000, pág. 503)

**Poder de convocatoria.-** “El poder de convocatoria es una medida cuantitativa de la capacidad o la facilidad que tiene un destino para atraer turistas. Se emplea a menudo en el contexto de los modelos gravitacionales, aunque los analistas utilizan el concepto también en alusión a otros instrumentos. Independientemente del instrumento de que se trate, lo cierto es que el concepto suele utilizarse como variable dentro de un modelo que intenta explicar o hacer predicciones en relación con las cifras de visitantes.” (Jafar, 2000, pág. 504)

**Comercialización.-** “La comercialización, en el sentido del vocablo inglés *merchandisin*, es un término ambiguo y un proceso que se emplea de muchas maneras en las publicaciones de marketing. Alude a donde, cuando

y como publicitar o vender el producto. Este proceso se refiere, entre otras cosas, a las medidas de carácter promocional tomadas en relación con la presentación y la distribución, así como con las actividades en el punto de venta o la fijación de precios.” (Jafar, 2000, pág. 128)

**Planificación estratégica.-** “A medida que se satura el mercado turístico y las empresas intentan adaptarse y tener éxito en un entorno competitivo cada vez más dinámico y turbulento, los gestores van prestando más atención al empleo de la planificación y la toma de decisiones de carácter estratégico. Para algunos estudiosos y profesionales, la expresión “planificación estratégica” tiene una connotación de proceso que representa una parte de la gestión estratégica. Esta última se refiere al proceso global en su conjunto, mientras que la planificación estratégica tiene que ver con la fase de formulación de las actividades de gestión total.” (Jafar, 2000, pág. 501)

## CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

### 3.1. Enfoque de investigación

Mixto, utilización del conjunto de fuente documentada como encuestas y recolección de información a través de informantes claves y de fuente de información secundaria, obteniendo así elementos cuantitativos y cualitativos, lo que permitirá describir las condiciones del mercado frente al desarrollo de los eventos internacionales.

### 3.2. Tipología de investigación

**Por su finalidad.-** Aplicada, ya que a través de los conocimientos obtendré la información de la problemática.

**Por las fuentes de información.-** Mixto, ya que se usara un instrumento de campo y revisare documentación escrita.

**Por las unidades de análisis.-** Insitu, ya que el análisis se lo realizará en la ciudad de Quito.

**Por el control de las variables.-** Experimental, ya que la variable independiente influye sobre la variable dependiente.

**Por el alcance.-** Explicativo, ya que explicare la realidad dentro de la ciudad de Quito.

### 3.3. Hipótesis (De ser el caso. Estudios: empírico y teórico)

No aplica.

### 3.4. Procedimiento para recolección y análisis de dato

**Procedimiento para recolección de datos.-** Se utilizó una encuesta para administración, con ítems de consulta abiertos y cerrados.

**Cobertura de las unidades de análisis (En caso de ser aplicable).-** Se realizó a través de contactos claves del mercado, fuentes de información

secundaria, y la muestra que se realizará a 16 organizaciones que hayan realizado eventos internacionales entre los años 2013, 2014, 2015 y 2016 en el Distrito Metropolitano de Quito.

**Procedimiento para tratamiento y análisis de información y síntesis de la información recabada.-** Información recopilada fue ingresada previa decodificación para limpieza y análisis en Microsoft Excel. Las variables cuantitativas paramétricas se expresaron en promedios y desviaciones estándar, en tanto que las no paramétricas en mediana y rango. Las variables cualitativas se expresaron en frecuencias simples y porcentajes.

### **3.5. Instrumentos**

El instrumento utilizado es la encuesta.

## CAPITULO IV: RESULTADOS

### 4.1. Resultados de la recopilación de datos

#### 4.1.1. Ranking Mundial ICCA 2015

De acuerdo a la información de datos recopilados del ranking publicado por la ICCA en el año 2015, el turismo de reuniones tiene una amplia capacidad para movilizar millones de personas y es motor en los flujos de divisas. Este segmento del mercado turístico es el que compromete mayores niveles de gasto por parte de los turistas, acorde al último censo registrado por parte de Cedatos el gasto promedio del turista de negocios por tres días es de USD 607.00 dólares. (Bock, 2016)

A continuación se presentan las cifras del año 2015 que el ICCA proporcione a sus socios:

**Tabla 2.** *Ranking de las ciudades a nivel mundial 2015*

| Ciudad     | Puesto |
|------------|--------|
| Berlín     | 1      |
| París      | 2      |
| Barcelona  | 3      |
| Viena      | 4      |
| Londres    | 5      |
| Madrid     | 6      |
| Singapur   | 7      |
| Estambul   | 8      |
| Lisboa     | 9      |
| Copenhague | 10     |

Fuente: (Bock, 2016)

Las ciudades de segundo nivel están creciendo más rápido en el ranking de las ciudades, los "ganadores" son las ciudades con menores pérdidas, o con un crecimiento muy pequeño; Berlín tiene sólo 2 reuniones

más que el en el 2014, mientras que París tiene 28 reuniones menos que en 2014, Viena tiene 24 menos y Madrid registro 29 reuniones menos. Barcelona bajo 2 y Londres tiene 5 reuniones más. Dado que el número total de reuniones en 2015 ha aumentado, esto significa que las reuniones se distribuyen más equitativamente entre destinos, los destinos de segundo nivel son cada vez más exitosos en reuniones de asociación.

**Tabla 3.**  
*Ranking de los países a nivel mundial 2015*

| País           | Puesto |
|----------------|--------|
| Estados Unidos | 1      |
| Alemania       | 2      |
| Reino Unido    | 3      |
| España         | 4      |
| Francia        | 5      |
| Italia         | 6      |
| Japón          | 7      |
| China          | 8      |
| Holanda        | 9      |
| Canadá         | 10     |

Fuente: (Bock, 2016)

ICCA identificó 94 reuniones adicionales de asociaciones internacionales en los EE. UU. En 2015, 8 reuniones en Alemania y 39 reuniones adicionales en el Reino Unido. España cayó 6 y Francia cayó 11 reuniones.

**Tabla 4.**  
*Ranking de países de Latinoamérica y Norteamérica 2015*

| Puesto       | País                 | # Reuniones |
|--------------|----------------------|-------------|
| 1            | U.S.A                | 925         |
| 2            | Canadá               | 308         |
| 3            | Brasil               | 292         |
| 4            | México               | 184         |
| 5            | Argentina            | 181         |
| 6            | Colombia             | 138         |
| 7            | Chile                | 118         |
| 8            | Perú                 | 105         |
| 9            | Uruguay              | 56          |
| 10           | Ecuador              | 44          |
| 11           | República Dominicana | 36          |
| 12           | Panamá               | 35          |
| 13           | Costa Rica           | 28          |
| 14           | Guatemala            | 28          |
| 15           | Paraguay             | 28          |
| 16           | Puerto Rico          | 20          |
| 17           | Bolivia              | 17          |
| 18           | Cuba                 | 16          |
| 19           | El Salvador          | 11          |
| 20           | Jamaica              | 6           |
| 21           | Nicaragua            | 6           |
| 22           | Bahamas              | 5           |
| 23           | Honduras             | 5           |
| 24           | Venezuela            | 5           |
| 25           | Otros                | 30          |
| <b>Total</b> |                      | <b>2627</b> |

Fuente: (Bock, 2016)

El décimo puesto que ocupa el Ecuador en el 2015, es la gratificación de ver como las estrategias de posicionamiento han logrado resultados ya que en el 2013 Ecuador se situó en el puesto 53 con 42 reuniones y en el año 2014 estuvo en el puesto 56 con 36 reuniones, sigue siendo un reto el gestionar a través de la participación de la comunidad el desarrollo de más eventos internacionales.

**Tabla 5.**  
*Ranking de Reuniones Ecuador 2015*

| Puesto | Ciudad    | # Reuniones |
|--------|-----------|-------------|
| 86     | Quito     | 30          |
| 335    | Guayaquil | 6           |

Fuente: (Bock, 2016)

En el ranking de las ciudades a nivel mundial tanto Quito como Guayaquil han ido subiendo posiciones, al momento la Empresa Pública Quito Turismo y la Empresa Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil ya cuentan con personal capacitado en presentar candidaturas a través de una sinergia de acción con el sector privado y conseguir más eventos internacionales.

#### **4.1.2. Proceso de candidaturas para eventos en Quito**

Quito Turismo en su estrategia de apoyo y capacitación para la promoción de reuniones internacionales, tiene como objetivo atender las solicitudes que llegan de las entidades profesionales y oficiales o intermediarios, otorgando apoyo institucional, financiero, técnico y pone todas las herramientas promocionales a su disposición para optimizar las candidaturas en la ciudad. Para lo cual las organizaciones o empresas deben llenar y enviar un formulario, el cual será analizado y posteriormente se informará al solicitante las posibilidades de apoyo con los que cuenta la ciudad.





