



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

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

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**TEMA: ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES DE LA  
PROVINCIA DE PICHINCHA, COMO UN DESTINO DE EVENTOS  
DE ROMANCE**

**AUTOR:**

**MOLINA OÑATE ANDREA GISSELA**

**DIRECTORA:**

**MSC. PAVÓN PATIÑO MARIANA**

**SANGOLQUÍ**

**2017**

## CERTIFICADO DEL DIRECTOR



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

### CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA, COMO UN DESTINO DE EVENTOS DE ROMANCE” realizado por la señorita MOLINA OÑATE ANDREA GISSELA, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo que cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita MOLINA OÑATE ANDREA GISSELA, para que lo sustente públicamente.

Quito, 21 de julio del 2017

MGST. MARIANA PAVON PATIÑO

DIRECTORA

## AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

### AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **ANDREA GISSELA MOLINA OÑATE**, con cédula de identidad N° 1721767158, declaro que este trabajo de titulación "ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA, COMO UN DESTINO DE EVENTOS DE ROMANCE" ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 21 de julio del 2017

ANDREA GISSELA MOLINA OÑATE

C.C.: 1721767158

## AUTORIZACIÓN



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

### AUTORIZACIÓN

Yo, **ANDREA GISSELA MOLINA OÑATE**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA, COMO UN DESTINO DE EVENTOS DE ROMANCE”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

**Sangolquí, 21 de julio del 2017**

ANDREA GISSELA MOLINA OÑATE

C.C.: 1721767158

## DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a aquellas personas que durante mi formación profesional pusieron todo su amor y me dieron respaldo incondicional para completar una meta personal y profesional tan anhelada.

En primer lugar a mis padres: Maribel Oñate y Jaime Molina por ser ejemplo de superación, amor y responsabilidad, son quienes guiaron mis pasos desde el primer momento de mi niñez y hasta ahora siguen siendo mi fortaleza.

A mis abuelitos Ángel, Dolores, y Heriberto, ya que sin sus ánimos y cuidados constantes no sería la persona que he llegado a ser, por compartir conmigo sus sueños y miedos, por ser los ángeles encargados de cumplir mis sueños y caprichos. Y especialmente a Esther, más que abuelita, mi segunda madre; porque sin su amor, esfuerzos y enseñanzas no sería la persona que soy ahora, que Dios no permita que me falte su amor en cada paso que debo dar.

A mi hermana Verónica, mi mejor amiga, dedico cada uno de los esfuerzos puestos a lo largo de mi vida, y que este en especial sirva de inspiración para cumplir sus propios objetivos, en los que espero poder ser participe, ya que siempre serás mi pequeña.

A toda mi familia: tíos, padrinos, primos y demás que con sus sonrisas y complicidades han sido parte activa de cada una de las etapas de mi vida, ya que sin sus diferentes aportes este momento no sería posible.

A Juan, porque al ser mi compañero y amigo durante este periodo, quien ha compartido y superado junto a mí diferentes obstáculos personales y académicos que se presentaron a lo largo de este camino. Porque gracias a su amor y esfuerzos mis metas cada día son más grandes.

*Andrea Gissela Molina*

## AGRADECIMIENTO

Mi primer agradecimiento es a Dios, ya que con su amor me ha demostrado que no importan las complicaciones del camino, todas las metas propuestas se pueden alcanzar, con su bendición y el amor de las personas que con sabiduría él ha puesto en mi camino.

A mis padres Jaime Molina y Maribel Oñate, mi sincera gratitud por el esfuerzo que han hecho y siguen haciendo cada día para darme a mí y a mi hermana lo necesario y más, por ser modelo de superación y perseverancia personal y profesional.

A mis abuelitos que han puesto comida sobre la mesa de mi hogar, amor en los corazones de cada uno de los integrantes de mi familia y personalmente me han llenado de enseñanzas y gratitud.

A mi mami Esther, mujer de mi vida y de quien he recibido el apoyo y amor absoluto, gracias por las enseñanzas y también por los regaños que me ha dado, porque este logro es suyo más que mío. Mi mayor bendición cada día es contar con su compañía.

A mi hermana Verónica, porque junto a ella amanecí muchas veces estudiando, gracias a ella por ser mi inspiración para ser una mejor persona y profesional cada día, por su cariño infinito.

A mi familia, por ser las personas en las cuales me he podido apoyar para cumplir esta meta, por su alegría compartida conmigo y preocupación en cada momento.

A Juan, por ser en estos años más que un amigo y compañero, un apoyo incondicional, por ser mi soporte en los momentos más difíciles en los que necesitaba de una mano para seguir adelante, por ser la persona adecuada para compartir mis triunfos, miedos y derrotas.

A mis amigos y amigas, con los cuales compartí aulas en la escuela, colegio y universidad, a aquellos que tuvieron palabras de aliento para ayudarme a superar obstáculos, y después ser cómplices de historias que ahora son hermosos recuerdos.

*Andrea Gissela Molina Oñate*

## ÍNDICE

CERTIFICADO DEL DIRECTOR.....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	xv
Importancia del problema.....	xv
Objeto del Estudio.....	xv
Objetivo General .....	xvi
Objetivos Específicos .....	xvi
Justificación.....	xvii
CAPITULO I.....	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1 Teoría de Soporte .....	1
1.2 Marco Referencial .....	3
1.3 Marco Conceptual .....	7
CAPITULO II .....	13
MARCO METODOLÓGICO.....	13
2.1 Enfoque de la investigación.....	13
2.2 Tipología de la investigación.....	13
2.2.1 Por su finalidad: Aplicada.....	13
2.2.2 Por las fuentes de información: Mixto.....	13
2.2.3 Por las unidades de análisis: Mixto.....	14
2.2.4 Por el control de las variables: No experimental .....	14
2.2.5 Por el alcance: Correlacional .....	14

2.3 Procedimiento para la recolección y análisis de datos .....	14
2.3.1 Procedimiento para la recolección de información.....	16
2.3.2 Cobertura de las unidades de análisis .....	17
2.3.3 Tratamiento y análisis de la información.....	20
2.4 Instrumentos de recolección de información.....	20
CAPITULO III.....	37
RESULTADOS.....	37
3.1 Eventos de romance.....	37
3.2 Bodas destino.....	37
3.2.1 Servicios para la ejecución de una boda destino.....	38
3.2.2 Certificaciones internacionales y nacionales .....	38
3.3 Bodas destino y la provincia de Pichincha .....	40
3.3.1 Estudio de la oferta .....	43
3.3.1.1 Atractivos turísticos .....	44
3.3.1.2 Prestadores de servicios para bodas destino.....	55
Ceremonia y Música.....	55
Papelería .....	56
Pastelería.....	60
Fotografía y Video.....	61
Alimentos y Servicio de Banquetes.....	62
Alojamiento .....	80
Transporte.....	97
3.3.1.3 Servicios complementarios para bodas destino.....	104
3.3.2 Estudio de la demanda según: Teoría del consumidor .....	105
3.3.2.1 Preferencias de los consumidores .....	108
3.3.2.2 Restricciones presupuestarias.....	111
3.2.2.3 Elección de los consumidores .....	112
3.2.2.4. Perfil del Consumidor .....	116
CAPITULO 4.....	117
DISCUSIÓN .....	117
4.1 Conclusiones.....	117

4.2 Recomendaciones .....	119
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>121</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Número de servidores turísticos en Pichincha según Ministerio de Turismo....	18
Tabla 2: Estadísticas de Matrimonios de la Provincia de Pichincha.....	19
Tabla 3: Distribución de la muestra aplicada a los prestadores de servicios turísticos....	24
Tabla 4: Atractivos turísticos del cantón Cayambe.....	45
Tabla 5: Atractivos turísticos del cantón Mejía .....	46
Tabla 6: Atractivos turísticos del cantón Pedro Moncayo .....	47
Tabla 7: Atractivos turísticos del cantón Pedro Vicente Maldonado.....	48
Tabla 8: Atractivos turísticos del cantón Puerto Quito .....	48
Tabla 9: Atractivos turísticos del cantón Rumiñahui .....	49
Tabla 10: Atractivos turísticos del cantón San Miguel de los Bancos .....	50
Tabla 11: Atractivo turísticos del cantón Quito .....	51
Tabla 12: Servicio de papelería para eventos en Pichincha .....	57
Tabla 13: Servicio de flores para eventos en Pichincha.....	59
Tabla 14: Servicio de pastelería para eventos en Pichincha .....	60
Tabla 15: Servicio de fotografía y video para eventos en Pichincha .....	62
Tabla 16: Servicio de catering o banquetes para eventos en Pichincha .....	63
Tabla 17: Servicios recreación y esparcimiento según Ministerio de Turismo .....	65
Tabla 18: Servicios turísticos de comidas y bebidas según Ministerio de Turismo: .....	75
Tabla 19: Servicios turísticos de alojamiento según Ministerio de Turismo .....	82
Tabla 20: Servicios turísticos de transporte según Ministerio de Turismo .....	98
Tabla 21: Estadísticas de matrimonios civiles de la provincia de Pichincha .....	105
Tabla 22: Estadísticas de matrimonios eclesiásticos de la provincia de Pichincha .....	106
Tabla 23: Parámetros que considera la demanda para un evento.....	110
Tabla 24: Locaciones naturales para celebrar una boda destino .....	114
Tabla 25: Locaciones culturales para celebrar una boda destino .....	114

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Distribución cantonal de la provincia de Pichincha .....	40
Figura 2: Capacidad del servicio de banquetes o catering .....	66
Figura 3: Locaciones en las que prestan los servicios de banquetes .....	67
Figura 4: Locaciones en las que prestan los servicios de banquetes .....	67
Figura 5: Horario de preferencia para eventos .....	68
Figura 6: Meses de demanda del servicio de eventos .....	68
Figura 7: Personal del área de AyB de las empresas de catering .....	69
Figura 8: Personal para eventos de las empresas de catering .....	70
Figura 9: Personal ocasional para eventos de las empresas de catering .....	71
Figura 10: Costo del servicio de catering .....	71
Figura 11: ¿Qué incluye el precio de los servicios de catering? .....	72
Figura 12: Preferencias del consumidor en el menú .....	72
Figura 13: Forma de pago preferida para el servicio de catering .....	73
Figura 14: Capacidad de los restaurantes .....	76
Figura 15: Locaciones en las que prestan el servicio de alimentos .....	77
Figura 16: Sucursales de los establecimientos de alimentación .....	77
Figura 17: Horario de demanda de los restaurantes .....	78
Figura 18: Meses con mayor demanda de los restaurantes .....	78
Figura 19: Personal de planta de los restaurantes .....	79
Figura 20: Precio por persona del servicio de alimentos .....	79
Figura 21: Forma de pago preferida en el servicio de alimentos .....	80
Figura 22: Sub-Actividad Turística del Establecimiento según MINTUR .....	86
Figura 23: Sub-Actividad Turística del Establecimiento según MINTUR .....	87
Figura 24: Capacidad de los establecimientos de alojamiento .....	87
Figura 25: Temporalidad para el servicios de alojamiento .....	88
Figura 26: Precio promedio de los servicios de alojamiento .....	88
Figura 27: Descripción del precio del servicio de alojamiento .....	89
Figura 28: Forma de pago del servicios de alojamiento .....	90
Figura 29: Número de salones en establecimientos de alojamiento .....	90
Figura 30: Locaciones para eventos de los establecimientos hoteleros .....	91

Figura 31: Capacidad de establecimientos hoteleros para eventos .....	92
Figura 32: Personal de planta de AyB de los establecimientos hoteleros .....	92
Figura 33: Personal de planta para eventos de los establecimientos hoteleros .....	93
Figura 34: Personal de planta para eventos de los establecimientos hoteleros .....	94
Figura 35: Horario de eventos en los establecimientos hoteleros .....	94
Figura 36: Costo promedio de un evento en un establecimientos hotelero.....	95
Figura 37: Descripción del costo de un evento en un establecimientos hotelero.....	96
Figura 38: Preferencias del menú en establecimientos hoteleros.....	96
Figura 39: Tipos de vehículos que se tiene en el servicio de transporte .....	100
Figura 40: Mercado para el servicio de transporte.....	101
Figura 41: Ubicación de las sucursales del servicio de transporte .....	101
Figura 42: Aspectos que incluye el servicio de transporte.....	102
Figura 43: Forma de pago preferida para el servicio de transporte.....	103
Figura 44: Experiencia del servicio de transporte en eventos sociales .....	103
Figura 45: Género de los encuestados.....	107
Figura 46: Estado civil de los encuestados .....	108
Figura 47: Demanda de eventos según el tipo de matrimonio .....	109
Figura 48: Locaciones preferidas por la demanda .....	109
Figura 49: Personas que ayudan en la organización de un evento .....	111
Figura 50: Aspectos que priorizan un evento.....	111
Figura 51: Formas de pago preferidas por el consumidor.....	112
Figura 52: Interés del consumidor en bodas destino .....	113
Figura 53: Elección del consumidor del horario para bodas destino .....	113
Figura 54: Servicios para una boda destino .....	115

## **RESUMEN**

La provincia de Pichincha es un sector que posee diversidad de belleza natural y cultural, en cada uno de sus cantones se encuentran atractivos que llaman la atención del turista nacional y extranjero; sin distinción de gustos ya que las actividades que se pueden realizar en este sector son diversas. Para ampliar la oferta de servicios que se tiene en la provincia, se ha propuesto la investigación de los recursos necesarios para potencializarla como un destino de eventos de romance, especialmente enfocado en las bodas, ya que son eventos que actualmente han ganado gran acogida en otros países. Para esto es importante conocer el trabajo que se encuentra realizando cada uno de los organismos pertinentes, además de la oferta y demanda que se tiene dentro de la provincia, en relación a este tipo de eventos. La oferta de bodas destino requieren principalmente de dos componentes: las locaciones naturales y culturales en las que el consumidor puede realizar el evento, complementándolo con actividades turísticas en sus alrededores; y además los prestadores de servicios necesarios para la planificación y organización de este tipo de eventos. El segundo componente son la variedad de empresas y establecimientos aptos para la organización de bodas destino, sin embargo es necesario además conocer las características en cuanto a capacidad, servicio y capacitación que poseen para garantizar un servicio de calidad al consumidor. Finalmente se requiere conocer las preferencias que tiene la demanda en relación a las bodas destino, lo cual se analiza mediante los elementos de la teoría del consumidor, obteniendo así una visión clara de las necesidades y requerimientos que la provincia de Pichincha puede cubrir en la organización de este tipo de eventos de romance.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **EVENTOS DE ROMANCE**
- **BODA DESTINO**
- **PROVINCIA DE PICHINCHA**

## **ABSTRACT**

The province of Pichincha is a sector that possesses diversity of natural and cultural beauty, in each one of its cantons are attractive that attract the attention of the national and foreign tourist; without distinction of tastes since the activities that can be carried out in this sector are diverse. To expand the services offered in the province, it has been proposed to research the necessary resources to enhance it as a destination of romance events, especially focused on weddings, since they are events that have now received great acceptance in others Countries. For this it is important to know the work that is being done by each of the relevant agencies, in addition to the supply and demand within the province, in relation to this type of events. The destination weddings offer mainly require two components: the natural and cultural locations in which the consumer can perform the event, complementing it with tourist activities in its surroundings; and also the providers of services necessary for the planning and organization of such events. The second component is the variety of companies and establishments suitable for the organization of destination weddings, however it is also necessary to know the characteristics in terms of capacity, service and training they have to ensure a quality service to the consumer. Finally, it is necessary to know the preferences that the demand has in relation to the destination weddings, which is analyzed through the elements of consumer theory, thus obtaining a clear vision of the needs and requirements that the province of Pichincha can cover in the organization of this type of romance events.

### **KEY WORDS:**

- **ROMANCE EVENTS**
- **WEDDING DESTINATION**
- **PROVINCE OF PICHINCHA**

## INTRODUCCIÓN

### **Importancia del problema**

Ecuador busca ampliar la oferta turística y hotelera en sus diferentes regiones como parte del desarrollo económico y social, para lo cual una de las estrategias que se está tomando en cuenta es el turismo de eventos y reuniones; para impulsar esta alternativa es importante determinar que destinos del país, por sus facilidades, pueden ser escenario para desarrollar este tipo de servicios.

Se conocen diversos tipos de eventos, que se podrían desarrollar, tanto sociales, como culturales o de reuniones, y cada uno necesita de características en infraestructura y demás, para acoger a la demanda y brindar calidad en el servicio que busca el consumidor.

De esta forma se pretende realizar esta investigación como un estudio en la cual se analizará el potencial que posee la provincia de Pichincha, en cuanto a infraestructura y servicios, para la oferta de eventos de romance.

Está desarrollada en el método sistémico que busca analizar cada variable y posteriormente relacionarlas, para establecer si los atractivos que se encuentran en la provincia de Pichincha, cumplen con los parámetros necesarios para el desarrollo de eventos de romance acorde a las preferencias y exigencias que tiene el consumidor.

Este trabajo empezará con el desarrollo del marco teórico, para establecer los parámetros en base a los que se va desarrollar, en este se propone una teoría, que será la base para la investigación. Posteriormente el marco metodológico, que será la guía para el desarrollo de temas y herramientas, que ayudarán para llegar a los resultados de la investigación, que se discutirán en el último capítulo.

### **Objeto del Estudio**

La investigación tiene como objeto, el estudio de la potencialidad que tiene la provincia de Pichincha, relacionada a la organización de eventos de romance. Mediante lo cual se busca diversificar el turismo en la región y posteriormente se da paso a estudios similares en el país.

El Enfoque Sistémico, brindará la posibilidad de tomar los grupos específicos de estudio, es decir cada variable que tiene la investigación, y describir las características funciones y comportamientos que las relacionan entre sí, para conseguir el objeto de la investigación que es la discusión planteada alrededor de la potencialidad de la provincia de Pichincha.

### **Objetivo General**

Analizar los factores que intervienen para potencializar a la provincia de Pichincha como un destino de eventos de romance, a través del enfoque sistémico y de la investigación de los diferentes prestadores de servicios.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar una investigación bibliográfica y conceptual acerca de la organización de eventos de romance, y su desarrollo dentro de la provincia, que aportará con información relevante, para el desarrollo de la investigación.
- Analizar los factores que intervienen en la oferta de eventos de romance a fin de que se pueda determinar si existen los prestadores de servicios necesarios y locaciones aptas para la organización de este tipo de eventos dentro de la provincia de Pichincha.
- Establecer las características de la demanda, mediante los factores proporcionados por la teoría del consumidor, a fin de que se pueda identificar los requerimientos que debe poseer la provincia de Pichincha para ser un destino de eventos de romance.
- Exponer los resultados de la investigación a través de conclusiones y recomendaciones que sirvan como referencia de futuras investigaciones.

## **Justificación**

Al revisar las bases digitales, y buscadores como Google Académico, Academia y Dialnet, se ha constatado que la investigación de la potencialidad para realizar eventos de romance en el Ecuador, es inédita. Sin embargo, se han encontrado investigaciones similares, especialmente en Europa, relacionadas en su mayoría al turismo de eventos, ya que esta región se encuentra direccionando sus esfuerzos, al desarrollo del sector turístico desde hace ya algún tiempo atrás.

Por lo tanto, esta investigación resulta de interés para el sector turístico de la provincia y el Ecuador, ya que se dará a conocer la potencialidad de varios destinos turísticos, para ofertar eventos de romance, por la infraestructura y para ampliar así la oferta turística y hotelera de la provincia de Pichincha. Con esto no se espera únicamente impulsar el desarrollo de eventos como: bodas, sino posteriormente seguir investigando la posibilidad de prestar servicios relacionados a turismo de romance, y en otras regiones del país.

# CAPITULO I

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1 Teoría de Soporte

Para el presente trabajo de investigación la teoría de soporte a utilizar será la relacionada al Comportamiento del Consumidor, mediante la cual se podrá estudiar las motivaciones y necesidades del consumidor que busque realizar un evento de romance en un ambiente diferente, dentro de la provincia de Pichincha.

La teoría del consumidor, “es una descripción de cómo asignan los consumidores su renta a los diferentes bienes y servicios para maximizar su bienestar.” (Pindyck & Rubinfeld, 2009, pág. 76). Esta teoría ayuda a tener los parámetros generales que motivan al consumidor a tomar su decisión de compra, de los bienes o servicios que se está ofertando en el mercado, en este caso lo que motivaría al cliente a buscar un destino de eventos dentro de la provincia de Pichincha, por sus diferentes características.

Existe diversa bibliografía que menciona los parámetros, elementos o pasos para determinar el comportamiento del consumidor, y las motivaciones que tiene este al adquirir un servicio o producto.

Dentro de esta teoría varios autores establecen tres elementos básicos que motivan al consumidor, entre los que están: las preferencias de los consumidores, las restricciones presupuestarias y las elecciones de los consumidores.

El primer elemento de la teoría es: Las preferencias de los consumidores, que hace relación a la decisión que toma el consumidor al tener diferentes cestas de mercado a elegir, de acuerdo a sus necesidades y gustos, lo que mejorará su bienestar.

“Una cesta de mercado es una lista de cantidades específicas de uno o más bienes.” (Pindyck & Rubinfeld, 2009, pág. 77). Por lo tanto la cesta de mercado en este caso hace referencia a las diferentes formas de realizar un evento de romance, dentro de una cesta

de mercado se pondría los eventos en establecimientos hoteleros o casas de banquetes, mientras que en otra se ofertan los eventos en destinos naturales; ambos dentro de la provincia de Pichincha, cada uno de estos contará con características diferentes y es el consumidor el que elegirá entre ambas cestas de mercado, cuál es la que le generará mayor interés. A su vez la elección del consumidor posee elementos o propiedades que pueden describir el por qué de la decisión que se ha tomado. (Mankiw, 2002), menciona estas propiedades.

La primera afirma que los consumidores refieren por lo general una canasta de mercado que posea mayor cantidad de bienes o servicios. La segunda propiedad cuida de la cantidad de bienes que se ofrecen, es decir si se disminuye una cantidad de un bien, debe aumentarse la de otro, para que no disminuya el interés del consumidor. La tercera propiedad sugiere que el consumidor está dispuesto a intercambiar los bienes y servicios que tiene en abundancia, antes que intercambiar aquellos de los que poco posee.

Es transcendental tomar en cuenta las propiedades antes mencionadas, al momento de elaborar las cestas de mercado que se desea ofertar, ya que debe existir una relación que satisfaga el bienestar del consumidor al adquirir el producto.

Siguiendo con los elementos de la teoría del consumidor, el segundo es las restricciones presupuestarias. “Restricciones a las que se enfrentan los consumidores como consecuencia de su limitada renta” (Pindyck & Rubinfeld, 2009, pág. 93)

La renta o ingreso que posee una persona en un determinado periodo, es un determinante de la cantidad que posee para gastarlo o invertirlo en sus necesidades o para satisfacer sus gustos. Por tanto es necesario tomar en cuenta esto como un apoyo al momento de fijar el mercado al cual se va a dirigir los eventos de romance.

Finalmente el tercer elemento de la teoría es la elección de los consumidores, esta es la relación que encuentra el consumidor entre los dos primeros elementos para poder elegir el producto que podrá satisfacer su necesidad, y que se puede permitir de acuerdo a la renta. Dentro de la microeconomía (Mankiw, 2002), llama esto como el punto óptimo.

Para este trabajo de investigación es necesario determinar los factores que motivan al consumidor a adquirir el evento de romance, como un producto diferente a los ofertados actualmente en el mercado. De esta forma se puede comprobar si es un mercado potencial dentro de la provincia y cuáles son los deseos que el cliente tiene.

## **1.2 Marco Referencial**

La referencia para este trabajo de investigación, será tomada de fuentes secundarias como: papers, libros o artículos relacionados al tema. Especialmente de la región europea, que es aquella que tiene mayor experiencia e investigaciones en eventos.

Se entenderá como eventos de romance a los que se encuentran motivados por la necesidad afectiva de una pareja o de amigos a realizar un desplazamiento, entre ellos se puede tomar en cuenta a las bodas destino, aniversarios, lunas de miel, renovación de votos, despedidas de soltero, speed dating tours (viajes para conocer pareja), baby moon (para celebrar el nacimiento de un bebé), y family moon (viajes de parejas que tienen hijos).

Debido a que el turismo de eventos más solicitado son las bodas destino, el presente estudio de investigación se enfocará principalmente en este tipo de eventos, tomando en cuenta que posteriormente se podría realizar cada evento dentro de la provincia de Pichincha en base a lo estructurado en este documento.

A nivel internacional existen numerosos países que están optando por la oferta de los diversos eventos de romance como una forma de turismo, entre ellos están: México, España, Francia, entre otros, a continuación se hace referencia a algunos estudios de estos países con referencia al tema, para conocer el panorama actual.

En México (Instituto de Competitividad Turística de la Secretaría de Turismo de México, 2010), realizó una investigación del mercado real y potencial que posee el país, así como de 12 de sus destinos turísticos en cuanto a su potencialidad para ofertar bodas destino, y demás su perspectiva futura.

Dentro de esta investigación se tomó en cuenta además las importantes diferencias que existen al realizar una boda de destino o una boda tradicional, entre ellas esta: Parámetros de planeación únicos, en los que se menciona la importancia de confiar en los intermediarios para la organización que es a larga distancia, otro aspecto es: El viaje como un importante componente de la boda, en este se entiende la boda como una parte del evento, sin embargo no como el total, ya que la organización debe encargarse además de la movilización y el hospedaje de los invitados, y por último y tal vez la diferencia mayor, será la duración ya que una boda tradicional conlleva un día de evento, mientras que la boda destino es de dos días o más, si se incluye la luna de miel.

Este es un aporte significativo ya que el segmento de eventos de romance, necesita de esos parámetros generales para la elaboración exitosa de cada uno de ellos, se puede tomar esta información como la base de la planeación, en diferentes aspectos como: el tiempo o duración del evento, servicios y el valor agregado que se debe ofertar.

En el caso de la isla de Tenerife (Pérez, 2016), investiga el panorama de esta parte del territorio de España, para la realización de bodas destino, dentro de este trabajo se desarrolla desde la situación general del turismo del sector, las características que tiene el destino atractivas para el consumidor, como son el clima, y la diversidad natural y paisajística que se encuentra en las islas, hasta llegar al planteamiento de los servicios que se puede requerir en un evento de romance, como lo son el catering, fotos, entre otros.

Otra referencia importante que se tiene del turismo de eventos es el que se realiza en la ciudad de Italia, ya que según un portal certificado de internet menciona “Italia ingresó cerca de 315 millones de euros gracias al turismo de bodas en 2012. Y es que más de 6.000 turistas, con 1,2 millones de invitados, viajaron a dicho país con el objetivo de celebrar allí su boda o renovar sus votos de matrimonio, según la consultora turística JFC.” (Ballester, 2017)

¿Y qué es lo que motiva a la realización de una boda destino? La publicación (The Knot, 2013), revista internacional que realizó una investigación del mercado

estadounidense, interesado en una boda destino, menciona los siguientes 10 parámetros que considera la pareja para elegir el lugar de su evento entre ellos están:

1. Sitio especial, divertido o exótico.
2. Boda más íntima entre amigos y familiares cercanos.
3. Accesible o más económico que una boda tradicional.
4. Planeación más fácil, evitando el estrés, Ya que el agente de viaje o wedding planner será la persona encargada de cuidar cada detalle de la boda y luna de miel en el caso de estar incluida.
5. Boda fuera del entorno común, playa o aire libre.
6. Facilidad de acceso.
7. Un destino que no conocía y romántico.
8. Lugar de origen de uno de los novios o con algún significado especial.
9. Destino con actividades para los invitados.
10. Que brinde seguridad.

Con estos elementos mencionados por la revista, se podría decir que el Ecuador posee diversos destinos para este tipo de eventos, sin embargo al analizar las diversas opciones dentro de la provincia, se podrá determinar si cumple con todos los requisitos o exigencias que se estudió en esta publicación.

Con las anteriores referencias de trabajos y publicaciones afines al tema, se puede observar la importancia que está tomando a nivel internacional, el turismo de eventos, y en especial las bodas destino, tanto para los sitios turísticos ya conocidos, como para darle un empuje a los pequeños destinos, que buscan en la actividad turística una oportunidad de desarrollo económico o social.

Dentro del Ecuador los eventos de romance son un tema nuevo, sin embargo existen empresas que han buscado desarrollarlo dentro de los destinos turísticos que posee

el país y en especial en aquellos que son más llamativos al turista como es el caso del Hotel Boutique Iguana Crossing que oferta bodas, en una playa de la isla Isabela.

