## RESUMEN

Es por todos conocida la importancia que tiene el turismo en todo el mundo, no obstante, también es manifiesto el escaso conocimiento de los diferentes segmentos que este posee, como es el caso del turismo de eventos, tomándolo como aquel tipo de turismo que incluye congresos, seminarios, ferias, etc. que moviliza principalmente a profesionales de una determinada rama; el cual ha venido adquiriendo importancia, debido al positivo impacto social y económico que ha producido en los países que tomaron la iniciativa. Europa y Estados Unidos fueron los pioneros a partir de los años 50 y alrededor de los años 70 se inició en América Latina, siendo actualmente los mercados más fuertes: México, Argentina, Chile y Brasil.

Dadas estas referencias se propone en esta investigación al turismo de eventos como alternativa para incrementar la rentabilidad turística en Cuenca tomando en cuenta que este tipo de turismo representa aproximadamente el 20% de las llegadas internacionales y se caracteriza por ritmos de crecimientos sostenidos, manifestando una alta rentabilidad y contribución al desarrollo de otros sectores relacionados.

Lo que básicamente se quiere lograr con esta investigación es dar a conocer el turismo de eventos; su origen, definición, clasificación, características, beneficios, su impacto económico internacional así como las experiencias exitosas que el mismo ha tenido a nivel nacional e internacional y finalmente conocer si Cuenca tiene las posibilidades de convertirse en un destino apto para el turismo de eventos y beneficiarse del mismo económica y socialmente.

**PALABRAS CLAVES:**

Turismo, Eventos, Cuenca, Economía, Rentabilidad, Desarrollo, Alojamiento, Seguridad.

## ABSTRACT

Since the world starts a change from the local business to a global market, the events tourism become an essential part of the countries, because it makes more easily the communication and the relationships between two o more economies.

An example could be the success of United States, where the structure and the business centers attract to the biggest investors, making it a great place to exchange merchandise, markets an knowledge with other cultures, that means globalization

In Latin America the most important countries where this activity is drive to the success are México, Argentina, Brazil and Chile.

In Ecuador this great opportunity is not used at all. Our country has three principal cities: Quito, Guayaquil and Cuenca, but only in Quito it takes a big importance and in the rest of the country it is a subject with a Little degree of improvement.

In Cuenca, the third city in importance of the Ecuador, the events tourism is taking some importance, the number of congress and conventions is increasing, however doesn´t exist enough places for this activities because people unknown the economic benefits this subject could bring to the city.

Now is in our hands to make the changes for improve the touristic rentability while we earn better services such as wheelrights, airports and communications, and in the future turn this city into an axis of the events tourism.

## INDICE

RESUMEN ..... 1
ABSTRACT ..... 2
CLAUSULA DE RECONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS DE AUTOR ..... 7
DEDICATORIA ..... 10
AGRADECIMIENTO ..... 11
INTRODUCCIÓN ..... 12

**CAPITULO 1: GENERALIDADES ..... 14**
1.1 Antecedentes del turismo de eventos. ..... 14
1.2 Clasificación de los eventos ..... 18
1.3 Definiciones. ..... 20
1.3.1 Eventos ..... 20
1.3.2 Convenciones ..... 21
1.3.3 Congresos ..... 23
1.3.4 Seminarios ..... 24
1.3.5 Talleres ..... 25
1.3.6 Jornadas ..... 25
1.3.7 Foros ..... 26
1.3.8 Cursos ..... 26
1.3.9 Recepciones ..... 27
1.3.10 Cocteles ..... 27
1.3.11 Viajes de incentivo ..... 28
1.3.12 Ferias y exposiciones ..... 29
1.4 Características del turismo de eventos ..... 29
1.5 Beneficios del turismo de eventos. ..... 31
1.6 Actores del turismo de eventos ..... 33
1.6.1 Generadores de eventos. ..... 33
1.6.2 Operadores Profesionales. ..... 33

**CAPITULO 2: IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO DEL TURISMO DE EVENTOS .....34**

2.1 Importancia socio económica del turismo de eventos. .....34

2.2 Impacto económico en el turismo .....36

2.2.1 Gasto promedio diario por Delegado.....38

2.3 Posicionamiento de América Latina.....38

**CAPITULO 3: POSIBILIDADES, TENDENCIAS Y EXPERIENCIAS EXITOSAS DEL TURISMO DE EVENTOS .....41**

3.1 Atraer al turista de eventos.....42

3.1.1 Mayores facilidades de acceso .....43

3.1.2 Crear nuevos centros empresariales.....43

3.1.3 Desarrollar el turismo de aeropuerto .....44

3.2 Atraer convenciones y otros encuentros.....45

3.3 Infraestructura turística para convenciones de empresas .....46

3.3.1 Prestaciones para la categoría «negocios».....48

3.3.2 Ofertas globales para convenciones .....48

3.4 Tendencias más competitivas.....49

3.4.1 Atender a los familiares .....49

3.4.2 Turismo de aventura.....51

3.5 Especialistas del viaje de eventos .....51

3.5.1 Los agentes de viajes especializados. .....51

3.5.2 Las compañías de gestión de viajes.....52

3.6 El papel de las nuevas tecnologías .....52

3.6.1 Promoción por medio del Internet. .....52

3.6.2 El boleto electrónico. .....53

3.6.3 Reservaciones informatizadas. .....54

3.7 Especialización sectorial.....54

3.8 Alianzas comerciales .....55

3.9 Cuestiones de seguridad .....55

3.10 Los mejores países para hacer turismo de eventos .....55

3.10.1 Brasil .....58

3.10.2 Argentina ..... 58
3.10.3 Colombia ..... 59
3.10.4 Panamá ..... 59
3.10.5 México ..... 60
3.11 El Turismo de Eventos en el Ecuador ..... 60
3.11.1 Quito ..... 62
3.11.2 Guayaquil ..... 63
3.11.3 Cuenca ..... 64

**CAPITULO 4: POSIBILIDADES DE CUENCA PARA EL TURISMO DE EVENTOS ..... 65**
4.1 infraestructura para la organización de eventos. ..... 78
4.1.1 Selección del lugar ..... 78
4.1.2 Inventario de Infraestructura propicia para la organización de eventos ..... 79
4.2 Recursos humanos ..... 100
4.2.1 Interpretación ..... 101
4.2.2 Traducción. ..... 101
4.2.3 Guía. ..... 101
4.2.4 Seguridad. ..... 101
4.2.5 Técnicos ..... 101
4.2.6 Apoyo o soporte. ..... 102
4.3 Medios de transporte ..... 102
4.3.1 Aeropuerto Mariscal Lamar ..... 102
4.3.2 Terminal Terrestre ..... 103
4.3.3 Renta de autos ..... 109
4.3.4 Taxis ..... 109
4.4 Alojamiento y restauración ..... 110
4.5 Elementos complementarios ..... 117
4.5.1 Centros de Información Turística ..... 117
4.5.2 Consulados ..... 118
4.5.3 Seguridad ..... 119

CONCLUSIONES .....120
BIBLIOGRAFÍA .....122

**A N E X O S.....125**

ANEXO 1 Ejemplo de diagrama de proceso de operación de una convención .....126

ANEXO 2 Ejemplo de diagrama de proceso de operación de un congreso 127

ANEXO 3 Ejemplo de diagrama de proceso de operación de un viaje de incentivo .....128

ANEXO 4 Ejemplo de diagrama del proceso de operación de una exposición .....129

ANEXO 5 Centro de Convenciones Cartagena de Indias.....130

ANEXO 6 Centro de convenciones ATLAPA.....132

ANEXO 7 Centro de convenciones RIOCENTRO .....134

## CLAUSULAS DE RECONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS DE AUTOR

UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Mayra Belén Quituisaca Nieves, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniería en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Facultad de Ciencias de la hospitalidad

Mayra Belén Quituisaca Nieves
010443812-2

UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Mayra Belén Quituisaca Nieves, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

UNIVERSIDAD DE CUENCA
Facultad de Ciencias de la hospitalidad

Mayra Belén Quituisaca Nieves.
010443812-2



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**

**CARRERA DE TURISMO**

# EL TURISMO DE EVENTOS COMO ALTERNATIVA PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD TURISTICA EN CUENCA

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: INGENIERO EN TURISMO**


**DIRECTORA:**

**LIC. MARIA ISABEL ELJURI**

**AUTORA:**

**MAYRA BELEN QUITUISACA NIEVES**


**CUENCA, MARZO 2012**

## DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada de manera especial a mi madre quien ha sido la principal autora de mis logros, pues con sus consejos y regaños ha logrado junto conmigo cumplir nuestro primer sueño. Gracias mami por todo tu esfuerzo al ayudarme a seguir adelante frente a todos los obstáculos que se pusieron en nuestro camino.

A mis hermanos que siempre supieron que lograría este reto, por ser mi modelo a seguir de lucha y esmero, gracias ñaños por decirme que soy su orgullo y que nunca dejare de ser su nena. Los quiero.

A mí adorado esposo Juanfer que llegó a mi vida de una manera inesperada para conquistar mi corazón. Gracias mi vida por halarme de las orejas todos los días para terminar la tesis. Te amo

A mi bebé precioso Mati mi motivo de estar viva y de levantarme cada mañana y que ha tenido que estar días enteros junto a su mami haciendo la tesis mientras pateaba en la pancita.

A Dios por estar siempre a mi lado guiando mis pasos, dándome fortaleza para levantarme cuando creía que no podía seguir más.

A mis amigas las cascabeles, a mis compañeros y a cuantos aportaron de una u otra manera a que mi sueño se haga realidad. A todos ustedes va dirigida esta tesis. Mayra

## AGRADECIMIENTO

Quiero expresar un especial agradecimiento a mi Directora de Tesis Lic. María Isabel Eljuri quién desde el comienzo de la realización de mi tesis ha mostrado su apoyo y preocupación. Gracias Mary por su buena voluntad, su paciencia y dedicación.

A la Universidad de Cuenca y en especial a la Escuela de Turismo ya que, durante varios años se convirtió en mi segunda casa

A cada uno de mis profesores quienes me prepararon para una vida profesional y que además de ser excelentes docentes fueron mis mejores amigos, pues siempre se mostraron abiertos no solo para ayudarnos profesionalmente sino también en nuestra vida personal.

Mil Gracias a todos ustedes.

# INTRODUCCIÓN

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

Hoy en día, desplazarse y reunirse se ha convertido en una necesidad para amplios sectores de la población mundial, lo que ha generado el nacimiento del turismo y con él nuevas modalidades que representen a los países la oportunidad de obtener grandes ventajas y beneficios económicos.

Una de las modalidades del turismo que genera grandes beneficios económicos es sin duda el turismo de eventos pues este permite atraer turistas de mercados no tradicionales o emergentes, contribuyendo con ello a la estrategia de diversificación de mercados geográficos. Aun así, es cierto que en nuestro país esta novedosa rama turística se encuentra aún en ciernes, sin embargo el mercado de reuniones es ya un objetivo ambicioso para aquel profesional del turismo que está consciente de su enorme importancia y de los requerimientos mínimos que esta clase de eventos exige día a día.

Es por esto que en esta investigación se ha planteado el hecho de dar a conocer al turismo de eventos como una modalidad nueva, innovadora y atractiva, que dará a la ciudad de Cuenca la oportunidad de aumentar su rentabilidad turística y con ello contribuir al desarrollo de la cuidad.