## FORMULARIO DE EVENTOS INTERNACIONALES

Fecha:

Formulario N°

|   |                            |
|---|----------------------------|
| Nombre oficial del evento/congreso/encuentro: _____   |                            |
| Nombre del responsable del evento: _____  | Teléfono: _____            |
| Nombre del organizador del evento: _____  |                            |
| Especialidad de la Asociación profesional que organiza el evento: _____<br><i>*Se refiere a la temática del evento (Agronomía, Marketing, Medicina, Economía, etc.)</i> |                            |
| Países participantes: _____   |                            |
| Fecha del evento: _____   | Nº de participantes: _____ |
| Idioma oficial: _____   | Días de duración: _____    |

### Área de Rotación del evento

- Mundial   
  Latinoamericano   
  Iberoamericano   
  Panamericano   
  Internacional   
  Nacional  
 Otro (por favor, especifique) \_\_\_\_\_

### Periodicidad de evento

- Anual   
  Bianual   
  Trianual  
 Otro (por favor, especifique) \_\_\_\_\_

### Especificaciones técnicas del evento

Espacio en donde se llevará a cabo el evento: \_\_\_\_\_

¿El evento tiene exposición?, De ser afirmativo, ¿Qué superficie requiere en m<sup>2</sup>? \_\_\_\_\_

### Impacto del evento

¿Cuál es el gasto promedio (por día) del participante? \$: \_\_\_\_\_

¿Cuál es valor aproximado que calcula en relación al impacto socio económico como beneficio para el Distrito Metropolitano de Quito? \$: \_\_\_\_\_



## FORMULARIO DE EVENTOS INTERNACIONALES

### Gestión requerida a Quito Turismo

#### Apoyo en Gestión:

- Cartas oficiales de apoyo (Alcaldía, Municipios, etc.)
- Gestión de accesos a espacios patrimoniales de la ciudad.
- Gestión de permisos que tengan relación con el Municipio de Quito (Movilidad, seguridad, limpieza, entre otros.)
- Contactos con la industria turística (proveedores).
- Difusión del evento a través de canales de comunicación de Quito Turismo.
- Gestión de descuentos o gratuidades en espacios municipales / patrimoniales.
- Libro de candidatura (bidding book).
- Entrega de una presentación digital de Quito para postulaciones.

#### Observaciones/Notas:

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

Yo, \_\_\_\_\_ certifico que toda la información provista por mí en este formulario es correcta, verdadera y completa.

Firma \_\_\_\_\_

*Industria de reuniones – Quito Turismo*

*Figura 6. Solicitud de apoyo para realizar eventos internacionales  
Fuente: (Turismo E. Q., 2016)*

La Empresa Pública Quito Turismo apoyará y dará seguimiento en:

- Tramitación de cartas de apoyo de Gobierno Central y Local
- Apoyo profesional y técnico en la elaboración del Bidding Book y dossier de candidatura de la ciudad con todas las informaciones adicionales que estén disponibles, para mejorar la presentación.
- Entregar material de promocional y folletería de la ciudad.
- Facilitar y gestionar contactos con las embajadas ecuatorianas y oficinas del turismo en el exterior, en aquellas ciudades y países donde tendrá lugar la presentación de la candidatura; para dar soporte institucional del país a la asociación representante de Ecuador.
- Ayudar y supervisar en conjunto con las asociaciones profesionales que disputan una candidatura, las visitas de inspección que se realicen por parte de las asociaciones extranjeras.
- Promocionar material como: banners, carpetas, afiches y campañas de e-mail a la base de datos de la asociación internacional.
- Participación en el momento de la presentación oral y defensa de candidatura, junto a la delegación de la asociación profesional, en caso de ser necesario, así como participar de la visita de inspección, demostrando de esta forma el apoyo del gobierno a la realización de la reunión en la ciudad.

#### **4.1.3. Programa de Embajadores en Quito**

Este programa busca reunir a contactos locales que pertenecen a asociaciones profesionales nacionales, representantes de entidades de gobierno nacional, representantes de sectores comerciales e industriales y representantes de todos los mercados objetivos identificados como generadores de reuniones nacionales, regionales e internacionales, en este tipo de reuniones se puede recoger información muy valiosa que muchas veces no figura en las fuentes de investigación que existen.

Se hace entrega de un reconocimiento por parte de la Alcaldía a las personas que han traído eventos o pueden presentar una candidatura para la reunión a la que ellos habitualmente concurren y participan.

#### 4.1.4. Infraestructura

Quito cuenta con infraestructura para sede de grandes eventos internacionales al igual que una selección de hoteles para alojamiento en distintas categorías.

##### 4.1.4.1. Salones de Eventos

La ciudad de Quito cuenta con amplia infraestructura para realizar grandes eventos de diversa naturaleza y de carácter nacional o internacional. A continuación se encuentran los distintos espacios:

Lugares únicos que cuentan con áreas específicas para reuniones y eventos simultáneos, tecnología, comunicación, transporte, seguridad y estacionamiento.

**Tabla 6.**  
*Sedes patrimoniales*

| LUGAR                            | AREA<br>M <sup>2</sup> | CAPACIDAD |        |      | PARQUEO |
|----------------------------------|------------------------|-----------|--------|------|---------|
|                                  |                        | COCTEL    | TEATRO | BANQ |         |
| Centro Conve. Eugenio Espejo     | 5369                   | 3970      | 3430   | 1680 | 36      |
| Museo Interactivo MIC            | 4317                   | 1360      | 2340   | 380  | 100     |
| Centro Cultural Itchimbía        | 1838                   | 2000      | 1370   | 600  | 18      |
| Ciudad Mitad del Mundo           | -                      | 1200      | 1150   | 600  | 260     |
| Centro de Arte Contemporáneo     | 1666                   | 1350      | 900    | 480  | 258     |
| Centro de Cultural Metropolitano | 1649.34                | 1450      | 870    | 650  | 408     |
| El Teatro Sucre                  | 7000                   | -         | 776    | -    | 116     |
| Museo de la Ciudad               | 1300                   | 850       | 750    | 500  | 30      |
| Museo del Agua –Yaku             | 1313                   | 680       | 260    | 300  | 190     |
| Estación de Tren Chimbacalle     | 443.05                 | 350       | 250    | 150  | 60      |

Fuente: (Bock, 2016)

**Tabla 7.**  
*Sedes culturales*

| LUGAR                                 | AREA<br>M <sup>2</sup> | CAPACIDAD |        |          | PARQUEO |
|---------------------------------------|------------------------|-----------|--------|----------|---------|
|                                       |                        | COCTEL    | TEATRO | BANQUETE |         |
| Casa de la Cultura Ecuatoriana        | 9755                   | -         | 7615   | -        | 400     |
| Complejo Teleférico de Quito          | 5847.08                | 3600      | 4500   | 1750     | 1254    |
| Plaza de Toros Belmonte               | 1800                   | 1100      | 4200   | 950      | 394     |
| Convento Máximo de la Merced de Quito | 1009                   | 1300      | 1300   | 1100     | -       |
| Capilla del Hombre                    | 3040                   | 3300      | 1140   | 600      | 170     |
| Iglesia La Compañía                   | 2496.6                 | 1200      | 1050   | 600      | 399     |
| Sede UNASUR                           | 2640.4                 | 950       | 1046   | 650      | 80      |
| Casa de la Música                     | 1037                   | 660       | 778    | 380      | 100     |
| Convento San Francisco                | 630                    | 630       | 560    | 400      | 70      |
| Jardín Botánico de Quito              | 483                    | 600       | 497    | 350      | 31      |
| Convento San Agustín                  | 2486.5                 | 1100      | 350    | 1260     | -       |
| CIESPAL                               | 1390.5                 | 540       | 350    | 450      | -       |
| Convento de Santo Domingo             | 175                    | 300       | 300    | 100      | 60      |

Fuente: (Bock, 2016)

**Tabla 8.**  
*Sedes académicas*

| LUGAR  | AREA<br>M <sup>2</sup> | CAPACIDAD |        |          | PARQUEO |
|--|------------------------|-----------|--------|----------|---------|
|  |                        | COCTEL    | TEATRO | BANQUETE |         |
| Pontificia<br>Universidad<br>Católica del<br>Ecuador | -                      | 1000      | 4083   | 200      | -       |
| Politécnica<br>Nacional                              | 3984                   | 3000      | 2291   | 950      | 150     |
| Universidad<br>Simón Bolívar                         | 719                    | 350       | 800    | -        | 360     |
| Cámara de<br>Comercio                                | 452                    | 150       | 558    | 150      | -       |

Fuente: (Bock, 2016)

Quito cuenta con la mayor capacidad hotelera del país, sin embargo son pocos los hoteles que cuentan con gran infraestructura de salones, entre ellos se encuentran:

**Tabla 9.**  
*Sedes hoteleras*

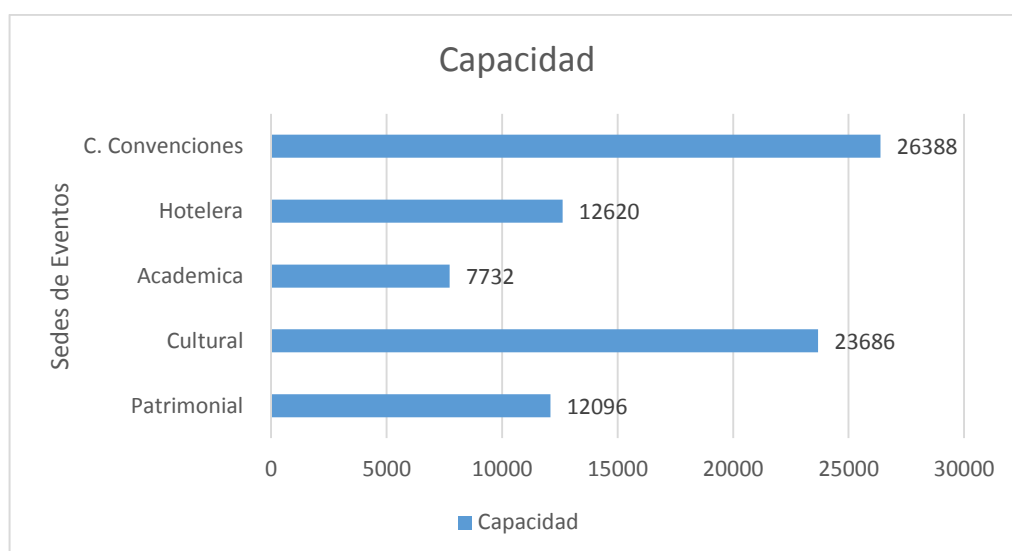
| LUGAR                        | AREA<br>M <sup>2</sup> | CAPACIDAD |        |          | PARQUEO |
|------------------------------|------------------------|-----------|--------|----------|---------|
|                              |                        | COCTEL    | TEATRO | BANQUETE |         |
| Swissotel Quito              | 2420.68                | 3165      | 2465   | 2050     | 250     |
| Hiltón Colón                 | 2381.94                | 2335      | 1760   | 1285     | 170     |
| Hotel Best Western           | 1846                   | 2300      | 2105   | 1900     | 72      |
| Hotel Quito                  | 1511                   | 1690      | 1535   | 1000     | 200     |
| Hotel Dann Carlton           | 1396                   | 1100      | 1075   | 800      | 100     |
| JW Marriott                  | 1374.6                 | 1535      | 1412   | 760      | 200     |
| Hotel Grand<br>Mercure       | 1321                   | 1230      | 1035   | 770      | 82      |
| Hotel Sheraton               | 794                    | 930       | 800    | 670      | 70      |
| NH Collection Royal<br>Quito | 585.21                 | 465       | 433    | 356      | 20      |

Fuente: (Bock, 2016)

**Tabla 10.**  
*Centros de convenciones*

| LUGAR                                | AREA<br>M <sup>2</sup> | CAPACIDAD |        |          | PARQUEO |
|--------------------------------------|------------------------|-----------|--------|----------|---------|
|                                      |                        | COCTEL    | TEATRO | BANQUETE |         |
| Centro de<br>Eventos<br>Bicentenario | 20308                  | -         | 20308  | -        | 500     |
| Centro de<br>Exposiciones<br>Quito   | 14545                  | 3800      | 3800   | 2120     | 400     |
| Quorum Quito                         | 5090.77                | 3850      | 2280   | 1970     | 2500    |

Fuente: (Bock, 2016) (Torres, 2016)



*Figura 7. Capacidad de salones para eventos*

Como se observa Quito cuenta con alrededor de 40 diferentes locaciones públicas y privadas para albergar a grupos de personas relativamente grandes, en estos se puede realizar conferencias, exposiciones, foros, seminarios, que pueden ser tanto en el ámbito nacional como internacional, y pueden tener cualquier tipo de carácter ya sea científico, tecnológico, cultural o artístico.

#### 4.1.4.2. Hoteles para el turismo de reuniones y eventos

Los hoteles son parte importante dentro de la selección de un destino, por ello es importante que se consideren algunos factores que son básicos para que un hotel se considere dentro de las alternativas para un turista de reuniones y eventos:

- Ubicación cercana al lugar sede del evento.
- Sentirse como en casa, con un servicio más personalizado.
- Habitaciones amplia, limpias, con camas cómodas, climatizadas, con televisores plasma o grande, café, escritorio, mini bar.
- Tener suficiente número de habitaciones para albergar el mayor número de personas participantes al congreso.
- Un lugar tranquilo en el que se pueda trabajar.
- Internet inalámbrico de alta velocidad.
- Gimnasio.
- Piscina.
- Lavandería.
- Centro de negocios equipados con computadoras, scanner e impresora.
- Servicio de alimentos a la habitación.
- Salones de reuniones de diferentes capacidades.
- Estacionamiento privado con vigilancia.
- Restaurantes, bar
- Registro en el hotel, salida y facturación rápidos.
- Tarifas razonables.
- Un desayuno completo y variado.
- Transporte seguro.

#### ***Personal del Hotel***

La actitud del personal es muy importante dentro del sector de turismo de reuniones y eventos, por lo que el personal debe tener las siguientes capacidades:



- Se considera fundamental que los empleados tengan actitud positiva, orientación al servicio, cortesías y empatía con el cliente.
- Buenas habilidades comunicativas.
- Manejo de inglés (básico, intermedio o avanzado) de acuerdo con el cargo ocupado.
- Disponibilidad de tiempo, porque en el turismo se conoce el horario de entrada más no el de salida.
- Personal con suficiente autoridad para tomar decisiones a su alcance que favorezcan al cliente.
- Conocimientos básicos en turismo.
- Los empleados de primera línea deben tener información sobre ubicaciones de lugares importantes de la ciudad, centros de convenciones, empresas y restaurantes.
- Ser proactivos.
- Responsables y honestos.
- Buena capacidad de respuesta.
- Saber trabajar bajo presión.
- Conocimientos de sistemas hoteleros.
- Conocimiento de procedimientos administrativos del hotel para manejo de quejas y reclamos, facturación, registro y salida de cliente.
- Experiencia en atención al cliente y carreras de turismo.  
(Turismo E. Q., 2016)

#### **4.1.4.3. Capacidad hotelera en Quito para el sector MICE**

Acorde al registro del catastro actualizado a febrero del 2016, la capacidad hotelera entre hoteles de lujo y de primera en Quito se registra los siguientes:

**Tabla 11.**  
*Hoteles categoría de lujo*

| <b>CATEGORIA DE LUJO</b> |                           |              |               |
|--------------------------|---------------------------|--------------|---------------|
| <b>No.</b>               | <b>LUGAR</b>              | <b>ROOMS</b> | <b>PLAZAS</b> |
| 1                        | Swissotel Quito           | 275          | 550           |
| 2                        | JW Marriott               | 259          | 518           |
| 3                        | Hiltón Colón              | 255          | 510           |
| 4                        | Hotel Grand Mercure       | 147          | 294           |
| 5                        | Hotel Sheraton            | 138          | 276           |
| 6                        | Hotel Dann Carlton        | 212          | 424           |
| 7                        | Hotel Quito               | 223          | 446           |
| 8                        | Hotel Plaza Caicedo       | 100          | 200           |
| 9                        | Wyndham                   | 150          | 300           |
| 10                       | NH Collection Royal Quito | 112          | 224           |
|                          | <b>TOTAL</b>              | <b>1871</b>  | <b>3742</b>   |

Fuente: (Quito M. d., 2016)

Son 10 los hoteles que se encuentran categorizados de lujo en Quito, estos cuentan con 1871 habitaciones de diferentes categorías y dan un total de 3742 plazas.

En la categoría de primera se pueden tomar en cuenta casos muy específicos que ayudan a los hoteles de lujo a cubrir el requerimiento de hospedaje del turista de reuniones, ya que no todos los hoteles categorizados de primera pueden ser útiles para este sector; entre algunos hoteles están:

**Tabla 12.**  
*Hoteles categoría de primera*

| CATEGORIA DE PRIMERA |                        |             |             |
|----------------------|------------------------|-------------|-------------|
| No.                  | LUGAR                  | ROOMS       | PLAZAS      |
| 1                    | Holiday Inn Express    | 141         | 282         |
| 2                    | Akros                  | 128         | 256         |
| 3                    | Reina Isabel           | 100         | 200         |
| 4                    | Hosfintel              | 100         | 200         |
| 5                    | Howard Johnson         | 90          | 180         |
| 6                    | Tambo Real             | 81          | 162         |
| 7                    | Rio Amazonas Intl      | 74          | 148         |
| 8                    | Neoembassy             | 62          | 124         |
| 9                    | NuHouse                | 57          | 114         |
| 10                   | Sebastian              | 56          | 112         |
| 11                   | Zen Suites Quito       | 47          | 94          |
| 12                   | Republica              | 46          | 92          |
| 13                   | Inca Imperial          | 41          | 82          |
| 14                   | Seis de Diciembre      | 39          | 78          |
| 15                   | Barnard                | 36          | 72          |
| 16                   | Patio Andaluz          | 32          | 64          |
| 17                   | Casa Gangotena         | 31          | 62          |
| 18                   | Melrose Plaza Suites   | 30          | 60          |
| 19                   | Le Parc                | 30          | 60          |
| 20                   | Stanford Suites        | 28          | 56          |
| 21                   | Casa Q                 | 26          | 52          |
| 22                   | Stubel                 | 25          | 50          |
| 23                   | Boutique Plaza Sucre   | 25          | 50          |
| 24                   | Lugano Suites          | 23          | 46          |
| 25                   | Amaranta               | 23          | 46          |
| 26                   | La Colina              | 22          | 44          |
| 27                   | Rincon Escandinavo     | 22          | 44          |
| 28                   | Sierra Madre           | 22          | 44          |
| 29                   | La Casona la Ronda     | 22          | 44          |
| 30                   | De la Mancha           | 20          | 40          |
| 31                   | Fuente de Piedra I     | 19          | 38          |
| 32                   | Jhomana Guesthouse     | 18          | 36          |
| 33                   | Relicario del Carmen   | 18          | 36          |
| 34                   | Windsor                | 18          | 36          |
| 35                   | Balmoral               | 16          | 32          |
| 36                   | Solera House           | 16          | 32          |
| 37                   | La Circasiana          | 16          | 32          |
| 38                   | Anahi Private Collec   | 15          | 30          |
| 39                   | Catedral Internacional | 15          | 30          |
| 40                   | Plaza Grande           | 15          | 30          |
| 41                   | Los Quipus             | 14          | 28          |
| 42                   | San Agustín Colonial   | 14          | 28          |
| 43                   | Casa Joaquín           | 14          | 28          |
| 44                   | Hostal Villa Nancy     | 12          | 24          |
| 45                   | Casa Foch              | 12          | 24          |
| 46                   | La Rábida              | 11          | 22          |
| 47                   | Casa Aliso             | 10          | 20          |
|                      |                        | <b>1732</b> | <b>3464</b> |

Fuente: (Quito M. d., 2016)

Son 47 los hoteles que se encuentran categorizados de primera en Quito, estos cuentan con 1732 habitaciones de diferentes categorías y dan un total de 3464 plazas.

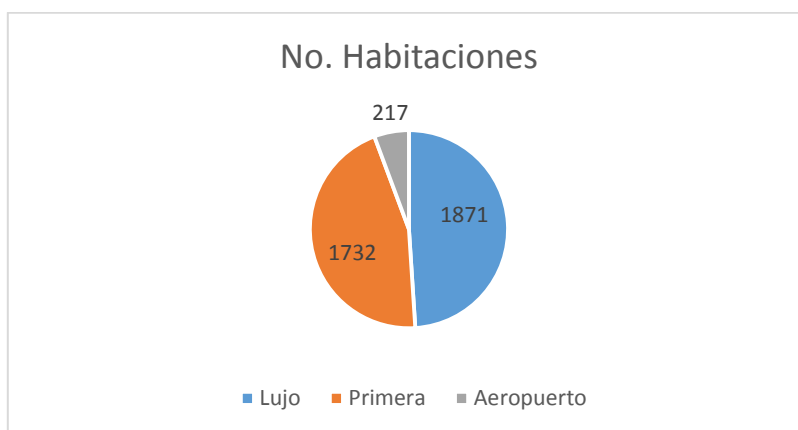
Además existen hoteles categorizados de primera que se encuentran en el sector del aeropuerto de Quito y cuentan con una importante capacidad para el segmento de turistas de reuniones y eventos.

**Tabla 13.**  
*Hoteles en el área del aeropuerto de Quito*

| <b>CATEGORIA DE PRIMERA EN ZONAS CERCANAS A QUITO</b> |                              |              |               |                  |
|---|------------------------------|--------------|---------------|------------------|
| <b>No.</b>  | <b>LUGAR</b>                 | <b>ROOMS</b> | <b>PLAZAS</b> | <b>UBICACIÓN</b> |
| 1   | San José                     | 78           | 156           | Puembo           |
| 2   | Rincón de Puembo             | 45           | 90            | Puembo           |
| 3   | Villa Dafiore                | 21           | 42            | Tumbaco          |
| 4   | Casa de Hacienda La Jimenita | 15           | 30            | Pifo             |
| 5   | Airport Garden               | 12           | 24            | Tababela         |
| 6   | Casa de Hacienda Su Merced   | 10           | 20            | Puembo           |
| 7   | Hosteria Mi Huasipungo       | 8            | 16            | Tababela         |
| 8   | Casa de Campo Hidalero       | 8            | 16            | Tumbaco          |
| 9   | Casa D'Campo                 | 8            | 16            | Tababela         |
| 10  | Posada Mirolindo             | 6            | 12            | Yaruquí          |
| 11  | La Primavera Cumbaya         | 6            | 12            | Tumbaco          |
|   | <b>TOTAL</b>                 | <b>217</b>   | <b>434</b>    |                  |

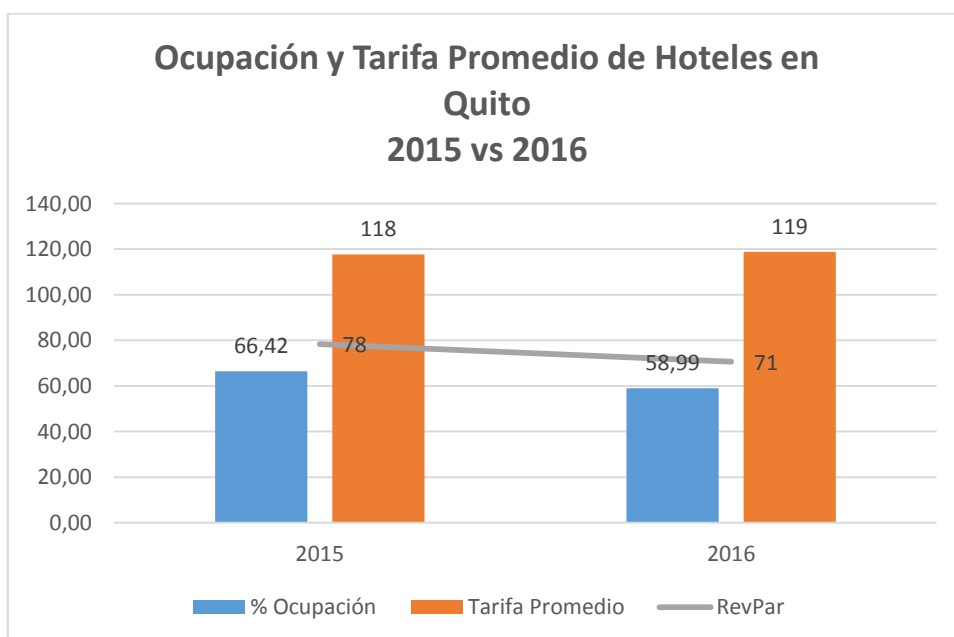
Fuente: (Quito M. d., 2016)

Es así como se puede determinar que la capacidad instalada hotelera en Quito es de aproximadamente 3820 habitaciones y 7640 plazas, distribuidos entre hoteles de lujo y primera clase que son los que habitualmente el turista de reuniones y eventos utiliza.



*Figura 8. Capacidad hotelera en Quito*

La información recopilada sobre la ocupación hotelera y tarifa promedio de los hoteles más grandes de la ciudad de Quito, determinan que el 2015 fue mayor el crecimiento que en el 2016 tanto en ocupación como en tarifa promedio.



*Figura 9. Ocupación y tarifa promedio de hoteles en Quito*  
Fuente: (Quito H. S., 2016)

Como se puede observar el periodo 2016 sufre una caída tanto en ocupación como tarifa promedio perjudicando el valor del rendimiento financiero de sus establecimientos (RevPar), el porcentaje por ocupación

que es de aproximadamente 58.99% significa que algo más de la mitad de las plazas existentes se ocupan y la otra mitad están vacías.

Quito cuenta con una oferta hotelera grande sin embargo la demanda está por encima de la oferta y para el año 2017 no se establece un mayor crecimiento de ocupación por eventos grandes, ni inversión en el sector.

#### **4.1.5. Eventos internacionales públicos y privados**

En Quito se realizan los eventos internacionales más importantes del país, los mismos que son organizados por parte de varios sectores tanto públicos como privados, por lo que es importante analizarlos tomando las siguientes consideraciones:

- Congresos científicos internacionales, promovidos por Asociaciones Internacionales
- Congresos Técnicos Internacionales.
- Ferias y Exposiciones.
- Eventos deportivos internacionales.
- Otros (sociales, militares, educación, religiosos, familia)

Para conocer si una reunión entra dentro del sector de turismo de reuniones es importante cumplir 3 criterios básicos y así puedan ser incluidas en las bases internacionales:

- Reuniones con un mínimo de 50 participantes (hay casos concretos de menos cantidad de participantes)
- Reuniones que roten entre países diferentes cada año y, que al momento de hacerlo en Ecuador haya tenido sede en 3 diferentes países anteriormente.
- Que se organice regularmente todos los años.

Adicionalmente, también se toman en cuenta los siguientes parámetros:

- Reuniones internacionales organizadas por una entidad internacional reconocida, con antigüedad mínima de 5 años de existencia legal y que tengan asociados en diversos países (4

mínimo). La asociación o entidad debe tener mínimo 5 años de existencia.