Este es un claro ejemplo de que se puede realizar un evento de romance dentro del país, sin embargo la bibliografía existente en relación al tema es escasa, uno de los trabajos que se ha realizado en la Universidad San Francisco, plantea la creación de una empresa que pueda ofertar los servicios de bodas destino dentro del país, en esta investigación se toman en cuenta tres de las principales ciudades del Ecuador continental y además a las Islas Galápagos, y se realiza un estudio de factibilidad.

Dentro de esta investigación se obtienen algunos datos importantes como el tipo de mercado potencial al que se puede direccionar el producto de eventos de romance, la edad promedio que posee este segmento de mercado así como la nacionalidad de los consumidores potenciales y el presupuesto aproximado que se necesita, de acuerdo a las exigencias del consumidor. Por tanto tenemos los primeros datos de la demanda potencial según este estudio: parejas con estudios, el nivel económico medio alto, con una edad promedio de 30,7 y principalmente de nacionalidad estadounidense, ya que es este mercado, el que tiene como alternativa principal la realización de sus eventos de romance en un destino turístico fuera del país. (Carrera, 2016)

Para la oferta de eventos de romance en la provincia de Pichincha, se toma como primera fuente relevante, la categorización de los atractivos, con esta información se puede conocer los recursos de cada destino, y posteriormente buscar en ellos los servicios y facilidades que se necesitan en la organización de eventos. Para esto se tiene como fuente bibliográfica el Inventario del sector turismo elaborado por (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2001, págs. 232-236). Ver Anexo 1

### **1.3 Marco Conceptual**

#### **Teoría del Consumidor**

“Describe cómo maximizan los consumidores su bienestar, en función de sus preferencias, intercambiando la compra de una cantidad mayor de algunos bienes por la compra de una cantidad menor de otros”. (Pindyck & Rubinfeld, 2009, pág. 4)

#### **Evento**

“Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva”. (Real Academia Española, 2017)

“En varios países latinoamericanos, un evento es un suceso de importancia que se encuentra programado. Dicho acontecimiento puede ser social, artístico o deportivo”. (Pérez Porto & Gardey, 2009)

“Evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar pre establecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general”. (Jijena Sanchez, 2003)

#### **Turismo de Romance**

“El segmento de romance se define como aquellas parejas que efectúan un viaje para celebrar un motivo especial en su vida como bodas, lunas de miel o renovación de votos. (...) Los sub-segmentos más lucrativos son las bodas de destino y las lunas de miel”. (Instituto de Competitividad Turística de la Secretaría de Turismo de México, 2010)

## **Bodas destino**

“Una boda destino es esencialmente una boda celebrada fuera de tu ciudad. Primordialmente se celebra en destinos turísticos y puede o no incluir la luna de miel. (...) básicamente significa que la boda se celebra en una locación fuera de casa. Esto ofrece a la pareja la posibilidad de viajar fuera de la ciudad para celebrar su boda, limitar el número de invitados (si así se desea), e incluir dentro de la celebración la luna de miel”. (About en español, s.f.)

Las bodas de destino son mucho más que eventos de un día. Este tipo de viaje incluye actividades de grupo, servicios de spa, compras además de la boda en sí y en su mayoría, incluyen también la luna de miel. (Instituto de Competitividad Turística de la Secretaría de Turismo de México, 2010)

Se presenta como una nueva forma de turismo emergente, importantísimo para destinos que no tienen otros productos consolidados y que son considerados como “destinos pequeños”. (Pérez, 2016)

## **Restricciones Presupuestarias**

“Restricciones a las que se enfrentan los consumidores como consecuencia de su limitada renta”. (Pindyck & Rubinfeld, 2009, pág. 93)

“Límite de las cestas de consumo que puede permitirse un consumidor” (Mankiw, 2002, pág. 286)

## **Desarrollo**

“Es la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales”. (Reyes, 2007)

“El concepto de desarrollo no puede definirse de manera atemporal, sino que se llena de contenido históricamente. Cada sociedad y cada época tienen su propia formulación de qué es el desarrollo, que responde a las convicciones, expectativas y posibilidades que predominan en ellas. En definitiva, el concepto de desarrollo se relaciona con la idea de futuro que se presenta como meta para el colectivo humano”. (Bertoni, y otros, 2011)

“El término «desarrollo» es utilizado para definir el proceso que habilita cambios orientados a mejorar las condiciones de vida humana”. (Bertoni, y otros, 2011, pág. 17)

### **Clasificación**

“Clasificación es un concepto vinculado con el verbo clasificar, que se refiere a la acción de organizar o situar algo según una determinada directiva. El término también se utiliza para nombrar al vínculo que se establece entre aquellos clasificados tras una prueba”. (Definición de., 2008)

“Ordenación de elementos de cualquier tipo en varias clases, fundada en ciertos rasgos diferenciadores previamente determinados”. (Grupo Editorial OCEANO, 1992)

### **Consumidor**

“El individuo demandante y comprador de un servicio o bien y quien a través de las decisiones de compra moviliza la economía influenciando, asimismo, la estipulación de recursos en el libre mercado”. (Diccionario Actual, s.f.)

“Persona que consume y demanda bienes o servicios, pero que no necesariamente ha comprado o adquirido nuestros bienes o servicios, a diferencia de un “cliente”, quien es un consumidor que sí lo ha hecho”. (Inno Consulting)

## **Mercado**

“Conjunto de compradores actuales o potenciales con el deseo y la posibilidad económica para adquirir un producto”. (Olamendi, pág. 11)

“El mercado es un mecanismo por medio del cual los compradores y los vendedores interactúan para fijar los precios e intercambian bienes y servicios”. (Morchón Morcillo & Veker, 2008, pág. 15)

“Conjunto de compradores y vendedores que a través de sus interacciones reales o potenciales determinan el precio de un producto o de un conjunto de productos”. (Pindyck & Rubinfeld, 2009, pág. 8)

## **Marketing**

“Marketing es la ciencia y el arte de captar, mantener y hacer crecer el número de clientes rentables”. (Kotler, Bowen, García de Madariaga, & Flores Zamora, 2011, pág. 13)

“El marketing debe focalizar en el cliente; la relación con este tiene un inicio y nunca debe tener un final, es una constante que debe tener coherencia y para ello nuestra oferta debe ser clara y entendible, no debe ser ambigua o repetitiva, debe contener aspectos inmejorables y representar para el cliente una experiencia que nunca olvidará y permanecerá siempre en su mente y en su corazón” (Silva Guerra, González Ortiz , Martínez Días , Giraldo Oliveros, & Esparragoza, 2014, pág. 8)

## **Oferta**

“La oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. Ofrecer es tener la intención de vender o estar dispuesto a ello, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta refleja las intenciones de venta de los productores.” (Morchón Morcillo & Veker, 2008)

“Una oferta de mercado incluye mucho más que productos físicos o servicios. Los consumidores deciden qué experiencias tener, qué destinos turísticos visitar, en qué hoteles pernoctar y qué restaurantes frecuentar. Para el consumidor todo esto son productos”. (Kotler, Bowen, García de Madariaga, & Flores Zamora, 2011, pág. 16)

### **Demanda**

“A las cantidades de un bien que los consumidores deseen y puedan comprar las denominamos demanda de dicho bien. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. Así, la demanda refleja una intención, y la compra constituye una acción. Un agente demanda un bien cuando lo desea y, además, posee los recursos necesarios para adquirirlo”. (Morchón Morcillo & Veker, 2008)

“Capacidad de reacción de un mercado potencial ante unos estímulos y esfuerzos de Marketing concretos y limitada por las condiciones actuales del entorno”. (Tayala, y otros, 2008, pág. 180)

### **Producto**

“Todo lo que se puede ofrecer a un mercado para comprar, utilizar o consumir que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye los objetos físicos, los servicios, las personas, los lugares, las organizaciones y las ideas”. (Kotler, Bowen, García de Madariaga, & Flores Zamora, 2011, pág. 15)

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va satisfacer sus necesidades.”. (Muñiz, s.f.)

### **Destino Turístico**

“Son lugares con algún tipo de frontera, bien sea real o porque así se percibe, como la frontera física de una isla, fronteras políticas o incluso fronteras creadas por el mercado”. (Kotler, Bowen, García de Madariaga, & Flores Zamora, 2011, pág. 656)

“El destino se conforma como un subsistema en el espacio secante entre dos sistemas más amplios, el sectorial-turístico y el geográfico, y como tal participa en parte de ambos y debe ser interpretado, planificado y gestionado atendiendo a sus elementos individuales, pero fundamentalmente a las interacciones que entre esos elementos se producen”. (Barrado Timón, 2004, pág. 1)

“Espacio físico donde el visitante permanece y consume al menos una noche. Incluye diversos tipos de productos, servicios y atractivos dentro de un radio de influencia de un día de ida y regreso. Tiene un límite físico y que define su administración. Su imagen y percepción determina su competitividad en el mercado. Incluye distintos grupos de interés, entre ellos la comunidad local. Puede conformar destinos más amplios”. (Organización Mundial de Turismo, 2000)

### **Preferencia**

“Primacía, ventaja o mayoría que alguien o algo tiene sobre otra persona o cosa, ya en el valor, ya en el merecimiento. Elección de alguien o algo entre varias personas o cosas”. (Real Academia Española, 2014)

### **Prestador de Servicios Turísticos**

“Se califica como prestador de servicios turísticos a toda persona, natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie, o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de servicios turísticos”. (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2017)

## **CAPITULO II**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **2.1 Enfoque de la investigación**

El enfoque de investigación será mixto: cualitativo, mediante entrevistas a las autoridades de los ministerios u organismos como: Consejo Provincial de Pichincha (GAD de la provincia), Ministerio de Turismo y Quito Turismo, y cuantitativo mediante encuestas a demanda local y tomando como referencia a la demanda internacional, además se aplicará encuestas a los servidores turísticos que ayudan directamente en la ejecución de eventos de romance.

#### **2.2 Tipología de la investigación**

##### **2.2.1 Por su finalidad: Aplicada**

Por la finalidad que tiene el presente trabajo de titulación se utilizará una investigación aplicada, que busca diversas alternativas de solución a un problema previamente identificado, a través de la aplicación de teorías relacionadas. En este caso se busca las diversas alternativas que puede ofrecer la provincia de Pichincha, en cuanto a destinos turísticos y servicios, para ofertar eventos de romance.

##### **2.2.2 Por las fuentes de información: Mixto**

Por las fuentes de información que se va a examinar será mixto, ya que se considera investigación documental al tomar la información de fuentes bibliográficas, tanto físicas como digitales de instituciones afines al tema, entre ellas el: Ministerio de Turismo y el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha; además será una investigación de campo, por la observación y recopilación de datos mediante encuestas, tanto a los interesados en la ejecución de eventos de romance dentro del sector, como a la demanda.

### **2.2.3 Por las unidades de análisis: Mixto**

Según las unidades de análisis será mixto, ya que los datos serán recopilados en las diferentes ferias de eventos de romance; como aquellos enfocados en las bodas destino, elaborados por los prestadores de servicios, y además se visitará el GAD provincial para conocer los datos que posee en relación a la investigación y posteriormente se realizará un análisis de laboratorio en el que se seleccionará la información relevante para determinar la potencialidad de la provincia de Pichincha para la oferta de eventos de romance.

### **2.2.4 Por el control de las variables: No experimental**

La información recolectada en la investigación, no permitirá el control de las variables, solamente ayudará a conocer la situación de cada una y a dar un resultado, por lo tanto es una investigación no experimental, esto quiere decir que en esta investigación no se pretende la alteración de ninguna variable, simplemente se recopilará los datos necesarios, para demostrar que tan vital es la ejecución de eventos de romance, especialmente enfocado a las bodas destino, en la provincia de Pichincha.

### **2.2.5 Por el alcance: Correlacional**

Finalmente por el alcance que tiene este trabajo, es una investigación correlacional, ya que se pretende encontrar la relación de las variables, sin modificarlas, es decir conocer el potencial de la provincia de Pichincha, mediante la recopilación de los datos, para la oferta y ejecución de los eventos de romance.

## **2.3 Procedimiento para la recolección y análisis de datos**

En primera instancia se realiza la recolección bibliográfica, utilizada para la investigación en documentos que se encuentren relacionados a los temas de investigación.

De fuentes como: bases digitales, buscadores académicos e información de Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ministerio de Turismo, Cámaras y demás organizaciones que rigen la actividad turística en el sector. Con esto se pretende tener conocimiento de los prestadores de servicios así como de los atractivos de la provincia para determinar la viabilidad de realizar eventos de romance en este sector. Para el análisis de los atractivos se maneja las Fichas para inventario de atractivos turísticos, obtenidas en el Ministerio de Turismo y para los prestadores de servicios se creará una base digital con la información obtenida del Ministerio de Turismo y de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Mediante esta base de datos se podrá descartar en primera instancia a los atractivos por sus facilidades de acceso y demás componentes que se necesita para poder hacer de un atractivo de la provincia un destino de eventos de romance. En cuanto a los servidores turísticos se tomará en cuenta que sea servicios de lujo o primera, que tengan además la capacidad necesaria y así garantizar un evento de calidad.

La siguiente técnica a aplicar será entrevistas. Esta técnica de recolección de datos se la realizará a las autoridades competentes del Consejo Provincial-Gobierno Autónomo de la Provincia de Pichincha, con esto se espera conocer el panorama macro o general de la región en cuanto a la organización tanto de los prestadores de servicios como de los atractivos turísticos, conocer además si existen proyectos similares o que puedan aportar a la investigación y el interés y apoyo en cuanto a ofertar eventos de romance en la provincia.

Se aplica además a profesionales de bodas destino para determinar el mercado actual y potencial que tiene el país y específicamente la provincia de Pichincha, ya que son ellos quienes están en constante actualización de las preferencias que tiene el mercado, mediante esto se puede conocer las características que tiene el consumidor. Para esto se toma como fuente a la empresa: Mi Boda Mágica.

Otro enfoque que se le dará a la investigación será mediante la ejecución de encuestas, a los prestadores de servicios turísticos que se encuentran afines al tema de investigación, enfocándose en los de primera categoría o lujo ya que los eventos que se

espera proponer será para un consumidor con nivel socio-económico alto ya que se espera que estos tengan alcance internacional. Además de las encuestas aplicadas para conocer la demanda o mercado potencial de los eventos de romance.

Finalmente debido a la facilidad de acceso y cercanía que se tiene a los atractivos turísticos en la provincia de Pichincha, se realizará una observación in situ en los destinos, que después del análisis pertinente se los tome en cuenta como ideales para la ejecución de eventos de romance, para dar un análisis final y aprobación después de comprobar la información bibliográfica que se obtuvo de las Fichas para Inventario de Atractivos Turísticos.

### **2.3.1 Procedimiento para la recolección de información**

#### **Técnica documental**

La información recopilada para el presente trabajo de investigación se toma de bases digitales confiables, entre ellas las paginas oficiales de los organismos pertinentes como son el Ministerio de Turismo, Cámara de turismo, documentos de Quito Turismo y principalmente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha y de ser necesario de los Gobiernos Cantonales; además de documentos físicos que se solicitará con el objeto de tener la información completa y verás.

#### **Técnica de campo**

Esta forma de recolección de información se la tomará al realizar las entrevistas a los diferentes organismos que tienen relación directa con los atractivos turísticos, entre ellos: directivos del Ministerio de Turismo, y del Gobierno de la Provincia de Pichincha. Además se tiene como opción la entrevista a los Gobiernos cantonales o parroquiales de ser indispensable información más detallada, en el caso de que los organismos antes mencionados no cuenten con esta.

Además la recolección de datos mediante encuestas que se aplicarán a dos partes fundamentales de la investigación, como lo son la oferta y demanda, para esto se tomará una muestra tanto de los servidores turísticos, como al cliente potencial.

### **2.3.2 Cobertura de las unidades de análisis**

La información recolectada para esta investigación será de varios medios, el primero son entrevistas a los organismos gubernamentales, relacionados al tema de investigación, que puedan aportar datos de relevancia, posteriormente se realizará la toma de una muestra, de prestadores de servicios turísticos que tengan categoría de primera o lujo, que se obtiene de las bases de datos del Gobierno de la Provincia de Pichincha, el Ministerio de Turismo y demás organismos que posean información referente a la organización de eventos de romance, enfocados principalmente en las bodas destino.; con el cual se tendrá un parámetro de la oferta que tiene la provincia. Finalmente se analizará la demanda igualmente mediante un muestreo aleatorio simple.

Dentro de las entrevistas la primera está dirigida a los altos directivos de las instituciones afines a los destinos turísticos de la provincia de Pichincha, para lo cual se aplicará esta técnica de recolección de datos a un funcionario del Ministerio de Turismo, uno del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha, y a un funcionario de la Agencia Metropolitana de Turismo “Quito Turismo”.

Posteriormente se realizará una entrevista a la Master en organización de eventos y bodas, Carolina Muzo, ya que ella como profesional en la ejecución de eventos a nivel nacional e internacional, se encuentra trabajando junto con el Ministerio de Turismo, para potencializar varios proyectos afines al tema de investigación.

Además se seleccionará una muestra de los prestadores de servicios turísticos dentro de la provincia de Pichincha, tomando en cuenta a los establecimientos de categoría: lujo y primera; debido al target al que se encuentra enfocada esta investigación y procurando que son establecimientos que poseen las facilidades y servicios necesarios para la ejecución de eventos de romance. Para la aplicación de la muestra, se tiene universo de 141 establecimientos distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 1:****Número de servidores turísticos en Pichincha según Ministerio de Turismo**

<b>Tipo de Servicio</b>	<b>Número de establecimientos</b>
Alojamiento	98
Alimentos y Bebidas	15
Recreación	7
Transporte	21
<b>Total</b>	<b>141</b>

Con la información del cuadro anterior se tiene 141 establecimientos como la población de estudio a la cual se aplicará la fórmula de muestreo aleatorio simple, que permitirá determinar la muestra de servidores turísticos para aplicar la encuesta.

Se toma como una sola población a los diferentes tipos de servicios que se encuentran en categoría primera y lujo, ya que cada uno se complementa, para la ejecución de los eventos, es decir que no se puede prescindir de uno para la realización de una boda destino u otro evento de romance.

Fórmula de muestreo aleatorio simple:

$$\frac{z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

N= 141

P (Éxito)= 0,5

Q (Fracaso)= 0,5

E (Error permitido)= 7%

Z (Nivel de confianza)= 90%= 1,65

$$n = \frac{1,65^2 * 0,5 * 0,5 * 141}{0,07^2(141-1) + 1,65^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{95,97}{1,37} = 70,22$$

Posteriormente se realiza la aplicación de la muestra, a turistas o residentes de Pichincha, tomando en cuenta que la población son personas de estado civil casados o divorciados, tomando como población de estudio la determinada por datos históricos de bodas realizadas los últimos 3 años, según los registros de la Arquidiócesis de Quito.

Se toma los datos de bodas eclesíásticas debido a que, la religión principal de la provincia y del Ecuador es: católica; según (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012): “8 de cada 10 ecuatorianos que dicen tener una filiación religiosa, son católicos.” Además para la celebración de un evento se prioriza la boda religiosa, a la civil.

**Tabla 2:**

**Estadísticas de Matrimonios de la Provincia de Pichincha**

<b>Año</b>	<b>Número de matrimonios registrados en la Arquidiócesis de Quito</b>
2014	5 042
2015	2 900
2016	2 618

**Fuente:** Arquidiócesis de Quito

**Adaptado por:** Andrea Molina

Como promedio de matrimonios de los últimos 3 años se tiene: 3.520 matrimonios eclesíásticos. Con este dato se aplicara la fórmula de muestra para población finita:

$$\frac{z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

N= 3.520

P (Éxito)= 0,5

Q (Fracaso)= 0,5

E (Error permitido)= 7%

Z (Nivel de confianza)= 90%= 1,65

$$n = \frac{1,65^2 * 0,5 * 0,5 * 3520}{0,07^2(3520 - 1) + 1,65^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{2395,8}{17,92} = 133,67$$

Para la formula se utiliza el éxito y fracaso con 0.5, ya que no existen estudios anteriores relacionados a eventos de romance o bodas destino, enfocados en la provincia de Pichincha. El porcentaje de error permitido es de 7%, debido a que existe una variación relevante entre los matrimonios efectuados en los 3 años de estudio, especialmente en el 2014 en el cual se nota un decrecimiento importante. Finalmente el nivel de confianza es de 90%.

### **2.3.3 Tratamiento y análisis de la información**

Para el estudio de la información se realizará el análisis de manera descriptiva, con el cual se espera establecer diferencias relevantes en los atractivos turísticos de la provincia de Pichincha, y hacer una segregación, primordialmente por la facilidad de acceso y estado de los destinos turísticos, en primera instancia se analiza la información de los atractivos, obtenida del Ministerio de Turismo. Posteriormente se busca si en cada provincia se cuenta con los servicios necesarios para la ejecución de eventos de romance o cuales son las alternativas, en caso de la falta de alguno de ellos.

Finalmente se propondrán estrategias que se puede tomar en cuenta dentro de la provincia de Pichincha para potencializar los eventos de romance; esto enfocado en la oferta que tiene actualmente el sector.

## **2.4 Instrumentos de recolección de información**

### **Revisión Bibliográfica**

Este instrumento será aplicado para la recolección de información referente a los atractivos turísticos de la provincia de Pichincha, y de los prestadores de servicio que se encuentran dentro del sector, para el primer caso los datos son los recolectados y proporcionados por el Ministerio de Turismo; con esta información se creará la siguiente Ficha de Observación de Atractivos Turísticos de la Provincia de Pichincha.

### Ficha de Observación de Atractivos de la Provincia de Pichincha

Cantón: \_\_\_\_\_

Parroquia	Atractivo	Categoría	Subtipo	Estado de Conservación	Tipo de Acceso	Actividades Turísticas

La otra parte necesaria para la recolección de la información bibliográfica, será a los ministerios y organismos que cuenten con información de los servidores turísticos, entre ellos el Ministerio de Turismo, Gobierno Autónomo de la provincia de Pichincha, la Cámara de Turismo de Pichincha y Quito Turismo. Para esto se manejará la Ficha de Servicios Turísticos, elaborada por la autora de este trabajo de titulación.

### Ficha de Servicios Turísticos

Tipo de Servicio: \_\_\_\_\_

Cantón	Parroquia	Nombre	Actividad Turística	Sub-Actividad Turística	Categoría	Plazas Mesas

## Entrevista

Las entrevistas se realizarán a los organismos encargados de la promoción turística de la provincia de Pichincha, entre ellos están: altos funcionarios del Ministerio de Turismo, Gobierno Autónomo de la Provincia de Pichincha, y Quito Turismo. Esto con el objeto de conocer el trabajo de los organismos gubernamentales al potencializar el sector como un destino de eventos de romance.



### Entrevista a Funcionarios

Objetivo: Recopilar la información necesaria, mediante la entrevista realizada a autoridades de instituciones enfocadas al turismo de Pichincha, para obtener datos que ayuden a la investigación de la potencialidad de la provincia para realizar eventos de romance.

Nombre del Funcionario: \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña \_\_\_\_\_

1. ¿Actualmente la institución a la cual pertenece, se encuentra realizando algún proyecto o investigación relacionada a eventos de romance o bodas destino en la provincia de Pichincha?
2. ¿Cree usted que la provincia de Pichincha tiene potencial para realizar eventos de romance tomando como referencia los atractivos turísticos existentes?
3. Según su criterio: ¿Cuáles serían los atractivos, dentro de la provincia de Pichincha, para realizar eventos de romance?
4. ¿Cree usted que realizar eventos de romance sería una forma de atraer al turista internacional?
5. ¿Estaría el organismo de acuerdo en apoyar posteriormente la elaboración de proyectos similares dentro de la provincia?

Además se entrevistará a la empresa Mi Boda Mágica que lidera eventos de romance a nivel nacional, cuyo target es al que se encuentra enfocado esta investigación, para conocer la demanda actual que existe en el mercado, y las características que tiene el consumidor actual y potencial.



### Entrevista

Objetivo: Recopilar la información necesaria, mediante la entrevista realizada a Carolina Muzo, para obtener datos que ayuden a la investigación de la potencialidad de la provincia para realizar eventos de romance.

1. ¿Cuáles son los servicios necesarios para la ejecución de una boda destino?
2. ¿Su empresa Mi Boda Mágica, tiene actualmente demanda nacional e internacional de bodas destino?
3. ¿Cuáles son los destinos de mayor demanda?
4. ¿Cuáles son las tendencias y temáticas actuales en la ejecución de bodas destino?
5. Según su criterio ¿Cuáles son los servicios e infraestructura que posee la provincia de Pichincha como ventaja para la ejecución de eventos de romance?
6. Según su criterio ¿Cuáles son los aspectos que se debe mejorar en el sector para que sea un destino de calidad para efectuar eventos de romance en la provincia?
7. Conoce de alguna organización o asociación en el Ecuador, al que pertenezcan las empresas asociadas a la organización de eventos.
8. Según su criterio ¿Cuáles son los aspectos que pueden mejorar los prestadores de servicios turísticos para la oferta de servicios de calidad?
9. ¿Cree usted que el Ministerio de Turismo y otros organismos gubernamentales tienen un papel importante en la promoción de bodas destino?

## Encuesta

La encuesta se aplicará en dos partes, la primera a 70 empresas que presten servicios turísticos, relacionados a la organización de eventos, distribuidas equitativamente, de acuerdo al porcentaje que representan en el total de la población, distribuido de la siguiente manera:

**Tabla 3:**

### Distribución de la muestra aplicada a los prestadores de servicios turísticos

Tipo de Servicio	Número Total de empresas	Porcentaje	Encuestas a realizar por tipo de servicio
Alojamiento	98	70%	49
Alimentos y Bebidas	15	11%	8
Recreación	7	4%	2
Transporte	21	15%	11
Total de la muestra		<b>100%</b>	<b>70</b>

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

**Adaptado por:** Andrea Molina

Debido a que son establecimientos con actividades económicas diferentes se planteó tres formatos de encuestas, aplicadas para cada sector, con preguntas enfocadas a su participación en la organización de bodas destino.

La siguiente parte está enfocada a la demanda, para lo cual se aplicará una encuesta electrónica a 134 residentes o visitantes de la provincia de Pichincha de estado civil: casado, para conocer las características que tiene la demanda de evento de romance, enfocado principalmente en las bodas destino.

**Encuesta aplicada a los prestadores de servicios de transporte (Renta car)****Objetivo:**

Determinar la situación actual de la oferta de la provincia de Pichincha para realizar bodas destino, mediante el análisis de los establecimientos asociados a la organización de estos eventos.

1. ¿Con qué tipo de vehículos cuenta para prestar su servicio?

*Marque las que correspondan*

- Limusinas
- Carrosas
- Automóviles clásicos
- Automóviles modernos
- Automóviles de lujo
- Otro: \_\_\_\_\_

2. ¿Su empresa cuenta con otras sucursales?

*Seleccione una sola opción*

- Solo dentro de la ciudad
- Dentro y fuera de la ciudad
- No posee otras sucursales

3. ¿En qué sector presta sus servicios?

*Seleccione una sola opción*

- Solo dentro de la ciudad
- Dentro y fuera de la ciudad
- En todo el país

4. ¿Qué incluye el precio de sus servicios?

---

---

---

5. ¿Cuál es la forma de pago preferida por sus clientes?

*Seleccione una sola opción*

- Cheque
  - Dinero Electrónico
  - Efectivo
  - Tarjetas de Crédito
  - Tarjetas de Débito
- Cuál \_\_\_\_\_

6. ¿Ha prestado sus servicios para eventos sociales?

*Seleccione una sola opción*

- Sí
- No

**Encuesta aplicada a Prestadores de Servicios de Alimentación y Recreación (Casa de banquetes)**

**Objetivo:**

Determinar la situación actual de la oferta de la provincia de Pichincha para realizar bodas destino, mediante el análisis de los establecimientos asociados a la organización de estos eventos.

**1. Seleccione la actividad turística del establecimiento según MINTUR**

*Seleccione una sola opción*

- Comidas y Bebidas
- Recreación

**2. Seleccione la sub-actividad turística del establecimiento según MINTUR**

*Seleccione una sola opción*

- Bar
- Cafetería
- Fuente de Soda
- Restaurante
- Sala de Recepciones y Banquetes

**3. Marque la capacidad del establecimiento (número plazas-mesas)**

*Seleccione una sola opción*

- Menos de 50 pax
- 51 a 100 pax
- 101 a 150 pax
- 151 a 200 pax
- Más de 201 pax

**4. ¿En cuáles de las siguientes locaciones estaría apto para prestar el servicio?**

*Marque las que correspondan*

- Únicamente dentro del establecimiento
- Otros Salones de Recepciones o Casas de Banquetes
- Ambientes al aire libre
- Todas las anteriores

**5. ¿El establecimiento posee otras sucursales?**

*Seleccione una sola opción*

- Dentro de la ciudad
- Fuera de la ciudad
- No existen sucursales

**6. ¿En qué horario existe mayor demanda del servicio?**

7. ¿Cuáles son los meses con mayor demanda del servicio de eventos?