Además se quiere manifestar el hecho de que Cuenca al ser considerada una de las ciudades más bellas del Ecuador y al haber sido nombrada Patrimonio Cultural de la Humanidad es una ciudad propicia para el desarrollo del turismo de eventos pues se convierte en un lugar con mucha atracción para visitantes tanto ecuatorianos como extranjeros y al estar rodeada de una riqueza cultural,

histórico y natural , puede ser fácilmente elegida como ciudad sede para la organización de cualquier tipo de evento, pues debemos tener presente que no solo se llama la atención de un participante a un evento por el tema que vaya a tratarse sino además por la belleza de la ciudad sede, los atractivos y servicios que esta pueda brindar, por lo que una correcta y oportuna explotación de este tipo de mercado turístico sería de gran beneficio tanto para las empresas que brindan servicio turístico, como: centros de convenciones, hoteles, restaurantes, bares, centro de recreación, transporte, agencias de viajes, etc.; así como las empresas que se favorecen de forma indirecta por esta actividad.

# CAPITULO 1: GENERALIDADES

## 1.1 Antecedentes del turismo de eventos.

El turismo de eventos tiene su origen con el inglés Thomas Cook, quién es el pionero del turismo. “En el año de 1841 aprovechando la organización de una importante convención de abstemios dirigió el desplazamiento de 500 participantes, el cuál marcó el inicio oficial del negocio de los viajes en grandes grupos” (Choez, 5).

Esto en referencia al turismo en general, sin embargo el turismo de eventos como actividad turística según Bigne La piedra et al en su libro Turismo de negocios y reuniones nos dice que “el turismo de eventos como actividad económica propiamente dicha, tiene sus orígenes en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. No obstante no será hasta bien entrada la segunda mitad de ese siglo cuando se reconozca realmente la denominada 'industria de reuniones' y su trascendencia para el desarrollo de las ciudades y sus entornos territoriales”

Como podernos ver es solo desde este siglo ‘XXI’, cuando el turismo de eventos comienza a tomar importancia y poco a poco se han ido posicionando y tomando fuerza, pues las ciudades buscan intensificar y fortalecer con este tipo de turismo, su socio-economía y alcanzar una imagen que las haga más atractivas y competitivas frente a países que son mucho más desarrollados.

Además se posiciona como una interesante tipología favoreciendo primeramente al quiebre de la estacionalidad turística pues este tipo de turismo se lo puede realizar en cualquier época del año, caso contrario del turismo tradicional que tiene temporadas muy marcadas.

Asimismo este tipo de turismo al ser accesible para personas cuyo poder adquisitivo es amplio beneficia de sobre manera al alojamiento hotelero de gama alta y media.

> Los eventos surgen como un reclamo de la sociedad que necesita reunirse por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, en colectivos y grupos. Son un hecho económico y cultural que permite un intercambio social, técnico, profesional y científico Las modalidades del turismo son diversas, sin embargo, una de las más importantes por su volumen y por el aporte en divisas que presenta es la de congresos y convenciones, con la evolución natural del turismo este tipo de acontecimiento se hizo más común, aunque aún no se le daba la importancia debida. A mediado de este siglo se establecen los lugares específicos para celebrar tales reuniones. En Europa se fundaron los Palacios de Congresos, que en defensa de sus intereses crearon los centros nacionales y más tarde se unieron en la Fédération Europe en des Villes des Congrès.
>
> El origen y evolución de los Buroes de Convenciones hay que buscarlo en los Estados Unidos, donde se crearon, a fines del siglo XIX, las primeras estructuras para el desarrollo de una corriente turística hacia el destino de ciudad. Estas tuvieron un rápido aumento y uno de los objetivos planteados para cumplir con su función principal fue precisamente la organización de eventos como parte del llamado turismo de negocio. (Maure, www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm).

Luego de analizado esto, podemos decir que el turismo de eventos ha tenido una gran acogida, pues genera grandes beneficios económicos dando como consecuencia que los países vayan creado lugares cada vez más especializados para este tipo de reuniones, así como asociaciones que defiendan, potencialicen y creen estándares de calidad del turismo de eventos.

Dichos espacios especializados para el turismo de eventos comienzan a tomar importancia y a ser reconocidas según Choez a mediados del siglo XX en Europa, cuando se fundaron los Palacios de Congresos y Convenciones, los cuales se unen para defender intereses comunes

"La primera ola de construcción de centros de convenciones entre 1950 y 1970 tuvo lugar en ciudades como: Copenhague, Bruselas, Berlín, Helsinki, Nairobi, Seúl, Belgrado, La Habana, Caracas, entre otros" (Rodríguez, 24).

Entre los factores que contribuyeron al desarrollo del turismo de eventos según Choez están los siguientes:

- Desarrollo tecnológico de los medios de trasportación.- Esto quiere decir que las ciudades se han preocupado en invertir en medios de trasporte para trasladar a las personas de una ciudad o país a otro, estos tipos de trasporte pueden ser aéreos, marítimos o terrestres.

- Crecimiento de los negocios internacionales.- Cada vez son más frecuentes los convenios y negociaciones internacionales, lo que provoca que los países se conozcan y ayuden entre sí.

- Interés por obtener niveles educativos más altos.- Las personas en general ahora ya no se conforman con un nivel medio o superior de educación pues buscan incrementar su nivel asistiendo a constantes capacitaciones pues cada vez es más alta la competencia en el mercado laboral que busca que sus empleados estén capacitados para determinado cargo.

- Incremento del ingreso real per-cápita.- El turismo de eventos ha sido el principal motivo del aumento del ingreso per cápita en países que tienen

a dicho turismo ya desarrollado, lo que genera que otros países lo vean muy atractivo.

- Incremento en el número de profesionales de turismo, con mayores conocimientos del mercado.- El turismo de eventos ha traído consigo la especialización en dicho sector, esto quiere decir que cada vez es más frecuente encontrarse con personas especializados en el turismo de eventos, como es el caso de los organizadores profesionales de eventos.
- Deseo por mantener el trabajo y el placer (actividades turísticas que involucran los eventos)en una misma línea.- Los profesionales que generalmente asisten a diversos tipos de eventos fuera de su lugar de residencia, por lo general son personas con tiempo bastante reducido, por lo que el turismo de eventos es muy atractivo para ellos, pues pueden aprovechar su viaje para involucrar el turismo de placer y descansar de su vida ajetreada,

- Crecimiento de las corporaciones multinacionales y empresas con representación en diferentes ciudades.- Con el crecimiento de las empresas multinacionales, el turismo de eventos se vuelve más atractivo, pues muchas de las veces estas empresas multinacionales mueven a sus empleados de su lugar de residencia a diferentes países para capacitación o para reuniones periódicas.

- Necesidad por mantenerse actualizados en las diferentes ramas profesionales.- Actualmente es de suma importancia mantenerse actualizado en nuestras profesiones, pues con el avance de la tecnología, débenos mantenernos a la par con dichos avances para no quedar obsoletos ante ellas.

- Interés de los gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas por desarrollar el turismo de eventos.- las organizaciones y los gobiernos al

darse cuenta de los beneficios que trae consigo el turismo de eventos se han interesado en ella y comienzan a desarrollarlo en sus ciudades.

Todos estos factores contribuyen a que los países vean en este tipo de turismo su oportunidad de desarrollo tanto social como económico, pues actualmente existen más profesionales que buscan extender su conocimiento asistiendo constantemente a capacitaciones tanto dentro de su país como fuera de él, con esto se anima a los países a desarrollar en sus ciudades el turismo de eventos pues pueden ver en estos profesionales un excelente nicho de mercado.

## 1.2 Clasificación de los eventos

Los eventos se clasifican a partir de diferentes criterios según Guadalupe Maure Agüero en su página web: www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm.

**Según su carácter o tipología**

Congresos, Conferencias, Simposio, Seminario, Debate, Convención, Reunión, Panel, Debate de experto, Mesa redonda, Taller, Asamblea, Exposiciones, Ferias, Festivales, Coloquio, Jornada, Eventos multidestinos, Eventos itinerantes, Eventos virtuales, Viaje de incentivos.

**Por su naturaleza**

Eventos internacionales, Eventos nacionales con participación extranjera, Eventos nacionales

**A partir de su generación**

Diseño propio, Sede Captada

**Según entidades que los convoquen**

Gubernamentales, No gubernamentales, Corporativos

**Según sector generador**

Científico –Técnicos, Médicos, Ciencias sociales y económicos, Agricultura y medio ambiente, Culturales, Deportivos y náuticos, Leyes, Educación, Comerciales.

**Según el tamaño o número de delegados**

Pequeños (50 hasta 249 delegados), Medianos (250 hasta 499 delegados), Grandes (entre los 500 hasta 2000 participantes), Mega eventos (más de 2000), Mini eventos (entre 35 y 45 delegados).

**Según sus objetivos**

Eventos promociónales, Eventos informativos, Eventos formativos-didácticos, Eventos de refuerzo de relaciones sociales, Eventos de relaciones internas, Eventos de relaciones externas.

Como podemos ver existe gran variedad de eventos, o más bien dicho, gran variedad de nombres que se les da a los eventos dependiendo de dónde se los realice, quien los realice, quien ayude a ejecutarlos, así como por el número de asistentes y por los objetivos, sin embargo para no confundirnos he optado por señalar los más sobresalientes o por lo menos los que nos interesa en esta investigación y que son más conocidos en el Ecuador, que son:

- Congresos
- Convenciones
- Seminarios
- Talleres
- Jornadas
- Foros
- Cursos
- Recepciones
- Cocteles

- Viajes de incentivo
- Ferias y exposiciones

Y de los cuales daré una mayor explicación con las definiciones que se describen a continuación.

## 1.3 Definiciones.

Revisar los conceptos y definiciones acerca del turismo de eventos es una tarea compleja, por la utilización indistinta de diferentes términos para caracterizar la actividad del turismo de eventos, no obstante lo anterior, los términos que generalmente forman el lenguaje técnico de esta modalidad turística son los que se exponen a continuación a partir de su definición por diferentes autores.

### 1.3.1 Eventos

Es un término genérico que designa a cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes" (Colectivo de autores, 27).

Para delimitar este término se ha visto conveniente definir el turismo de eventos por uno de los mayores organismos rectores del turismo que es la Organización Mundial del Turismo, el cual en la conferencia de Iguazú del 2005 definió al turismo de eventos como:

Sector de reuniones y eventos, también conocido como sector de las reuniones, viajes de incentivos, conferencias y exposiciones o sector de las MICE( Meeting, incentives, congresses, exhibitions), es aquel que abarca las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de

reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias (1).

Igualmente es beneficioso la definición del turismo de eventos por Eduardo Rodríguez quién expresa que:

El turismo de eventos incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, festivales. Es una modalidad del turismo de negocios, que moviliza esencialmente a líderes de opinión en distintas ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, la finanzas o el comercio" (2).

Los eventos son en sí reuniones de personas para tratar un determinado tema y de él surgen otros grupos más especializados como los que veremos a continuación

### 1.3.2 Convenciones

"Se define como toda reunión gremial o empresarial cuyo objetivo es el tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca. La iniciativa suele ser empresarial, la convocatoria es cerrada (limitada a un público personalizado y relacionado con el tema) y la participación suele ser por invitación, incluyen un programa técnico en el que los participantes se familiarizan y entablan negociaciones respecto a un campo de negocio específico"(02 septiembre 2011, www.sectur.gob.mx) (*ver anexo 1*).

En cuanto a esta definición, para dejarlo más en claro podemos decir que las convenciones son para un grupo específico de personas, pues trata de un tema delimitado que concierne solamente a los invitados.

De la misma forma que del turismo de eventos se derivan varias categorías así mismo de las convenciones tenemos otras tantas dependiendo de quién las realice. Estas definiciones fueron tomadas de la Secretaria de Turismo de México y se las puede encontrar en la página web www.sectur.gob.mx.

- Convenciones Corporativas

Este tipo de eventos son organizados por empresas cuyo principal objetivo o propósito es incentivar, entrenar y desarrollar las capacidades de su personal. Generalmente son obligatorias por que los gastos corren por cuenta de la empresa.