- Reuniones que se encuentren en su segunda edición.
- La reunión debe tener una participación de un 20% de delegados del exterior.
- El proyecto de candidatura a presentar deberá cumplir estrictamente con las exigencias y estatutos de la entidad internacional que decide y vota donde se hará la próxima reunión.

**Tabla 14.**  
*Eventos realizados 2013, 2014, 2015 y 2016*

| No | EVENTO  | TOTAL ASIST | PAX INTL | FECHA                          | ANO  | SECTOR  |
|----|---|-------------|----------|--------------------------------|------|---------|
| 1  | Convención Anual de la Asociación Latinoamericana y del Caribe de Mudanzas Internacionales (LACMA)  | 500         | 200      | 11 al 14 marzo                 | 2013 | Privado |
| 2  | 128 Asamblea de la Unión Interparlamentaria (UIP)   | 2000        | 1300     | 24 al 27 de marzo              | 2013 | Público |
| 3  | 4ta. Conferencia Regional de Obstetrices  | 400         | 150      | 23 al 26 de abril              | 2013 | Privado |
| 4  | Travel Mart Latin American  | 500         | 400      | 18 al 20 de septiembre         | 2013 | Público |
| 5  | VIII Congreso Ecuatoriano de Patología Clínica/ML, XI Congreso Ecuatoriano de Patología y II Congreso Latinoamericano de Actualización en Medicina de Laboratorio | 1200        | 160      | 16 al 18 de octubre            | 2013 | Privado |
| 6  | Congreso Internacional de Reumatología del Pacífico   | 300         | 60       | 23 al 26 de julio              | 2014 | Privado |
| 7  | CARDIOSUR 2014, XXVI Congreso Sudamericano de Cardiología, XX Congreso Ecuatoriano de Cardiología, XI Congreso ECOSIAC  | 800         | 100      | 30 de julio al 2 de agosto     | 2014 | Privado |
| 8  | World Travel Awards   | 300         | 100      | 9 de agosto                    | 2014 | Privado |
| 9  | Agriflor 2014   | 1300        | 1150     | 1 al 4 de octubre              | 2014 | Privado |
| 10 | XVII Congreso Internacional FEFAS   | 600         | 100      | 9 al 22 de octubre             | 2014 | Privado |
| 11 | La Bienal Panamericana de Arquitectura de Quito   | 2000        | 100      | 17 al 21 de noviembre          | 2014 | Privado |
| 12 | Décima Primera Conferencia de las partes de la Convención sobre la Conservación de Especies Migratorias de Animales Silvestres                                    | 600         | 500      | 2,3,4,5,6,7,8 y 9 de noviembre | 2014 | Público |
| 13 | 23 Reunión Anual del Foro Parlamentario Asia-Pacífico   | 500         | 450      | 9 al 11 de enero               | 2015 | Público |
| 14 | Asamblea Internacional Testigos de Jehová   | 3000        | 3000     | 23 al 25 de enero              | 2015 | Privado |
| 15 | Congreso de la Asociación Panamericana de Infectología  | 600         | 400      | 15 al 19 de mayo               | 2015 | Privado |
| 16 | I Curso Internacional de Neurocirugía Pediátrica  | 200         | 60       | 4 al 6 de junio                | 2015 | Privado |
| 17 | XXII Congreso Latinoamericano de Bioquímica Clínica y Ciencias de Laboratorio COLABIOCLI 2015   | 800         | 400      | 24, 25 y 26 de septiembre      | 2015 | Privado |
| 18 | Congreso de las Américas sobre Educación Internacional (CAEI)Yachay   | 2000        | 1500     | 21 al 23 de octubre            | 2015 | Público |
| 19 | IV Cumbre CELAC   | 350         | 250      | 26 y 27 noviembre              | 2016 | Público |
| 20 | Congreso de Pediatría   | 600         | 50       | Mayo                           | 2016 | Privado |
| 21 | Agriflor 2016   | 1800        | 1500     | 5 al 7 de octubre              | 2016 | Privado |
| 22 | HABITAT III   | 30000       | 12000    | 17 al 20 octubre               | 2016 | Público |
| 23 | Décimo Quinta Bienal de Arquitectura de Quito   | 2500        | 2000     | 14, 15, 16, 17 y 18 noviembre  | 2016 | Privado |
| 24 | Reunión de Ministros de la Organización Latinoamericana de Energía (Olade)  | 200         | 100      | 22 al 26 noviembre             | 2016 | Privado |



- **Impacto evento HABITAT III**

Durante los días 17, 18, 19 y 20 de octubre del 2016 Quito acogió a cientos de personas que llegaron de todo el mundo, y de varias provincias del país para participar en una de las citas de urbanismo y sostenibilidad internacionales más importantes, HABITAT III.

Este mega evento característico por su corta duración, pero con un impacto que dura años es de vital importancia para la ciudad sede ya que con el éxito obtenido la percepción sobre el país y la ciudad es la de fomentar en mayor medida al turismo, inversión, emprendimiento y crecimiento económico, es así como este tipo de eventos tiene repercusión antes y durante su ejecución, pero también trae impactos positivos en turismo potencial y desarrollo de marca país.

Indicadores de Impacto Travel:

- “La realización de HABITAT III, ofrecerá a país una cobertura global, ampliando su imagen y posicionamiento. El evento contempla la presencia de 30 mil asistentes, 18 mil nacionales y 12 mil extranjeros.
- De acuerdo a Quito Turismo, el 40% de personas que se movilizan por viajes de negocios retorna al destino.
- En base al comportamiento de visitas turísticas al país en los últimos 10 años, se estima que por cada 5 turistas extranjeros aumenta 1 turista potencial.
- De acuerdo a la empresa pública Quito Turismo, cada turista de negocios tiene un gasto aproximado de USD 898 por un congreso que dura 3 días.
- Quito Turismo señala que las visitas turísticas varían entre 1 y 15 días. Se considera un promedio de 7 días para turismo y de 4 para negocios, con un gasto de USD 300 dólares diarios en turistas extranjeros y de USD 150 diarios en nacionales.
- El impacto en turismo potencial y turistas que retornarán al país después del HABITAT III se extiende hasta 8 años, posteriormente es residual.

La mitad de turistas nuevos y que retornarían al país se destinarían a actividades de turismo y la mitad restante a negocios.” (Económico, 2016)

**Tabla 15.**

*Eventos complementarios eventos Habitat III*

| EVENTOS COMPLEMENTARIOS FUERA DE TERRITORIO HABITAT III |         |
|---|---------|
| Detalle   | Valor   |
| Número de eventos                                       | USD 50  |
| Promedio de personas por evento                         | USD 100 |
| Costos por persona que asiste                           | USD 190 |

Fuente: (Económico, 2016)