*Marque las que correspondan*

- Enero
- Febrero
- Marzo
- Abril
- Mayo
- Junio
- Julio
- Agosto
- Septiembre
- Octubre
- Noviembre
- Diciembre

8. ¿Con qué personal cuenta su establecimiento actualmente en el área de Alimentos y Bebidas?

*Marque las que correspondan*

- Meseros
- Jefe de Meseros
- Chef
- Cocineros
- Posilleros
- Otro: \_\_\_\_\_

9. De las siguientes opciones seleccione el personal de planta con el que cuenta su establecimiento:

*Marque las que correspondan*

- Recepcionista
- Valet Parking
- Maestro de Ceremonias
- Ninguno

10. ¿Qué tipo de personal ocasional contrata?

*Marque las que correspondan*

- Meseros
- Valet Parking
- Maestro de Ceremonias
- Ninguno
- Otro: \_\_\_\_\_

11. ¿Cuál es el precio promedio de sus servicios por persona?

*Seleccione una sola opción*

- Menor a \$5.00
- Entre \$5.00 y \$10.00
- Entre \$11.00 y \$20.00
- Entre \$21.00 y \$30.00
- Entre \$31.00 y \$40.00
- Entre \$41.00 y \$50.00
- Mayor a \$50.00
- Mayor a \$100.00

12. ¿Qué incluye el precio de sus servicios?

*Marque las que correspondan*

- Servicio de alimentos y bebidas
- Decoración
- Organizador de eventos
- Otro: \_\_\_\_\_

13. ¿En cuanto al menú ofertado cuáles son los platillos que tienen mayor demanda?

*Marque las que correspondan*

- Carnes rojas
- Carnes blancas y pescados
- Mariscos
- Pastas
- Ensaladas
- Postres
- Otro: \_\_\_\_\_

14. ¿Cuál es la forma de pago preferida por sus clientes?

*Seleccione una sola opción*

- Cheque
- Dinero Electrónico
- Efectivo
- Tarjeta de Crédito
- Tarjeta de Débito

Cuál: \_\_\_\_\_

**Gracias.**

### **Encuesta aplicada a Prestadores de Servicios de Alojamiento**

#### **Objetivo:**

Determinar la situación actual de la oferta de la provincia de Pichincha para realizar bodas destino, mediante el análisis de los establecimientos asociados a la organización de estos eventos.

1. Seleccione la actividad turística del establecimiento según MINTUR

*Seleccione una sola opción*

- Alojamiento

2. Sub-Actividad Turística del Establecimiento según MINTUR

*Seleccione una sola opción*

- Cabaña
- Hostal
- Hostería
- Hotel
- Refugio

3. ¿El establecimiento posee otras sucursales?

*Seleccione una sola opción*

- Dentro de la ciudad
- Fuera de la ciudad
- No existen sucursales

4. Capacidad del establecimiento (número plazas-camas)

*Seleccione una sola opción*

- Menos de 50 pax
- 51 a 100 pax
- 101 a 150 pax
- 151 a 200 pax
- Más de 201 pax
- Más de 500 pax

5. ¿Cuál es el precio promedio de sus servicios de alojamiento por una noche, por persona?

*Seleccione una sola opción*

- Menor a \$40.00
- Entre \$41.00 y \$50.00
- Entre \$51.00 y \$60.00
- Entre \$61.00 y \$70.00
- Entre \$71.00 y \$80.00
- Mayor a \$80.00
- Mayor a \$200.00

6. ¿Cuáles son los meses con mayor demanda del servicio?

*Marque las que correspondan*

- Enero
- Febrero
- Marzo
- Abril
- Mayo
- Junio
- Julio
- Agosto
- Septiembre
- Octubre
- Noviembre
- Diciembre

7. ¿Qué incluye el precio de sus servicios de alojamiento?

*Marque las que correspondan*

- Alojamiento
- Desayuno
- Desayuno Buffet
- Lunch o Almuerzo
- Cena
- Piscina
- Entrada a áreas húmedas del hotel
- Servicio de SPA
- Transporte
- Otro: \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es la forma de pago preferida por sus clientes?

*Seleccione una sola opción*

- Cheque
- Dinero Electrónico
- Efectivo
- Tarjeta de Crédito
- Tarjeta de Débito

Cuál: \_\_\_\_\_

9. ¿Cuántos salones de eventos posee el establecimiento?

*Seleccione una sola opción*

- No posee salones de eventos
- Entre 1 y 3
- Entre 4 y 6
- Entre 7 y 9

10. ¿Cuál es la capacidad máxima que poseen para realizar eventos en un salón?

*Seleccione una sola opción*

- Menos de 100 pax
- Entre 100 y 200 pax
- Entre 200 y 300 pax
- Entre 300 y 400 pax
- Entre 500 y 1000 pax
- Mayor a 1000 pax

11. ¿En cuáles de las siguientes locaciones estaría apto para prestar el servicio?

*Marque las que correspondan*

- Únicamente dentro del establecimiento
- Salones de Recepciones o Casas de Banquetes
- Ambientes al aire libre
- Todas las anteriores

12. ¿Con qué personal cuenta su establecimiento actualmente en el área de Alimentos y Bebidas?

*Marque las que correspondan*

- Meseros
- Jefe de Meseros
- Chef
- Cocineros
- Posilleros
- Otro: \_\_\_\_\_

13. De las siguientes opciones seleccione el personal de planta con el que cuenta su establecimiento:

*Marque las que correspondan*

- Recepcionista
- Valet Parking
- Maestro de Ceremonias
- Ninguno

14. ¿Qué tipo de personal ocasional contrata para realizar eventos?

*Marque las que correspondan*

- Meseros
- Valet Parking
- Maestro de Ceremonias
- Ninguno

15. ¿Cuáles son los meses con mayor demanda del servicio de eventos?

*Marque las que correspondan*

- Enero
- Febrero
- Marzo
- Abril
- Mayo
- Junio
- Julio
- Agosto
- Septiembre
- Octubre
- Noviembre
- Diciembre

16. ¿En qué horario existe mayor demanda del servicio de eventos?

*Seleccione una sola opción*

- Mañana
- Tarde
- Noche

17. ¿Cuál es el precio promedio de sus servicios de eventos por persona?

*Seleccione una sola opción*

- Menor a \$5.00
- Entre \$5.00 y \$10.00
- Entre \$11.00 y \$20.00
- Entre \$21.00 y \$30.00
- Entre \$31.00 y \$40.00
- Entre \$41.00 y \$50.00
- Mayor a \$50.00
- Mayor a \$100.00

18. ¿Qué incluye el precio de sus servicios de eventos?

*Marque las que correspondan*

- Servicio de alimentos y bebidas
- Decoración
- Organizador de eventos
- Otro: \_\_\_\_\_

19. ¿En cuánto al menú ofertado cuáles son los platillos que tienen mayor demanda?

*Marque las que correspondan*

- Carnes rojas
- Carnes blancas y pescados
- Mariscos
- Pastas
- Ensaladas
- Postres
- Otro: \_\_\_\_\_

**Gracias.**

### **Encuesta dirigida a turistas y residentes de la provincia de Pichincha**

#### **Objetivo:**

Determinar las características y preferencias, del consumidor del servicio de bodas destino, con el fin de determinar el potencial de la provincia de Pichincha para realizar bodas destino.

1. Seleccione su Género

- Mujer
- Hombre

2. ¿Cuál es su estado civil?

- Soltero
- Casado
- Divorciado

3. ¿Cuándo usted se casó organizó un evento para celebrar...?

*Seleccione una sola opción:*

- Boda civil
- Boda religiosa
- En las dos ocasiones
- No realizó recepción

4. ¿En qué locación celebró el evento?

*Seleccione una sola opción:*

- Salón de Recepciones dentro de la ciudad
- Salón de Recepciones fuera de la ciudad
- Salón de un Hotel
- Hacienda o Quinta
- En su domicilio, o el de un amigo/familiar

5. Enumere de 1 a 6 según corresponda ¿Cuáles fueron sus criterios para seleccionar el lugar de celebración de su evento?

*Tomando en cuenta que 1 es el criterio más importante y 6 el menos importante.*

- \_\_\_ Cercanía al domicilio
- \_\_\_ Cercanía al lugar de la celebración de la boda religiosa
- \_\_\_ Ambiente agradable
- \_\_\_ Costo del evento
- \_\_\_ Facilidades de pago
- \_\_\_ Oferta de un servicio nuevo o diferente

6. Para la organización de su evento contó con ayuda de:

*Marque todas las opciones que correspondan*

- Organizador/a de eventos
- Wedding planner
- Amigos y familiares
- Ninguna

7. Según su criterio seleccione ¿Cuál de los siguientes aspectos es el que prioriza en un evento?

*Seleccione una sola opción*

- Pronta atención a los requerimiento de la planificación del evento
- Tener diversidad de servicios (entretenimiento, garaje, temáticas, etc.)
- Costo del evento

8. ¿Qué forma de pago le parece más conveniente utilizar al contratar un evento?

*Seleccione una sola opción*

- Cheque
- Dinero Electrónico
- Efectivo
- Tarjeta de Crédito
- Tarjeta de Débito

### **Boda Destino**

Una boda destino es en esencia, una boda o matrimonio celebrado fuera del lugar de residencia habitual de los novios, además se puede incluir la luna de miel, como parte del evento durante su planificación. Este evento le da a la pareja la oportunidad de desplazarse a un lugar que sea de su preferencia, ya sea por el atractivo natural o cultural.

9. Según la definición anterior: ¿le hubiese gustado realizar una boda destino?

*Seleccione una sola opción*

- Sí
- No
- Tal vez

10. ¿Cuál cree usted que sería el horario ideal para realizar una boda destino?

*Seleccione una sola opción*

- En la mañana
- En la tarde
- En la noche

11. Según su criterio, ordene del 1 al 5: ¿Cuál de las siguientes locaciones naturales cree usted que es atractiva para realizar una boda destino?

*Siendo 1 el que le parezca más interesante y 5 el menos interesante*

- Lagunas
- Cascadas
- Faldas de un volcán o montaña
- Termas / Balnearios
- Bosques

12. Según su criterio, ordene del 1 al 5: ¿Cuál de las siguientes locaciones culturales cree usted que es atractiva para realizar una boda destino?

*Siendo 1 el que le parezca más interesante y 5 el menos interesante*

- Museos
- Plazas
- Teatros
- Parques
- Haciendas

13. ¿Cuáles de los siguientes servicios consideraría al celebrar una boda destino?

*Marque todas las opciones que correspondan*

- Alojamiento
- Alimentación (catering o servicio de banquetes)
- Transporte (carruaje, limusinas, otros)
- Decoración
- Fotografía y video
- Show en vivo de danza, música o teatro
- Maquillaje y peinado
- Servicio de SPA
- Wedding Planner
- Música e iluminación
- Tour por atractivos del sector

**Gracias.**

## **CAPITULO III**

### **RESULTADOS**

#### **3.1 Eventos de romance**

Un evento de romance es el que está motivado por necesidad de las personas, sean estas: pareja o grupos de amigos, para celebrar un acontecimiento social y que generalmente se asocia con el turismo de romance que consiste en realizar un viaje fuera de su lugar habitual de residencia, para llevar a cabo el evento, entre ellos se considera:

- Bodas destino
- Lunas de Miel
- Aniversarios
- Renovación de votos
- Despedidas de soltero
- Speed dating tours (viajes para conocer pareja)
- Baby moon (para celebrar el nacimiento de un bebé),
- Family moon (viajes de parejas que tienen hijos)

Como se puede observar existe una amplia variedad dentro de los eventos de romance, que se pueden considerar como oferta potencial, por lo tanto esta investigación está enfocada principalmente a bodas destino, ya que son los eventos que tienen mayor acogida.

#### **3.2 Bodas destino**

Una boda destino es en esencia, una boda o matrimonio celebrado fuera del lugar de residencia habitual de los novios, además se puede incluir la luna de miel, como parte del evento durante su planificación. Este tipo de eventos le da al consumidor la oportunidad de desplazarse a un lugar que sea de su preferencia, ya sea por el atractivo cultural, natural o paisajístico. Por lo general una boda destino es más privada que una boda tradicional, es decir se la realiza con los amigos y familiares más cercanos a los

novios y además incluye diversas actividades de recreación y turísticas como parte de la celebración, ya que usualmente son viajes que duran más de un día.

Además es importante mencionar que según (Pérez, 2016): “Se presenta como una nueva forma de turismo emergente, importantísimo para destinos que no tienen otros productos consolidados y que son considerados como “destinos pequeños”.

### **3.2.1 Servicios para la ejecución de una boda destino**

La organización de eventos requiere de diversos servicios para su planificación, y la ejecución de una boda destino no es la excepción, para poder organizar un evento de este tipo es necesario conocer los servicios en los que se incurre para la celebración de un matrimonio. Según una entrevista realizada a (Muzo, 2017), Master en organización de bodas y eventos, se puede determinar que los servicios necesarios para la organización y ejecución de una boda destino son:

1. Alojamiento, ya que son eventos de una duración mayor a un día.
2. Alimentación tanto para el día del evento como para la estadía de los invitados
4. Transporte
5. Locaciones diferentes entre ellos: museos, parques, sitios patrimoniales.
6. Actividades de turismo o recreacionales.
7. La ceremonia y boda como tal, en la que es necesario contar con: decoración, maquillistas, fotógrafos, arreglos florales, el lugar y quien oficia la ceremonia, sea civil o de otro tipo.

### **3.2.2 Certificaciones internacionales y nacionales**

A nivel internacional existen tres certificaciones reconocidas en Estados Unidos, que se manejan en el sector de eventos, principalmente para la organización de bodas; estas tienen el objetivo de dar capacitación al personal involucrado directamente en la

organización de una boda, entre ellos están: especialistas en bodas, wedding planners, especialista en ceremonial, entre otros. Las certificaciones que nacen en los Estados Unidos y que son reconocidas internacionalmente son:

- Wedding Beautiful Worldwide una división de National Bridal Service
- Lovely
- ABC

Según (Enríquez Pacheco, 2017), la representante de Wedding Beautiful Worldwide, en Ecuador, menciona que los turistas internacionales que se interesan en bodas destino, buscan personal capacitado y certificado en eventos, por lo tanto es importante que se tome en cuenta que para potencializar un destino, se necesita de personas capacitadas en el sector. Actualmente en la provincia existen empresas como Mi Boda Mágica y FOPE (Escuela de Formación de Eventos), que se encuentran trabajando con empresas internacionales para otorgar estas certificaciones en el país.

Mientras que en el ámbito nacional, la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación Profesional (SETEC), y el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), se encuentran trabajando en la certificación bajo competencias laborales. Específicamente en el área de alimentación gastronomía y turismo existen diferentes especialidades y cursos a los que han accedido los ecuatorianos para obtener un certificado que valide sus conocimientos, esto está enfocado principalmente a las personas que laboran en el sector por varios años, y han adquirido la experiencia laboral necesaria, pero por factores diversos no cuentan con un título profesional.

Estas entidades públicas se encuentran trabajando desde el año 2005, y han otorgado certificaciones para diferentes industrias en el país. Al centrar la investigación en la provincia de Pichincha y en el sector de eventos, dentro del portal web de la (Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación Profesional, 2014) se pudo encontrar los siguientes cursos:

- Preparación de meseros (del personal de servicio) para los eventos de fin de año
- Administración profesional de congresos, convenciones y eventos
- Organización de banquetes y eventos
- Organización de banquetes y bufetes
- La etiqueta en el servicio de la mesa

### 3.3 Bodas destino y la provincia de Pichincha

#### Demografía

La Provincia de Pichincha está ubicada en la región sierra del Ecuador, cuenta con una extensión aproximada de 13.350 km<sup>2</sup>, posee una diversidad de atractivos naturales y culturales, entre los cuales el principal atractivo es el Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Está administrada por el Gobierno Autónomo de la Provincia de Pichincha, cuya sede es la ciudad de Quito y cuenta con ocho cantones, para su distribución económica, social y administrativa como se puede apreciar en la siguiente figura:



**Figura 1: Distribución cantonal de la provincia de Pichincha**

A su vez cada cantón cuenta con diferentes parroquias y cada una se encuentra administrada por Juntas parroquiales, dentro de la provincia existen 72 parroquias y según el censo de 2010, la población aproximada de la provincia es de 2.576.287 personas, lo que corresponde al 17,79% del total de la población nacional. Ubicando de esta forma a la provincia de Pichincha, como la segunda con mayor población después de Guayas.

### **Turismo de romance en la provincia de Pichincha**

Actualmente el Ministerio de Turismo se encuentra realizando una campaña nacional, relacionada al turismo de romance en diferentes puntos del país, entre los que está incluida la provincia de Pichincha, la campaña se llama: *Ecuador Destino de Amor* y mediante esta se busca incentivar a las personas a realizar turismo de romance y eventos dentro del Ecuador.

Según Karla Cedeño, representante del Ministerio de Turismo, actualmente este organismo gubernamental no está enfocado únicamente en la promoción u organización de bodas destino, , el proyecto y campaña que se ha ejecutando aproximadamente por un mes esta direccionado al turismo de romance en general, y para esto el Ministerio está trabajando conjuntamente con establecimientos hoteleros, operadores turísticos y organizadores de eventos, con el objetivo de crear destinos que sean atractivos al turista nacional. Para seleccionar los establecimientos que van a participar se consideran a aquellas empresas que sean certificados por el Ministerio por la calidad de los servicios. (Cedeño, 2017)

Esta campaña se lleva a cabo principalmente mediante canales digitales, y se informa a los interesados mediante las redes sociales de Viaja Primero Ecuador, que es la principal página para promocionar la campaña nacional del turismo.

Otro de los proyectos que tiene el Ministerio de Turismo, es crear una página que permita a los usuarios tanto nacionales como extranjeros, interactuar con operadoras de viajes; certificadas por el ministerio, y escoger dentro de las opciones de turismo de romance, los paquetes de bodas destino ofertadas en las diferentes regiones del país. En

la provincia de Pichincha específicamente, el objetivo es promocionar a la parroquia de Cayambe y al Centro Histórico de Quito, para realizar este tipo de eventos.

En aspectos generales el Ministerio de Turismo, reconoce que la provincia de Pichincha posee grandes ventajas que facilitarían el desarrollo de bodas destino, entre las que se encuentran, la diversidad de atractivos naturales y culturales, además de empresas capacitadas para prestar el servicio de eventos con excelente calidad.

Como resultado de la encuesta aplicada en el Ministerio de Turismo, se obtiene una visión general favorable de la potencialidad de la provincia para realizar eventos de romance, y con los proyectos de este organismo gubernamental se podrá tener posteriormente un apoyo a las empresas que organicen bodas destino.

### **Situación actual de las bodas destino**

La provincia posee una relevante variedad de servicios y lugares turísticos que le permitirían en perspectiva ser un destino para bodas, tanto para los ecuatorianos como para los turistas internacionales, sin embargo al hablar de este tema con la directora de una escuela de formación especializada en eventos, (Enríquez Pacheco, 2017) se puede conocer la perspectiva que posee una profesional al momento de desarrollar una boda destino en el Ecuador, y especialmente en la provincia de Pichincha.

Para esto la Ing. Enríquez recalca la importancia que tiene una boda, sobre otros eventos sociales, ya que su éxito depende de un porcentaje de error de 0%, es un evento complejo, que al ser un día importante y difícil de repetir para una pareja, se convierte además en un compromiso: el hacer que cada detalle del evento se lleve a cabo con total precisión; además cada boda, sea destino o no es diferente a otra, por las exigencias y preferencias que tiene cada cliente.

“Una boda destino, requiere de cierto nivel en el servicio, esto es uno de los principales problemas que tiene actualmente el país ya que no cuenta con variedad de marcas reconocidas a nivel mundial, una boda destino para un consumidor de nivel económico alto actualmente busca que la mayoría de sus servicios se consuman en el exterior, como son vestidos, joyería, e incluso wedding planner. Esto no quiere decir que

no se cuente con proveedores locales de alta calidad, sin embargo, estos no son reconocidos o promocionan sus productos de la mejor manera”. (Enríquez Pacheco, 2017)

Sin embargo entre los principales problemas que se encuentran para ofertar bodas destino en la provincia según la investigación y entrevista realizada a (Muzo, 2017) están los siguientes aspectos:

- Seguridad en el atractivo a realizar el evento y sus alrededores
- Prestadores de servicios capacitados y certificados para realizar un evento
- Manejar contratos adecuados, que le den garantía al cliente y seguridad, no únicamente hacerlo de palabra
- Publicidad relacionada directamente a la realización de bodas destino a nivel de país, para atraer al turista extranjero.

En las entrevistas realizadas se encontró un factor en común que es importante mencionar, referente a la oferta del país como un destino para bodas, ya que este no es un trabajo únicamente de una persona o una empresa, para poder potencializar en la provincia o el país una industria de bodas destino, según lo que se expone en el portal (Conocimientosweb.net, 2013) se necesita de la participación de los siguientes actores:

- El estado
- La empresa privada
- La demanda

Con estos actores trabajando en conjunto se hace posible potencializar un servicio o producto turístico, es un trabajo en equipo que garantizaría de esta forma poder abarcar toda la demanda y dar un servicio de calidad, que tenga como aval una marca país y no únicamente una empresa; y de esta forma se evitaría la mala publicidad que se genera de boca a boca por un mal servicio en la provincia.

### **3.3.1 Estudio de la oferta**

La oferta según (Rodríguez, 2009, pág. 94): “Está constituida por todas las cantidades que los productores de determinado bien o servicio están dispuestos a ofrecer

a cada nivel de precio”. Esto quiere decir que la oferta es la cantidad de bienes o servicios, que en este caso constituyen la organización de una boda destino, sea ofertada por una persona natural o jurídica y que se encuentra en el mercado por un precio establecido. Además se toma el concepto de oferta turística que según (Kotler, Bowen, García de Madariaga, & Flores Zamora, 2011, pág. 16) tiene los siguientes componentes:

- Destinos turísticos a visitar
- Alojamiento
- Alimentación
- Otros servicios o servicios complementarios

La oferta de la provincia de Pichincha se encuentra dada por dos componentes importantes: los atractivos turísticos que podrán convertirse en destinos para la ejecución de eventos de romance y los prestadores de servicios que se encuentran ligados a la ejecución de eventos de romance.

### **3.3.1.1 Atractivos turísticos**

La provincia de Pichincha posee una diversidad de atractivos turísticos que se encuentran clasificados por el Ministerio de Turismo en dos: Manifestaciones Culturales y Sitios Naturales. Este aspecto es importante para el desarrollo de una boda destino, ya que al conocer todos los atractivos que posee la provincia, se puede brindar al turista diversas alternativas, tanto para el evento, como para hacer turismo dentro del destino que ellos elijan.

Para el análisis de los atractivos de la provincia, se ha realizado la recopilación de información necesaria, mediante fichas de observación de cada cantón, como se puede visualizar en el Anexo 2. Con estos datos se realizó posteriormente los siguientes cuadros resumen por cada provincia en la que se puede visualizar el potencial de cada cantón y parroquia, por sus atractivos turísticos.

El primer cantón es Cayambe, como se puede observar existe mayor concentración de manifestaciones culturales; en las que priman las haciendas y arquitectura civil de las parroquias de Ayora y Cayambe.

**Tabla 4:**

**Atractivos turísticos del cantón Cayambe**

<b>Parroquia</b>	<b>Manifestaciones Culturales</b>	<b>Sitios Naturales</b>
<b>Ascázubi</b>	Arquitectura Religiosa	1
	Miradores	1
<b>Ayora</b>	Haciendas	5
	Senderos	1
<b>Cangahua</b>	Arquitectura Civil	1
	Arquitectura Militar	1
	Haciendas	1
	Miradores	1
	Senderos	3
	Monumentos	1
	Museos	1
<b>Juan Montalvo</b>	Arquitectura Civil	1
<b>Olmedo</b>	Arquitectura Religiosa	1
	Haciendas	4
	Zonas Arqueológicas	1
	Artesanías	1
	Grupos étnicos	2
	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1
	Senderos	2
<b>Santa Rosa de Cusubamba</b>	Arquitectura Civil	1
	Arquitectura Militar	1
	Zonas Arqueológicas	1
<b>Cayambe</b>	Arquitectura Civil	8
	Arquitectura Religiosa	2
	Arquitectura Militar	1
	Haciendas	1
	Artesanías	1
	Ferias y Mercados	1

Continua 

	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1
	Museos	3
	Fiestas populares	1
	Gastronomía	1
<b>Otón</b>	Arquitectura Religiosa	2
	Mirador	1

El siguiente cantón es Mejía, dentro de este cantón existe una gran diversidad de sitios naturales y manifestaciones culturales, especialmente en la parroquia Machachi, en las que prima la realización de fiestas populares y los atractivos naturales, es importante mencionar además que los atractivos de este cantón tienen una adecuada accesibilidad a cada una de ellos, según la ficha de observación del Anexo 2.

**Tabla 5:**

**Atractivos turísticos del cantón Mejía**

<b>Parroquia</b>	<b>Manifestaciones Culturales</b>	<b>Sitios Naturales</b>	
<b>Aloag</b>	Esculturas	1	
		Bosques	2
		Colinas	1
<b>Aloasí</b>	Arquitectura Civil	1	
	Arquitectura Religiosa	1	
<b>Cutuglahua</b>		Montañas	1
<b>El Chaupi</b>	Arquitectura Militar	1	
	Grupos Étnicos	1	
		Reservas Ecológicas	1
<b>Machachi</b>	Arquitectura Religiosa	2	
	Arquitectura Militar	1	
	Artesanías	1	
	Ferias y Mercados	2	
	Grupos Étnicos	1	
	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1	
	Gastronomía	1	
	Fiestas populares	3	
	Ferias y Mercados	1	
		Cascadas	1
		Aguas Minerales	1
		Lagunas	2
		Bosques	1
		Aguas Termales	1
		Valles	1
		Volcanes	2
		Ríos (Rápidos)	1

Continua →

<b>Manuel Cornejo Astorga</b>	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1		
	Escultura	1		
<b>Tambillo</b>	Arquitectura Civil	2	Refugio Biosilvestre	1
<b>Uyumbicho</b>	Arquitectura Religiosa	1	Volcanes	1
	Miradores	1	Refugio Biosilvestre	1
	Fiestas populares	1		

Pedro Moncayo: dentro de este cantón existen mayor número de manifestaciones culturales, en las que se destaca la arquitectura religiosa, en cada una de sus parroquias; como se puede observar en la tabla a continuación:

**Tabla 6:**

**Atractivos turísticos del cantón Pedro Moncayo**

<b>Parroquia</b>	<b>Manifestaciones Culturales</b>	<b>Sitios Naturales</b>
<b>La Esperanza</b>	Arquitectura Religiosa	Bosques
	1	1
<b>Malchingui</b>	Arquitectura Religiosa	Bosques
	1	1
	Zonas Arqueológicas	Valles
	1	1
<b>Tupigachi</b>	Arquitectura Religiosa	
	2	
<b>Tabacundo</b>	Arquitectura Religiosa	Lagunas
	1	1
	Música y danza	
	1	
<b>Tocachi</b>	Arquitectura Religiosa	
	1	
	Zonas Arqueológicas	
	1	
	Galería	
	1	

Pedro Vicente Maldonado, es un cantón con una amplia riqueza natural, en este lugar se encuentra una diversidad de cascadas y ríos, además el clima de este sector es cálido-húmedo, lo que lo hace atractivo para el turista. Según se visualiza en la ficha de observación de este cantón todos sus atractivos tienen una conservación adecuada.