- Convenciones Institucionales

Las convenciones institucionales se realizan con menos frecuencia que las corporativas ya que son independientes, el costo por lo general es mayor, el que puede ser pagado por los participantes o por las asociaciones.

- Convenciones de Asociaciones

Estas reuniones son dirigidas a un público específico con intereses comunes, como profesionales en determinada rama, empresarios, estudiantes, etc. El costo es asumido por cada asistente. Estos eventos pueden ser locales, regionales, nacionales o internacionales. Las convenciones de asociaciones, como la de Turismo en Ecuador están reguladas por una serie de normas y reglamentos que determinan su accionar.

- Convenciones Empresariales

Son las realizadas por empresas y pueden ser a nivel local, regional, nacional y ocasionalmente a nivel internacional, a esta clase de eventos asisten personal

de ventas, distribuidores, representantes, etc. Sirven para el lanzamiento de nuevos productos o servicios. Los gastos corren por cuenta de la empresa.

Dentro de este tipo de convenciones, tenemos las conferencias: este tipo de eventos son interactivos en la que los expertos realizan ponencias sobre temas específicos que luego de ser debatidos se obtienen conclusiones definitivas.

Como síntesis podemos mencionar que las convenciones son de tipo privada, es decir solamente para personas vinculadas al tema que se va a tratar. Un ejemplo claro en la ciudad de Cuenca es las convenciones que organizan las agencias de viajes Mayoristas, en donde los principales y únicos invitados son las agencias de viajes Operadoras que son las que se encargan de vender los productos que las mayoristas están presentando y dando a conocer, así mismo se puede mencionar a Claro, que es una compañía de telefonía celular que al lanzar su nueva marca Claro convoco a personas vinculadas a la telefonía celular para de esta manera posicionar de mejor manera su nueva marca haciéndola conocer.

### 1.3.3 Congresos

Podemos definirlo como una reunión periódica, en la que gran número de personas pertenecientes a grupos se reúnen para debatir asuntos previamente establecidos. Un congreso permite a sus asistentes actualizarse sobre el tema en mención (*Ver anexo 2).*

“La duración de un congreso puede estar entre tres y siete días, dependiendo de la amplitud del programa. Al tratarse de congresos internacionales, es recomendable realizarlos cada dos años; mientras que los nacionales pueden ser anuales” (Espinoza, 9).

Según el autor Alvin Tofler, existen tres razones por las cuales las personas asisten a congresos:

- Para obtener información formal de los expositores invitados.

- Para encontrarse con colegas e intercambiar puntos de vista y establecer contactos más permanentes.
- Por recreación, para cambiar de rutina y por los usuales programas sociales que todos los eventos normalmente incluyen (24).

“En un congreso se llega a conclusiones o recomendaciones susceptibles de ser hechas públicas y difundidas con la mayor amplitud. Se puede redactar un informe al final, o un conjunto de recomendaciones o resoluciones, del cual se da copia a los congresistas” (Cando, 12).

Según mi punto de vista los congresos son reuniones de actualización, pues tienen el fin de actualizar los conocimientos de los asistentes, así como el de entablar conversaciones con personas que conocen del tema y por lo tanto pueden ganar conocimiento en su área de trabajo.

### 1.3.4 Seminarios

En sí son reuniones académicas, que tienen como objetivo realizar un estudio profundo de una determinada materia, muchas de las veces las universidades e institutos los desarrollan como parte de se carga estudiantil.

> Todas las personas que asistan a este tipo de encuentro, deberán tener intereses comunes con relación al tema y un nivel de conocimientos similar entre ellos. Para desarrollar el tema se necesitará realizar una investigación en diferentes fuentes que dé la pauta para obtener información nueva para quienes asistan, y así obtener resultados positivos y constructivos para ellos. Previo a la finalización del mismo, es importante realizar un resumen y evaluación sobre el trabajo realizado para de esa forma responder a inquietudes que los asistentes puedan tener; un seminario puede tener una duración de tres a cinco días, dependiendo de la extensión del tema a tratar (Espinoza, 9-10).

Como conclusión a lo que nos dice Espinoza, se puede decir que los seminarios son de tipo cerrado, pues los asistentes deben tener intereses comunes, además en los seminarios la información es compartida ente el seminarista y el alumno, ya que el alumno aportara con lo investigado por su parte para dar realce a este evento.

### 1.3.5 Talleres

En este tipo de reuniones lo más importante es la participación, pues son reuniones en las que todas las actividades son didácticas, es decir, los participantes hacen para aprender.

> En un taller todos los participantes son activos debido a que el número de los mismos es menor, *es recomendable trabajar en talleres con un grupo no mayor a 25 personas para de esta forma alcanzar el objetivo planteado.* Se cuenta casi siempre con un instructor que los dirige, mediante trabajos en grupo, exposiciones, discusiones, plenarias, etc. Un taller es una actividad puntual y limitada en el tiempo sobre un tema concreto, su objetivo principal es capacitar a los asistentes por medio de la interacción (Cravioto, 15).

### 1.3.6 Jornadas

“Se considera como jornadas a todas aquellas reuniones de menor extensión y que son menos formales que un congreso. En éstas se trata de desarrollar en uno o más días un tema monográfico específico y común para los asistentes” (Espinoza, 11).

Específicamente las jornadas son llamadas así por el tiempo de duración, ya que son iguales en su contenido a los congresos, pues en las jornadas al igual que en los congresos se trata de un tema específico y es de carácter cerrado.

### 1.3.7 Foros

“Es una reunión pública informal, no estructurada, la participación con la que se cuenta es ilimitada por lo que se debe contar con un buen coordinador que se encargue de controlar la participación espontánea, imprevista y heterogénea de un público que muchas veces puede llegar a ser numeroso e incluso desconocido. Su objetivo principal es ofrecer a todos los asistentes una enseñanza amplia sobre un tema de interés común, en donde se permite la expresión abierta de ideas y opiniones” (Espinoza, 11).

Los foros en sí son reuniones abiertas en donde cualquiera puede participar y dar sus ideas y opiniones acerca de la situación, problema, o tema que se esté tratando, de hecho el objetivo de los foros es ese, el obtener opiniones y aportaciones.

### 1.3.8 Cursos

Se caracterizan por ser actividades didácticas que poseen un programa preestablecido, el mismo que debe ser desarrollado en su totalidad dentro del tiempo programado. “Los participantes son dirigidos por un instructor o muchas de las veces conocido como facilitador. Su tiempo de duración dependerá del tema que vaya a ser tratado, pero no debe exceder los tres días, para evitar que el mismo se convierta en seminario” (Espinoza, 12).

En el Ecuador el concepto de curso es diferente, pues existen cursos de varios días, incluso de meses, sin que este tenga que ser llamado seminario, sin embargo coincidimos con Espinoza al decir que los cursos son dirigidos por un instructor.

### 1.3.9 Recepciones

“Este tipo de reuniones pueden ser realizadas durante el día o durante la noche, dependiendo de las políticas empresarias y el ajustamiento de horas más cómodas para los posibles asistentes” (Espinoza, 12).

Las recepciones son reuniones específicamente de tipo social para festejar acontecimientos como matrimonios, bautizos, primeras comuniones, etc., en donde los invitados por lo general tienen vínculos sentimentales y afectivos con los homenajeados. Requieren mucho cuidado a la hora de su organización y desarrollo.

### 1.3.10 Cocteles

Un coctel se lo puede ofrecer a dos grupos de invitados, bien pueden ser grandes o pequeños con un número de asistentes limitado, el mismo que puede ser organizado por un motivo específico o simplemente por gusto a reunir a amistades o a conocidos en la casa o muchas de las veces en una organización.

La invitación a un coctel deberá ser realizada con una semana de anticipación, con la entrega de tarjetas. Muchas veces se requiere de una respuesta que confirme su asistencia o puntualidad. Los cocteles suelen tener horas específicas y apropiadas para su realización, se sugiere entre las 19h00 y las 21h00 ya que son horas que permitirán que la mayoría de invitados puedan asistir. Es importante que el anfitrión permanezca de pie la mayor parte del tiempo para de esa forma recibir o despedir a sus invitados.

Las normas de protocolo nos indican que dentro de un coctel existen dos formas de brindar la comida a los invitados. La primera es tener una mesa servida con bocadillos, platos y tenedores para que de tal modo

puedan servirse la comida y bebida las veces que ellos mismos deseen. La segunda forma es hacer circular los alimentos en charoles por medio de saloneros que deberán ser contratados con antelación.

Con respecto a las bebidas se recomienda servir dos clases de cocteles y dos o tres variedades de licores, además de gaseosas o jugos. La proporción de un mesero o salonero por cada doce personas, permitirá que los invitados estén atendidos de la mejor manera.

Adicional a esto se puede contratar a un grupo musical para dar a la reunión un mejor ambiente, los que serán ubicados en un lugar discreto con el volumen no muy alto para de esa forma evitar interrumpir la conversación entre los invitados (Espinoza, 12-13).

### 1.3.11 Viajes de incentivo

“Es una estrategia moderna gerencial utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común al premiar a los participantes con una experiencia extraordinaria de viaje, una vez lograda esa parte que les corresponde a las metas fuera de lo común. El viaje de incentivo es un premio que alcanzan los que demuestran un mejor desempeño en su trabajo (*Ver anexo 3*)” (Gurwich, 85).

Los viajes de incentivo son premios proporcionados por las empresas a los trabajadores que mejor se ha desempeñado en determinado cargo y tiene como finalidad incentivar a los empleados a desarrollarse mejor para conseguir este tipo de premios.

### 1.3.12 Ferias y exposiciones

Las ferias o exposiciones son muestras o exhibiciones públicas que organizan profesionalmente empresas, asociaciones o individuos y cuya finalidad es la venta de productos o servicios de un sector determinado (*ver anexo 4*).

Éstas se dividen en dos:

- Industriales

"Son aquellas muestras o exhibiciones, de carácter privado o semi-privado, que reúnen a los miembros de un sector empresarial, profesional o comercial con el fin de mostrar adelantos tecnológicos y estimular la venta de productos entre miembros de un sector profesional" (www.sectur.gob.mx, 15 junio 2011).

- Comerciales

"Son aquellas muestras o exhibiciones, que reúnen a miembros de un sector comercial, empresarial, profesional o social con el fin de promover la venta de productos o servicios al público objetivo" (www.sectur.gob.mx, 15 junio 2011).

Las ferias y exposiciones son realizadas para dar a conocer al público asistente un producto o una marca y poder promocionarlos, los mismos pueden ser cerrados o abiertos al público en general.

## 1.4 Características del turismo de eventos.

**Características**

- Impulsa el Turismo Receptivo
- Turismo altamente rentable. Elevado gasto turístico
- Aumenta la estadía promedio de los visitantes
- Origina importantes gastos en la ciudad sede del evento
- Retorno al lugar de destino para vacaciones

Las características del turismo de eventos son diversas pues como cualquier tipo de turismo ayuda al país de destino en todos los aspectos.

Vamos a analizar cada uno de las características mencionados anteriormente para dejarlas totalmente claras

Primero, Impulsa el Turismo Receptivo, al ser una rama del turismo que interesa mucho a los profesionales y personas que buscan aumentar su conocimiento, los anima a desplazarse fuera de su lugar habitual, lo que genera que el país de origen cuente con un mayor número de llegadas novedosas.

Turismo altamente rentable, el turismo de eventos es muy rentable pues la inversión económica en la misma es básica, sin embargo el gasto que realizan los turistas de eventos compensa de sobremanera la inversión.