Impacto en eventos complementarios **USD 950.000**

Impacto multiplicador **(1,78)** eventos complementarios **USD 1.805.000**

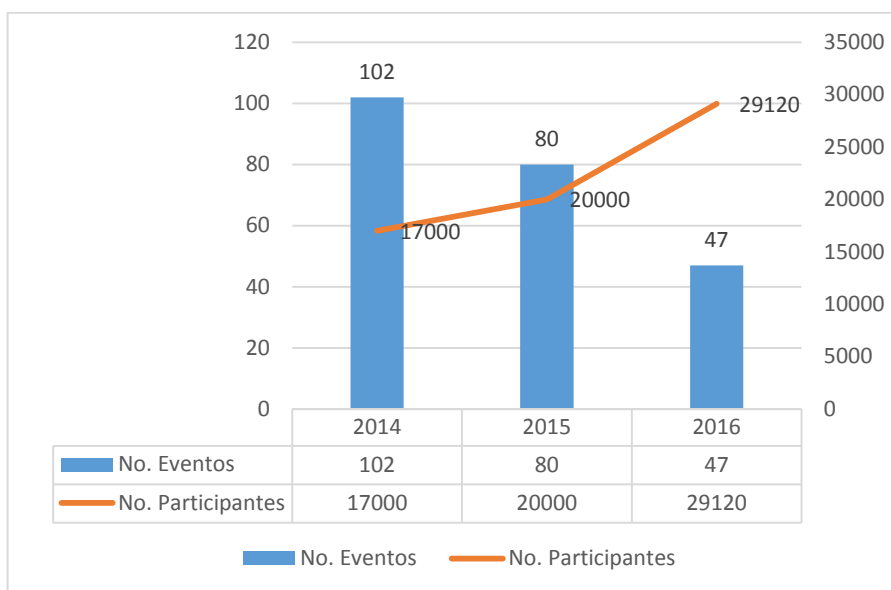
**Tabla 16.**

*Resumen impacto económico evento Habitat III*

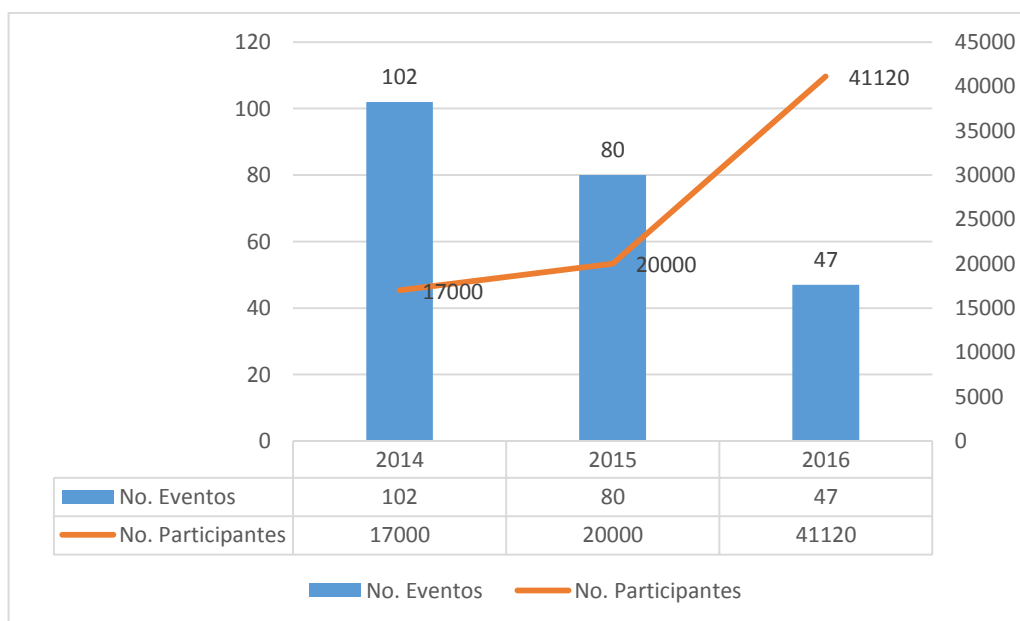
| RESUMEN                          |                   |
|----------------------------------|-------------------|
| Impacto                          | Monto USD         |
| Producción de bienes y servicios | 45.390.000        |
| Travel                           | 31.506.645        |
| Eventos complementarios          | 1.805.000         |
| Capital de Marca                 | 13.604.919        |
| <b>Impacto Total</b>             | <b>92.306.564</b> |

Fuente: (Económico, 2016)

La dirección de industria de reuniones perteneciente a la empresa Quito Turismo señaló que en la ciudad se realizaron los siguientes eventos internacionales desde el año 2014 al 2016:



*Figura 10. Eventos internacionales en Quito sin eventos Habitat III*  
Fuente: (Bock, 2016)



*Figura 11. Eventos internacionales en Quito con evento Habitat III*  
Fuente: (Bock, 2016)

Vemos como en estos tres últimos años no han incrementado el número de eventos sin embargo el número de participantes internacionales si incremento, es por ello que es importante analizar en detalle y conocer que tan consistentes han resultado los eventos internacionales.

Entre los eventos internacionales más representativos se elaboró la siguiente encuesta:

**ENCUESTA**

|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>Nombre:</b>      |  |
| <b>Institución:</b> |  |
| <b>Cargo:</b>       |  |

1. ¿Cuántos congresos internacionales han realizado?

2. ¿Cuáles considera usted que son los criterios que utiliza un organismo internacional para determinar la próxima sede?

3. ¿Cada que tiempo realiza congresos internacionales?

\_\_\_ 2 años

\_\_\_ 4 años

Otro \_\_\_\_\_

4. ¿Qué fecha realizó el último congreso internacional?

5. ¿Cuántos días de duración tuvo su congreso internacional?



6. ¿Cuántos asistentes y participantes internacionales tuvieron?

7. ¿La empresa o sociedad realiza Jornadas, Seminarios, Simposios, Talleres, Convenciones o Foros?

\_\_\_ Sí      \_\_\_ No

8. ¿Con qué frecuencia realiza estas actividades?

\_\_\_ 2 veces al año    \_\_\_ 1 vez al año    \_\_\_ Cada 2 años    Otra \_\_\_\_\_

9. A continuación voy a mencionar algunos de los problemas que suelen preocupar a los organizadores de eventos y le pediría que en cada caso me dijera: ¿qué tanto le preocupa a usted cada uno de ellos?; donde 10 significa: "me preocupa muchísimo" y 0 quiere decir: "no me preocupa en absoluto".

\_\_\_ Elaboración del Programa

\_\_\_ Aceptación de temas de interés

\_\_\_ Lugar sede del evento

\_\_\_ Difusión del evento

\_\_\_ Expositores

\_\_\_ Obtención de Auspicios

\_\_\_ Costo de Inscripción

\_\_\_ Contar con el número de participantes mínimo

\_\_\_ Proveedores

\_\_\_ Alimentación

\_\_\_ Presupuesto

\_\_\_ Apoyo por parte del sector público      ¿Cuál? \_\_\_\_\_

10. ¿Conoce usted la incidencia que tuvo la realización de su congreso en el segmento de turismo de reuniones en la ciudad de Quito?

\_\_\_ Sí      \_\_\_ No



11. ¿Ha escuchado sobre el trabajo que realiza Quito Turismo para la postulación de congresos internacionales?

Sí       No

12. ¿Mediante qué medio de comunicación?

Redes Sociales       Revistas       Diarios       Vallas

Televisión       Reuniones      Otro \_\_\_\_\_

13. ¿Es usted miembro del programa de embajadores que Quito Turismo lidera?

Sí       No

14. ¿Qué opina sobre el trabajo que realiza Quito Turismo para la captación de congresos internacionales para la ciudad de Quito?

Firma: \_\_\_\_\_

*Figura 12. Matriz de la encuesta*

## 4.2. Análisis de los resultados

### 4.2.1. Resultados de encuestas realizadas

Se realizaron un total de 16 encuestas a gestores de eventos internacionales en la ciudad de Quito.

En cuanto al número de eventos organizados por los actores entrevistados, la mediana de ellos fue de 2.5 eventos por actor (Rango: 1 – 12 eventos), con un tiempo en años transcurrido desde la última realización del evento de  $2.3 \pm 1$  año (Rango: 1 – 4 años) y una mediana de duración del evento de 3 días (Rango: 3 – 8 días).

En relación con los criterios para seleccionar a Quito como sede del evento, referido por los entrevistados, se resumen en la siguiente tabla:

**Tabla 17.**

*Criterios para haber seleccionado a Quito como sede del evento*

| <b>Criterio</b>  | <b>n</b> | <b>%</b> |
|--|----------|----------|
| Atractivo turístico  | 2        | 12.5     |
| Infraestructura  | 2        | 12.5     |
| Miembro Internacional con representación activa  | 2        | 12.5     |
| Miembro internacional e infraestructura  | 2        | 12.5     |
| Intención país, Miembro Internacional con representación activa  | 2        | 12.5     |
| Miembro internacional; estabilidad política & atractivo turístico  | 1        | 6.3      |
| Miembro Internacional con representación activa y atractivo turístico                                    | 1        | 6.3      |
| Miembro Internacional con representación activa e infraestructura  | 1        | 6.3      |
| Intención país, Miembro Internacional con representación activa y atracción turística                    | 1        | 6.3      |
| Miembro internacional, estabilidad política atractivo turístico e infraestructura                        | 1        | 6.3      |
| Intención país; Miembro Internacional con representación activa; estabilidad política e infraestructura. | 1        | 6.3      |

De lo analizado el 50.20% (n=8) de los actores entrevistados refirieron como un factor determinante para la ejecución de eventos el que el país sea miembro de una organización internacional con representación activa.

En relación con el promedio referido de asistentes nacionales e internacionales, esto se muestra en la Figura 13.



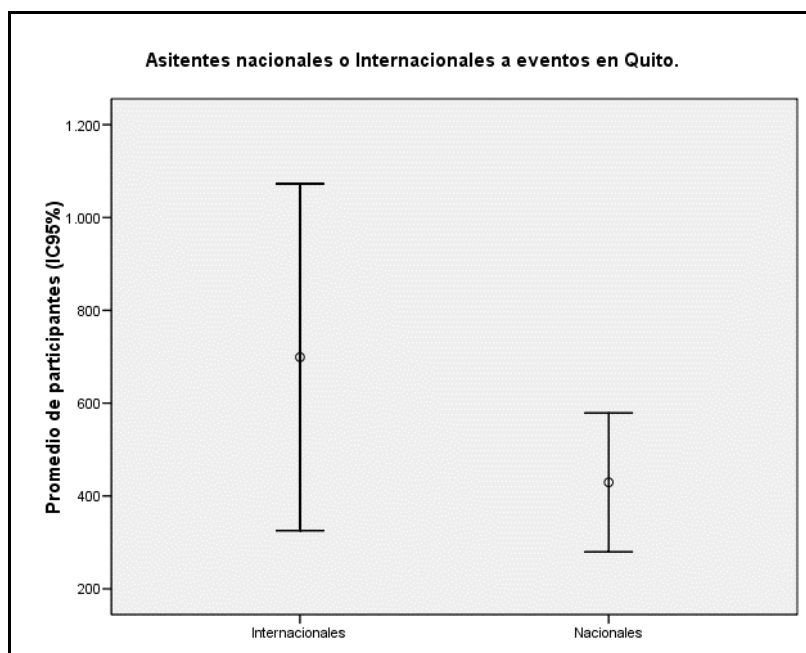


Figura 13. Promedio de participantes

Al consultarse acerca de si están al momento planificando realizar otro evento similar, el 87.5% (n=14) lo confirmaron.