**Tabla 7:**

**Atractivos turísticos del cantón Pedro Vicente Maldonado**

<b>Parroquia</b>	<b>Manifestaciones Culturales</b>	<b>Sitios Naturales</b>
<b>Pedro Vicente Maldonado</b>		Ríos 4
		Ríos (Rápidos) 6
		Cascadas 9
		Arroyos 3
		Reservas Ecológicas 1

El cantón Puerto Quito, es uno de los lugares dentro de la provincia en la que se encuentran menos atractivos turísticos, sin embargo tiene una concentración de bellas cascadas y esteros, que hacen de este lugar, un sitio atractivo para el turismo. Esto se puede visualizar en la tabla a continuación:

**Tabla 8:**

**Atractivos turísticos del cantón Puerto Quito**

<b>Parroquia</b>	<b>Manifestaciones Culturales</b>	<b>Sitios Naturales</b>
<b>Puerto Quito</b>	Zona Arqueológica 1	Bosques 1
	Miradores 1	Cascadas 4
	Monumentos 1	Esteros 9
		Ríos (Rápidos) 1

En cuanto al cantón Rumiñahui, es el que tiene menos extensión de territorio, sin embargo, tiene una gran concentración de cascadas en las diferentes parroquias, además la parroquia de Sangolquí cuenta con variedad de arquitectura religiosa y civil; lo que se observa en la tabla a continuación:

**Tabla 9:**

**Atractivos turísticos del cantón Rumiñahui**

<b>Parroquia</b>	<b>Manifestaciones Culturales</b>		<b>Sitios Naturales</b>	
<b>Cotogchoa</b>			Cascadas	1
<b>Sangolquí</b>	Arquitectura Civil	5	Cascadas	3
	Arquitectura Religiosa	3		
	Ferias y Mercados	2		
	Música y danza	1		
	Parque ecológico	1		
	Monumentos	2		
	Eventos deportivos	1		
	Rodeos	1		
	Gastronomía	2		
<b>Rumipamba</b>	Arquitectura Civil	1	Cascadas	3
	Obra técnica	1	Bosque Protector	2
	Centro de Interpretación	1		

San Miguel de los Bancos es un sector muy rico en cuanto a sitios naturales, este cantón cuenta con una gran variedad de ríos, bosques y reservas naturales, además debido a su ubicación en clima en este sector es cálido húmedo, es uno de los ecosistemas que da variedad a la provincia. Por lo tanto el turismo de naturaleza es una de sus principales ventajas al atraer al turista nacional y extranjero.

**Tabla 10:****Atractivos turísticos del cantón San Miguel de los Bancos**

<b>Parroquia</b>	<b>Manifestaciones Culturales</b>		<b>Sitios Naturales</b>	
<b>San Miguel de los Bancos</b>	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1	Ríos	12
	Senderos	1	Jardín botánico	2
	Orquideario	1	Reserva privada	5
			Cascadas	2
			Refugio Biosilvestre	1
<b>Mindo</b>	Viveros	1	Cascadas	1
	Mariposarios	2	Ríos (Rápidos)	3
	Canopy y tarabitas	2	Reserva Ecológica	1
	Ecorutas	2	Reserva privada	6
	Eventos deportivos	1	Bosque protector	1
	Eventos científicos	1	Refugio Biosilvestre	1

Finalmente se encuentra el cantón Quito, este sector posee una diversidad tanto de atractivos naturales y culturales en cada una de sus parroquias, es uno de los más extensos por su territorio y además posee como cabecera cantonal al Distrito Metropolitano de Quito, en el que se concentra una gran parte del turismo del Ecuador, al ser la capital y poseer uno de los Centros Históricos mejor conservados de América Latina; además esta ciudad ha ganado varios reconocimientos a nivel internacional. Como se puede observar a continuación en cada una de las parroquias de este cantón se encuentran lugares en los que es posible realizar varias actividades turísticas, de ámbito cultural, religioso, natural, de aventura y más.

**Tabla 11:****Atractivos turísticos del cantón Quito**

<b>Parroquia</b>	<b>Manifestaciones Culturales</b>		<b>Sitios Naturales</b>	
<b>Alangasí</b>	Arquitectura Civil	2	Aguas Termales	1
	Arquitectura Religiosa	2	Aguas Minerales	1
	Artesanías	1		
	Complejo natación	1		
	Miradores	1		
<b>Amaguaña</b>	Arquitectura Civil	1	Arroyos	1
	Arquitectura Religiosa	1	Manantiales	1
	Fiestas populares	1		
<b>Atahualpa</b>	Arquitectura Religiosa	1	Bosques	1
	Manifestaciones, tradiciones y creencias populares	1	Aguas Termales	1
	Cementerios	1		
	Fiestas populares	1		
<b>Calacalí</b>	Arquitectura Civil	2	Volcanes	1
	Manifestaciones, tradiciones y creencias populares	1	Aguas Termales	1
	Grupos étnicos	1	Reserva Geobotánica	1
	Haciendas	3		
	Museos	2		
	Fiesta popular	1		
<b>Calderón</b>	Arquitectura Civil	2		
	Arquitectura Religiosa	7		
	Artesanías	2		
	Fiesta popular	1		
<b>Chavezpamba</b>	Arquitectura Religiosa	1		
	Miradores	1		

Continúa 

<b>Checa</b>	Arquitectura Religiosa	1	Volcanes	1
	Arquitectura Civil	1		
	Ferrocarril	1		
	Fiestas populares	1		
<b>Conocoto</b>	Arquitectura Civil	1		
	Arquitectura Religiosa	1		
	Centros Científicos	1		
<b>Cumbaya</b>	Senderos	1		
	Fiestas populares	1		
<b>El Quinche</b>	Ferrocarril	1	Cordilleras	1
	Arquitectura Religiosa	1		
	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1		
<b>Gualea</b>	Haciendas	1	Cascadas	4
			Cuevas	1
<b>Guangopolo</b>	Arquitectura Religiosa	1	Aguas Minerales	1
	Artesanías	1		
	Zoológicos y Acuarios	1		
	Gastronomía	1		
<b>La Merced</b>	Arquitectura Religiosa	2	Aguas Termales	4
<b>Lloa</b>	Arquitectura Religiosa	2	Volcanes	1
	Miradores	1	Ríos (Rápidos)	1
	Museos	1	Bosques	1
<b>Nanegal</b>	Arquitectura Civil	1	Cascadas	2
	Zonas Arqueológica	1	Reserva Ecológica	1
	Arquitectura Militar		Cavernas	1
	Grupos étnicos	1		
	Senderos	1		
	Fiestas populares	1		
<b>Nanegalito</b>	Zona Arqueológica	1	Bosques	1

Continúa 

	Ferias y Mercados	1		
	Artesanías	1		
<b>Nono</b>	Arquitectura Religiosa	2	Cascadas	2
	Ecorutas	1	Reserva Ecológica	3
	Orquideario	1	Reserva privada	1
	Senderos	2	Bosques	1
			Aguas Minerales	1
<b>Pacto</b>	Arquitectura Religiosa	1	Volcanes	1
	Zona Arqueológica	2	Cascadas	11
	Lugar de observación	1		
	Gastronomía	1		
<b>Perucho</b>	Arquitectura Religiosa	1		
	Fiestas populares	1		
<b>Pifo</b>	Zona Arqueológica	2	Lagunas	2
	Fiestas populares	1	Bosques	1
			Aguas Termales	1
<b>Pintag</b>	Arquitectura Religiosa	1	Volcanes	2
	Artesanías	2	Montañas	1
	Rodeos	2	Lagunas	5
			Manantiales	1
			Bosques	2
			Flujos de lava	1
<b>Pomasqui</b>	Arquitectura Civil	4		
	Arquitectura Religiosa	5		
	Haciendas Coloniales	1		
	Zona histórica	1		
	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	3		
	Museos	1		
<b>Puéllaro</b>	Arquitectura Religiosa	2		

Continua 

	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1		
	Fiestas populares	1		
<b>Puembo</b>	Arquitectura Civil	1	Cascadas	1
	Arquitectura Religiosa	1		
	Viveros	1		
	Miradores	1		
	Fiestas populares	1		
<b>Quito</b>	Arquitectura Civil	25	Volcanes	1
	Cementerios	1		
	Museos	20		
	Teatros	1		
	Arquitectura Religiosa	26		
	Centros Científicos	3		
	Zona Histórica	6		
	Zona Arqueológica	1		
	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1		
	Miradores	3		
	Monumentos	5		
<b>San Antonio</b>	Arquitectura Civil	3	Colinas	2
	Arquitectura Religiosa	2	Aguas Minerales	1
	Haciendas coloniales	1		
	Zona Arqueológica	2		
	Museos	5		
	Monumentos	1		
<b>San José de Minas</b>	Zona Arqueológica	1		
	Fiestas populares	1		
<b>Tababela</b>	Arquitectura Religiosa	1	Bosques	1

Continua 

	Fiestas populares	1		
<b>Tumbaco</b>	Senderos	1	Volcanes	1
	Fiestas populares	1	Aguas Minerales	1
<b>Yaruquí</b>	Arquitectura Religiosa	2	Cordillera	1
	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1		

Posterior a conocer los atractivos naturales y manifestaciones culturales que posee la provincia de Pichincha, se busca información de los prestadores de servicios para eventos, que se puede ofertar para la realización de bodas destino.

### 3.3.1.2 Prestadores de servicios para bodas destino

La ejecución de un evento requiere de diversos servicios, cada uno de estos es diferente en una boda destino u otra, para tener una idea clara de esto (FOPE SCHOOL EVENTS, 2017), Escuela de formación para eventos en Quito, maneja una serie de ítems que han compartido con la autora de este trabajo de investigación y en base a los cuales se puede desarrollar un evento. Se tomará como referencia para el desarrollo de esta parte de la investigación el listado con sus ítems.

#### Ceremonia y Música

Este ítem corresponde a los servicios que requiere para la celebración de la boda religiosa. Entre estos se considera:

- Tramites con la curia

Los trámites con la curia según la entrevista realizada en la Arquidiócesis de Quito, los debe realizar cada pareja; en el caso de que sean ecuatorianos, se solicita el certificado de matrimonio civil que otorga el Registro Civil, la Fe de bautizo y

certificado de confirmación de ambas personas y posteriormente deben realizar un curso pre-matrimonial. Además, se necesita de 4 testigos que certifiquen que los novios no se han casado anteriormente en la iglesia católica.

En el caso de que los novios no sean residentes ecuatorianos, la pareja debe sacar en la curia de su país de origen los papeles antes mencionados, y esta extiende una licencia de matrimonio que será posteriormente comprobada por la Arquidiócesis de Quito, para autorizar el casamiento en la provincia de Pichincha.

- Costo del lugar de la ceremonia  
El costo de la ceremonia eclesiástica es denominada contribución u ofrenda, ya que no existe un valor fijado por la Arquidiócesis o por la Iglesia Católica; esto depende del lugar en el que se encuentre la Vicaria, en el que se quiere realizar el evento, y además de las posibilidades económicas de la pareja.  
Sin embargo se puede tener un precio referencial de entre \$60 y \$500, el precio va aumentando al encontrarse la iglesia en lugares turísticos como el Centro Histórico de Quito.
- Música (organista, solista, grupo musical)

## **Papelería**

La elaboración de un evento requiere de papelería principalmente en el proceso de la planificación, los ítems que se encuentran a continuación son sugerencias que quedan a consideración de cada consumidor, ya que actualmente se han reemplazado algunos de ellos por el uso de tecnologías o medios electrónicos.

- Sobres e invitaciones
- Tarjetas de confirmación
- Tarjetas de recepción

- Tarjetas de ceremonia
- Tarjetas de asignación de banca
- Tarjetas de asignación de mesa
- Mapas y tarjetas de opción en caso de lluvia
- Programas de ceremonia
- Comunicados
- Tarjetas de agradecimiento
- Papelería y sobres
- Estampillas
- Caligrafía
- Servilletas y cerillos
- Recuerdos de boda

La provincia de Pichincha cuenta con una diversidad de empresas que prestan el servicio de impresión, en el cual se puede abarcar todos los puntos correspondientes a la papelería del evento, según los datos proporcionados del (Servicio de Rentas Internas - SRI, 2017); existen 1129 empresas, y con sus correspondientes sucursales son 1553, que tienen activo su RUC y están distribuidas en los diferentes cantones de la provincia como se muestra en la tabla a continuación:

**Tabla 12:**  
**Servicio de papelería para eventos en Pichincha**

<b>Actividad Económica según SRI</b>	<b>Cantón</b>	<b>Número de empresas</b>
Actividades de impresión de pósteres,	Cayambe	2
gigantografías, catálogos de publicidad,	Rumiñahui	44
prospectos y otros impresos publicitarios,	Mejía	8
calendarios, formularios comerciales, directorios	Pedro Moncayo	1

Continúa 

y otros materiales impresos de uso comercial, papel de correspondencia álbumes, agendas personales, diarios, tarjetas de invitación, de visita, de presentación y otros materiales impresos mediante impresión por offset, foto grabación, impresión flexo gráfica e impresión en otros tipos de prensa, maquinas autocopistas, impresoras estampadoras, etcétera, incluida la impresión rápida.	Distrito Metropolitano de Quito	1072
	Pedro Vicente Maldonado	-
	Puerto Quito	-
	San Miguel de los Bancos	2

**Fuente:** (Servicio de Rentas Internas - SRI, 2017)

**Adaptado por:** Andrea Molina

En el cuadro anterior se puede observar que las empresas que pueden brindar el servicio de papelería en la provincia se encuentran concentradas en su mayoría en el cantón Quito, mientras que los cantones: Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito no poseen este servicio.

Para la organización de una boda destino, en el cual los consumidores son extranjeros, se están utilizando otros medios como la creación de una página web, que les dé acceso a todos a conocer los detalles del evento. Además existe la posibilidad de que la pareja contrate estos servicios (especialmente el de las invitaciones), en el país de origen, para facilitar la entrega y distribución previa al evento.

## Flores

En este ítem se toma en cuenta toda la decoración floral de los lugares en los que se va a realizar la boda destino, tanto la ceremonia religiosa como la civil, de ser el caso y la locación del evento, cada uno de los ítems que se encuentran en esta parte son a consideración de los gustos y preferencias de los consumidores del servicio y pueden tomarse en cuenta o no para la organización del evento. Las flores se pueden utilizar en:

- Ramos para la novia y damas de honor
- Tocados florales

- Corsages
- Boutonnieres
- Decoración de la ceremonia
- Decoración de la recepción

Según los datos recopilados de la Base de datos del Registro Único de Contribuyentes de la provincia de Pichincha, existen 1378 empresas que pueden proporcionar flores para eventos, entre ellos se encuentra la venta de flores al por mayor y menor, además de las empresas que realizan arreglos florales, estas empresas se encuentran distribuidas en la provincia de la siguiente forma:

**Tabla 13:**

**Servicio de flores para eventos en Pichincha**

<b>Actividad Económica según SRI</b>	<b>Cantón</b>	<b>Número de empresas</b>
Venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados, incluso arreglos florales.	Cayambe	65
	Rumiñahui	27
	Mejía	18
	Pedro Moncayo	87
	Distrito Metropolitano de Quito	590
	Pedro Vicente Maldonado	3
	Puerto Quito	-
	San Miguel de los Bancos	2
Venta al por mayor de flores y plantas.	Cayambe	69
	Rumiñahui	12
	Mejía	7
	Pedro Moncayo	154
	Distrito Metropolitano de Quito	342
	Pedro Vicente Maldonado	2

Continua →

Puerto Quito	-
San Miguel de los Bancos	-

**Fuente:** (Servicio de Rentas Internas - SRI, 2017)

**Adaptado por:** Andrea Molina

En la tabla anterior se puede observar que del servicio de flores, se encuentra concentrado en los cantones: Quito y en Pedro Moncayo, además que en el cantón de Puerto Quito, no se cuenta con este servicio.

### **Pastelería**

El servicio referente a pastelería tiene una variedad de ítems, cada uno de estos depende de las preferencias que tenga el consumidor de la boda destino, se pueden o no considerar todos estos, dependiendo además del estilo y temática que tenga el evento de romance. Dentro de los ítems se considera lo siguiente:

- Pastel de boda
- Bocaditos
- Montaje del pastel y figuras decorativas

Según la base de datos otorgada por el SRI, la provincia de Pichincha cuenta con 461 empresas que brindan este servicio, distribuidas en cada cantón de la siguiente manera:

**Tabla 14:**

#### **Servicio de pastelería para eventos en Pichincha**

<b>Actividad Económica según SRI</b>	<b>Cantón</b>	<b>Número de empresas</b>
Elaboración de pasteles y otros productos de pastelería: pasteles de frutas, tortas, pasteles, tartas, etcétera, churros, buñuelos, aperitivos (bocadillos), etcétera.	Cayambe	3
	Rumiñahui	20
	Mejía	4
	Pedro Moncayo	-
	Distrito Metropolitano de Quito	432

Continua 

Pedro Vicente Maldonado	-
Puerto Quito	1
San Miguel de los Bancos	1

**Fuente:** (Servicio de Rentas Internas - SRI, 2017)

**Adaptado por:** Andrea Molina

La provincia de Pichincha tiene una concentración del servicio de pastelería en el cantón Quito, y no se puede encontrar este servicio en los cantones de Pedro Vicente Maldonado y Pedro Moncayo, además en los cantones de San Miguel de los Bancos y Puerto Quito, no existe mayor diversidad.

### **Fotografía y Video**

Los consumidores de bodas destino, requieren usualmente de este servicio, ya que es uno de los más importantes en el desarrollo de un evento de romance, se debe tomar en cuenta que sea prestado por personal capacitado que brinde la calidad necesaria para el cliente entre los ítems que corresponden a este servicio se encuentran:

- Fotos del compromiso
- Fotografías de la ceremonia
- Álbum de la novia y el novio
- Álbum familiar
- Impresiones extras
- Pruebas y preliminares
- Fotógrafo del compromiso
- Sección nupcial formal
- Video principal
- Edición y títulos del video
- Copias del video del evento

En la provincia de Pichincha existen 276 empresas o personas, que pueden prestar estos servicios para eventos, según los datos recopilados de la Base de datos del Registro Único de Contribuyentes del (Servicio de Rentas Internas - SRI, 2017), estos se encuentran distribuidos en el sector de la siguiente manera, de acuerdo a los cantones en los que se encuentran y a la actividad económica con la que se encuentran inscritos en el SRI.

**Tabla 15:**

**Servicio de fotografía y video para eventos en Pichincha**

<b>Actividad Económica según SRI</b>	<b>Cantón</b>	<b>Número de empresas</b>
Realización de retratos fotográficos para pasaportes, actos académicos, bodas, etcétera, incluido las filmaciones en vídeo de acontecimientos.	Cayambe	6
	Rumiñahui	12
	Mejía	3
	Pedro Moncayo	3
	Distrito Metropolitano de Quito	249
	Pedro Vicente Maldonado	1
	Puerto Quito	1
	San Miguel de los Bancos	1

**Fuente:** (Servicio de Rentas Internas - SRI, 2017)

**Adaptado por:** Andrea Molina

En el cuadro anterior se puede observar que el servicio está concentrado principalmente en el cantón del Distrito Metropolitano de Quito, sin embargo existe este servicio en todos los cantones de la provincia.

**Alimentos y Servicio de Banquetes**

El servicio de alimentos y bebidas o el servicio de banquetes es uno de los servicios indispensables al realizar un evento, dentro de este evento se pueden incluir diferentes

opciones menús, de acuerdo a lo que el consumidor del servicio necesite y acorde a la temática que se maneje en el evento.

Dentro de este punto es necesario manejar la alimentación en dos aspectos: primero la relacionada con el evento directamente en la ceremonia o recepción; y segundo la alimentación que se requiere para los consumidores fuera del evento como tal, ya que las bodas de destino suelen tener una duración mayor a un día es necesario tener opciones de alimentación que cubran las preferencias del cliente, dentro del destino.

Dentro de la provincia de Pichincha existe una gran variedad de empresas dedicadas a la prestación de servicios de alimentos y bebidas para eventos, según registros del Servicio de Rentas Internas, en la base de datos correspondiente existen 1328 empresas que tienen una actividad económica relacionada a este servicio y se encuentran distribuidas en la provincia de la siguiente manera:

**Tabla 16:**

**Servicio de catering o banquetes para eventos en Pichincha**

<b>Actividad Económica según SRI</b>	<b>Cantón</b>	<b>Número de empresas</b>
Servicio de comidas basado en acuerdos contractuales con el cliente para un evento (banquetes, bodas, fiestas y otras celebraciones, buffet) en la localización especificada por el cliente (abastecedores de eventos).	Cayambe	32
	Rumiñahui	76
	Mejía	15
	Pedro Moncayo	26
	Distrito Metropolitano de Quito	1164
	Pedro Vicente Maldonado	2
	Puerto Quito	2
	San Miguel de los Bancos	11

**Fuente:** (Servicio de Rentas Internas - SRI, 2017)

**Adaptado por:** Andrea Molina

Se puede observar en la tabla anterior que la concentración de los servicios de alimentos para eventos se encuentra en el cantón Quito, dentro de estos establecimientos se encuentran: casas de banquetes y recepciones y también empresas de catering y eventos.

Además debido a la necesidad de categorizar este servicio; al ser una parte importante del evento, se buscó información de categorización de estas empresas en el Catastro de Servicios Turísticos del Ministerio de Turismo. El servicio de catering está contemplado dentro de la actividad turística de esparcimiento, recreación y diversión, y en la sub-actividad Salas de Recepciones y Banquetes, como se puede ver en la tabla a continuación.

**Tabla 17:****Servicios turísticos de recreación, diversión y esparcimiento según Ministerio de Turismo**

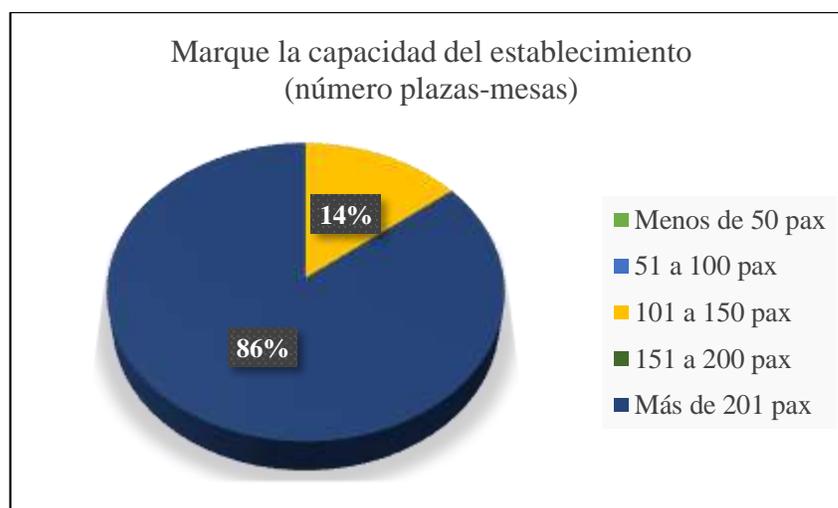
<b>Cantón</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Actividad Turística</b>	<b>Sub-Actividad Turística</b>	<b>Categoría</b>
<b>RUMIÑAHUI</b>	Sangolquí	Eventos Y Recepciones La Gran Vía	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Sala De Recepciones Y Banquetes	Lujo
		Centro Recreacional La Quinta	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Sala De Recepciones Y Banquetes	Primera
<b>QUITO</b>	Quito	Casa San Marcos	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Sala De Recepciones Y Banquetes	Primera
		Chatre Banquetes Y Convenciones	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Sala De Recepciones Y Banquetes	Primera
		Gondolero El	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Sala De Recepciones Y Banquetes	Primera
		Columbia	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Sala De Recepciones Y Banquetes	Primera
		Carol Michelle	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Sala De Recepciones Y Banquetes	Primera

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

**Adaptado por:** Andrea Molina

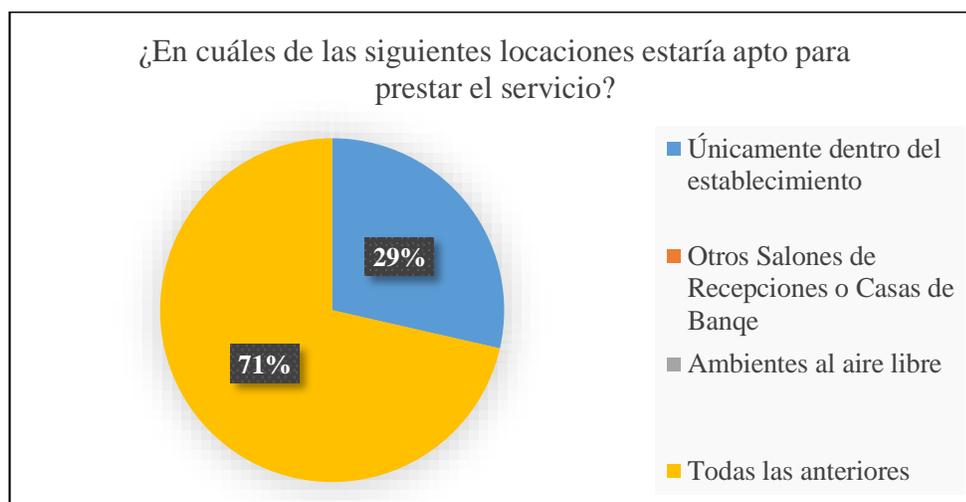
Para el desarrollo de esta investigación se ha tomado en consideración que los prestadores de servicios de alimentos y bebidas para eventos, deben encontrarse capacitados continuamente y se debe garantizar que el servicio que el consumidor reciba sea de calidad, por lo tanto se toma como referencia, en la tabla anterior, a los establecimientos que según la categorización del Ministerio de Turismo plasmada en el Sistema Integrado de Información Turística, posean categoría lujo y primera.

Las bodas destino, son eventos que no requieren una gran capacidad, ya que son eventos íntimos por lo general los consumidores requieren de entre 50 y 100 plazas, y de acuerdo a los datos recopilados en la encuesta se puede apreciar que en la provincia cuenta con establecimientos aptos para atender eventos de esa capacidad.



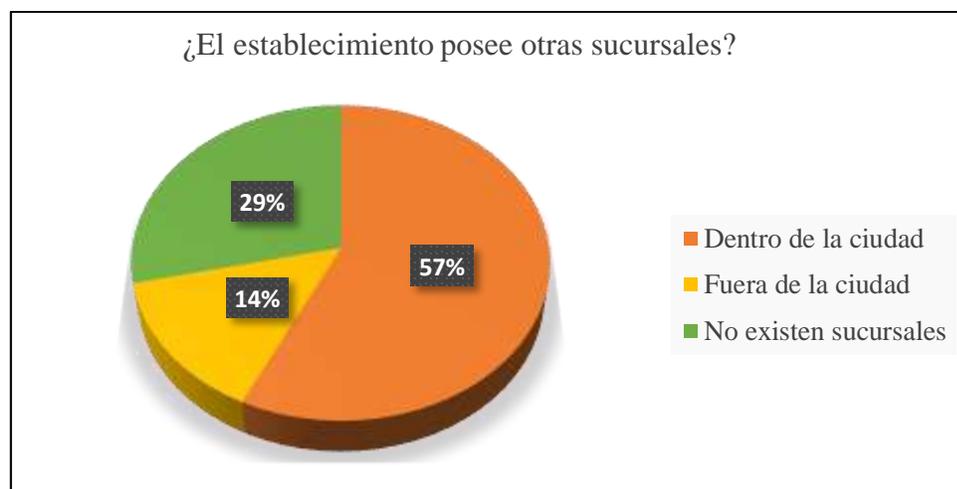
**Figura 2: Capacidad del servicio de banquetes o catering**

Se puede observar en el gráfico a continuación que el 71% de las casas de banquetes o catering de la provincia, tienen la facilidad de prestar sus servicios tanto en los salones que ellos poseen como al aire libre, de esta forma se facilitaría el desarrollo del evento en un destino natural o cultural.



**Figura 3: Locaciones en las que prestan los servicios de banquetes**

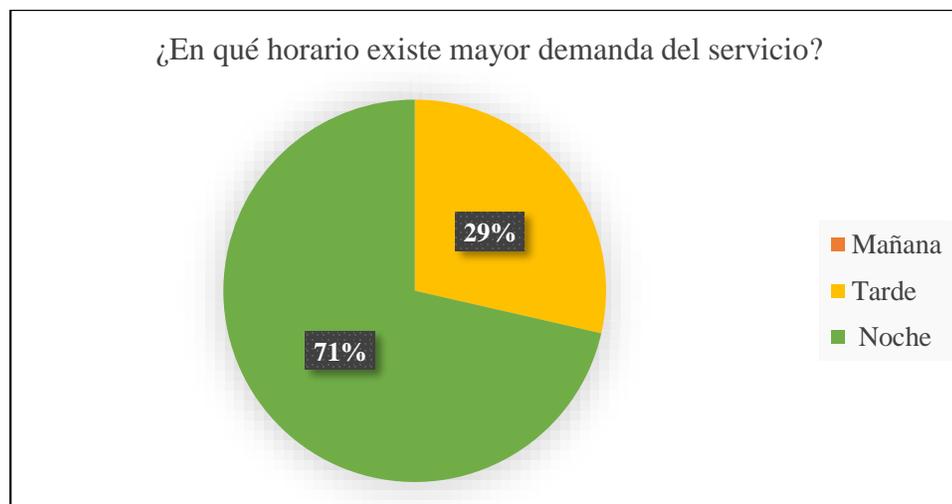
Además el 57% las empresas que prestan servicios de catering y eventos poseen sucursales, en las ciudades en las que se encuentran. Lo que facilitaría su traslado a los diferentes puntos en el que se quiera realizar la boda destino.