Aumenta la estadía promedio de los visitantes, al tratarse de un tipo de turismo que requiere tiempo, pues por lo general un evento dura entre seis y siete días, los turistas deben permanecer en la ciudad de destino mucho más tiempo que en un tipo de turismo tradicional, además de que muchos de los turistas de eventos aprovechan su viaje para quedarse más tiempo conociendo la ciudad y descansando.

Origina importantes gastos en la ciudad sede del evento, puesto que los turistas de eventos son personas con gran poder adquisitivo o al que su empresa le solventa sus consumos, los mismos realizan gastos bastante significativos en la ciudad de destino como en alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento (todos estos de la mejor calidad), e incluso en llevar souvenirs a sus familias, generando de esta manera excelentes ingresos a la ciudad sede de eventos.

Retorno al lugar de destino para vacaciones, como mencione anteriormente los turistas de eventos muchas veces aprovechan su viaje para quedarse más tiempo en la ciudad sede del evento y conocerla, esto da como consecuencia

que el turista regrese nuevamente a esta ciudad, claro está, esto si la ciudad le causo una buena impresión, incluso invitara a su familia y amigos a conocerla, dejando una muy buena promoción de boca en boca en su ciudad y país.

## 1.5 Beneficios del turismo de eventos.

- “Regula la estacionalidad de la demanda turística
- Crea más empleos.
- Moviliza localmente una gran cantidad de dinero como consecuencia del enlace productivo con otras actividades económicas
- Se constituye en factor de multiplicación de los esfuerzos promocionales” (15 septiembre 2011, www.iberpymeonline.org).

Dentro de los beneficios del turismo de eventos tenemos que, regula la estacionalidad de la demanda turística, esto quiere decir que el turismo de eventos ayuda a que las ciudades tengan siempre llagadas de turistas y no se marquen temporadas como en el caso del turismo tradicional, en donde las ápocas de más llegadas de turistas son en los meses vacacionales, por lo general en el mes de julio. agosto y septiembre y en los otros meses las llegadas de turistas bajan abruptamente, ocasionando que muchas de las empresas turísticas bajen su nivel de producción y opten por la disminución de personal. Lo que se trata con el turismo de eventos es exactamente eso, que las empresas turísticas ya no se encuentren en estas etapas críticas y más bien se mantenga en un buen nivel durante todos los meses del año, pues los turistas de eventos no tienen meses específicos para viajar, dado esto las ciudades pueden aprovechar para atraer a turistas de eventos en los meses de temporadas más bajas.

Crea más empleos, el turismo en si es una actividad multiplicadora, es decir ayuda a generar varios trabajos en una misma actividad, más aún en el caso del turismo de eventos, pues la organización de eventos es una tarea compleja que necesita la ayuda de mucha mano de obra para ejecutarla. De esta manera se generan empleos indirectos, desde la floristería que se necesita para el arreglo de los centros de convenciones y el equipo de amplificación y sonido, hasta el servicio de catering y transporta para servir a los turistas de eventos, con esto podemos ver que el turismo de eventos ayuda de sobremanera a la generación de empleo directo e indirecto.

Moviliza localmente una gran cantidad de dinero como consecuencia del enlace productivo con otras actividades económicas, como menciones en el párrafo anterior, el turismo de eventos tiene un efecto multiplicador y es un gran generador de empleos, lo mismo sucede con el movimiento de dinero, el turismo de eventos al necesitar de mucha ayuda para su ejecución, mueve éste dinero en su propia ciudad pues es en ella donde encontrará a empresas que le ayudarán a que el evento a realizarse salga de la mejor manera posible, beneficiando de esta manera a toda la cadena que se encuentra anclada a esta actividad.

Se constituye en factor de multiplicación de los esfuerzos promocionales, el turismo de eventos necesita de promoción tanto nacionalmente como en el exterior para que la gente muestre interés en las ciudades sedes de eventos, pero además se estaría promocionando a la ciudad y al país en sí como destino no solo de eventos sino también como destino vacacional, provocando con esto que el turismo de eventos nuevamente se convierta en un turismo multiplicador, pues estaría compartiendo su promoción en beneficio mutuo con toda la tipología de turismo existente en las ciudades.

## 1.6 Actores del turismo de eventos

En el Turismo de Eventos, en su gestión intervienen diversos actores, los cuales son:

**1.6.1 Generadores de eventos:** Estos son organismos, instituciones o empresas que pueden ser públicos o privados, que se encargan de idear los eventos, es decir se encargan del tema a tratarse en un evento así como de que el mismo salga de la mejor manera y que tenga la acogida esperada.

**1.6.2 Operadores Profesionales:** Son organizadores profesionales, muchos de los casos legalmente constituidos que se encargan de la organización en su totalidad de los eventos.

**1.6.3 Buró de convenciones:** Son organismos o organizaciones independientes con fines de lucro que se encargan de promover su ciudad como destino idóneo para la celebración de eventos.

# CAPITULO 2: IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO DEL TURISMO DE EVENTOS

## 2.1 Importancia socio económica del turismo de eventos.

El turismo en general, desde hace muchos años ha sido conocida como una actividad que deja en la ciudad o país de destino grandes beneficios tanto económicos como sociales, ayudando al desarrollo de las regiones en donde se realiza este tipo de actividad.

El turismo se divide en grandes ramas, desde el turismo más tradicional hasta los más nuevos y sofisticados, en este ámbito tenemos al turismo de eventos pues es una nueva rama del turismo muy atractivo que promete dejar en las ciudades, grandes beneficios.

Las personas que practican generalmente el turismo de eventos son personas con gran poder adquisitivo y a las cuales sus empresas por lo habitual son las que les solventan sus viáticos, con esto obtenemos que los turistas de eventos realicen gastos mayores en actividades complementarias, compras u otros servicios, logrando de esta manera que la ciudad perciba mayores ganancias. Otro factor importante en el turismo de eventos es que genera gran cantidad de plazas de trabajo pasando desde los que están relacionados directamente hasta los que lo están indirectamente, logrando un efecto multiplicador en las ciudades de destino, pues involucra un gran número de personas. Además, considerando que por lo general los turistas de eventos viajan acompañados, el efecto multiplicador es más grande pues se involucra a agentes de viajes que son lo que se encargan de dar el mejor servicio tanto a los turistas de eventos como a sus acompañantes, ofreciéndoles los mejores servicios de transporte, alojamiento, alimentación, de la misma forma se ofrecen planes de recreación para cuando culminen sus actividades académicas o simplemente para que se tome en cuenta a la ciudad para sus futuras vacaciones o se la recomienden a

sus amigos y familiares, pues como sabemos la publicidad de boca en boca es nuestra mejor aliada cuando al turista se le ha dado una buena atención.

De la misma manera el turismo de eventos promete llenar la ocupación hotelera en temporadas bajas y en periodos de crisis económica ya que este tipo de turismo no está sujeto a la temporada.

“El turismo de eventos ha ayudado en la dinamización de la economía en la generación de empleos y en su aporte a los índices más importantes de crecimiento económico. Los grupos de Congresos y Convenciones según cifras suministradas por: Avencitel (Asociación Venezolana de Hoteles 5 estrellas) “representaron el 76% de su ocupación y sus ingresos en 1997”; y para COTELCO (Asociación Hotelera Colombiana) los mencionados grupos son los que mantienen en negro las cifras de ocupación en temporadas bajas y períodos de crisis económica” (02.septiembre 2011, www.cib.espol.edu.ec).

Como podemos notar en este estudio económico, el turismo de eventos se ha ido convirtiendo en el segmento más importante del turismo internacional por las altas cifras de crecimiento económico que deja.

Por estas razones es que el turismo de eventos requiere personal altamente calificado para satisfacer la demanda y estar en iguales condiciones que la amplia oferta internacional, esto ha dado como resultado que muchos países cuenten ya con oficinas de organización de eventos a los que se los denominan internacionalmente como Organizadores Profesionales de Congresos o Reuniones (OPC/OPR), los cuales buscan satisfacer de la mejor forma las necesidades de sus clientes formando asociaciones como la Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina COCAL.

Finalmente, podemos tener en claro que a medida que los beneficios de esta actividad se han vuelto más atractivos, mayor ha sido el interés de los países por ofrecer un mejor servicio y llegar a ser competitivos, pues por ejemplo “El Caribe, uno de los lugares favoritos para el turismo de eventos, posee ingresos

per cápita 4 ó 5 veces superiores a los que deja el turismo convencional" (Choez, 40).

Otro claro ejemplo es México pues ocupa una importante posición como destino favorito y "según el Consejo de Convenciones y Visitantes de la ciudad de México, por cada peso que ingresó al país en 1989 por concepto de Congresos o Convenciones, el 46,8% corresponde a hospedaje, el 24,1% a alimentos y bebidas. 11% al comercio y el 18,1% a otros rubros, se estima que México recibió ingresos de $19.400,00 en 1988 y de $28.950,00 en 1989 con un incremento del 79,85% entre 1979 y 1988" (Choez, 37).

Asimismo "Sólo en 1988 Cuba sirvió de sede a más de 400 congresos, ferias y exposiciones internacionales y en el año 2009 en la isla caribeña ingresaron cerca de $17 millones solo por concepto de turismo de eventos" (Choez, 42).

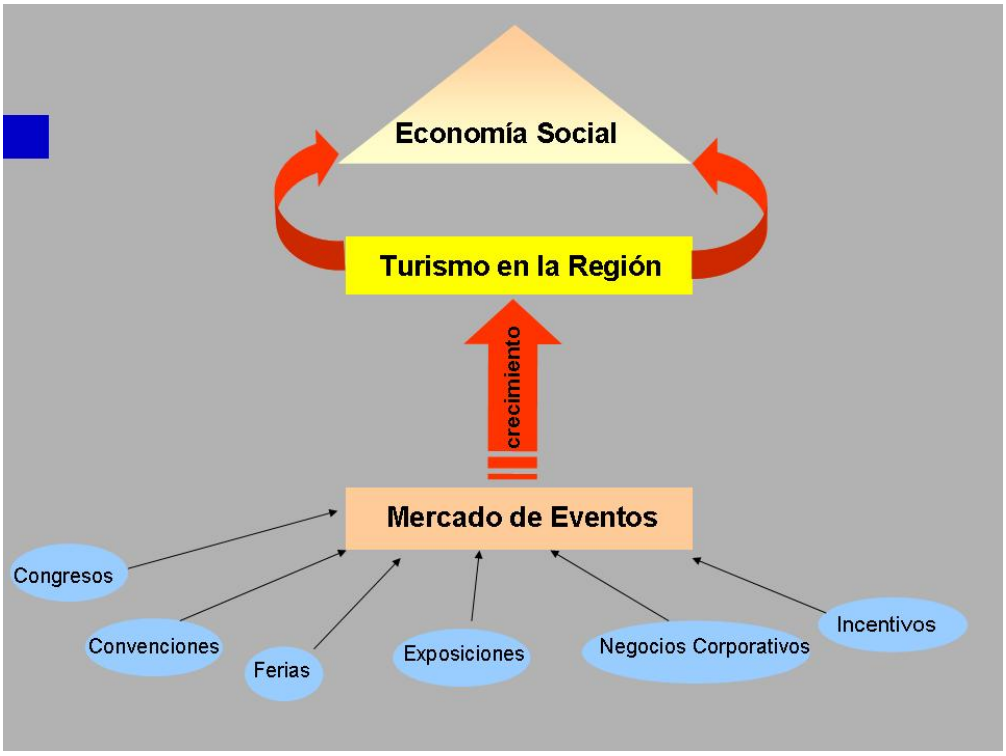
Es así que ya muchos países tienen el propósito de consolidar esta actividad, especialmente los latinoamericanos que ven en este tipo de turismo una gran oportunidad para el desarrollo económico y social ya que ofrece grandes oportunidades, debido a que mejora la ocupación en temporadas bajas, contribuye a elevar el gasto promedio de los visitantes, a su vez, mejora la estadía promedio en nuestro destino y, como se mencionó anteriormente, apoya a la generación de ingreso por turismo.