En relación con los problemas operativos que preocupan a los organizadores de eventos internacionales, la elaboración del programa y la sede del evento, son los que encabezan la lista.

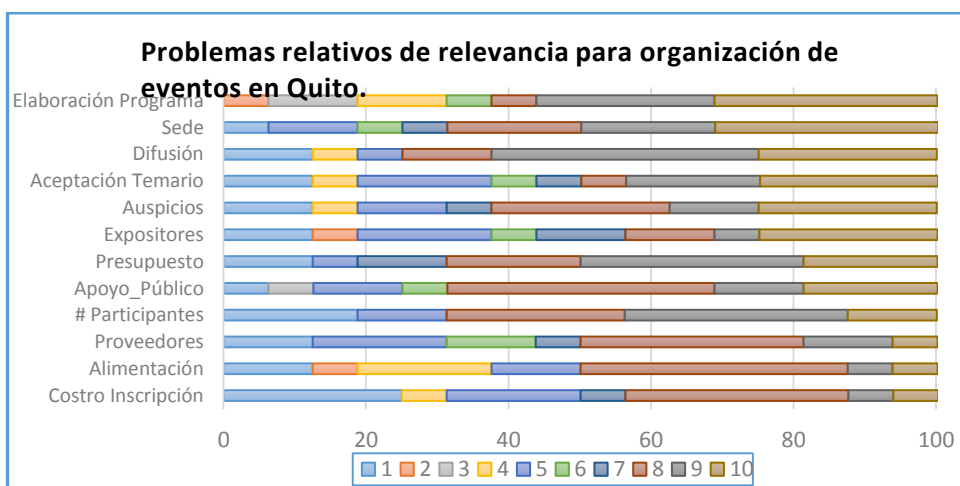


Figura 14. Problemas relativos al momento de organizar un evento

Se ejecutaron varias consultas relacionadas con Quito-Turismo; el 93.8% (n=15) de los consultados refirieron conocerlo, refiriendo conocer de sus actividades a través de visitas gestionadas por Quito turismo (87.5%).

El total de gestores de eventos identificados, el 18.8% (n=3) forman parte del programa de embajadores promovido por Quito-Turismo.

Finalmente al consultar acerca de la percepción que tienen acerca de las actividades que ejecuta Quito-Turismo, el 25% (n=4) la califican como positiva.

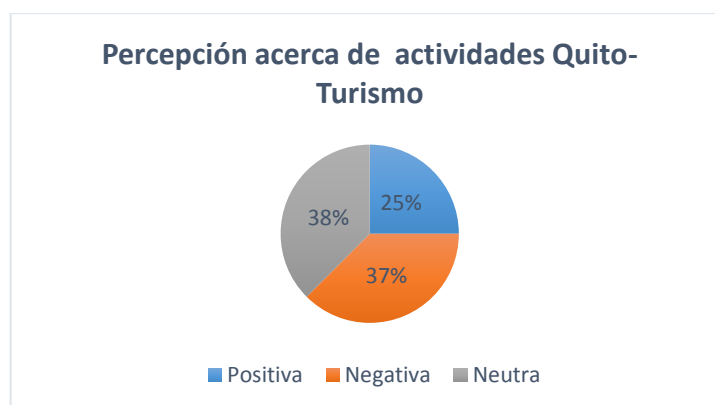


Figura 15. Percepción acerca de actividades Quito Turismo  
Autoría: (Torres, 2016)

#### 4.2.2. Análisis FODA

##### FORTALEZAS

- Ubicación geográfica.
- Patrimonio histórico y cultural.
- Áreas urbanas disponibles para crear infraestructura para eventos de mayor tamaño.
- Desarrollo de infraestructura inclusiva.
- Contar con un aeropuerto que garantiza la calidad de sus servicios y operación.

##### OPORTUNIDADES

- Tener segmentos de alto desarrollo empresarial (ejem: las flores)
- Fortalecer el turismo nacional considerando la cercanía a varios atractivos turísticos.
- Alta tasa de inseguridad en GYE y en la región.
- Involucramiento del gobierno como gestor de eventos internacionales.
- Diferentes categorías de infraestructura hotelera.

## **DEBILIDADES**

- Falta de inversión al sector de turismo de reuniones y eventos.
- Falta de un plan estratégico público-privado que incentive el desarrollo del turismo de reuniones y eventos.
- Falta de infraestructura para la realización de eventos.
- Servicios de atención al cliente deficientes.
- Altas brechas de tarifarias en hoteles de lujo y los considerados como primera clase.

## **AMENAZAS**

- Altos presupuestos y amplia difusión del turismo en otros países.
- Trabajo en conjunto entre la empresa privada y pública en GYE y en otras ciudades de la región.
- Mayor interés por los países vecinos para la realización de eventos internacionales.
- Mejor capacidad instalada y atractivos turísticos.
- Alta conectividad aérea que tienen Bogotá y Lima.
- Inversión hotelera local muy por debajo de la ejecutada en otros países de la región.

### **4.2.3. Matriz FO-FA,DO-DA**

| <b>MATRIZ FO-FA. DO-DA</b> |  | <b>OPORTUNIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>   |
|----------------------------|--|--|---|
| <b>FORTALEZAS</b>          | <p><b>Ubicación geográfica.</b></p> <p><b>Patrimonio histórico y cultural.</b></p> <p><b>Áreas urbanas disponibles para crear infraestructura para eventos de mayor tamaño.</b></p> <p><b>Desarrollo de infraestructura inclusiva.</b></p> <p><b>Contar con un aeropuerto que garantiza la calidad de sus servicios y operación.</b></p> | <p>Tener segmentos de alto desarrollo empresarial.</p> <p>Fortalecer el turismo nacional considerando la cercanía a varios atractivos turísticos.</p> <p>Alta tasa de inseguridad en GYE y en la región.</p> <p>Involucramiento del gobierno como gestor de eventos internacionales.</p> <p>Diferentes clases de infraestructura hotelera.</p> <p>Promocionar en los segmentos empresariales capacidad local de re ejecución de eventos.</p> <p>Incentivar en los actores locales el manejo de paquetes turísticos para que incentive al turista y pueda visitar más atractivos turísticos del país.</p> <p>Implementación de políticas públicas para potencializar el sector y exista un mejoramiento de lugares ya existentes, además de la construcción de nuevos con mayor capacidad.</p> <p>Infraestructura que garantiza justicia social, equidad y seguridad dentro de la ciudad.</p> | <p>Altos presupuesto y amplia difusión del turismo en otros países de la región</p> <p>Trabajo en conjunto entre la empresa privada y pública en GYE y en la región. .</p> <p>Mayor interés por los países vecinos para la realización de eventos internacionales.</p> <p>Mejor capacidad instalada.</p> <p>Alta conectividad aérea que tienen Bogotá y Lima.</p> <p>Inversión hotelera local muy por debajo de la ejecutada en otros países de la región.</p> <p>Desarrollar reuniones con actores de gobierno vinculados en relaciones internacionales para conocer sobre sus próximos eventos y estrategias.</p> <p>Promocionar el patrimonio histórico cultural que no se encuentra disponible en otros países de la región.</p> <p>Desarrollar proyectos entre el sector público y privado con miras a desarrollar una estructura que potencialice el desarrollo local de eventos de mayor envergadura.</p> <p>Difundir información sobre el desarrollo como ciudad inclusiva para fortalecer la imagen de ciudad.</p> <p>Política pública que dinamice el interés a las aerolíneas y se puedan crear más rutas y exista mayor conectividad.</p> |
|                            | <b>DEBILIDADES</b>   | <p><b>Falta de inversión al sector de turismo de reuniones y eventos.</b></p> <p><b>Falta de un plan estratégico público – privado.</b></p> <p><b>Falta de infraestructura para la realización de eventos.</b></p> <p><b>Falta de ordenanza pública.</b></p> <p><b>Servicios de atención deficientes.</b></p> <p><b>Altas brechas de tarifas hoteleras.</b></p>  | <p>Desarrollar nuevos eventos que por su segmento de mercado se lo pueda realizar en Quito, obteniendo más ingresos.</p> <p>Incentivar reuniones con todos los actores públicos y privados que gestionan eventos internacionales para conocer de sus próximos eventos y consolidar estrategias.</p> <p>Capacitación continúa a los sectores y gestores involucrados en el turismo de reuniones y eventos.</p> <p>Re categorizar los diferentes tipos de hoteles existentes en la ciudad de Quito.</p>   |

### 4.3. Propuesta

Para estudios de casos: Descubrimientos principales según objetivos planteados:

- **Objetivo Específico:** *Determinar la capacidad instalada hotelera y de salones para la realización de eventos como soporte para el futuro crecimiento y desarrollo del sector de turismo de reuniones y eventos internacionales en la ciudad de Quito.*

El estudio realizado en base a la información del catastro 2016 emitida por parte del Municipio de Quito y bajo un correcto análisis del mercado en el sector de turismo de reuniones, se obtiene que la capacidad instalada hotelera en la ciudad es de 3820 habitaciones y 7640 plazas distribuidas en diferentes categorías de hoteles.(ver figura 8)

En base a la experiencia en la realización de eventos y a la búsqueda de nuevos espacios, se encontró que la ciudad cuenta con 39 diferentes espacios en los que puede albergar a más de 82000 personas en diferentes tipos de montajes en donde se pueden realizar conferencias, exposiciones, foros, seminarios, nacionales o internacional. (ver figura 7)

La infraestructura instalada actualmente es de importancia para el crecimiento y desarrollo en este sector del turismo en la ciudad de Quito, por lo tanto es deber de las entidades de gobierno demostrar estabilidad a los actores para que continúen invirtiendo en sus recintos o a su vez se gestione la construcción de nuevos espacios que cuenten con mayor capacidad y así la ciudad pueda postular eventos de gran envergadura, esto permitirá que exista un continuo crecimiento a largo plazo en todo el sector.