**Figura 4: Locaciones en las que prestan los servicios de banquetes**

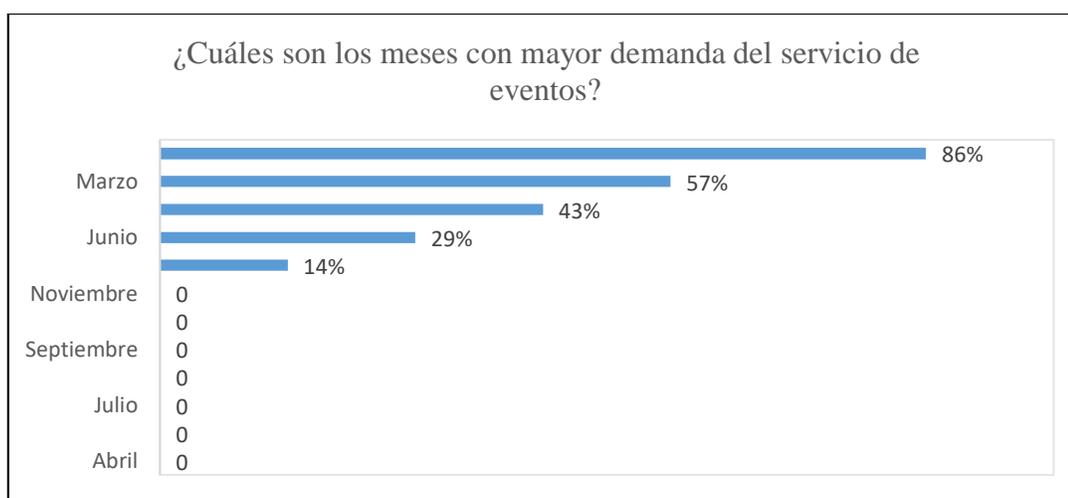
Según los datos estadísticos que se obtuvo del servicio de banquetes se conoce que: la mayoría de los eventos que ellos realizan, son en la noche, según las preferencias que tiene actualmente el consumidor. Hay que tomar en cuenta que estos datos están

enfocados a la realización de eventos en una sala de recepciones salones; según lo comentado por las empresas encuestadas.



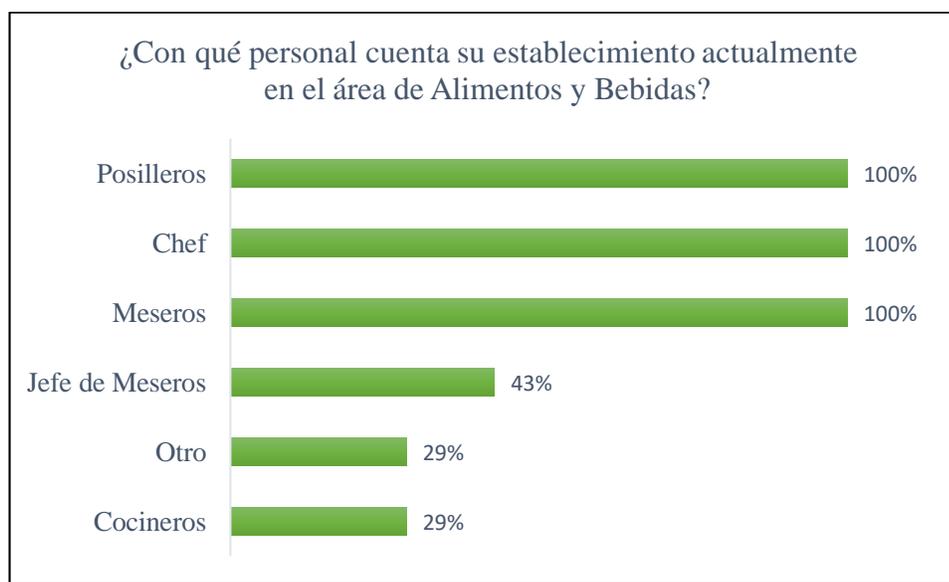
**Figura 5: Horario de preferencia para eventos**

Los eventos sociales tienen diferentes temporalidades, sin embargo existe una concentración mayor en el mes de Diciembre, debido a las festividades de navidad, y además según las empresas encuestadas los consumidores tienen mayor facilidad económica y de tiempo, para la realización de eventos en este mes; además los meses preferidos para la ejecución de bodas específicamente son Junio y Marzo.



**Figura 6: Meses de demanda del servicio de eventos**

Uno de los aspectos más importantes que se debe considerar al realizar un evento con un proveedor de servicios u otro es el personal de planta con el que cuenta en el área de alimentos y bebidas para atender a los consumidores durante el evento; cuando una misma empresa cuenta con el personal necesario ayudará a evitar retrasos y costos adicionales por contratación. Todas las empresas encuestadas cuentan con posilleros, meseros y chef, lo que da un panorama general de su personal, el cual es necesario para el desarrollo del evento.



**Figura 7: Personal del área de AyB de las empresas de catering**

Además para la realización de una boda destino, se requiere de: maestro de ceremonias, valet parking y recepcionista, según el lugar de desarrollo del evento. Según el resultado de las encuestas el 100% de las empresas encuestadas cuentan con maestro de ceremonias, sin embargo menos del 30% de los establecimientos cuentan con valet parking y recepcionista.



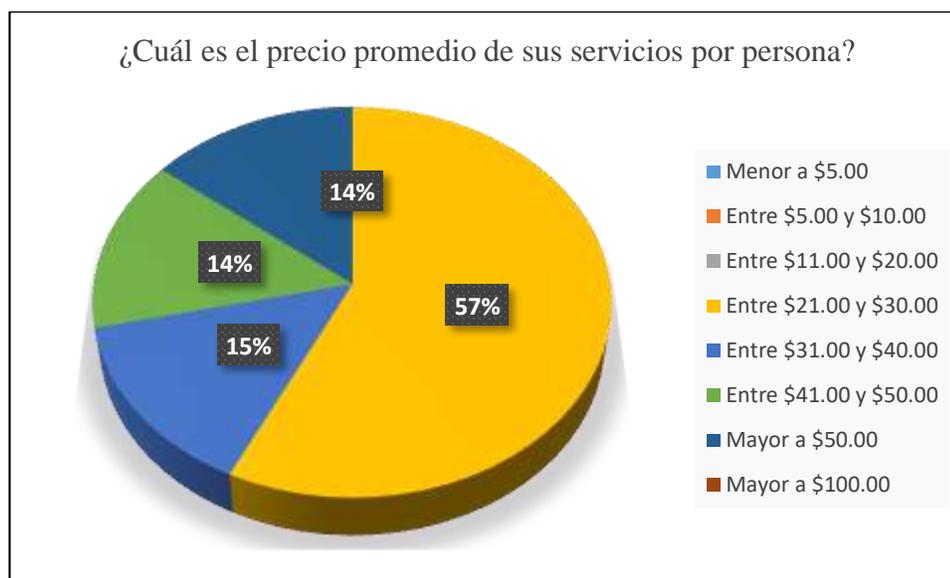
**Figura 8: Personal para eventos de las empresas de catering**

Cuando las empresas no poseen el personal necesario para la realización de un evento, sea por que no cuentan con este entre su nómina o porque la capacidad del evento excede a la capacidad que ellos tienen para ofertar, es necesario la contratación de personal ocasional, el 100% de las empresas sugieren que la contratación ocasional se la realiza especialmente por la falta de meseros, y el 29% de las empresas requieren del servicio de valet parking únicamente si el consumidor lo solicita.



### Figura 9: Personal ocasional para eventos de las empresas de catering

Teniendo ya las características del servicio de catering dentro de la provincia posteriormente se requiere conocer los precios que se manejan en el mercado, y la accesibilidad que tiene el consumidor para hacer los pagos. Según la encuesta aplicada los servicios de catering y banquetes para bodas, el 57% de las empresas cobra entre \$21 y \$30 por persona.



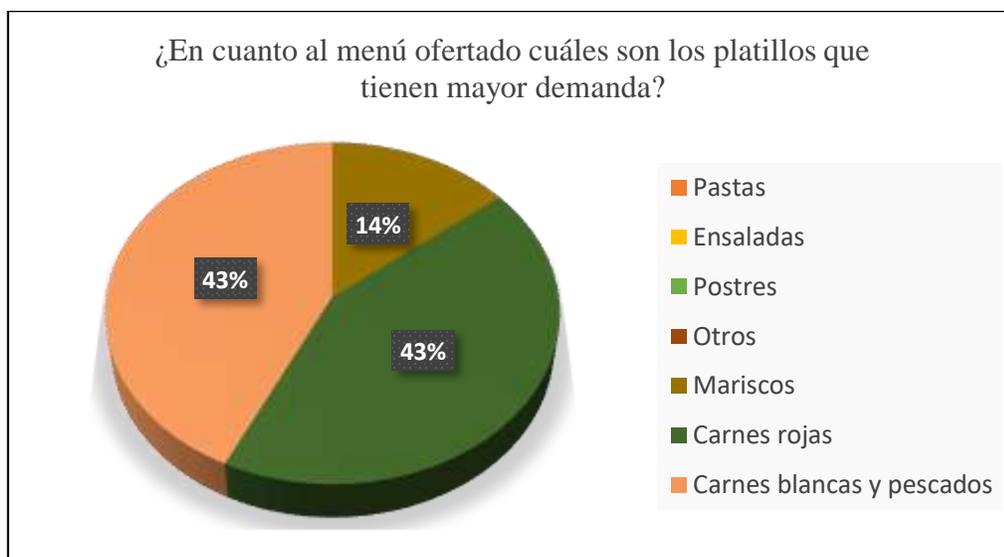
### Figura 10: Costo del servicio de catering

Los precios que el establecimiento cobra por sus servicios en la figura anterior, incluyen la decoración y el servicio de alimentos y bebidas, sin embargo solo el 43% de las empresas encuestadas incluyen al organizador de eventos en sus precios.



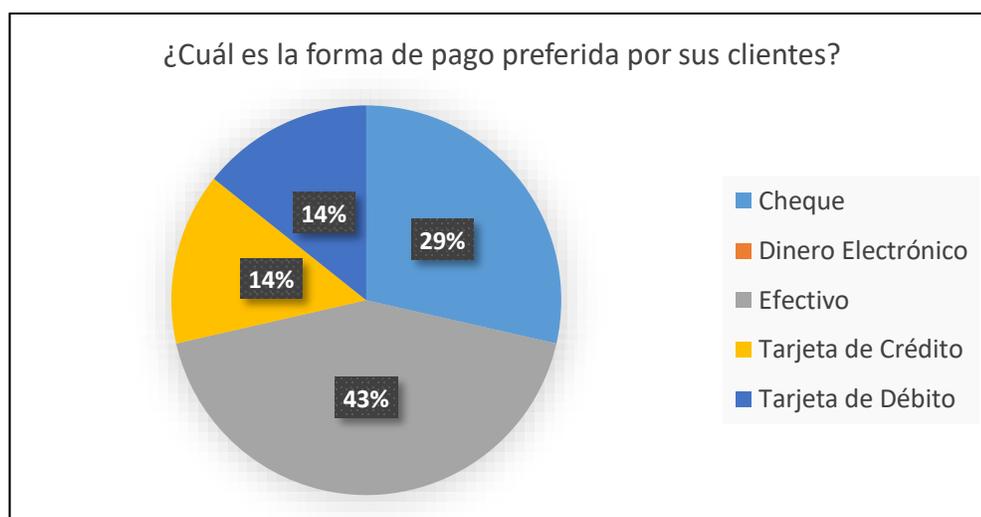
**Figura 11: ¿Qué incluye el precio de los servicios de catering?**

Posterior a conocer los precios en los que se incurre al contratar el servicio de banquetes, se analiza las preferencias que tiene el consumidor al momento de elegir un menú para el evento, esto es relevante para el análisis posterior del perfil del consumidor. Dando como resultado que el 43% de los establecimientos tienen demanda principalmente en platillos con carnes rojas, el otro 43% de carnes blancas y pescados, y tan solo el 14% de empresas tienen demanda en mariscos.



**Figura 12: Preferencias del consumidor en el menú**

Finalmente otro de los aspectos que se toma en cuenta respecto a los consumidores, es la forma de pago que tiene como preferencia al adquirir este tipo de servicio, el 43% de las empresas menciona que la forma de pago preferida es el efectivo, el 29% de los establecimientos dicen que es mediante cheque y el otro 28% se divide entre tarjeta de débito y tarjeta de crédito, siendo las tarjetas American Express y Diners Club las más utilizadas



**Figura 13: Forma de pago preferida para el servicio de catering**

El siguiente aspecto de una boda destino, en la que se requiere el servicio de alimentos y bebidas, es el que se considera en la estadía de la pareja y los invitados; fuera del evento, tomando en cuenta que las bodas destino están enfocados a un consumidor de estrato económico alto, los establecimientos que se pueden utilizar deben tener la categoría lujo.

Es importante además mencionar que no se toma para este servicio los establecimientos que tienen primera categoría, debido a que en el catastro del Ministerio de Turismo considera a los establecimientos de comida rápida, especialmente a los pertenecientes a franquicias nacionales e internacionales, y debido a que no todos cuentan

con la infraestructura y servicios que sean acordes a la calidad de una boda destino, se excluye esta categorización.

Mediante la base de datos del Ministerio de Turismo y el Sistema integrado de información turística se conoce que en la provincia de Pichincha existen 15 restaurantes con la capacidad y servicios para apoyar en el desarrollo de una boda destino. Estos establecimientos se encuentran distribuidos únicamente dentro del cantón Quito, como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 18:****Servicios turísticos de comidas y bebidas según Ministerio de Turismo:**

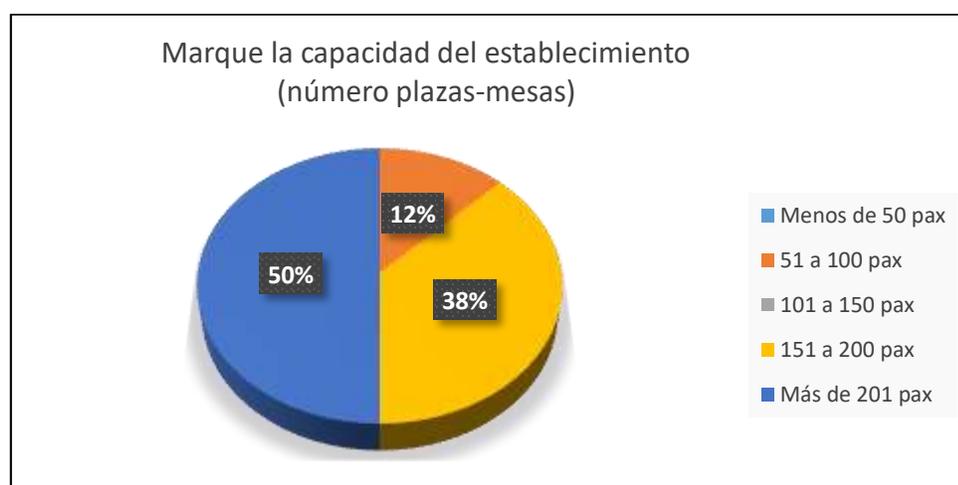
<b>Cantón</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Actividad Turística</b>	<b>Sub-Actividad Turística</b>	<b>Categoría</b>
<b>QUITO</b>	San Antonio	Crater Nebbia	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
	Conocoto	Mansión Del Deán	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
	Quito	Saj Gourmeth	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		San Telmo	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Terraza Del Tártaro	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Rincón La Ronda	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Rincón De Francia	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Restaurante Osaka	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Barlovento Alta Mar	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Segundo Muelle	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Nubori	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Fairuz	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Cats	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Segundo Muelle	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo
		Petite Mariscal	Comidas Y Bebidas	Restaurante	Lujo

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

**Adaptado por:** Andrea Molina

Con los datos anteriores de los restaurantes que tienen las características adecuadas para prestar el servicio de alimentos para bodas destino, se procede al análisis de las encuestas aplicadas a este sector para conocer con mayor detalle las características de sus servicios.

La capacidad del 50% de estos establecimientos es mayor a 200 comensales, mientras que el 38% tiene una capacidad de entre 151 a 200 pax, y el 12% tiene la capacidad de prestar el servicio de 51 a 100 personas. Esto es adecuado ya que las bodas destino son eventos íntimos que generalmente se lo planea para menos de 50 invitados.



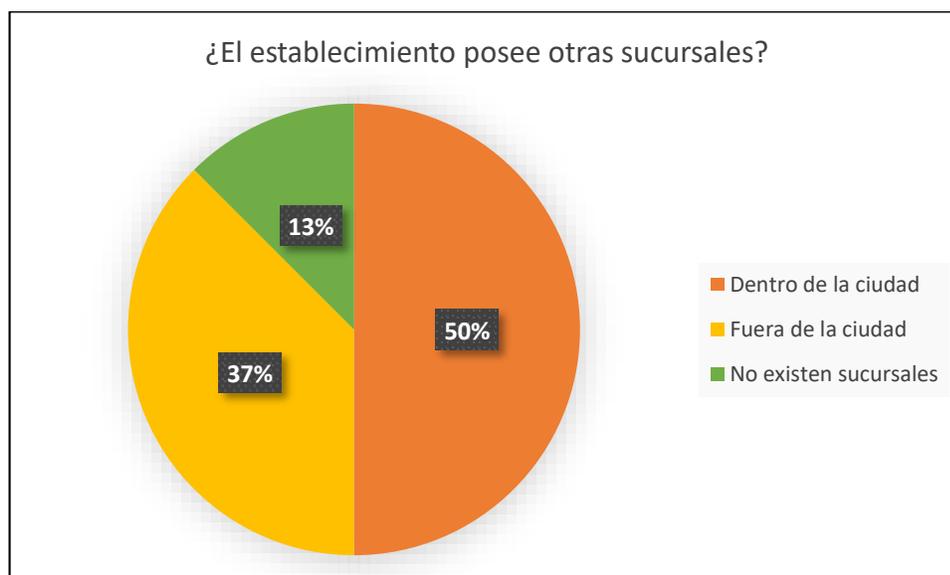
**Figura 14: Capacidad de los restaurantes**

El 63% de los establecimientos de alimentos de la provincia de Pichincha, ofertan sus servicios tanto dentro del local o locales con los que estos cuenta, además de salones de eventos y recepciones y cuentan además con la capacidad de hacerlo en ambientes al aire libre, cuando el consumidor así lo desee. Mientras que el 39% de estos establecimientos solo brindan el servicio dentro de sus establecimientos.



**Figura 15: Locaciones en las que prestan el servicio de alimentos**

Continuando con el análisis se conoce que el 50% de los establecimientos dentro de la categoría de restaurantes, poseen sucursales únicamente dentro de la ciudad en la que estos se encuentran el 37% posee sucursales fuera de la ciudad y el 13% de estos, no cuenta con sucursales.



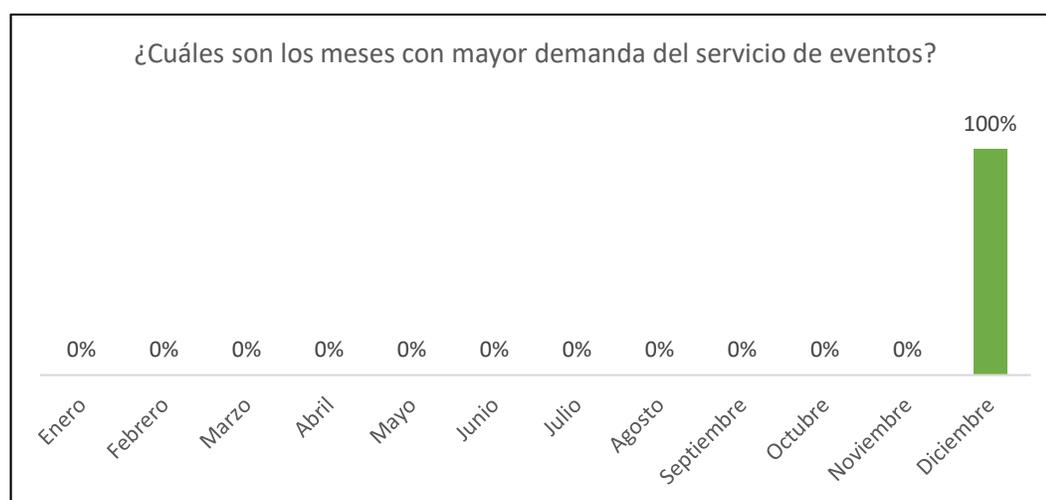
**Figura 16: Sucursales de los establecimientos de alimentación**

El horario en el que existe mayor demanda de este servicio como se puede observar en la figura a continuación es el horario de la tarde, esto según el 50% de los establecimientos, mientras que el otro porcentaje se divide en la mañana y tarde equitativamente.



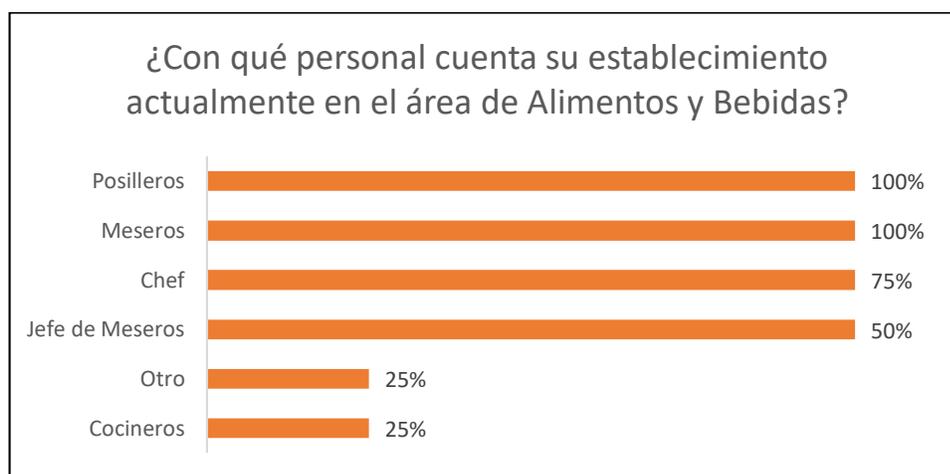
**Figura 17: Horario de demanda de los restaurantes**

Según lo expuesto por estos establecimientos, la mayor demanda que tienen es en el mes de diciembre, esto debido a los agasajos y festejos que se dan en la época navideña. Es en donde estos establecimientos poseen mayor demanda para eventos sociales y corporativos



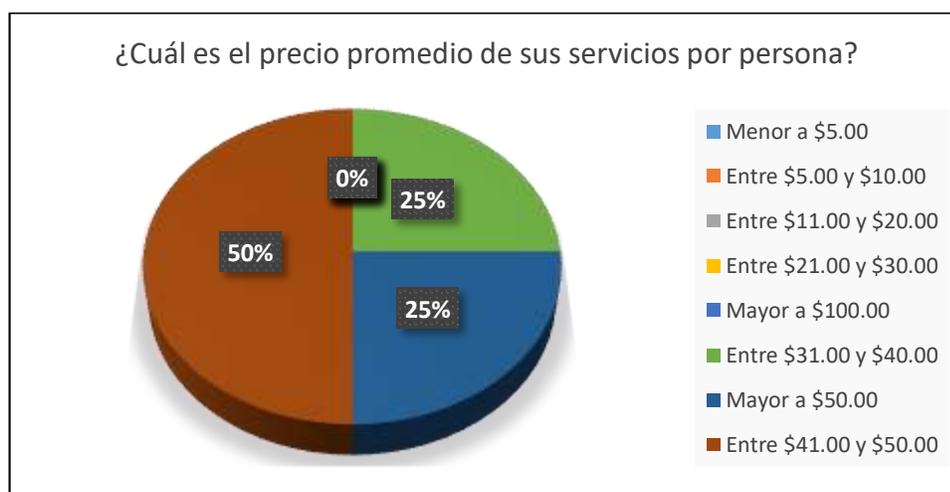
**Figura 18: Meses con mayor demanda de los restaurantes**

Después de conocer aspectos generales de los restaurantes dentro de la provincia de Pichincha es importante conocer el personal que estos tienen para atender la demanda que tienen en sus servicios. En el cuadro a continuación se observa que todos cuentan con posilleros, meseros, chefs, y jefes de meseros. Esto debido a la categoría que poseen.



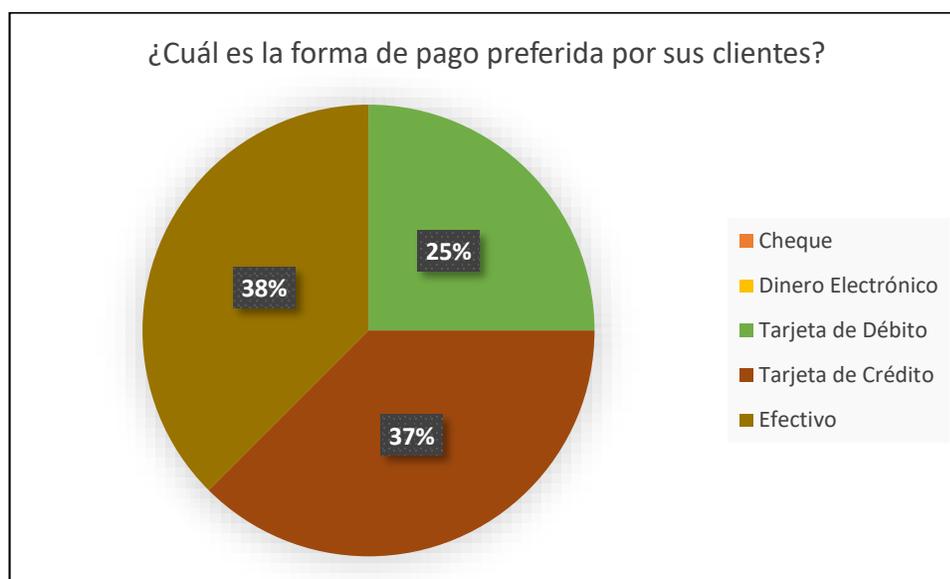
**Figura 19: Personal de planta de los restaurantes**

El precio promedio que se maneja en estos establecimientos, es de entre \$41 y \$50, en el 50% de los establecimientos, mientras que en el 25% el precio es mayor a \$50 dólares, este precio es un aproximado que paga por persona que solicita un plato fuerte y una bebida.



**Figura 20: Precio por persona del servicio de alimentos**

Finalmente, la forma de pago preferida dentro de estos establecimientos es mediante tarjeta de crédito, en la que prioriza Diners Club y Visa, el 38% de los establecimientos mencionan que sus clientes prefieren el pago en Efectivo y finalmente el 25% de las empresas reciben pagos principalmente con tarjetas d débito.



**Figura 21: Forma de pago preferida en el servicio de alimentos**

### **Alojamiento**

El alojamiento, es otro de los servicios que requiere una boda destino, ya que tanto la pareja como los invitados, requieren de la estadía dentro del destino al menos de una noche. El alojamiento puede incluir o no servicios complementarios como SPA, zonas húmedas y las comidas, todo esto quedará a consideración de los consumidores.

Dentro de la provincia de Pichincha se encuentran registrados aproximadamente 1122 establecimientos en el Servicio de Rentas Internas, que prestan este servicio, sin embargo este dato es muy general ya que dentro de esta se pueden encontrar diversos tipos de alojamiento, como consecuencia de esto, el número de establecimientos aptos para prestar este servicio enfocado a bodas destino, será tomado del Sistema Integrado de Información Turística en el que se categoriza a los establecimientos de acuerdo a sus

servicios, infraestructura y al tipo de alojamiento, según el Reglamento General de Actividades Turísticas del (Ministerio de Turismo, 2002).