## 2.2 Impacto económico en el turismo

El impacto económico del turismo de eventos es excelente pues ayuda a incrementar las llegadas de turistas, provocando el aumento del ingreso per cápita.

Como podremos observar en el siguiente cuadro el mercado de eventos con todas sus derivaciones, al aumentar su crecimiento provoca así mismo el aumento del turismo en la región y por lo tanto el crecimiento en la economía, todo se deriva de un proceso organizado y encadenado, pues no existirá un mayor impacto económico si no se lucha para que el turismo de eventos salga

a flote generando ganancias considerables a la ciudad sede de eventos. Estudios realizados por la asociación global de exhibiciones nos arroja que el turismo de eventos aporta a la ciudad sede seis veces la ganancia del organizador, esto quiere decir que el turismo de eventos deja más aportes a la ciudad que al mismo organizador del evento, esto anima a que se mejore la infraestructura de los hoteles, el servicio en los restaurantes y que la gente en general promuevan nuevas empresas en beneficio mutuo con el turismo de eventos.




**Título:** Impacto del turismo de eventos en el turismo en general

**Autor:** Fernando Gorbarán-Secretario de A.O.C.A.

**Fecha:** 13 enero 2010

### 2.2.1 Gasto promedio diario por Delegado

El turismo de eventos, como mencione anteriormente es una actividad multiplicadora, pues en esta actividad ganan tanto los que están vinculados directamente como los que lo están indirectamente con dicha actividad y por lo tanto el gasto promedio por delegado es mayor, pues se divide en alojamiento alimentación y transporte que es lo básico en cualquier modalidad de turismo, pero también en gastos específicos como el de la inscripción y compra de espacios en exposiciones, que es un gasto bastante significativo.

“Según una investigación realizada por el Buró de Convenciones e Incentivos de Quito, se estima que el segmento RICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones y Eventos), genera entre 4 y 5 veces más ingresos que el turismo tradicional de ocio o placer, ya que cada turista de negocios tiene un gasto aproximado de $591diarios, y la cadena de valor involucra a diferentes sectores, tanto público y gremios de profesionales, entre ellos: promoción, alimentación, transporte, decoración, hospedaje, y demás servicios” (15 septiembre2011, www.eventosquitoecuador.com).

## 2.3 Posicionamiento de América Latina

En años anteriores las sedes para el turismo de eventos eran solamente países europeos o norteamericanos por considerarlos grandes y desarrollados, sin embargo en estos últimos años se ha comenzado a tomar en cuenta a los países latinoamericanos, por tratarse de destinos nuevos y privilegiados con bellezas naturales y condiciones atractivas, además de que los países latinoamericanos ya están preparados para acoger a este tipo de turistas Por ejemplo, Brasil es capaz de acoger eventos de más de 500 participantes, asimismo Chile, Brasil, Argentina y Uruguay están mostrando una cierta predominancia sobre el resto y hoy se han constituido en destinos buscados por los Organizadores de Congresos, así que Latinoamérica si tiene instalaciones, sí tiene infraestructura, si tiene mucho que ofrecer. Es verdad

que algunos países deben trabajar más en las suyas; sin embargo, hay países que poseen condiciones muy favorables.

“América Latina tiene un potencial de crecimiento en este segmento extraordinario por el alza de los precios en Europa y Asia; la mayoría de los meeting planners de otras regiones están mirando con muy buenos ojos a América Latina” (Gurwicz, 18).

“Durante el 2010 América Latina volvió a mostrar un crecimiento importante a nivel mundial escalando un nuevo punto porcentual con respecto al año 2009, el 10% del market share” (Gurwicz, 29).

Con esto podemos decir que el trabajo en equipo, la construcción de nuevas infraestructuras, la mejora en la accesibilidad y el trabajo organizado de los países latinoamericanos en búsqueda de la captación de eventos comienzan a dar sus frutos.

## 2.4 Desarrollo y tendencias a nivel internacional del Turismo de Eventos.

El turismo de eventos en estos diez últimos años ha tenido un desarrollo bastante significativo ya que muchos de los países lo ven como el tipo de turismo que deja los mayores réditos económicos. Para dar a conocer en cifras el desarrollo y las tendencias de esta interesante tipología procedo a colocar dichas cifras suministradas por diario Hoy en su página web www.hoy.com.ec

> El turismo de reuniones representa aproximadamente el 20% de todas las llegadas internacionales y se estima experimente un crecimiento anual del 10% en el próximo decenio.
>
> Globalmente en el año 2010 se realizaron 143 000 reuniones anuales, de los cuales un 48% rotaron a nivel mundial.
>
> La tendencia positiva durante 2010 se refleja en el constante aumento del índice de la OMT de confianza en el turismo. Las primeras

estimaciones para 2011 señalan un crecimiento de las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo del orden del 4% o el 5%.

De acuerdo con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), ha existido un crecimiento mundial del 60% desde el año 2000 hasta el 2009 y el lugar en donde más se realizaron los congresos y eventos ha sido en Europa.

En el caso de América Latina, se presenta como una de las mejores opciones en el concierto internacional como destino de eventos y se viene registrando un crecimiento por encima del promedio mundial en el flujo de turistas en estos últimos años. De hecho, la región se está posicionando cada vez más como sede para eventos internacionales.

Ante estos nuevos escenarios, el turismo de negocios es uno de elementos que tienen mayor influencia en la economía de nuestro país, Quito ha iniciado hace algún tiempo un proceso de adaptación a este segmento cada vez más exigente, basándose en alguno de sus principales atractivos culturales y naturales

En el año 2010 se han realizado un total de 49 eventos con un total de 29 938 participantes y el impacto económico que representó para la ciudad de Quito la realización de los congresos y convenciones tanto nacionales como internacionales durante el año 2010, fue de $ 29 243 718, esperando subir de puesto en el Ranking de ICCA.

Como pudimos leer en los párrafos anteriores Latinoamérica se ha ido posicionando cada vez más en el turismo de eventos, incluso nuestro país Ecuador ya le apuesta a este. Sin embargo falta mucho por hacer, para poder ponerse a la medida de los grandes países europeos que actualmente se encuentran en los primeros lugares.

# CAPITULO 3: POSIBILIDADES, TENDENCIAS Y EXPERIENCIAS EXITOSAS DEL TURISMO DE EVENTOS

El turismo de eventos abre grandes posibilidades de mejorar la rentabilidad turística a países pequeños como Ecuador, pues genera bastos beneficios no solo económicos sino también sociales y culturales. Por ejemplo, en países como Panamá, Argentina y México, este tipo de turismo ya se está convirtiendo en su principal motor de crecimiento económico, pues como lo mencione en anteriores capítulos, quienes practican este tipo de turismo se preocupan menos de los precios que los turistas vacacionales, y en promedio gastan al día el doble que éstos, lo que genera mayores ingresos en menor tiempo.

“Según la Organización Mundial del Turismo, en el año 2000 hubo 700 millones de viajeros internacionales, y en el año 2010, dicho total se elevó a 1.000 millones. Se estimó que, en el año 2000, este sector generó una cifra de negocios de más de US$ 5 billones y ocupó a un total de 245 millones de personas en puestos de trabajo directos e indirectos en todo el mundo” (OMT, 146).

Conocido esto, los países pequeños debemos animarnos a ocupar nichos especializados en este subsector para de esta manera poder ser partícipes de los mencionados beneficios, realzando, por ejemplo, nuestros méritos de destinos turísticos exóticos pero de costo razonable, donde los empresarios pueden ocuparse de sus asuntos profesionales en un ambiente reconfortante y vigorizador.

La dificultad residiría en determinar una oferta competitiva y dar satisfacción al viajero que busca reposo y una atención eficaz, que es justamente lo que distinguiremos a continuación.

## 3.1 Atraer al turista de eventos

El turista de eventos la mayoría de veces tiene un poco de tiempo libre cuando está lejos del hogar, y lo más probable es que participe en actividades de esparcimiento sólo a condición de que éstas no impliquen demasiados esfuerzos o riesgos. Tales actividades suelen originarse en los hoteles, pues el turista encuentra allí información y variedad de ofertas. Los huéspedes que por lo general tienen una estancia prolongada en dichos Hoteles se interesarán además por opciones nocturnas y de fin de semana que se les proporcione.

“Una prestación que se puede desarrollar en conjunto con los hoteles consiste en mantener un canal de televisión interno, que presente las actividades más atractivas para los huéspedes de negocios, como excursiones de fin de semana, teatro, golf, restaurantes, actos culturales y recreativos.” (Riddle, 32).

En Ecuador y específicamente en la ciudad de Cuenca se debería dar este tipo de servicio en los hoteles, pues prácticamente no requiere una inversión significante y sin embargo genera grandes beneficios no solamente a los hoteles sino a los establecimientos turísticos es general.

Por ejemplo, se podría realizar un convenio entre la corporación aeroportuaria y los Hoteles de 5* y 4* en donde la corporación muestre por medio de un video la información sobre horarios de vuelo. Así también, establecimientos turísticos como el Cuenca Canoping o el Paint Ball por nombrar algunos podrían mostrar mediante videos los servicios que prestan así como su ubicación y beneficios.

Este tipo de servicio marcaría una gran diferencia pues al ofrecer mayores actividades y facilidades a los huéspedes, los mismos permanecerían en la ciudad un tiempo más largo después de culminada su participación en el evento o se animaría a regresar luego con su familia y/o amigos.

### 3.1.1 Mayores facilidades de acceso

La prolongación de los horarios de entrada y salida puede ser un aliciente para que los huéspedes de negocios amplíen su estancia en los hoteles, ya sea antes o después de los encuentros profesionales. “La práctica habitual del sector, de no aceptar ingresos antes de las 3 de la tarde, ni tampoco salidas después de mediodía, no estimula a los viajeros a permanecer más tiempo” (Ramírez, 57). “Pero algunas cadenas de hoteles de los Estados Unidos ofrecen ya la posibilidad de entrar incluso a las 7 de la mañana, y de salir hasta las 6 de la tarde. Muchos hoteles han adoptado también un nuevo criterio, que consiste en permitir la salida de los huéspedes hasta 24 horas después de la hora de entrada” (Ramírez, 62).

En Cuenca no sería complicado incrementar este servicio pues traería consigo grandes beneficios a los Hoteles, el solo permitir que el huésped pueda ingresar a la hora que desee al Hotel y salir de él cuando disponga haría que se sienta menos presionado y más satisfecho con el servicio recibido, además se podría realizar un pequeño incremento en el costo, pues la mayoría de turistas de eventos son personas de gran poder adquisitivo y por ende no vacilarían en pagar por este servicio.

### 3.1.2 Crear nuevos centros empresariales

Otra manera de estimular las estancias prolongadas consiste en ofrecer instalaciones auxiliares propias de la actividad empresarial, para que el huésped pueda realizar transacciones 24 horas al día. Son cada vez más los hoteles que, siguiendo el modelo de los salones de espera para empresarios que hay en los aeropuertos, ofrecen habitaciones de clase «negocios» con un espacio de trabajo y una iluminación adecuada, acceso a Internet, teléfonos inalámbricos y aparatos de telefax privados. “La primera cadena hotelera de

los Estados Unidos que ofreció habitaciones de clase «negocios» en el extranjero, en 1997, incluye hoy esa categoría en sus establecimientos de 29 países. Cuando tal prestación se complementa con centros de servicios empresariales abiertos 24 horas al día, aumenta el número de huéspedes que prolongan su estancia y participan en actividades de turismo" (Thielen, 68).