- **Objetivo Específico:** *Establecer la percepción de actores claves frente a la captación de eventos internacionales, identificando su desempeño y gestión para el desarrollo en el sector de turismo de reuniones y eventos en la ciudad de Quito.*

Como actor clave frente a la captación de eventos internacionales se identifica que Quito Turismo a partir del año 2010 es la entidad de gobierno encargada de la promoción turística en la ciudad de Quito, lo que le ha permitido realizar varios acercamientos con organismos internacionales fortaleciendo su desempeño y brindando apoyo concreto a los gestores

locales, a través de un procedimiento corto, Quito Turismo analiza la información del evento desarrollando estrategias para la promoción del mismo y acciones en conjunto con los organizadores de los eventos para que su postulación tenga éxito. Se conoce que Quito Turismo lidera un programa de embajadores que busca el involucramiento de gestores activos en la captación de eventos internacionales, lo que permite fortalecer y ampliar las oportunidades, sin embargo la recopilación realizada únicamente muestra que el 18.8% de encuestados es parte de este programa.

Sobre una base de información recopilación a 16 eventos realizados en la ciudad de Quito a partir del año 2013, se pudo conocer cuál es la percepción de varios gestores públicos y privados al momento de realizar eventos internacionales; los cuales son:

- Como prioridad un organismo internacional selecciona una ciudad como próxima sede, cuando el postulante es miembro de la misma pero adicionalmente mantiene una representación activa.
  - Se conoce que el promedio de participantes de los eventos desarrollados en Quito es de 700 internacionales y 400 nacionales.
  - Durante la organización del evento a los organizadores se les presentan algunos problemas operativos, dando como resultado la elaboración de un programa y que el lugar sede del evento tenga la capacidad y los servicios adecuados.
  - Es importante contar con el apoyo de instituciones de gobierno para la realización del evento.
- **Objetivo Específico:** *Proponer una estrategia para el desarrollo de reuniones y eventos internacionales en Quito en relación con la información recopilada de informantes claves y fuentes de información secundaria.*

Mediante la información recopilada, elaboración del FODA y análisis de la matriz FO-FA, DO-DA, se considera relevante que la estrategia a desarrollarse involucre a varios actores concernidos en diferentes campos

de acción dentro del sector de turismo de reuniones y eventos, los criterios que ayudaran al desarrollo del sector y pueden contribuir al segmento son:

- Diseñar un adecuado proceso de capacitación fortaleciendo segmentos empresariales que ya tienen interés en seguir desarrollando eventos internacionales, logrando la re ejecución de los eventos con mayor número de participantes y obteniendo más ingresos al sector.
- Potencializar la oferta de paquetes turísticos de zonas cercanas a la ciudad, para que los actores locales puedan difundir esta información a los turistas y posicionar la cercanía que tenemos a diferentes puntos del Ecuador.
- Ordenanza pública en el sector de turismo de reuniones, apoyando al mejoramiento de lugares ya existentes y gestionando la creación de nuevos espacios de mayor capacidad.
- Promover todos los espacios accesibles con los que cuente la ciudad y fortalecer la imagen como ciudad inclusiva.
- Incentivar reuniones con todos los actores de gobierno que gestionen eventos internacionales para conocer los futuros eventos y estrategias que utilizan para captar los mismos, así fortalecer la promoción como Quito Primer Patrimonio Cultural.
- Ordenanza pública, solicitando reportes a la empresa privada sobre el desarrollo del sector de turismo de reuniones en su ámbito, el facilitar esta información brindara a los actores información de cómo se encuentra el sector para realizar inversiones futuras y recuperar la confianza para dedicar más tiempo y dinero a su ejecución.
- Identificar, capacitar y trabajar en conjunto con los mercados de interés.
- Re categorizar los diferentes tipos de hoteles existentes en la ciudad de Quito.

- Agilizar procesos públicos para que el gestor tenga la posibilidad de contar con el apoyo económico, académico, etc., a tiempo y puede tener un mejor reconocimiento o alcance en su promoción.
- **Objetivo Principal:** *Determinar el comportamiento de las reuniones y eventos internacionales y su impacto sobre el desarrollo en el sector de turismo de reuniones y eventos en la ciudad de Quito.*

Todo lo planteado anteriormente determina el comportamiento de las reuniones y eventos internacionales que se han realizado en la ciudad de Quito durante los últimos años, se identifica como un menor número de eventos afecta a los actores como la hotelería disminuyendo su rentabilidad, el incentivar el desarrollo de eventos y reuniones internacionales es un sector clave que se debe seguir impulsando y priorizando dentro del turismo como ciudad.



## **CAPITULO V: DISCUSIÓN**

### **5.1. Conclusiones**

Las conclusiones que se han obtenido del presente trabajo de estudio, acogen algunas percepciones propias y de gestores que están involucrados en el sector:

- Quito a pesar de contar con varios espacios para realizar eventos, no cuenta con espacios cerrados para albergar eventos con más de 3000 personas simultáneamente.
- La categorización de los hoteles en Quito no es la adecuada y existen altas brechas de tarifas hoteleras.
- Faltan concertar criterios que mejoren la relación entre los actores públicos – privados para la ejecución de eventos internacionales.
- Falta de promoción local en relación al sector de turismo de reuniones y eventos.
- No existe información estadística real sobre el desarrollo del sector en las entidades de gobierno y son quienes deben manejar esta información para la creación de nuevas estrategias.
- Es importante resaltar que los gestores tienen una alta motivación, entusiasmo y cuentan con una excelente credibilidad frente a sus pares en el exterior, por lo que pueden aprovechar al máximo y captar más eventos internacionales a futuro.

### **5.2. Propuesta de nuevos proyectos de investigación**

Se podría desarrollar un proyecto de investigación para conocer cuáles son los posibles segmentos de mercado, que podrían crear sus propias reuniones internacionales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bock, N. (26 de Julio de 2016). (M. Torres, Entrevistador)
- Boullón, R. C. (2003). *Planificación del Espacio Turístico* . México : Trillas.
- Di-bella, M. G. (1999). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.
- Económico, U. A. (20 de Mayo de 2016). Impacto HABITAT III. *Ekos*.
- Guerrero Rosas, P. M. (2007). *Marketing Internacional De Lugares Y Destinos*. México: Pearson Educación.
- Hora, L. (16 de 10 de 2010). 'Ecuador ama la vida', es el nuevo lema turístico de la nación andina.
- ICCA. (22 de Mayo de 2016). <http://www.iccaworld.com/>. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de <http://www.eventplannerspain.com/noticias-eventos-Espa%C3%B1a/3950/ICCA-registra-el-mayor-n%C3%BAmero-de-reuniones-asociativas-internacionales-en-2015>
- Jafar, J. (2000). *Enciclopedia del Turismo*. Madrid: Síntesis.
- Montaner Montejano, J., Antich Corgos, J., & Arcarons Simón, R. (1998). *Diccionario de Turismo*. Madrid: Síntesis.
- Quito, H. S. (30 de 12 de 2016). Reporte Market Share . Quito , Prichincha, Ecuador .
- Quito, M. d. (2016). *Catastro Establecimientos Turisticos* . Quito .
- Torres, M. (12 de 2016). Quito.
- Turismo, E. O. (4 de Agosto de 2011). Registro Oficial Suplemento 177 .
- Turismo, E. Q. (14 de Agosto de 2016). *Quito Turismo*. Recuperado el 22 de Agosto de 2016, de <http://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/64-llegada-de-turistas-a-quito>
- Turismo, M. d. (15 de Agosto de 2016). <http://www.turismo.gob.ec/>. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de <https://ecuador.travel/acknowledgements/>
- Turismo, O. M. (Octubre de 2015). [omt@UNWTO.org](mailto:omt@UNWTO.org)/[UNWTO.org](http://UNWTO.org). Recuperado el 9 de Agosto de 2016, de <http://affiliatemembers.unwto.org/publication/report-power-youth-travel>
- Turismo, R. G. (5 de Enero de 2004). Registro Oficial Suplemento 244. *Reformado 22 de Enero de 2015* .