Se toma como establecimientos de alojamiento, adecuados para bodas destino a los que son categorizados de primera o lujo; y cuya sub-actividad turística sean:

- Cabañas
- Hostal
- Hostería
- Hostería – Hacienda – Logde
- Hotel

Se ha elegido únicamente a estas subcategorías al analizar las características que se encuentran estipuladas en el Reglamento General de Actividades Turísticas, de acuerdo a cada una, sus servicios, infraestructura y la capacidad. Con todas estas consideraciones se obtienen 98 establecimientos, distribuidos en los diferentes cantones de la provincia, como se muestra en la tabla a continuación:

**Tabla 19:**  
**Servicios turísticos de alojamiento según Ministerio de Turismo**

<b>Cantón</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Actividad Turística</b>	<b>Sub-Actividad Turística</b>	<b>Categoría</b>
<b>CAYAMBE</b>	Cayambe	Jatun Huasi	Alojamiento	Hostería	Primera
		Ruales Oleas Berge	Alojamiento	Refugio	Única
<b>MEJIA</b>	Aloasi	Estación Del Tren La	Alojamiento	Hostería	Primera
		Umbria Gourmet	Alojamiento	Hostería	Primera
	El Chaupi	Chuquirahua	Alojamiento	Hostería- Hacienda Turística- Lodge	5 Estrellas
		Huerta Sacha	Alojamiento	Refugio	Categoría Única
	Machachi	Amanecer Del Valle	Alojamiento	Hostal	Primera
		Sierralisos	Alojamiento	Hostería	Primera
Hacienda La Alegría		Alojamiento	Hostería	Primera	
<b>PEDRO MONCAYO</b>	Tabacundo	Hacienda Tomalon	Alojamiento	Hostería	Primera
	Tupigachi	Hacienda San Luis	Alojamiento	Hostería	Primera
<b>PUERTO QUITO</b>	Puerto Quito	Selva Virgen	Alojamiento	Hostería	Primera
		Kaony Lodge	Alojamiento	Hostería	Primera
		Isla La	Alojamiento	Hostería	Primera
<b>PEDRO VICENTE MALDONADO</b>	Pedro Vicente Maldonado	El Paraíso	Alojamiento	Hostería- Hacienda Turística- Lodge	5 Estrellas
<b>DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO</b>	Calacali	Pululahua	Alojamiento	Cabaña	Primera
	Conocoto	Castillo Del Valle	Alojamiento	Hostería	Primera
	Guayllabamba	Quinta Guadalupe De Guayllabamba	Alojamiento	Hostería	Primera
	Nanegalito	Tandayapa Bird Lodge	Alojamiento	Hostal	Primera
	Pacto	Mashpi Lodge	Alojamiento	Hostería	Primera

Continua 

Pifo	Casa De Hacienda La Jimenita	Alojamiento	Hostería	Primera
Pintag	Casa Del Viajero Pifo	Alojamiento	Hostería	Primera
Puembo	Casa De Hacienda Su Merced	Alojamiento	Hostería	Primera
	San Jose	Alojamiento	Hotel	Lujo
	Rincón De Puembo	Alojamiento	Hostería	Primera
Quito	Margarita 2	Alojamiento	Hostal	Primera
	Casa Joaquín	Alojamiento	Hostal	Primera
	Le Parc	Alojamiento	Hotel	Primera
	Casino Plaza	Alojamiento	Hotel	Lujo
	Windsor	Alojamiento	Hostal	Primera
	Casa Gangotena	Alojamiento	Hotel	Primera
	Cayman	Alojamiento	Hostal	Primera
	Anahi Private Collection	Alojamiento	Hostal	Primera
	Cartuja La	Alojamiento	Hotel	Primera
	Catedral Internacional	Alojamiento	Hostal	Primera
	Embassy	Alojamiento	Hotel	Primera
	San Ignacio Javier	Alojamiento	Hostal	Primera
	Howard Johnson Plaza La Carolina	Alojamiento	Hotel	Primera
	Sandmelis	Alojamiento	Hostal	Primera
	Plaza Internacional	Alojamiento	Hotel	Primera
	Hotel Finlandia	Alojamiento	Hotel	Primera
	Tourblanche	Alojamiento	Hostal	Primera
	Relicario Del Carmen El	Alojamiento	Hostal	Primera
	De La Mancha	Alojamiento	Hostal	Primera
	Hostal Olt	Alojamiento	Hostal	Primera
Carlota	Alojamiento	Hotel	Primera	

Continúa 

Citimed	Alojamiento	Hotel	Primera
Hotel Sabet	Alojamiento	Hotel	Primera
La Marín Actualizo	Alojamiento	Hostal	Lujo
Casa Q	Alojamiento	Hostal	Primera
Zen Suites Quito	Alojamiento	Hotel	Primera
La Rabida	Alojamiento	Hostal	Primera
San Agustin Colonial	Alojamiento	Hostal	Primera
La Casona De La Ronda	Alojamiento	Hostal	Primera
Quito Antiguo	Alojamiento	Hostal	Primera
Bellavista Quito	Alojamiento	Hostal	Primera
Nayon Xtreme Valley	Alojamiento	Hostería	Primera
La Circasiana	Alojamiento	Hostal	Primera
Guáytara	Alojamiento	Hostería	Primera
Seis De Diciembre	Alojamiento	Hotel	Primera
Tambo Real	Alojamiento	Hotel	Primera
Sebastian	Alojamiento	Hotel	Primera
Republica	Alojamiento	Hotel	Primera
Reina Isabel	Alojamiento	Hotel	Primera
Dann Carlton Quito	Alojamiento	Hotel	Lujo
Swissotel Quito	Alojamiento	Hotel	Lujo
Radisson	Alojamiento	Hotel	Lujo
Quito	Alojamiento	Hotel	Lujo
J.W. Marriot	Alojamiento	Hotel	Lujo
Sheraton	Alojamiento	Hotel	Lujo
Hilton Colon Quito	Alojamiento	Hotel	Lujo
Grand Hotel Mercure	Alojamiento	Hotel	Lujo
Akros	Alojamiento	Hotel	Primera
Rincón Escandinavo	Alojamiento	Hostal	Primera

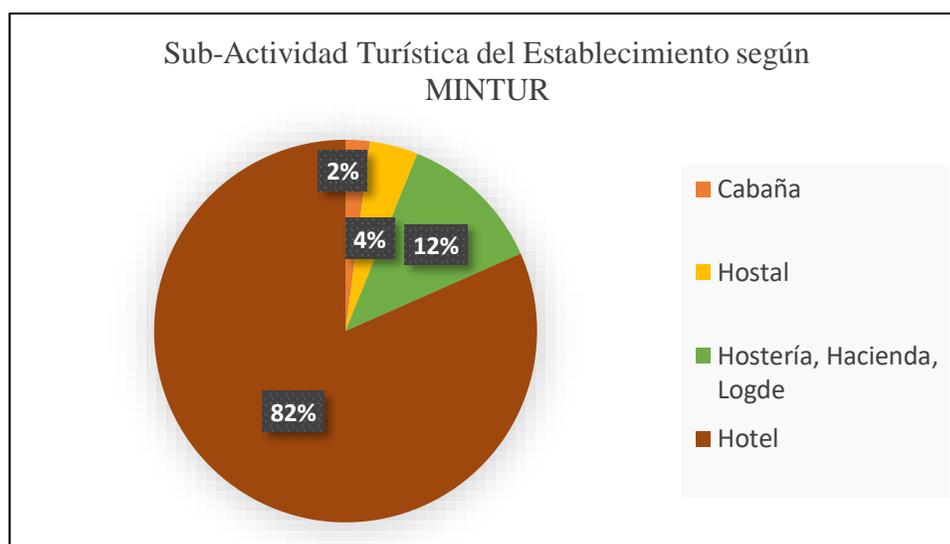
Continua 

		Posada Real	Alojamiento	Hostal	Primera
		Cibeles Las	Alojamiento	Hostal	Primera
		Alpes Los	Alojamiento	Hostal	Primera
		Colina La	Alojamiento	Hostal	Primera
	Tababela	Wyndham Quito	Alojamiento	Hotel	Lujo
		Saint Mary S Bed & Breakfast	Alojamiento	Hostal	Primera
		Hostería Mi Huasipungo Tababela	Alojamiento	Hostería	Primera
	Tumbaco	Casa De Campo Hidalero	Alojamiento	Hostería	Primera
		Villa Dafiore	Alojamiento	Hostal	Primera
	Yaruqui	Hostal Yaruqui	Alojamiento	Hostal	Primera
<b>RUMIÑAHUI</b>	Rumipamba	Finca Cotopaxipungo	Alojamiento	Hostería- Hacienda Turística- Lodge	5 Estrellas
	Sangolquí	Hostería Del Rio	Alojamiento	Hostería	Primera
		Carriona La	Alojamiento	Hostería	Primera
		Mansión Samzar	Alojamiento	Hostería	Primera
<b>SAN MIGUEL DE LOS BANCOS</b>	Mindo	Terrabambu	Alojamiento	Hostería	Primera
		Mindo Lago	Alojamiento	Hostería	Primera
		Posada De Mindo La	Alojamiento	Hostal	Primera
		Sachatamia Lodge	Alojamiento	Hostería	Primera
		Carmelo De Mindo	Alojamiento	Hostería	Primera
		Mindo Rio Hostería	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas
		Pachijal Reserva Ecológica	Alojamiento	Refugio	Único
	San Miguel De Los Bancos	Hua Gou	Alojamiento	Cabaña	Primera
		Rio Blanco Aventures	Alojamiento	Hostería	Primera
		El Encanto	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

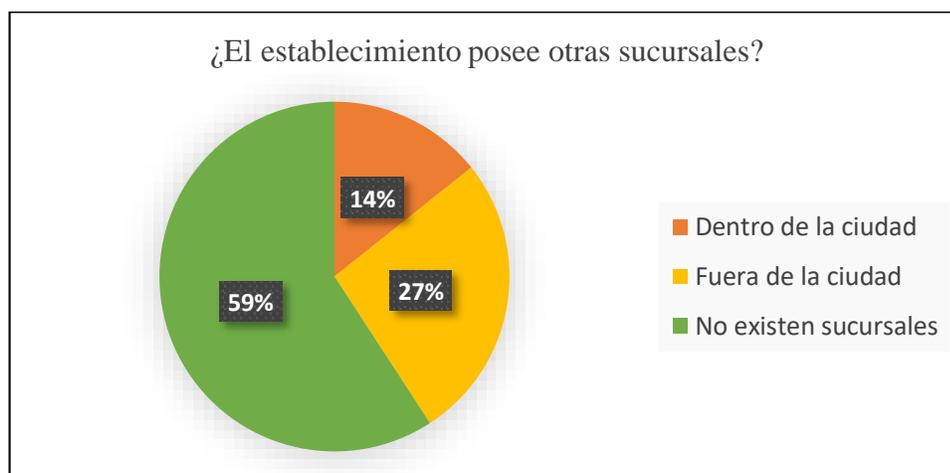
**Adaptado por:** Andrea Molina

El estudio de la oferta en relación a los servicios de alojamiento para bodas destino, se complementa con las encuestas que se aplicaron a este sector, en la que se encuestaron a diferentes establecimientos dentro de la provincia, para conocer las características y especificaciones del servicio. Para esto se encuestaron 49 establecimientos, de los cuales el 82% son Hoteles, 12% Hosterías, Haciendas, Lodges, el 4% corresponde a Hostales y el 2% son Cabañas.



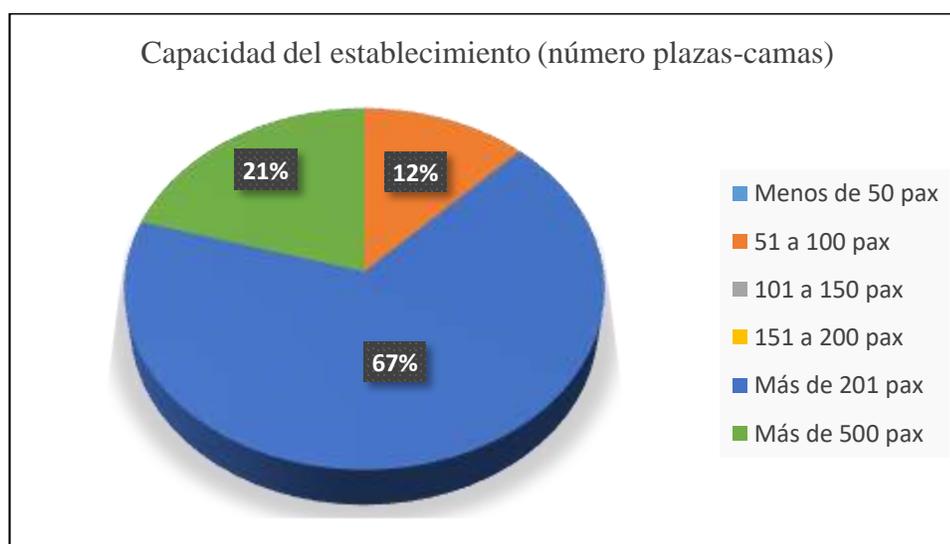
**Figura 22: Sub-Actividad Turística del Establecimiento según MINTUR**

De las empresas encuestadas, se conoce que el 59% no poseen sucursales, mientras que el 27% poseen sucursales fuera de la ciudad y el 14% tienen sucursales dentro de la ciudad.



**Figura 23: Sub-Actividad Turística del Establecimiento según MINTUR**

La capacidad de los establecimientos encuestados muestran que el 76% de estos, tienen una capacidad mayor a 200 huéspedes, mientras que el 21% tienen una capacidad mayor a 500, y el 12% tiene una capacidad de entre 51 y 100 personas.



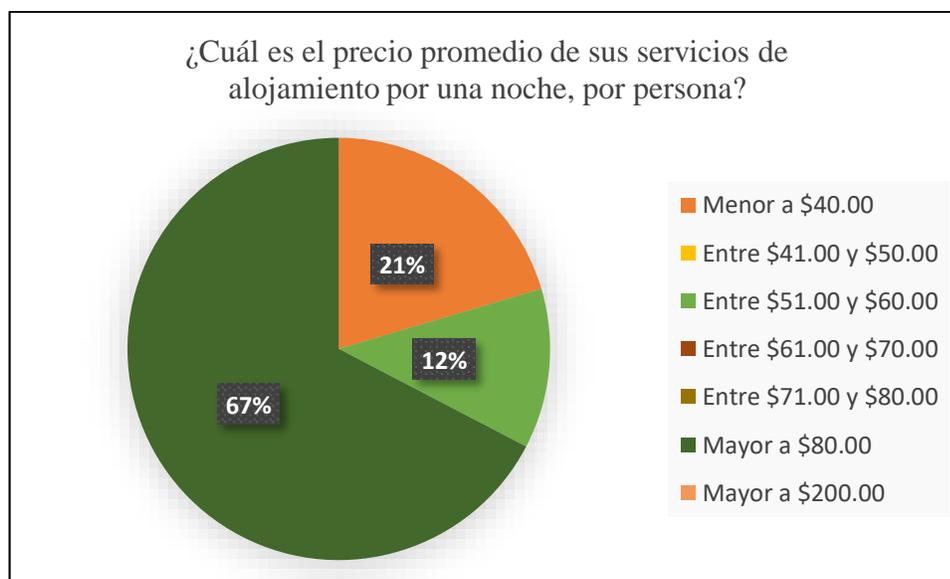
**Figura 24: Capacidad de los establecimientos de alojamiento**

En el servicio de alojamiento el 53% de las empresas tiene una demanda mayor en el mes de Septiembre, mientras que el 23% es el Febrero, y las empresas restantes tienen una mayor demanda de este servicio en los meses de Marzo y Diciembre.



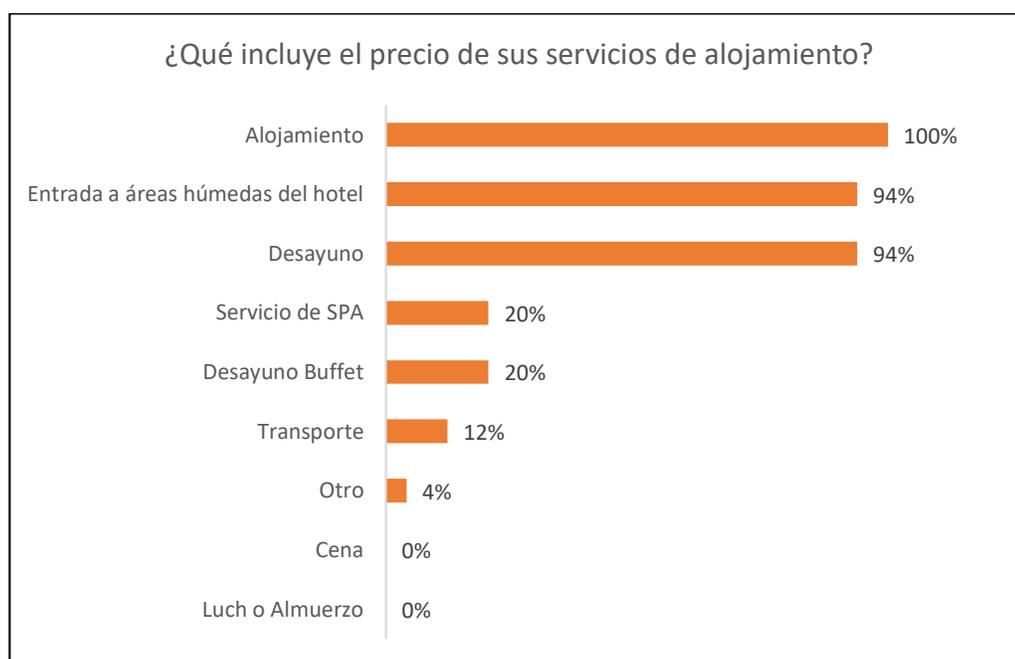
**Figura 25: Temporalidad para el servicios de alojamiento**

En cuanto a los precios que tienen los establecimientos de alojamiento dentro de la provincia de Pichincha se conoce que el 67% tienen una tarifa mayor a \$80, este es el precio por noche y por persona, independientemente del tipo de habitación, en la que se realice la acomodación de los huéspedes, el 21% tienen una tarifa menor de \$21 y el 12% de los establecimientos posee una tarifa entre \$51 y \$60.



**Figura 26: Precio promedio de los servicios de alojamiento**

Posterior a conocer el precio aproximado de los servicios de alojamiento, es necesario conocer que características, se incluye en este valor, con el objeto de la organización de los otros servicios complementarios a este. Junto con la estancia de los huéspedes el 94% de las empresas incluyen el uso de áreas húmedas y desayuno dentro de su precio, mientras que el 20% de las empresas incluye el Servicio de SPA y desayuno buffet, el 12% de los establecimientos incluye el transporte y hay un 4% de establecimientos que incluye otros servicios como el uso de wi-fi, juegos de mesa y más



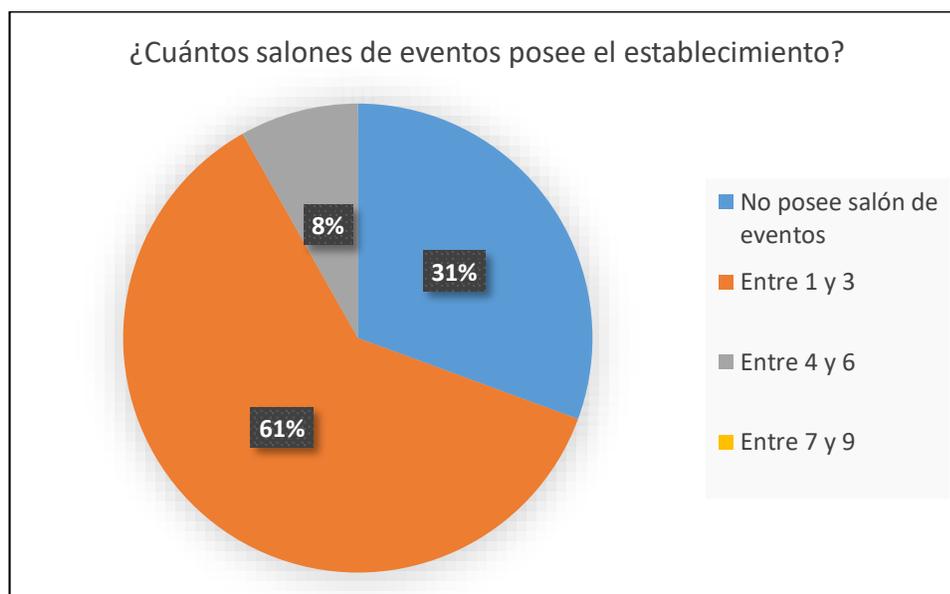
**Figura 27: Descripción del precio del servicio de alojamiento**

En el servicio de alojamiento se conoce que el 76% de los consumidores prefieren cancelar el costo de esto mediante el uso de la tarjeta de crédito; de preferencia la tarjeta Visa o Diners Club y el 24% restante prefieren el uso de tarjetas de débito y dinero en efectivo.



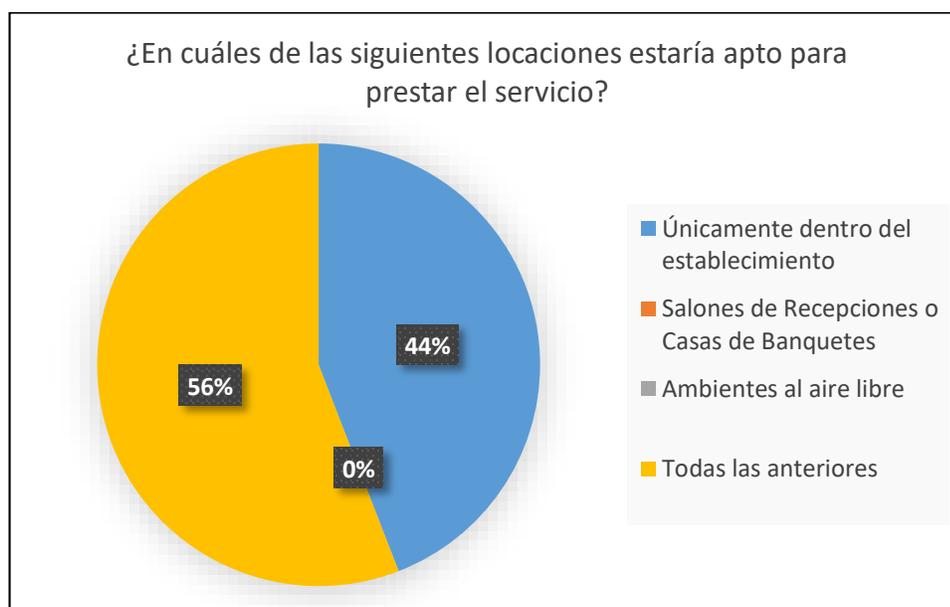
**Figura 28: Forma de pago del servicios de alojamiento**

Después de analizar las características del área de habitaciones de un establecimiento hotelero, es necesario conocer sus características en los salones por lo tanto se conoce que el 61% posee entre 1 y 3 salones de eventos, mientras que el 31% no posee salones de eventos y tan solo el 8% posee entre 4 y 6 salones.



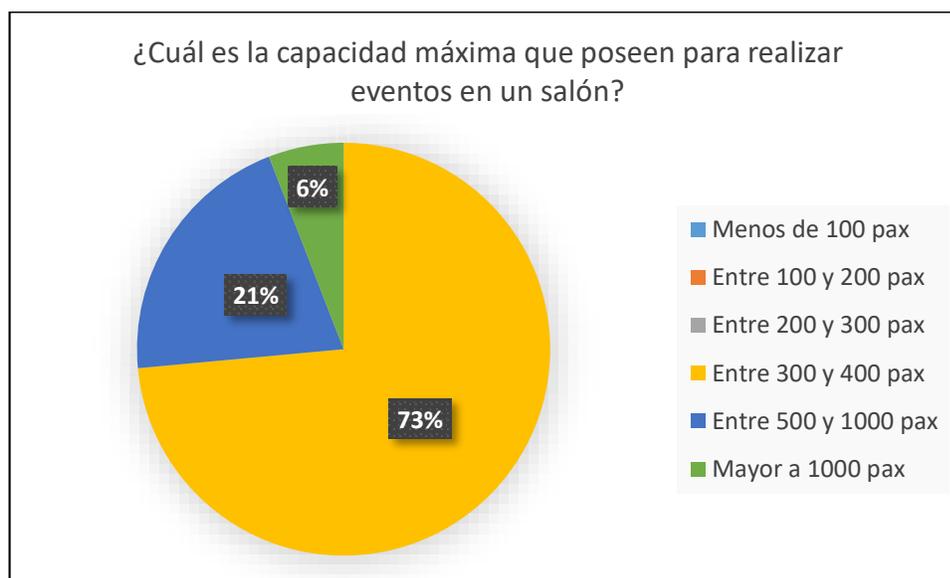
**Figura 29: Número de salones en establecimientos de alojamiento**

Debido a que las bodas destino se las realiza especialmente al aire libre, es necesario conocer si el servicio de eventos que poseen los establecimientos hoteleros los pueden realizar en espacios abiertos para lo cual el 56% de las empresas contestó que sí, mientras que el 44% organiza únicamente los eventos dentro de su propio establecimiento.



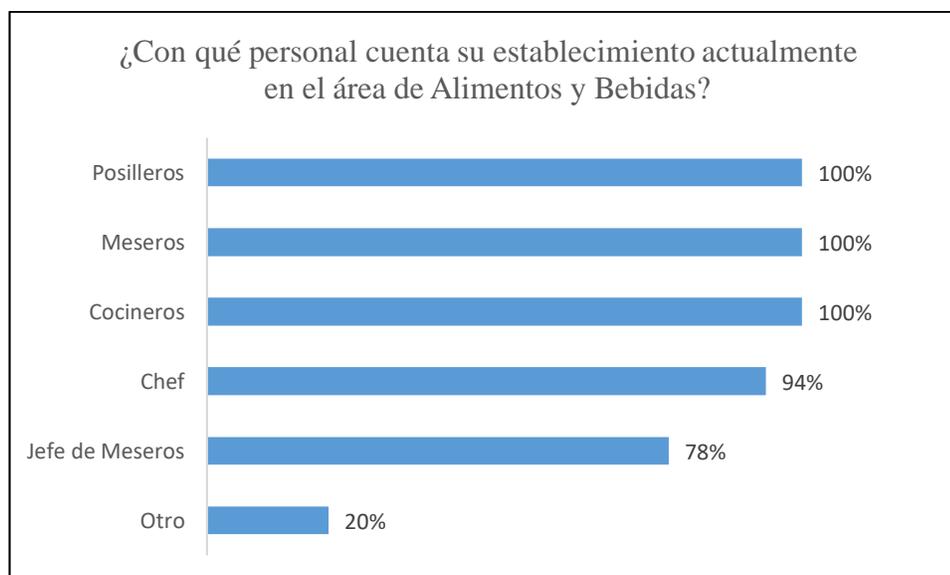
**Figura 30: Locaciones para eventos de los establecimientos hoteleros**

De los establecimientos hoteleros que poseen la facilidad de prestar servicios para eventos, el 73% de las empresas tienen una capacidad de hasta 400 personas, mientras que el 21% de ellos es de hasta 1000 pax, y solo un 6% de ellos tiene una capacidad mayor a 1000 personas.



**Figura 31: Capacidad de establecimientos hoteleros para eventos**

Otra de las características que es necesaria conocer del servicio de alojamiento, es el personal que poseen ellos para atender el evento, con las encuestas realizadas se conoce que el 100% de ellos posee posilleros, meseros y cocineros, dentro del personal de planta para atender eventos mientras que el 96% de ellos cuenta con Chefs, además un 78% de los establecimientos posee un jefe de meseros.



**Figura 32: Personal de planta de AyB de los establecimientos hoteleros**

Otro de los aspectos relacionados al personal de los establecimientos hoteleros, es el que se encuentra específicamente para el servicio de eventos, teniendo así que el 78% de las empresas cuenta con recepcionista, el 43% con maestros de ceremonias y el 22% de estas empresas cuenta con valet parking, y el 12% de los establecimientos no cuenta con este personal de planta.



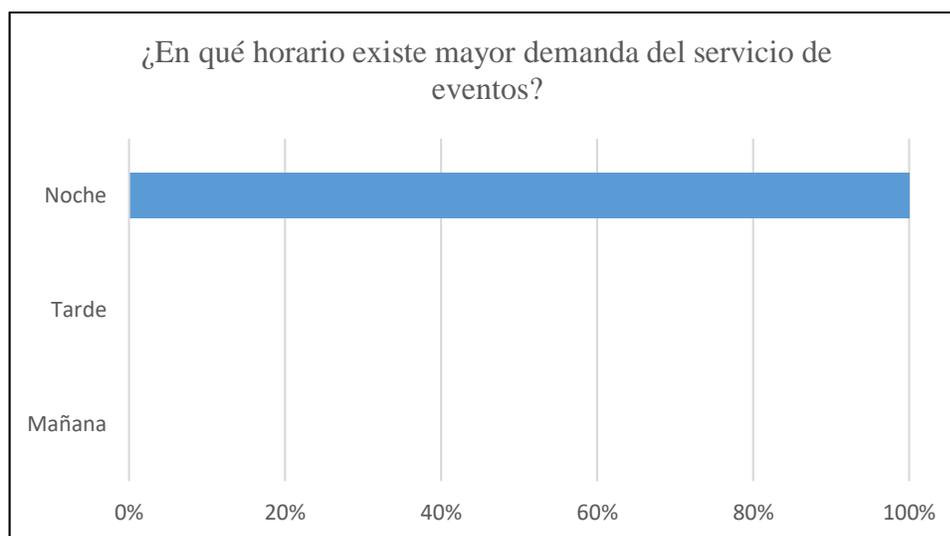
**Figura 33: Personal de planta para eventos de los establecimientos hoteleros**

Con los datos anteriores del personal de planta se procede a conocer cuál es el personal ocasional que contratan para el desarrollo de eventos, sea porque su personal no satisface la demanda o porque no cuentan con ello para su servicio. El 82% de las empresas encuestadas contrata maestro de ceremonias, mientras que el 44% contrata ocasionalmente más meseros, y el 24% de las empresas no contrata, ya que cuenta con el personal necesario dentro de su nómina.