En este plano, Cuenca actualmente se encuentra ya incrementado en la mayoría de sus hoteles de tipo negocios, servicios de Internet Wi-Fi, fax, teléfonos inalámbricos, etc.

Por ejemplo el Hotel Oro Verde de Cuenca, cuenta con un Business Center que ofrece servicios secretariales, uso de computadoras personales, envío de fax, courier, impresiones, traducciones y equipos audiovisuales con atención de lunes a domingo de 07h00 a 23h30.

Estos servicios ayudan a aumentar la llegada de turistas de negocios y eventos a este tipo de hoteles pues lo que ellos requieren es mayores facilidades para seguir realizando sus negocios fuera de la oficina.

### 3.1.3 Desarrollar el turismo de aeropuerto

"Un aspecto a menudo descuidado es el potencial turístico de la categoría de viajeros de eventos en tránsito durante períodos de más de tres horas (después de pasar por el duty-free). Algunos aeropuertos han comenzado a ofrecer programas de visita de una hora, durante los cuales los pasajeros siguen considerados legalmente en tránsito" (Thielen, 68). Otra solución para facilitar tales visitas consiste en obtener un paso libre por la aduana y la policía de inmigración. Mostrar algo del país a los viajeros, aunque sea cerca del aeropuerto, puede servir para incitarles a regresar más tarde como turistas.

En los países en desarrollo y las economías en transición, la administración de los aeropuertos puede ayudar a preparar una lista de las actividades a disposición de los viajeros de eventos. Puede que falten – y que haya que

instalar – centros de servicios empresariales equipados con conexiones a la internet, locales de gimnasia, cuartos de reposo reservados por hora o nuevas tiendas, y que sea preciso organizar las visitas breves.

Cuenca al no contar con un aeropuerto internacional no puede ofrecer este tipo de servicio pues el periodo de estancia de los pasajeros es de corto tiempo, sin embargo en ciudades como Quito y Guayaquil que gozan de aeropuerto internacional deberían incrementar esta idea, pues es cierto que muchos de los pasajeros permanecen largas horas de espera en este lugar, por lo que se debe aprovechar este tiempo para mostrar a los pasajeros que lo deseen, lo que estas ciudades pueden ofrecer turísticamente.

## 3.2 Atraer convenciones y otros encuentros

“Las convenciones, a las que corresponde la proporción más importante de los viajes de eventos, y las reuniones de empresa se están haciendo más frecuentes al intensificarse los intercambios internacionales” (Gurwicz, 41). Para captar estos importantes eventos hay que promover la oferta entre sus promotores, así como entre los principales organizadores de ferias comerciales. Otro segmento en pleno crecimiento es el de los encuentros pequeños, de organización más simple y rápida.

Ante esto se abren excelentes perspectivas para los países prácticamente nuevos en este tipo de eventos para captar congresos y convenciones, pues se pueden valer de su atractivo de destinos poco frecuentados, sus servicios de óptima calidad y sus opciones turísticas de costo razonable.

Cuenca por ejemplo que quiere incursionar en el turismo de eventos debe promocionarse como una ciudad pequeña pero con gran potencial turístico, con centros de convenciones amplias y confortables, en donde fácilmente se pueden realizar convenciones y otros encuentros de toda índole, de esta

manera la ciudad se vuelve atractiva para ser sede de diferentes eventos y más para los organizados por profesionales de diferentes países del mundo.

### 3.3 Infraestructura turística para convenciones de empresas

Algunos países están dedicando cada vez más esfuerzos a mejorar su imagen de destino turístico para convenciones. Por ejemplo, “Filipinas ha convertido Subic Bay (hasta hace un tiempo base naval de los Estados Unidos) en una zona de libre comercio que cuenta con un aeropuerto y locales de reunión. Unas 280 compañías estadounidenses se han instalado allí, atraídas por sus facilidades de acogida (entre otras, 802 habitaciones para huéspedes y salas de reunión que pueden acomodar hasta 1.000 personas). Además, Subic Bay ofrece centros de equitación, un circuito para coches en miniatura y más de 8.000 hectáreas de bosque tropical virgen. El complejo comprende también una zona selvática para entrenamiento en técnicas de supervivencia, en la que se llevan a cabo expediciones conducidas por miembros de la tribu Aeta, que han adiestrado a soldados del ejército de los Estados Unidos” (Boletín de Turismo, 65).

Los países que estamos incursionando en el turismo de eventos deberíamos seguir el ejemplo mejorando la infraestructura turística de nuestras ciudades aprovechando al máximo de nuestras cualidades mega diversas.

En el caso de Ecuador la infraestructura turística ha demostrado un crecimiento progresivo. Por ejemplo en Cuenca por nombrar una ciudad, durante el año 2010, se registró la incorporación de 232 establecimientos nuevos en la planta turística de la ciudad de Cuenca (Azuay), según información proporcionada por la Dirección Regional Austro del Ministerio de Turismo, lo cual indica un saldo positivo, porque genera una oferta turística sostenible y competitiva, potenciando los recursos humanos, naturales y culturales.

Para el director de Turismo del Austro, Cristian Cobos, “el incremento obedece a tres factores primordiales, que son; el posicionamiento a escala nacional e

internacional de la ciudad de Cuenca como atractivo turístico, preferida por los extranjeros de la tercera edad; una constante promoción como ciudad referente del turismo en la región y; el impulso que otorga el Gobierno de la Revolución Ciudadana a la actividad turística".

En ese sentido, el funcionario afirmó que la puesta en marcha de una política pública emprendida por esta Cartera de Estado, contribuye ostensiblemente al incremento de nuevos negocios, con renovados servicios turísticos para el visitante.

Esto se refleja, en el crecimiento de la planta turística de la ciudad, la cual registra; 126 restaurantes, 26 alojamientos, 20 fuentes de soda, 15 cafeterías, 23 bares, 11 agencias de viajes, 5 salas de recepciones y, 6 discotecas.

Asimismo, resaltó el apoyo que brinda el Banco Nacional de Fomento (BNF), a través de las líneas de créditos destinadas al sector turístico. "En el Austro, el banco realizó un desembolso de 968 mil dólares, para las provincias del Azuay y Cañar, distribuido el 30% a restaurantes, bares y fuentes de soda; el 10% para readecuación y remodelación de locales y; el 60% a hosterías, hoteles y hostales", indicó Cobos.

Para complementar esta labor, la Dirección Regional del Austro implementó en las provincias de Azuay y Cañar campañas de difusión y socialización de los programas y proyectos turísticos productivos. Al momento, el proyecto "Info Taxi" goza de una gran acogida entre los conductores, que se muestran motivados al conocer que pueden ofrecer calidad e información turística, esto es un ejemplo de las oportunidades que genera el turismo, al mejorar la calidad de vida de los residentes en los destinos mediante la dinamización de las cadenas de valor" (http: //www.noticiasturisticas.com, 8 enero 2011).

### 3.3.1 Prestaciones para la categoría «negocios»

Los centros vacacionales de alta categoría que surgen en todo el mundo y los hoteles reconvertidos en centros de conferencias están combinando prestaciones propias de los balnearios con todas las facilidades que necesita el mundo empresarial. Por ejemplo, “un gran hotel de Jimbaran Bali (Indonesia) ofrece un centro de negocios, múltiples espacios para actividades al aire libre, salas de conferencia, instalaciones para computadora en los cuartos y ambientes más amplios para las actividades profesionales. En México, un gran hotel inaugurado hace poco en la costa del Pacífico, que se enorgullece de su servicio de mayordomo, está siendo promovido específicamente como centro de reuniones para directivos de empresa, altos funcionarios de gobierno y viajeros de negocios extranjeros y sus familiares”(Boletín de Turismo, 73).

Cuenca, en este sentido no se ha quedado atrás, tal es el caso de la hostería Durán, el cuál además de prestar el servicio de amplios salones para eventos dotados de todos los equipos de apoyo y parqueaderos para 120 vehículos, posee también áreas recreativas como piscinas termales, baños turcos de vapor natural, baño de chorro, sala de masajes, gimnasio, salas de lectura, canchas recreativas (raquet, tenis, mini fútbol), diseñadas especialmente para este tipo de turistas con tiempo limitado donde pueden ocuparse de sus asuntos profesionales sin contratiempos y disfrutar de su tiempo libre de la mejor manera.

### 3.3.2 Ofertas globales para convenciones

Las exposiciones comerciales y conferencias internacionales atraen a cientos e incluso miles de delegados, a menudo procedentes de muchos países. Los organizadores de estos acontecimientos suelen prever actividades recreativas suplementarias para los delegados, como visitas organizadas a la ciudad, golf y excursiones, que integran en los programas regulares.

“El golf puede ser especialmente lucrativo pues, como lo mostró un estudio reciente de la Fundación Nacional de Golf de los Estados Unidos, quienes practican este deporte viajan con mayor frecuencia y por períodos más prolongados que las demás personas” (Sánchez, 31). Con tal de incluir algunas jornadas en los campos de golf, los aficionados prolongan sus viajes de negocios o programan otros para poder jugar mientras tratan con sus clientes.

Dado esto, se debería formar una asociación entre empresarios y organizadores de congresos y convenciones para proponer paquetes de atracciones a los asistentes a estas reuniones. Por ejemplo se puede proponer paquetes de medio día en donde incluya un city tour con los lugares más representativos de la ciudad, también se puede plantear paquetes menos tradicionales en donde se den visitas cortas a lugares cercanos en donde el turista de eventos pueda realizar actividades recreativas como climbing en el Cajas, trekking hacia el Chorro de Girón, paracaidismo en Paute, zorbing en Ricaurte, etc. En donde el turista de eventos pueda disfrutar de actividades nuevas con el tiempo que dispone.

## 3.4 Tendencias más competitivas

### 3.4.1 Atender a los familiares

Es cada vez más frecuente que el viajero de eventos se desplace con sus familiares. Se abren así posibilidades de aunar fuerzas con los hoteles y los centros de congresos para ofrecer opciones de esparcimiento a los cónyuges e hijos de los huéspedes. Por ejemplo, “un hotel escocés de renombre mundial propone prestaciones para niños que comprenden una sala de juegos, diversiones exteriores y deportes. Un hotel «cinco estrellas» de Londres ofrece el programa «Mary Poppins», que incluye los servicios de una niñera profesional encargada de llevar a los niños a visitar la ciudad mientras los padres trabajan” (Boletín de Turismo, 73).

“Otra tendencia es la aparición de empresas especializadas en la atención de niños. En Nueva Orleans (Estados Unidos), un subcontratista ofrece programas infantiles a los organizadores locales de congresos y convenciones. En su mayoría, éstos no están preparados para concebir actividades para niños ni tampoco desean hacerlo, y aceptan de buenas ganas encargar la tarea a los nuevos especialistas. En Orlando (Florida), una educadora parvularia diplomada conjugó su formación académica con la planificación de reuniones para crear una empresa que ofrece programas de acompañamiento de menores” (Boletín de Turismo, 73).

El mercado «familiar» podría experimentar un crecimiento considerable en el próximo milenio, pues los directivos de empresa, que trabajan jornadas cada vez más largas, tratan de encontrar formas de equilibrio entre el trabajo y la vida hogareña. “La Asociación Sectorial del Turismo de los Estados Unidos indicó recientemente que la proporción de personas que viajan con sus hijos en los desplazamientos profesionales aumentó en 55% entre el 2000 y 2008” (Monferrer, 19). Muchos establecimientos hoteleros tienen instalaciones para niños, y el número y la variedad de las fórmulas de estancia aumentan de año en año. Con precios muy competitivos, las ofertas van desde el hospedaje gratuito para los niños que acompañan a sus mayores hasta la aplicación de rebajas. Entre las atracciones infantiles figuran mesones de recepción para los chicos, actividades pedagógicas, guarderías y piscinas separadas para los más pequeños.