**Figura 34: Personal de planta para eventos de los establecimientos hoteleros**

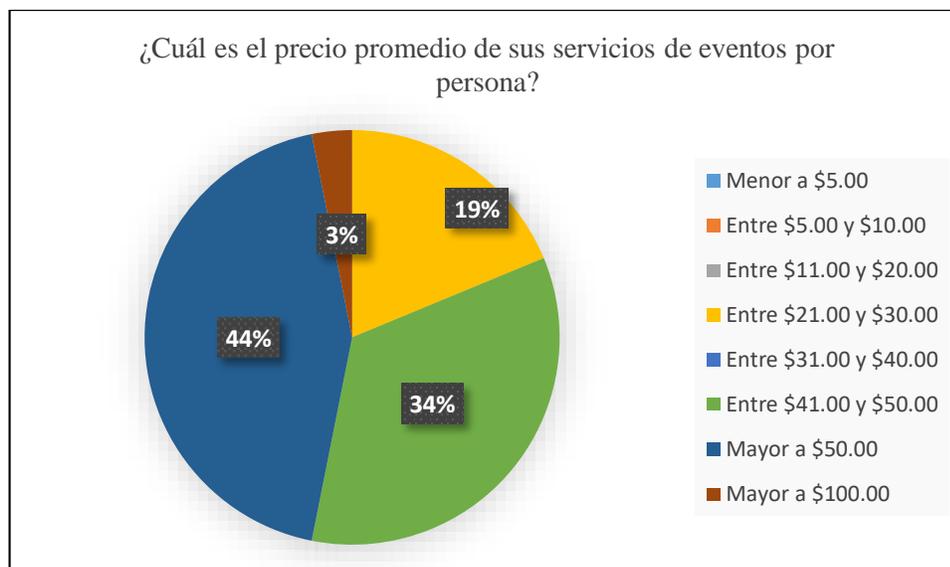
Dentro de los eventos que desarrollan los establecimientos hoteleros se maneja la mayoría de sus eventos en la noche, como se puede observar en el cuadro a continuación, el 100% de ellos concuerda con este horario.



**Figura 35: Horario de eventos en los establecimientos hoteleros**

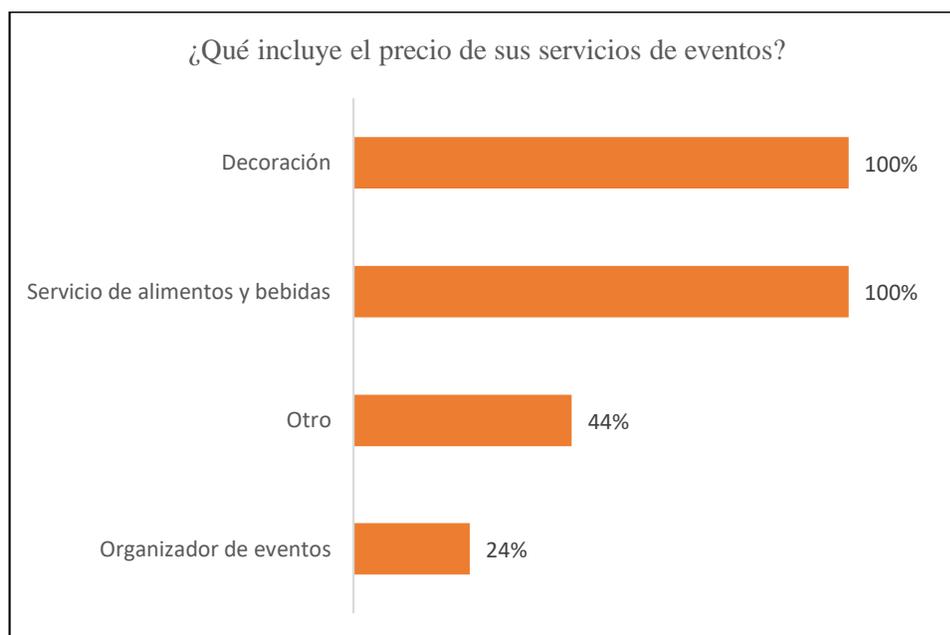
En cuanto a los costos que tienen los establecimientos hoteleros al realizar eventos se obtiene lo siguiente el 41% de ellos tiene un precio de entre \$31 y \$40 dólares, por

persona el 34% de las empresas cobran entre \$41 y \$50 por persona, el 19% tiene un costo entre \$21 y \$30, y el 3% tiene precios mayores a \$100.



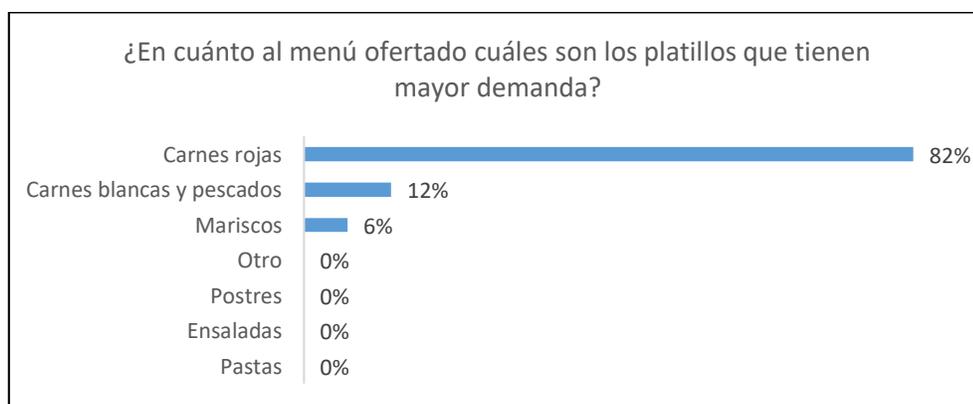
**Figura 36: Costo promedio de un evento en un establecimientos hotelero**

Con el costo promedio que los establecimientos manejan y se menciona en la pregunta anterior es importante conocer cuales con los aspectos que se incluyen en este, el 100% de las empresas incluyen el servicio de alimentos y bebidas y la decoración del lugar para el evento, el 44% de las empresas incluyen otros como flores, y fotografía y video, mientras que el 24% incluye en su precio un organizador de eventos.



**Figura 37: Descripción del costo promedio de un evento en un establecimientos hotelero**

Finalmente se realizó a las empresas del servicio de alojamiento, una pregunta referente al menú preferido de los consumidores, que ayudará a determinar el perfil del cliente de bodas posteriormente. En el cual se conoce que en el 82% de establecimientos encuestados su consumidor prefiere carnes rojas en el menú, mientras que en el 12% prefieren carnes blancas y pescados y finalmente el 6% de los establecimientos tienen consumidores que prefieren los mariscos.



**Figura 38: Preferencias del menú en establecimientos hoteleros**

## **Transporte**

El servicio de transporte para una boda destino varía de acuerdo a las necesidades y preferencias del consumidor, esto puede incluir los siguientes ítems:

- Transporte para el novio
- Transporte para la novia
- Transporte para los invitados
- Transporte para hacer turismo por atractivos del destino

El transporte puede incluir diferentes aspectos, y dentro de la provincia de Pichincha existe una diversidad de empresas dedicadas al transporte turístico, sin embargo se toma como empresas adecuadas para prestar el servicio a bodas destino, a aquellas empresas que tienen sub-categoría de renta car, y se encuentran inscritas en el Sistema Integrado de Información Turística del (Ministerio de Turismo, 2017), ya que estas empresas cuentan con una diversidad de vehículos, que pueden dar un servicio de calidad y acorde a las preferencias del consumidor.

La provincia de Pichincha cuenta con 21 empresas de renta-car, las que se encuentran únicamente en el cantón Quito, y cuyos datos se encuentran en el cuadro a continuación:

**Tabla 20:**  
**Servicios turísticos de transporte según Ministerio de Turismo**

<b>Cantón</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Actividad Turística</b>	<b>Sub-Actividad Turística</b>	<b>Categoría</b>
<b>Quito</b>	Yaruquí	Hertz	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
	Tababela	Thrifty Car Rental	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Budget Rent A Car Suc.	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
	Quito	Austral Rent A Car	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Localiza Rent A Car (Prensa)	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Thrifty	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		E-Xplora Renta Car (Rio Curaray)	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Rentanaz Rentadora De Carros	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Platinum Ren A Car	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Eurorental Rent A Car	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Jm Rent A Car	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Localiza Rent A Car	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Avis	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Servirent	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Bombuscaro Rent A Car	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
		Hertz	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
	Simon Car Rental	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car	

Continua 

---

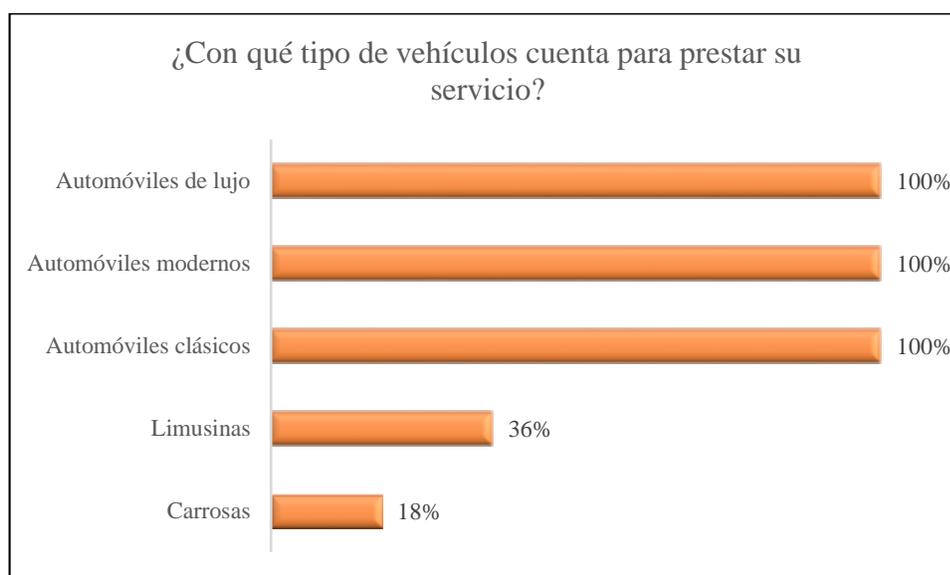
Simon Car Rental	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
Team Rent A Car	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
Budget Rent A Car	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car
Eurorental	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Rent A Car

---

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

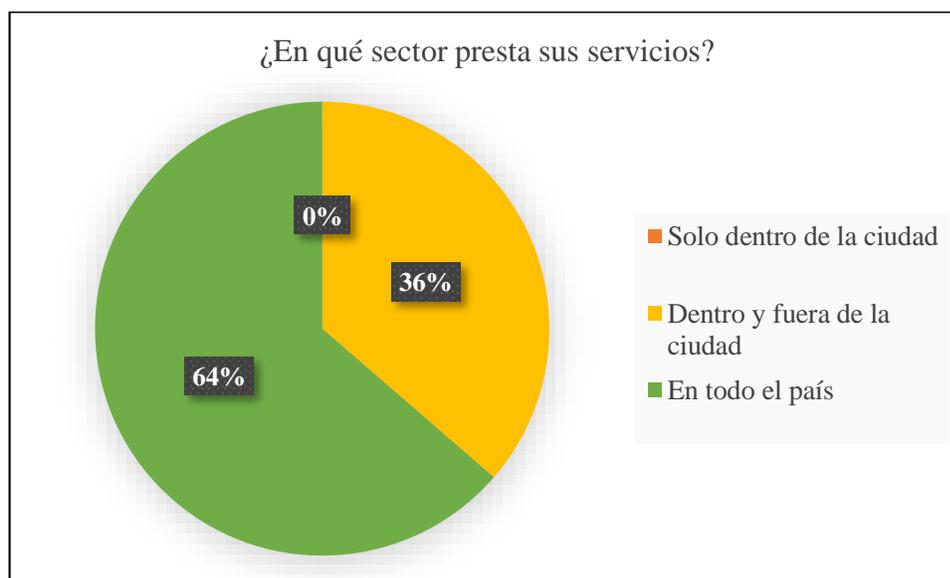
**Adaptado por:** Andrea Molina

Posterior a la clasificación de las empresas de transporte que se encuentran registradas en el Ministerio de Turismo, se obtiene la siguiente información, que ayuda a conocer de forma más clara las características que tiene el servicio de transporte en la provincia de Pichincha. Para lo cual empezamos con el tipo de vehículos que poseen para prestar sus servicios, teniendo como resultado que todas las empresas encuestadas cuentan con automóviles de lujo, modernos y clásicos, por otro lado el 36% de las empresas posee limusinas y tan solo el 18% tiene carrosas.



**Figura 39: Tipos de vehículos que se tiene en el servicio de transporte**

Además se obtuvo que el 63% de las empresas de renta-car, están aptas para prestar el servicio en los diferentes puntos, del país, lo que facilita el traslado dentro y fuera de la provincia de ser el caso. Y el 36% de las empresas están aptas para prestar sus servicios en los alrededores de la ciudad de Quito, en los que se pueden incluir a los cantones que no poseen este servicio.



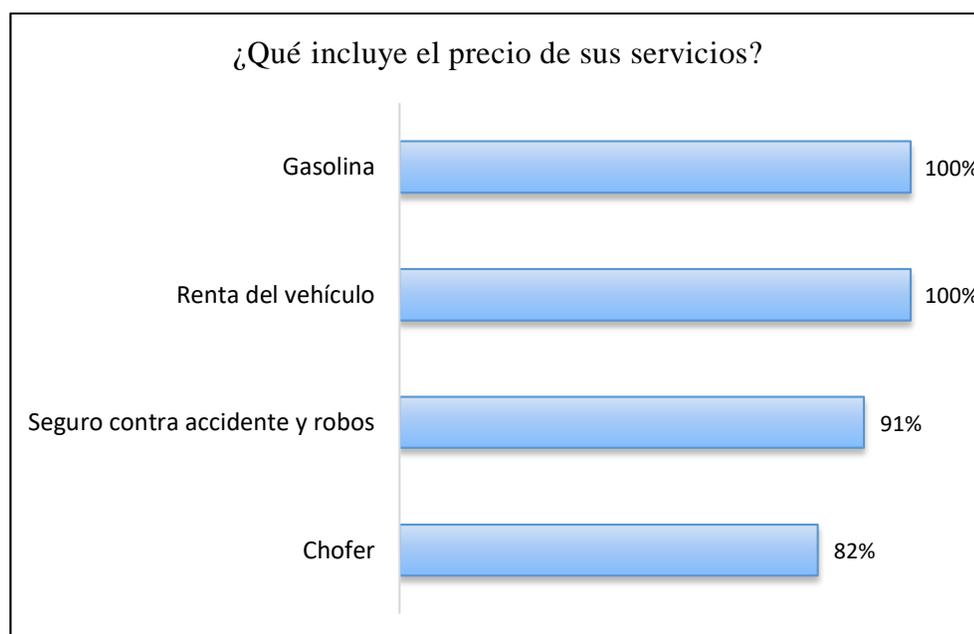
**Figura 40: Mercado para el servicio de transporte**

Respecto a las empresas de transporte encuestadas, se conoce que el 73% cuenta con sucursales tanto dentro como fuera de la ciudad de Quito, esto es una ventaja al momento de contratar el servicio, ya que se tiene una variedad de opciones en el caso de imprevistos o que se requiera el servicio de último momento.



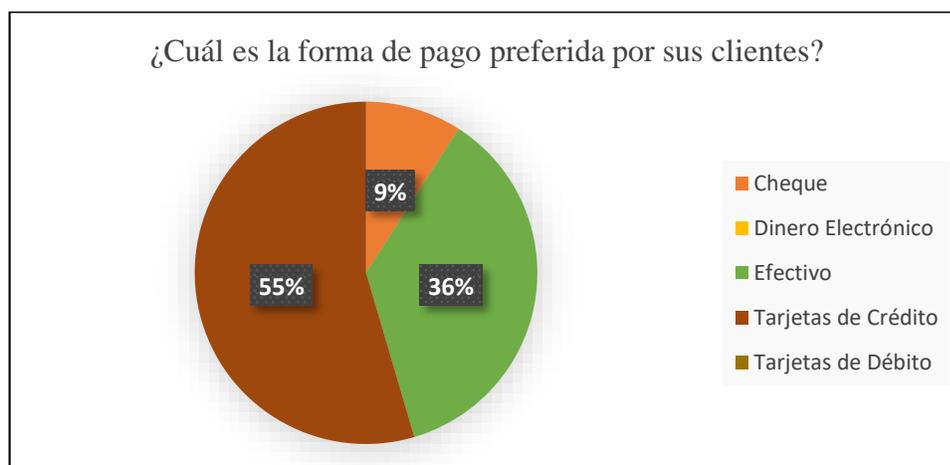
**Figura 41: Ubicación de las sucursales del servicio de transporte**

Dentro de los precios que se manejan para la contratación del servicio de transporte, específicamente el de renta-car, todas las empresas incluyen en el valor final: gasolina y renta del vehículo, mientras que solo el 91% de las empresas encuestadas, incluye un seguro contra accidentes y robos, y el 82% cuenta con chofer. Como se puede observar es un alto porcentaje de empresas que incluyen el chofer, en su precio, esto facilita la contratación de este servicio para bodas destino.



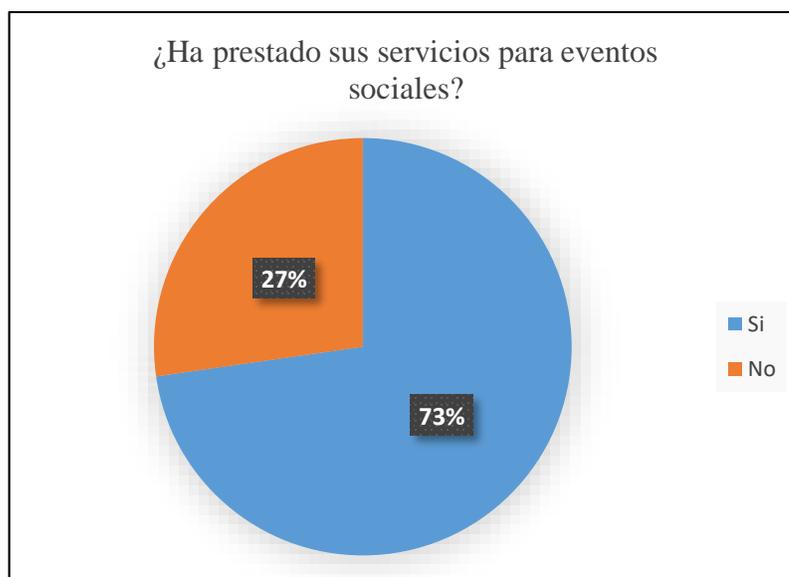
**Figura 42: Aspectos que incluye el servicio de transporte**

Posterior a conocer más a fondo el servicio de transporte dentro de la provincia de Pichincha, se procede a conocer las facilidades de pago que son de preferencia del consumidor, en relación a este servicio. Teniendo un 55% en el uso de tarjetas de crédito, especialmente la tarjeta Diners Club, el 36% de las empresas mencionan que sus clientes prefieren el pago en efectivo y tan solo el 9% utilizan como forma de pago cheques.



**Figura 43: Forma de pago preferida para el servicio de transporte**

Finalmente es importante conocer si los prestadores de servicio de transporte ya han trabajado en eventos sociales, anteriormente; para esta pregunta el 73% de las empresas encuestadas dijeron que si han trabajado en este tipo de eventos.



**Figura 44: Experiencia del servicio de transporte en eventos sociales**

### **3.3.1.3 Servicios complementarios para bodas destino**

Una boda destino, se la planea en concordancia con las necesidades y preferencias del consumidor, por lo tanto no se tiene siempre los mismos servicios para cada uno de estos eventos, además dependiendo del lugar de residencia habitual de los novios ellos prefieren adquirir servicios en la locación más cercana a ellos. Entre estos servicios se encuentran:

- Ajuar de la novia
- Atuendo y accesorios del novio
- Anillos de boda para los novios
- Obsequios para damas o padrinos

Además existen otros servicios que de acuerdo a la locación requerida por el consumidor para el evento, son necesarios el momento de la organización y planificación de una boda destino, entre ellos se encuentran:

- Alquiler de carpas, mesas y sillas
- Alquiler pista de baile
- Alquiler de calentadores, faros, antorchas, otros.
- Renta de losa, cubertería, cristalería y mantelería
- Servicio de estacionamiento
- Servicio de guardarropa
- Regalos para invitados
- Servicios de belleza (estilista, maquillista, otros)
- Póliza de seguros

Cada uno de estos servicios complementarios se lo planifica con el cliente, previo al evento y el organizador de la boda o wedding planner es el que mediante una lista de proveedores, contrata estos servicios para el evento. Y se contratan siempre y cuando los proveedores de alimentos y bebidas o de alojamiento, no faciliten estos.

### 3.3.2 Estudio de la demanda según: Teoría del consumidor

Según (Rodríguez, 2009, pág. 35) la demanda: “Está constituida por las cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios. Implica entonces no solamente la intención de adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización.”

Con la definición anterior, podemos decir que la demanda de eventos de romance, y especialmente la de bodas destino, se encuentra dada por la intención que tienen los consumidores de adquirir este tipo de eventos, sobre una boda tradicional en un salón de eventos en su lugar de residencia. Además se considera el factor económico para la toma de esa decisión.

Para el estudio de la demanda de la provincia de Pichincha, se tiene datos históricos según el anuario de matrimonios del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016). Como se puede ver en la Tabla 3, existe una disminución considerable en los matrimonios que se realizaron en el año 2016, con los que se realizaban en el 2011, sin embargo si se toma un mercado de 12000 personas solo dentro de la provincia es una demanda importante, además a esto se le sumaría la demanda de los ecuatorianos residentes en otras provincias y los extranjeros que se casan dentro de la provincia.

**Tabla 21:**

#### **Estadísticas de matrimonios civiles de la provincia de Pichincha**

<i>Año</i>	<i>Número de matrimonios en la provincia de Pichincha</i>
<b>2011</b>	14.435
<b>2012</b>	11.998
<b>2013</b>	10.739
<b>2014</b>	13.015
<b>2015</b>	13.703
<b>2016</b>	12.988

Además se toma como demanda principalmente a los matrimonios eclesiásticos efectuados en la provincia de Pichincha, ya que el Ecuador tanto por costumbre y creencias es de religión católica; como se menciona en una publicación del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012): “En lo que se refiere a la filiación religiosa, los datos demuestran que el 91,95% de la población afirma tener una religión, de los cuales el 80,4% pertenece a la religión Católica, el 11,3% Evangélica, 1,29% Testigos de Jehová y el restante 6,96% pertenecen a otras religiones.”

Para representar la demanda de bodas eclesiásticas se realizó la tabla siguiente, según los datos entregados por la Arquidiócesis de Quito se pudo encontrar registro únicamente de los últimos tres años, ya que anteriormente no se llevaba un manejo adecuado de esta información. La Arquidiócesis cuenta con 6 vicarias y comprende los cantones de: Mejía, Rumiñahui, Pedro Moncayo, Distrito Metropolitano de Quito, Cayambe y Pedro Vicente Maldonado. Lo que abarca a la mayoría de la provincia de Pichincha.

**Tabla 22:**

**Estadísticas de matrimonios eclesiásticos de la provincia de Pichincha**

<i>Año</i>	<i>Número de matrimonios registrados en la Arquidiócesis de Quito</i>
2014	5 042
2015	2 900
2016	2 618

**Fuente:** Arquidiócesis de Quito

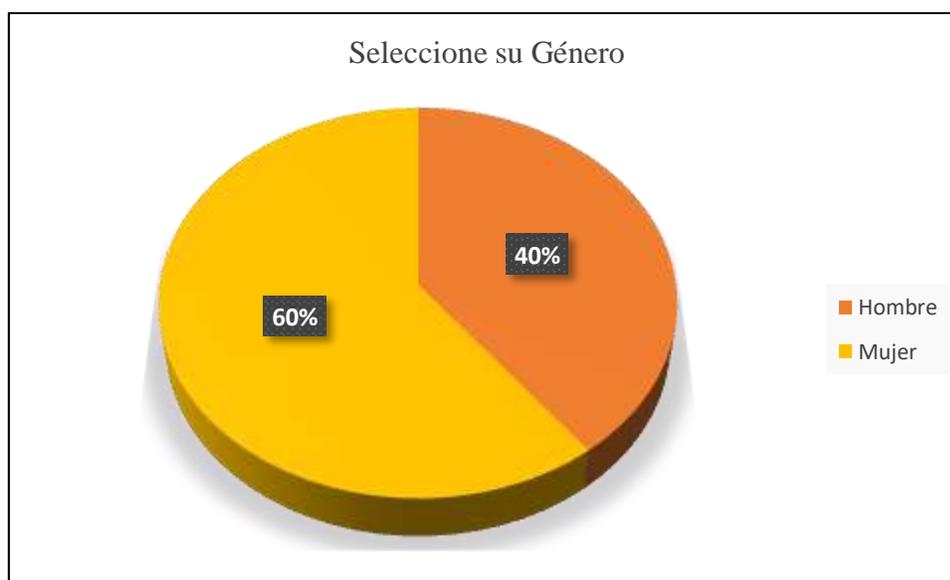
**Adaptado por:** Andrea Molina

Mediante estos datos se conoce a nivel general la demanda que se tiene de bodas o matrimonios dentro de la provincia, ya que no se poseen datos específicos del número de bodas destino que se realizan en el sector. Posteriormente se realiza el análisis de la

encuesta aplicada a la demanda, para saber las preferencias del consumidor en cuanto a este servicio.

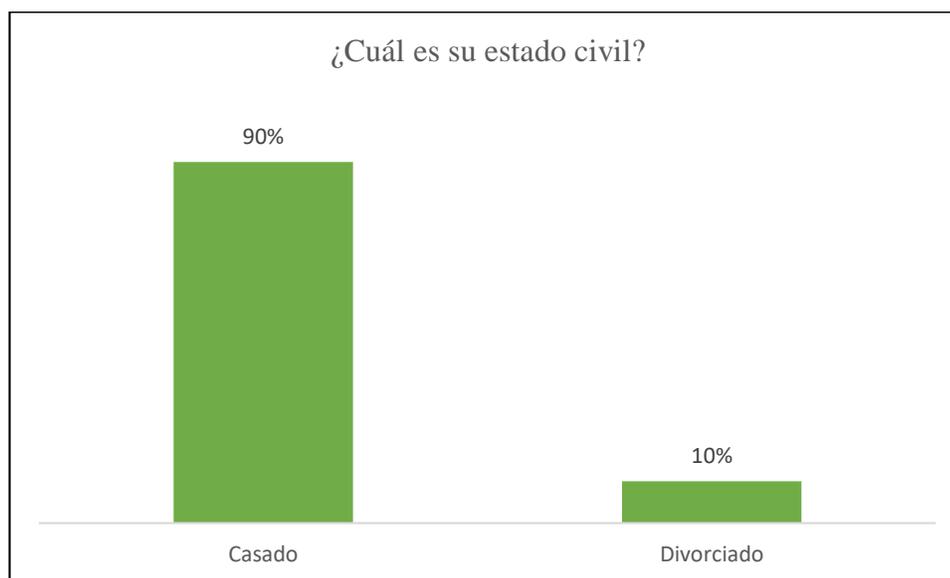
Para el análisis de los resultados que se obtuvo en las encuestas, se realizaron gráficos de cada pregunta, y cada pregunta se analizó independientemente, según los parámetros que considera la teoría del consumidor.