Los países que incursionamos en el Turismo de eventos debemos asegurarnos de que los hoteles propongan, para los hijos de sus huéspedes de la clase «negocios», actividades seguras y adaptadas a las necesidades infantiles.

Muchas veces los niños son la principal dificultad para las personas que desean realizar turismo de eventos y ese problema debería ser para Cuenca su mejor fortaleza, pues se debería implementar servicios de niñeras en los hoteles, (se podría tener una base de datos de jóvenes estudiantes de

estimulación temprana o psicología educativa que deseen trabajar de niñeras) así como programas de visitas para niños en donde se encarguen de realizar actividades recreativas con los niños mientras sus padres permanecen en su evento, de esta manera los padres se sentirán más tranquilos y podrán quedarse por más tiempo en la ciudad.

### 3.4.2 Turismo de aventura

Los directivos de empresa manifiestan un interés creciente por las opciones de aventura propuestas como suplemento de los viajes de negocios, en las que se combinan el trabajo en equipo y la capacidad de planificación estratégica con excursiones de cierto riesgo. Por ejemplo, “una empresa organiza vacaciones de aventura para entidades que desean levantar la moral de sus colaboradores y estimular su capacidad de liderazgo, proponiéndoles como «broche de oro» un descenso de aguas bravas en balsa neumática (rafting) u otra actividad de recreación” (Boletín de Turismo, 54).

Los países que ya tenemos una oferta de turismo de aventura podemos extender estas opciones a los viajeros de eventos dándoles opciones diferentes para hacer de su evento más dinámico y placentero, por ejemplo se pueden realizar campamentos en los cerros de Paute o Girón, así como realizar arborismo (consiste en la realización de recorridos de equilibrio y habilidad entre los árboles, existiendo para ello circuitos acondicionados, estos están a diversas alturas y con distinta dificultad), climbing o juegos de Paintball.

## 3.5 Especialistas del viaje de eventos

### 3.5.1 Los agentes de viajes especializados.

Más de la mitad de las empresas negocian directamente sus viajes con las compañías aéreas, y dos tercios, con los hoteles, utilizando por lo general los

servicios de reservación en línea. Sin embargo, los agentes siguen siendo interlocutores importantes del personal encargado de la compra de viajes profesionales. “Más del 60% de estos compradores recurren a agencias seleccionadas, y 10%, a compañías especializadas en la gestión de viajes de empresa” (Gurwicz, 62). Es también cada vez más frecuente que las agencias destinen empleados a una empresa dada para encargarse de gestionar in situ los viajes profesionales de su personal.

Los agentes de viajes tienen una gran habilidad para orientar las opciones de viaje de las empresas. Por ende, conviene multiplicar las relaciones con estas personas que ejercen tal influencia en las decisiones de compra.

### 3.5.2 Las compañías de gestión de viajes.

A diferencia de las agencias de viajes, los especialistas de la gestión de viajes se consideran como consultores, cuyas prioridades son el servicio y la calidad. “Los servicios de los gestores de viajes se han convertido en un factor tan importante del buen desarrollo de las actividades empresariales que su utilización es hoy un requisito impuesto a muchos proveedores industriales” (Riddle, 44). Las grandes agencias de varios países aseguran a las empresas la planificación estratégica y también los aspectos prácticos de los viajes profesionales.

Para conquistar una parte del potencial que el turismo de eventos tiene en muchos países, los países tendrán que establecer relaciones estratégicas y asentar su credibilidad ante las compañías de gestión de viajes de empresa.

## 3.6 El papel de las nuevas tecnologías

### 3.6.1 Promoción por medio del Internet.

Como en otros sectores de la economía, la Internet está cobrando importancia como medio publicitario para la oferta del turismo de eventos y soporte para la

organización de los viajes. Por ejemplo, “Bulgaria está promoviendo en la red su capacidad de acogida del turismo empresarial. Para atraer acontecimientos comerciales y de negocios, su publicidad destaca el excelente nivel de las modernas instalaciones, opciones de recreación y calidad de servicio, así como la buena ubicación geográfica del país – en el centro de Europa – y sus atracciones culturales” (Boletín de Turismo, 73).

Los avances tecnológicos del Internet facilitan la reservación en línea de vuelos, habitaciones y coches de alquiler, lo que permite prescindir del sistema tradicional de reservación.

En este aspecto el Ecuador va por buen camino pues es conocido que el Internet es una de las herramientas más eficientes para dar a conocer nuestro país al mundo.

Una de las estrategias de promoción que se están realizando por medio de Internet es el de atrapar la atención del mundo mediante las redes sociales de Internet, con la ejecución de campañas “on line” en plataformas como Facebook, Twitter, Google y Yahoo que son las páginas actualmente más visitadas.

En el caso específico de Cuenca, la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, la Gerencia Regional del Austro y otras entidades se encargan arduamente para dar a conocer cada vez mejor a Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

### 3.6.2 El boleto electrónico.

El pasajero de eventos está acostumbrándose a viajar «sin boleto». En efecto, es cada vez más común que para registrarse en un vuelo se necesite sólo un número de confirmación o un documento de identidad. En algunos aeropuertos se han instalado máquinas análogas a los cajeros automáticos, en las que el

pasajero puede insertar una tarjeta de viajero frecuente o una tarjeta de crédito para seleccionar su pase a bordo y obtener la tarjeta de embarque.

Por ello en las agencias de viajes y puntos de ventas de boletos en el Ecuador ya hace tiempo se ha implementado el e-ticket o ticket electrónico con lo que el pasajero necesita solamente presentarse en el aeropuerto con su cédula o pasaporte original para poder embarcarse, ya que sus datos se registran en el momento de la emisión del e-ticket en la Agencia de viajes, representando un ahorro de tiempo y mayor seguridad si hubiera alguna perdida del e-ticket.

### 3.6.3 Reservaciones informatizadas.

Estas reservas informatizadas se tratan de tener registradas las preferencias de los huésped basándose en anteriores peticiones por ejemplo sirviéndole las galletas o bebida preferida por el huésped, satisfaciendo de esta manera sus expectativas.

## 3.7 Especialización sectorial

Esto trata simplemente de especializarse en determinada área para de esta manera tener más conocimiento de la misma.

Por ejemplo en Cuenca existen varias asociaciones y escuelas de profesionales, como el colegio de abogados, arquitectos, médicos, etc., que año tras año realizan y asisten a eventos como conferencias, seminarios, congresos, etc., referentes a su campo de trabajo. Dado esto, se abren grandes segmentos de explotación que se pueden aprovechar en beneficio del turismo de eventos.

### 3.8 Alianzas comerciales

Son acuerdos para la cooperación entre empresas para ofrecer a los turistas la mayor satisfacción en su viaje.

Por ejemplo se pueden realizar alianzas entre aerolíneas, hoteles, guías, transportistas, etc. para armar paquetes completos para los turistas de eventos, logrando con esto deslindarlos por completo de este tipo de preocupaciones.

### 3.9 Cuestiones de seguridad

La seguridad es una de las mayores preocupaciones en especial para las mujeres, pues al ir a una ciudad desconocida surge el temor de la delincuencia. Para esto sugiero aumentar las medidas de seguridad en hoteles y centros de convenciones e incluso dar servicios de escoltas. De hecho se puede crear un segmento para las mujeres en donde se podrían organizar eventos con un nivel de seguridad más amplio para que se sientan más seguras y protegidas en el país hacia donde van a realizar sus actividades de turismo de eventos.

### 3.10 Los mejores países para hacer turismo de eventos

Las reuniones empresariales se han convertido en un medio muy importante para la formación de ejecutivos, sus empresas y el desarrollo de diferentes industrias. No importa la razón/motivo de la reunión o evento o si estas son pequeñas y de asuntos íntimos, o grandes y con muchos asistentes, lo cierto es que a pesar de los costos que generan, hoy en día empresas líderes buscan llevar a sus ejecutivos a lugares agradables y especiales para hacer de estas ocasiones, momentos inolvidables ya que estas reuniones son un efectivo

medio para formar ejecutivos, promover un entorno de trabajo en equipo y premiar a los empleados destacados.

Es por esto que ya muchos de los países vienen desarrollando el turismo de eventos, teniendo excelentes experiencias exitosas en esta rama.

A continuación presento el ranking de los países más visitados por concepto de eventos, realizado por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA.

| NUMERO DE REUNIONES POR PAIS | | |
|---|---|---|
| Ranking | País | Reuniones |
| 1 | Estados Unidos | 595 |
| 2 | Alemania | 458 |
| 3 | España | 360 |
| 4 | Italia | 350 |
| 5 | Reino Unido | 345 |
| 6 | Francia | 341 |
| 7 | Brasil | 293 |
| 8 | Japón | 257 |
| 9 | China | 245 |
| 10 | Austria | 236 |
| 11 | Países Bajos | 236 |
| 12 | Suiza | 214 |
| 13 | Canadá | 213 |
| 14 | Suecia | 184 |
| 15 | Rep. De Corea | 176 |
| 16 | Australia | 169 |
| 17 | Portugal | 168 |
| 18 | Dinamarca | 1251 |
| 19 | Argentina | 145 |
| 20 | Bélgica | 130 |

| NUMERO DE REUNIONES POR CIUDAD | | |
|---|---|---|
| Ranking | Ciudad | Reuniones |
| 1 | Viena | 160 |
| 2 | Barcelona | 135 |
| 3 | París | 131 |
| 4 | Berlín | 129 |
| 5 | Singapur | 119 |
| 6 | Copenague | 103 |
| 7 | Estocolmo | 102 |
| 8 | Amsterdam | 98 |
| 9 | Lisboa | 98 |
| 10 | Beijin | 96 |
| 11 | Buenos Aires | 90 |
| 12 | Seúl | 90 |
| 13 | Budapest | 87 |
| 14 | Madrid | 87 |
| 15 | Praga | 86 |
| 16 | Londres | 83 |
| 17 | Estambul | 80 |
| 18 | Sao Paulo | 79 |
| 19 | Bangkok | 76 |
| 20 | Atenas | 75 |

**Autor:** ICCA

**Fuente:** www.iccaworld.com

**Fecha:** 02 Septiembre 2011

Entre los países más exitosos están europeos, norteamericanos, asiáticos, etc., sin embargo, en esta lista ya podemos ver a dos de nuestros países latinoamericanos que están avanzando en el mundo del turismo de eventos y de los cuales daré a continuación una breve explicación para mostrar sus experiencias exitosas.

### 3.10.1 Brasil

“Es considerado uno de los mejores países para este tipo de turismo ofreciendo servicios destacados, alojamientos en hoteles y centros de convenciones exclusivos para días laborales” (Boletín de Viajes, 1).
Brasil es uno de los países latinoamericanos más elegidos como sede de ferias y congresos de incentivos, por la infraestructura adecuada y sus diversas opciones en turismo recreacional y cultura ocupa el séptimo lugar en el ranking ICCA.

Los mejores lugares para realizar turismo de eventos en este país son: Sao Paulo y Rio de Janeiro, por ejemplo en Rio de Janeiro podemos encontrar modernos y espaciosos lugares para eventos como el “Riocentro (*ver anexo 7*), uno de los mayores centro de convenciones de América latina además, Rio de Janeiro es famosa por sus entornos naturales, sus carnavales y sus enormes playas, como Copacabana e Ipanema, llenas de lujosos hoteles” (Boletín de Viajes, 1).