Se realizaron encuestas digitales a 134 residentes y turistas de la provincia de Pichincha, de los cuales el 60% de los encuestados son mujeres y 40% son hombres, como se muestra en la siguiente gráfica a continuación:



**Figura 45: Género de los encuestados**

Dado que esta encuesta está enfocada al análisis de la demanda, las personas encuestadas son aquellas que ya hayan realizado un evento para celebrar un matrimonio, con esta premisa se tiene que el 90% de los encuestados son personas de estado civil casado y el 10% restante son personas divorciadas.



**Figura 46: Estado civil de los encuestados**

### 3.3.2.1 Preferencias de los consumidores

Las bodas destino pueden enfocarse para celebrar tanto un matrimonio civil como uno religioso, por lo tanto es importante analizar cuál es el evento en el cual se realizan mayormente estos eventos. Según la encuesta aplicada los consumidores el 51% prefiere realizar su evento para celebrar la boda religiosa. Mientras que el 36% opta por un evento para cada una de las ocasiones, ya que se realizan en fechas diferentes y finalmente el 13% festeja únicamente la boda civil.

Además como se puede observar en la gráfica a continuación todos los encuestados celebraron un evento social en ocasión al matrimonio, lo que puede dar un panorama general de la demanda de bodas.



**Figura 47: Demanda de eventos según el tipo de matrimonio**

La preferencia del 31% de los consumidores para realizar una boda fue: una sala de recepciones dentro de la ciudad, mientras que el 23% de los encuestados tuvieron su evento dentro de una hacienda o quinta. Por otra parte las locaciones que tuvieron menor porcentaje son salón de un hotel con 14%, el domicilio de una persona con 16% y salón de recepciones fuera de la ciudad con un 15%.



**Figura 48: Locaciones preferidas por la demanda**

El siguiente parámetro que se considera en relación a la demanda, tiene el objetivo de conocer los factores que toma en cuenta el consumidor, para determinar el lugar en el que va a realizar su evento; teniendo como resultado la siguiente tabla:

**Tabla 23:**

**Parámetros que considera la demanda para un evento**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>Moda</b>
<b>Cercanía al domicilio</b>	10.34%	10.34%	20.69%	6.90%	20.69%	27.59%	6
<b>Cercanía al lugar de la celebración de la boda religiosa</b>	20.69%	13.79%	10.34%	10.34%	17.24%	17.24%	2
<b>Ambiente agradable</b>	55.17%	20.69%	10.34%	3.45%	3.45%	0%	1
<b>Costo del evento</b>	10.34%	13.79%	17.24%	20.69%	17.24%	13.79%	4
<b>Facilidades de pago</b>	0%	17.24%	13.79%	31.03%	17.24%	13.79%	5
<b>Oferta de un servicio nuevo o diferente</b>	3.45%	17.24%	20.69%	17.24%	13.79%	13.79%	3

Mediante la recopilación de datos, se procedió a distribuir el porcentaje de cada respuesta y calcular la moda en las correspondientes respuestas, teniendo como resultado que el principal factor que considera el consumidor es el ambiente agradable, siguiendo con la cercanía al lugar de la boda religiosa y la oferta de un servicio nuevo o diferente.

Teniendo además como resultado que los parámetros que menos le interesan al consumidor de los expuestos son: el costo del evento, facilidades de pago y la cercanía al domicilio. Esto se puede interpretar como un resultado favorable, ya que las bodas destino son más costosas que una boda tradicional; además el objetivo de estas es que no se realicen en el lugar de residencia habitual de los novios.

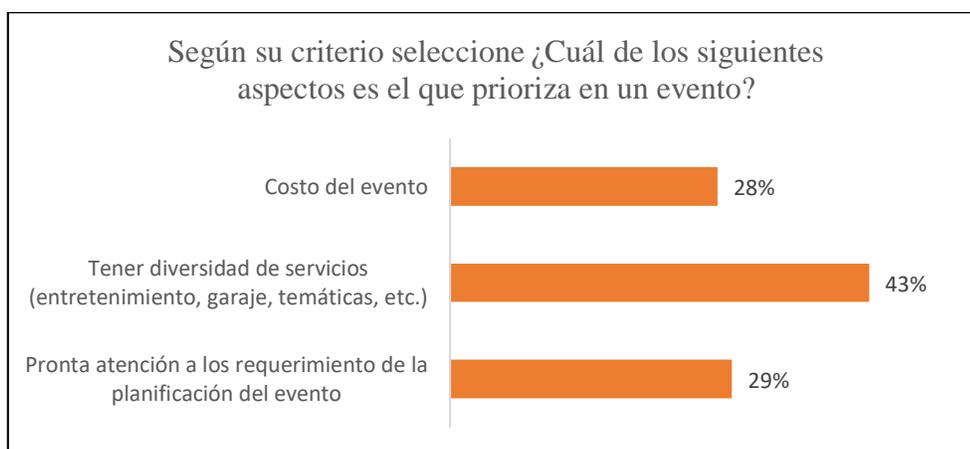
Siguiendo con las preferencias que tiene la demanda, se obtuvo que el 51% de las personas requieren ayuda de amigos y familiares para la organizar su evento, mientras que solo el 20% contrata la ayuda de wedding planner; consecuente a esto el 17% contó con ayuda de un organizador de eventos y el 12% prefieren hacer los preparativos sin ayuda.



**Figura 49: Personas que ayudan en la organización de un evento**

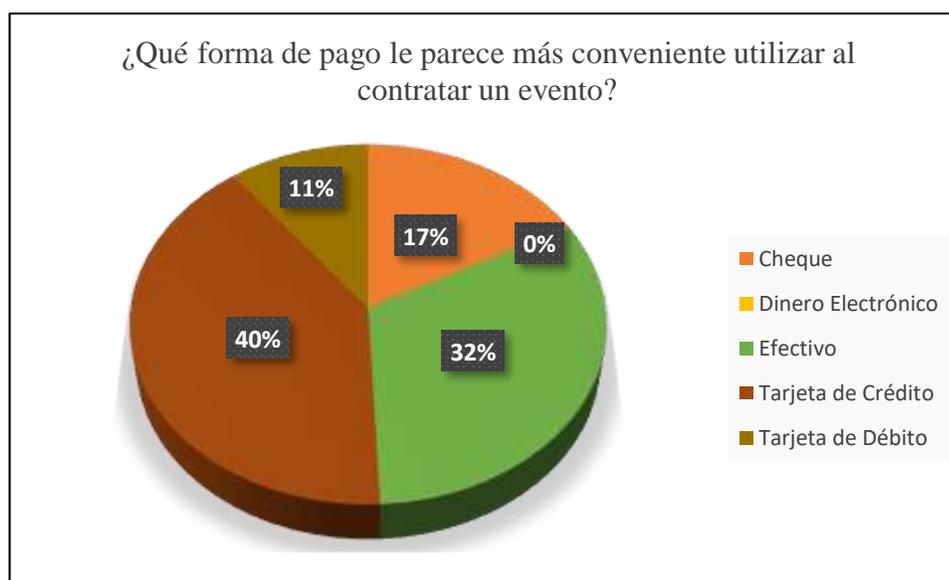
### 3.3.2.2 Restricciones presupuestarias

Como se puede observar en la figura a continuación tan solo el 28% de las personas encuestadas, toma en cuenta el costo del evento como una prioridad, sobre los servicios y los requerimientos en la planificación de la boda. Dado que las bodas destino son más costosas que una boda tradicional, se puede concluir que si se oferta servicios diferentes y una adecuada atención a la planificación del evento el costo no es un factor que el cliente va a priorizar.



**Figura 50: Aspectos que priorizan un evento**

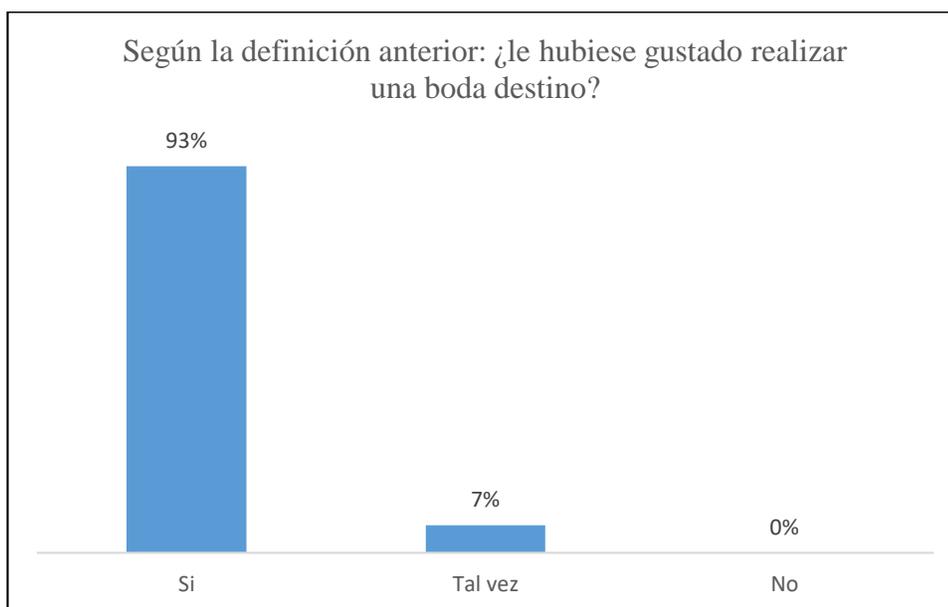
Siguiendo con las restricciones presupuestarias se toma en cuenta la forma de pago con que le parece más conveniente al contratar el servicio de eventos; el 40% de los consumidores mencionan preferir las tarjetas de crédito, el 32% de ellos prefiere el efectivo; mientras que las formas de pago menos preferidas son cheque y tarjeta de débito. Además en las encuestas realizadas se conoce que actualmente los consumidores no manejan el dinero electrónico, para la contratación de este tipo de servicios.



**Figura 51: Formas de pago preferidas por el consumidor**

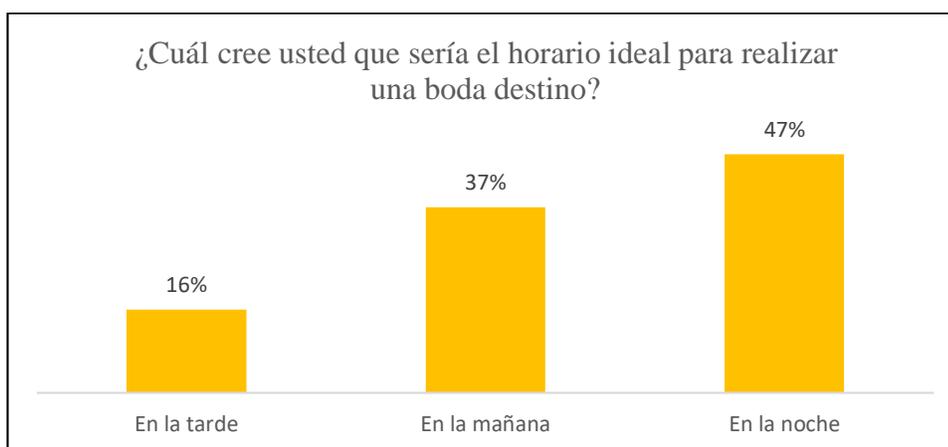
### 3.2.2.3 Elección de los consumidores

Posterior al análisis de las preferencias de los consumidores y a las restricciones presupuestarias que tiene la demanda de matrimonios, se podrá conocer el punto de vista que tienen los consumidores en relación a las bodas destino. Después de que los encuestados conocieran la definición de bodas destino, que se encuentra en el formato de la encuesta, el 93% respondió que le hubiese gustado realizar una boda destino, mientras que el 7% restante respondió que tal vez. Dando como resultado que las bodas destino son atractivas para el consumidor.



**Figura 52: Interés del consumidor en bodas destino**

Posteriormente el 47% de las personas escogerían que el evento se lo realice en la noche, mientras que el 33% lo elegiría en la mañana, y el porcentaje restante prefiere que el evento se lo realice en el horario de la tarde. Como se muestra en el gráfico a continuación:



**Figura 53: Elección del consumidor del horario para bodas destino**

La siguiente elección de los consumidores es relacionada a las locaciones en las que se puede realizar una boda destino, para esto se realizó un análisis de los datos recopilados y se aplicó la moda para conocer el orden de preferencia que se tiene de las 5 locaciones expuestas.

**Tabla 24:****Locaciones naturales para celebrar una boda destino**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>La moda</b>
<b>Lagunas</b>	27.59%	34.48%	27.59%	3.45%	0%	2
<b>Cascadas</b>	34.48%	34.48%	13.79%	13.79%	3.45%	1
<b>Faldas de un volcán o montaña</b>	10.34%	13.79%	10.34%	34.48%	20.69%	3
<b>Termas / Balnearios</b>	10.34%	6.90%	13.79%	10.34%	48.28%	5
<b>Bosques</b>	17.24%	3.45%	24.14%	27.59%	17.24%	4

Mediante la tabla anterior se puede concluir que la locación natural preferida por los consumidores serían cascadas y lagunas, seguidas de los eventos realizados en las faldas de un volcán o montaña y bosques, siendo las termas y balnearios las locaciones menos atractivas para el consumidor.

**Tabla 25:****Locaciones culturales para celebrar una boda destino**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>La moda</b>
<b>Museos</b>	0%	13.79%	27.59%	20.69%	31.03%	5
<b>Plazas</b>	3.45%	31.03%	13.79%	24.14%	20.69%	3
<b>Teatros</b>	3.45%	13.79%	27.59%	27.59%	20.69%	4
<b>Parques</b>	10.34%	27.59%	20.69%	17.24%	17.24%	2
<b>Haciendas</b>	82.76%	6.90%	3.45%	3.45%	3.45%	1

Posteriormente los consumidores eligieron como primera locación adecuada para celebrar bodas destino a las haciendas, seguida d parques y plazas, dejando como ultimas opciones a los teatros y museos.

Finalmente los encuestados, procedieron a escoger entre los servicios que creen ellos necesarios para la elaboración de una boda destino, teniendo el siguiente diagrama como resultado:



**Figura 54: Servicios para una boda destino**

Como se muestra en la figura anterior el 100%, requiere el servicio de alimentación, mientras que los otros servicios que tienen importancia para el consumidor están: transporte, música e iluminación y decoración. Los siguientes servicios que alrededor de la mitad de los encuestados seleccionó son: alojamiento, wedding planner y el servicio de fotografía y video.

Finalmente los servicios de shows en vivo, tours por los atractivos del sector, maquillaje y peinado y el servicio de spa, solo son atractivos aproximadamente para el 30% de los consumidores.

#### **3.2.2.4. Perfil del Consumidor**

La teoría del consumidor es una herramienta mediante la cual se estudia las características que tiene la demanda de un servicio, en función de sus preferencias y necesidades, para lo cual se ha determinado el perfil del consumidor en función de los tres componentes de esta teoría, con lo cual se determina que el consumidor de bodas destino para la provincia de Pichincha, son parejas que prefieren realizar un evento de romance para celebrar el matrimonio o boda religiosa, y actualmente la demanda requiere de eventos en haciendas o salones de recepciones, dentro de la ciudad.

Entre los parámetros que la demanda actual requiere para la organización de un evento de esta naturaleza se prioriza el ambiente agradable del entorno del evento, que la locación sea cercana al lugar de celebración de la boda religiosa y además que la empresa u organizador del evento brinde servicios novedosos y diferentes. Adicional a las preferencias actuales del consumidor se tiene que actualmente no se requiere de un organizador de eventos o wedding planner en el proceso de planeación y organización de un evento, ya que prefieren la ayuda de amigos y familiares en este proceso. Posterior a esto se conoce que en cuanto a restricciones presupuestarias, (el segundo componente de la teoría), el consumidor de bodas destino no tiene como prioridad el costo del evento siempre que se oferte diversidad en los servicios. Y se maneja principalmente con la forma de pago en efectivo para la cancelación del servicio de eventos.

Finalmente en cuanto a la elección de los consumidores, el perfil muestra que la demanda sí está interesada por la organización de bodas destino, además se manifiesta que para este tipo de eventos se eligiese principalmente el horario de la noche. En cuanto a las locaciones naturales que cautivan son: cascadas, lagunas y por la belleza del paisaje en las faldas de una montaña o un volcán; y en lo relacionado a locaciones culturales tienen mayor interés de realizar bodas destino en haciendas, parques y plazas. Adicional a esto los servicios que el cliente cree necesarios para la planificación y organización de sus eventos son: alimentación en lo referente a catering, transporte, decoración, alojamiento, el servicio de fotografía y video y además se tiene un alto interés en la contratación del wedding planner para el evento.

## CAPITULO 4

### DISCUSIÓN

#### 4.1 Conclusiones

Al concluir esta investigación en la provincia de Pichincha, se obtiene que este sector posee los dos componentes generales que se requirieron para la planificación de eventos de romance; especialmente enfocándonos en las bodas destino; y en relación a las preferencias y gustos de los consumidores.

El primer factor de la oferta en la provincia de Pichincha es la diversidad de atractivos turísticos tanto manifestaciones culturales como sitios naturales, distribuidos en cada uno de sus cantones; por lo que esta región es muy atractiva para el turista nacional y extranjero. Además esto se complementa con las preferencias y gustos que se puede observar en el perfil del consumidor de bodas destino, ya que este posee un interés principalmente en la elaboración de eventos al aire libre y con paisajes naturales a los cuales sean accesibles todos los servicios.

En cuanto al otro factor de la oferta que son los prestadores de servicios para eventos, se concluye que en el territorio de la provincia existe una amplia variedad de establecimientos y empresas que son opciones para atender las características que requiere una boda destino; sin embargo se encontró una deficiencia de los organismos gubernamentales, al acceder a este tipo de información, ya que en general en la actividad de eventos no se cuenta con una base de datos que califique todos los prestadores de servicios requeridos por categorías, lo que dificulta la planeación de estos eventos en los que el consumidor exige un alto nivel de confiabilidad y calidad.

Otro de los aspectos que se puede concluir, es que existen certificaciones por competencias a los trabajadores del sector de eventos que permiten garantizar al consumidor un servicio de calidad, sin embargo esto aún requiere del apoyo de normativas y licencias que obliguen a las empresas del sector turístico, hotelero y de eventos, a contar con personal capacitado en las diversas áreas. De esta forma se garantizará que las

empresas que ofertan bodas destino estén capacitadas completamente para ello y no sean empresas empíricas, evitando de esta forma que se cree mala propaganda, tanto a nivel nacional como internacional.

Por otro lado, el estudio de la demanda que se realizó en esta investigación, demuestra que las bodas destino dentro de la provincia de Pichincha, son eventos atractivos para el cliente y turista, según la teoría del consumidor y sus componentes se ha conseguido un panorama atrayente en relación a los gustos y preferencias; ya que las locaciones preferidas por los clientes son cascadas y lagunas, en cuanto a sitios naturales; y haciendas y parques en lo que se refiere a manifestaciones culturales. Estas locaciones se encuentran en gran variedad de las parroquias de la provincia, que se complementan con otros atractivos para brindar diversidad el momento de ofertar una boda destino.

En cuanto a la promoción y publicidad que se precisa para potencializar a Pichincha como un destino de eventos de romance, principalmente enfocados a bodas destino, se necesita de proyectos en los que se involucren las entidades gubernamentales competentes como el Ministerio de Turismo, Gobierno Autónomo de la provincia de Pichincha, Quito Turismo y por otro lado las empresas del sector turístico y hotelero, en la creación de paquetes turísticos, y promoción de los diversos atractivos naturales, con campañas nacionales e internacionales, que sean llamativas para el turista.

Es importante mencionar además que la organización de bodas destino, al ser eventos direccionados a la población con capacidad económica media alta, son una importante fuente de ingresos, que en países como México e Italia son principales fuentes económicas debido al alto costo que se cobra por cada una.

## 4.2 Recomendaciones

Al finalizar esta investigación se conoce que la provincia de Pichincha cuenta con el potencial necesario para ser un destino de eventos de romance, especialmente al enfocarse en bodas destino, sin embargo existen algunas recomendaciones que se debe tomar en cuenta para conseguir que este sector se convierta en una de las principales alternativas, tanto para el turista nacional como para el extranjero.

En cuanto a los sitios naturales y manifestaciones culturales, se requiere que los organismos pertinentes, mantengan una conservación adecuada tanto de la infraestructura como de los accesos y alrededores de cada atractivo, con el objeto de que se pueda ofrecer al consumidor locaciones que tengan facilidades de acceso, un mantenimiento adecuado, seguridad y limpieza en cada una de ellas. Esto facilitará el ingreso a los prestadores de servicios necesarios para el evento y además brindará la calidad requerida por los consumidores. Esto debe ser llevado a cabo por el Ministerio de Turismo, el Gobierno de la provincia de Pichincha y los gobiernos parroquiales.

Por otro lado es necesario que se trabaje en un inventario y categorización de los prestadores de servicios que se precisa para la organización de un evento de romance; para esto se puede tomar en cuenta el listado desarrollado en esta investigación. Esto facilitaría al organizador de eventos o al consumidor directamente en la creación de una base de datos en la que se incluyan diferentes empresas para brindar diversidad al momento de la planificación del evento. Además al crear una categorización de empresas de banquetes, wedding planners, fotógrafos profesionales y demás prestadores de servicios para bodas destino y eventos relacionados, se incentivaría a la capacitación constante de los establecimientos y personal necesario; como se hace actualmente en el área de alimentos y bebidas.

Además se requiere de proyectos de promoción, publicidad y estrategias de difusión que faciliten al consumidor acceder a información y paquetes de eventos de romance, con diversidad de alternativas tanto en locaciones como de prestadores de servicios. Esto se puede realizar mediante el portal web de Viaja Primero Ecuador y de cada una de las empresas que estén certificadas por el Ministerio de turismo, y que cuenten

con certificaciones nacionales e internacionales, en función de los servicios, capacitaciones del personal y calidad.

Por otro lado se puede crear una marca país que destaque al Ecuador como destino de bodas, de esta forma se puede realizar una promoción internacionalmente y dar confianza al turista extranjero para contratar este servicio en el Ecuador, y al ser Quito una de las ciudades con reconocimientos internacionales, puede ser uno de los principales destinos que potencializar junto con el turismo de romance en la provincia de Pichincha.

Como recomendación final se debe tomar en cuenta la importancia que tiene la investigación del turismo de romance dentro de la provincia y el Ecuador, así como los eventos que se pueden realizar en torno a esto, para conocer el progreso en este sector económico y además tener mayor información; para que se haga de esto una fuente de ingresos adicional al país.

## BIBLIOGRAFÍA

- About en español. (s.f.). *About en español*. Obtenido de <http://bodas.about.com/od/Bodasdestino/a/5-Preguntas-Frecuentes-Sobre-Bodas-Destino.htm>
- Ballester, J. (2017). *Italia ingresa 315 M € gracias al turismo de bodas*. Obtenido de HOSTELTUR: [https://www.hosteltur.com/149400\\_italia-ingresa-315-m-gracias-al-turismo-bodas.html](https://www.hosteltur.com/149400_italia-ingresa-315-m-gracias-al-turismo-bodas.html)
- Barrado Timón, D. (2004). *El Concepto de Destino Turístico*. Madrid. Recuperado el 06 de Junio de 2016, de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-160-2004-pag45-68-91963.pdf>
- Bertoni, R., Castelnovo, C., Cuello, A., Fleitas, S., Peras, S., Rodríguez, J., & Rumeau, D. (2011). *Construcción y análisis de problemas del desarrollo*. Montevideo.
- Carrera, M. S. (2016). *Romance Ecuador: Estudio de factibilidad de empresa*. Quito.
- Cedeño, K. (03 de Julio de 2017). El papel del Ministerio de Turismo para promocionar bodas destino. (A. Molina, Entrevistador)
- Conocimientosweb.net. (8 de Junio de 2013). *Conocimientosweb.net*. Obtenido de Quienes conforman la industria turística: <http://www.conocimientosweb.net/dcmt/ficha11040.html>
- Definición de*. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/clasificacion/>
- Diccionario Actual. (s.f.). *Diccionario Actual*. Obtenido de <https://diccionarioactual.com/consumidor/>
- Enríquez Pacheco, Y. (Junio de 2017). Bodas destino en Pichincha. (A. Molina Oñate, Entrevistador)
- FOPE SCHOOL EVENTS. (2017). *Ítems para la celebración de una boda*. Quito.
- Gobierno de la Provincia de Pichincha. (2001). *Plan General de Desarrollo Provincial de Pichincha*. GAD Pichincha, Quito. Obtenido de GAD de la Provincia de Pichincha.
- Grupo Editorial OCEANO. (1992). *Diccionario Enciclopédico Ilustrado Oceano*. Colombia : Printer Colombiana.
- Inno Consulting. (s.f.). *Inno Consulting*. Obtenido de <http://www.innoconsulting.com.ar/html/pdf/inno/glosario.pdf>

- Instituto de Competitividad Turística de la Secretaría de Turismo de México. (2010). *Secretaría de Turismo*. Obtenido de Secretaría de Turismo: <http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/publicacionesexternas/diagnosticobodas.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (15 de Agosto de 2012). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-por-primera-vez-estadisticas-sobre-religion/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Mayo de 2016). Anuario de Estadísticas: Matrimonios y Divorcios. Quito, Pichicha, Ecuador.
- Jijena Sanchez, R. (2003). *Eventos. Cómo organizarlos con éxito*. Argentina: Nobuko.
- Kotler, P., Bowen, J. C., García de Madariaga, J., & Flores Zamora, J. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Pearson Educación.
- Mankiw, N. (2002). *Principios de Economía* (Vol. II). (E. Rabasco Espáriz, & L. Toharía Cortés, Trads.) Madrid, España: FARESO.
- Ministerio de Turismo. (Mayo de 2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Obtenido de Hoteles Ecuador: <https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento%20General%20de%20Actividades%20Turisticas.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Sistema Integrado de Información Turística*. Quito.
- Morchón Morcillo, F., & Veker, V. A. (2008). *Economía Principios y Funciones*. México: McGraw- Hill Interamericana.
- Muñiz, R. (s.f.). *Producto y precio, Marketing XXI*. Recuperado el 26 de Enero de 2017, de Marketing XXI: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Muzo, C. (19 de Mayo de 2017). Organización de bodas destino. (A. Molina, Entrevistador)
- Olamendi, G. (s.f.). *EsGerencia: Diccionario de Marketing*. Obtenido de Diccionario de Marketing: <http://esgerencia.com/pdf/blogmkt/diccionario.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (2000). *Glosario*.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2009). *Definición de*. Obtenido de <http://definicion.de/evento>
- Pérez, G. B. (2016). Tenerife, turismo de bodas en destino. La Laguna, Tenerife, España.

- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2009). *Microeconomía*. Madrid : Pearson Educación S.A.
- Real Academia Española. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de Diccionario: <http://dle.rae.es/?id=TynWJVc>
- Real Academia Española. (2017). *Real Academia Española*. Obtenido de Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva.
- Reyes, G. E. (15 de Marzo de 2007). *Desarrollo: Zona Económica*. Recuperado el 06 de Junio de 2016, de Zona Económica: <http://www.zonaeconomica.com/concepto-desarrollo>
- Rodríguez, C. E. (Abril de 2009). *Diccionario de Economía*. Obtenido de Eumet: <http://www.eumed.net/diccionario/dee/dee.pdf>
- Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación Profesional. (2014). *Historial de personas capacitadas 2005-2014*. Obtenido de SETEC: <http://aplicaciones.setec.gob.ec/BuscadorNewDL/index.xhtml>
- Servicio de Rentas Internas - SRI. (10 de Mayo de 2017). *RUC - Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Servicio Nacional de Aprendizaje. (2017). *Academia*. Recuperado el 09 de Junio de 2017, de [https://www.academia.edu/24294530/Semana\\_uno\\_sena](https://www.academia.edu/24294530/Semana_uno_sena)
- Silva Guerra, M., Gonzáles Ortiz , J., Martínez Días , D., Giraldo Oliveros, M., & Esparragoza, D. (2014). *Marketing: Conceptos y aplicaciones*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Tayala, E., García de Madariaga Miranda, J., Narros González , M., Olarte Pascual, C., Reinares Lara, E. M., & Saco Vázquez , M. (2008). *Principios del marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- The Knot. (2013). “2013 Real Weddings Survey”. Obtenido de The Knot : [http://www.xoedge.com/xogroupinc/pdfs/Destination%20Weddings%20Deck\\_1.29.2014\\_FINAL.pdf](http://www.xoedge.com/xogroupinc/pdfs/Destination%20Weddings%20Deck_1.29.2014_FINAL.pdf)
- Torres, N. (Mayo de 2017). Bodas eclesiásticas. (A. Molina, Entrevistador)