### 3.10.2 Argentina

Argentina es un ejemplo a seguir de crecimiento, pues pese a su crisis económica ha logrado sobresalir en muchos aspectos, uno de ellos es en el turismo de eventos, pues paso de ser un destino caro, a ser un destino económico con infraestructura moderna en creciente desarrollo y actualmente se encuentra ocupando el lugar número 19 en el ranking ICCA de reuniones por países y Buenos Aires ocupa el onceavo lugar en la categoría de ciudades con mayor número de eventos

Ofrece una amplia gama de centros de convenciones con estructuras modernas

“La capital argentina alberga La Rural, el centro de convenciones más grande del país. El lugar está equipado con tecnología de primer nivel y suma 45.000 metros cuadrados cubiertos. A esto se añaden más de 10.000 metros cuadrados descubiertos, espacios verdes y un estacionamiento subterráneo con capacidad para 1.000 autos” (Revista el Viajero, B 5).

De la misma manera daré a conocer otras experiencias de países que están teniendo éxito en el turismo de eventos.

### 3.10.3 Colombia

Colombia desde hace varios años atrás viene incursionando en el turismo de eventos, consolidándose como un destino de talla mundial en la realización de eventos, mostrando que cuenta con una excelente infraestructura, que cumple con estándares internacionales y proporciona altísimos niveles de satisfacción entre los visitantes, además que posee atractivos diferentes y excelentes centros de convenciones.

“Las principales ciudades que posee Colombia para la realización de eventos son Bogotá, Medellín, Cartagena y Santa Marta. Cartagena es la ciudad que más sobresale entre estas, pues se ha convertido en sede permanente de congresos, conferencias y seminarios empresariales, especialmente por suCentro de Convenciones Cartagena de Indias*(ver anexo 5)”* (Revista el viajero, A 5).

### 3.10.4 Panamá

Es considerado uno de los países con capacitados recursos para la realización de convenciones, congresos y viajes de incentivos. “Un lugar que se ha dedicado en mayor parte a esta actividad y considerado desde siempre como

un país para compras de productos de alta tecnología, con infraestructura moderna y con más de 1.600 compañías dedicadas al mercado de consumidores" (Revista el viajero, A 5).

Panamá ha ido posicionándose poco a poco hasta convertirse en uno de los lugares más visitados para la realización de eventos pues su posición geográfica lo hace sumamente atractivo

"El turismo de eventos deja a Panamá ingresos de 75 millones de dólares al año, además de que con la creación de su Centro de Convenciones Atlapa *(ver anexo 6)* el potencial del país se incrementó" (Revista el viajero, A 5).

### 3.10.5 México

México es uno de los países latinoamericanos pioneros en desarrollar el turismo de eventos y cada vez va subiendo escalones para ubicarse en los primeros lugares en ser destino sede de eventos.

"Este año México arrojo las siguientes cifras: número de reuniones celebradas: 197 mil 400 reuniones; número de participantes: 23.1 millones; gasto directo: 18.1 mil millones de dólares; cuartos noche: 24.3 millones" (12 agosto 2011, www.revistabuenviaje.com).
Esto nos deja ver claramente el posicionamiento y ganancias económicas que ha adquirido México gracias a su inversión en el turismo de eventos, lo que hace animarnos a los demás países latinoamericanos a aportar por él.

## 3.11 El Turismo de Eventos en el Ecuador

Es conocido desde hace tiempo el empeño y la dedicación con que la administración del Ecuador trabaja en pos de la promoción de los atractivos turísticos del país, tanto a nivel nacional como a nivel internacional y los

resultados de ésta labor se ven reflejados en el aumento de la cantidad de visitantes en las distintas ciudades del país, y en que Ecuador, es cada vez más conocido en el mundo entero; y no sólo por las Islas Galápagos, uno de sus principales atractivos, sino también por otros tantos de sus inmejorables paisajes y atractivos.

Hoy en día, el Ecuador no se ha quedado atrás al incursionar en el Turismo de mayor rentabilidad de los últimos años, el Turismo de Eventos por lo que el país actualmente se encuentra realizando en distintas locaciones eventos de pequeña y gran magnitud para promover este tipo de turismo.

Tal es el caso que, “del 6 al 8 de octubre del año 2010 Quito fue sede ganadora para el evento internacional de turismo de reuniones, congresos y viajes de incentivos MITM venciendo a otras 27 ciudades latinoamericanas que aplicaron para ser sede de este evento, que reunió a más de 225 delegados de 18 países expositores, en donde se planificaron 2.580 citas de veinte minutos cada una y se evaluó que estos encuentros generarían oportunidades de negocios para la ciudad en 17´000.000 de dólares además de servir como plataforma para promover al país como un destino ideal dentro de este segmento” (Revista Transport, A-9).

Este año (2010) el número de compradores extranjeros superó el registro de otras ediciones, una noticia alentadora para seguir promocionando el turismo de eventos en todo el país.

“La demanda estuvo compuesta por alrededor de 58 empresas, asociaciones y agencias de viajes, principalmente de países europeos. El interés de América Latina por captar ese mercado se explica al conocer que el turismo para convenciones y congresos mueve anualmente unas siete veces más recursos que el turismo tradicional, gastando un promedio de $591 diarios” (Revista Transport, A-9)

“El mundo actual exige diferentes alternativas a la hora de elegir el lugar idóneo para realizar reuniones, ya sean empresariales, científicas, comerciales,

culturales, deportivas o académicas. Ecuador presta las facilidades logísticas y de servicios que hacen que el país poco a poco se convierta en un punto a tomar en cuenta en el momento de decidir donde realizar una reunión de tipo internacional" (http: //www.camaradecomercioamericana.org, 28 octubre 2010).

Ecuador, es un sitio ideal para congresos, convenciones, conferencias y todo tipo de eventos. En sus cuatro mundos: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía, está orgulloso de ofrecer infraestructura y tecnología de última generación; además de contar con modernos complejos de edificios, centros de negocios, estadios, coliseos, puertos marítimos, canchas de golf, clubes de yates y demás facilidades para la realización de cualquier tipo de evento. Ecuador cuenta con sitios que son patrimonios culturales y naturales de la humanidad, que hacen del país un sitio muy atractivo para este tipo de turismo.

### 3.11.1 Quito

Quito es la primera ciudad del Ecuador en desarrollar el turismo de eventos, pues posee la infraestructura hotelera y los servicios turísticos necesarios para esta modalidad

Además el encanto de nuestra capital atrae mucho a los organizadores de eventos, que ya la tienen en cuenta para ser sede de grandes eventos.

"Quito posee lugares estratégicos para realizar grandes eventos de carácter nacional e internacional como son: Cemexpo, Centro de Exposiciones Quito, Casa de la Cultura Ecuatoriana y Plaza de las Américas" (http: //www.ecuador.travel.com.ec, 12 noviembre 2010).

Dado esto es que la ciudad de Quito ya posee un Buró de convenciones e Incentivos, que es una institución que se encarga de mostrar la belleza de esta ciudad, así como las facilidades que la misma ofrece.

De la misma manera, trabaja arduamente para atraer congresos y convenciones tanto nacionales como extranjeros a la ciudad, apoyando y brindando asesoramiento en la organización de los diversos eventos.

“Para esto cuenta con un total de 52 socios de diversas áreas, como: hoteles, aerolíneas, restaurantes, centros de convenciones, catering, organismos oficiales, entre otros, todos con un servicio de alta calidad, garantizando así el desarrollo efectivo de los eventos. Asimismo gracias a la gestión realizada por el BCIQ, Quito forma parte de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, ICCA por sus siglas en inglés, entidad que reúne a los destinos más destacados a nivel mundial para el desarrollo de eventos. Año tras año, ICCA realiza el ranking mundial de las ciudades más importantes en el segmento RICE. Durante el 2009, Quito se ubicó en la posición nueve dentro de los países latinoamericanos, lo que refleja la ardua labor realizada por el BCIQ” (15 septiembre 2011, www.hoy.com.ec).

Quito es un gran ejemplo para las demás ciudades ecuatorianas, pues no se queda atrás con el avance turístico y cada vez escala nuevos peldaños para convertirse en una ciudad reconocida mundialmente por la excelente organización de eventos.

### 3.11.2 Guayaquil

La ciudad de Guayaquil, la más grande del territorio ecuatoriano, a pesar de poseer la infraestructura necesaria para la realización de eventos, todavía no ha desarrollado en su totalidad esta tipología, sin embargo poco a poco ha ido incrementando el número de eventos en la ciudad sin que estos sean especializados.

No obstante todo lo mencionado, Guayaquil ya está en los ojos de muchos de los organizadores de eventos por poseer varios centros de exposiciones ideales para eventos de índole nacional e internacional, así como también por

las diversas actividades que se pueden realizar dentro y en los alrededores de la ciudad.

Los sitios en donde se pueden realizar eventos, a más de los reconocidos hoteles cinco estrellas son:

Museo Municipal, Guayaquil, El Palacio de Cristal, la Expoplaza, la Plaza Baquerizo Moreno, el Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo, El Centro Empresarial “Las Cámaras” Corpocámaras, el Recinto Ferial de Durán, el Centro Cívico y el Parque Forestal, el Puerto de Santa Ana

### 3.11.3 Cuenca

Cuenca una ciudad pequeña pero considerada una de las más bellas del territorio ecuatoriano, actualmente se encuentra incursionando en este tipo de eventos y está siendo ya analizada por varias entidades para ver si posee las características necesarias.

Lo mismo se pretende en el siguiente capítulo en donde se mostraran más detalladamente las características de Cuenca para convertirse en sede de eventos.

# CAPITULO 4: POSIBILIDADES DE CUENCA PARA EL TURISMO DE EVENTOS

Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad, ciudad llena de historia, tradiciones, riquezas culturales, arquitectónicas y paisajísticas, cuna de grandes poetas y artistas de renombre internacional, se convierte en una sede potencial para el desarrollo de eventos de diversa índole, claro está recalcando que la ciudad en sí es una ciudad pequeña pero con mucho que ofrecer al turista de eventos.

Por ejemplo Cuenca posee servicios como:

**Facilidad de acceso por vía aérea:**

Cuenca tiene 4 líneas aéreas que efectúan vuelos regulares a las ciudades principales del Ecuador, las cuales son Tame, Aerogal, Lan y Air Cuenca. Que mueven alrededor de 1.500 personas diariamente.

Además en el mes de noviembre del año 2010 se realizó el vuelo inaugural de la aerolínea Star Perú que viajaba a las ciudades de Lima y Chiclayo en Perú, comenzando así con vuelos internacionales en nuestra ciudad, sin embargo desde entonces no se ha logrado concretar nada con esta aerolínea.

**TAME:** “cuenta con nueve aviones entre ellos cuatro airbus y cinco embraer. En la ciudad de Cuenca tenemos el Embraer con capacidad para 104 pasajeros” (www.tame.com.ec, 13agosto 2011).

Realiza seis vuelos de lunes a jueves, ocho vuelos los viernes y cuatro vuelos los fines de semana en la ruta Cuenca – Quito – Cuenca con diferentes frecuencias aéreas.

**Itinerario CUENCA – QUITO**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 08:30 | 09:15 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | |
| 09:00 | 09:45 | | | | | | ✈ | |
| 15:00 | 15:45 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | ✈ |
| 15:30 | 16:15 | | | | | | ✈ | |
| 18:45 | 19:30 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | ✈ |
| 20:15 | 21:00 | | | | | ✈ | | |

**Itinerario QUITO – CUENCA**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 07:15 | 08:00 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | |
| 07:45 | 08:30 | | | | | | ✈ | |
| 13:45 | 14:30 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | ✈ |
| 14:15 | 15:00 | | | | | | ✈ | |
| 17:30 | 18:15 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | ✈ |
| 19:00 | 19:45 | | | | | ✈ | | |

**Autor:** Mayra Quituisaca

**Fuente:** Sistema operativo Sabre

**Fecha:** 01 marzo 2012

En lo que respecta a Guayaquil, tame realiza seis vuelos diarios divididos en tres vuelos Cuenca-Guayaquil y tres vuelos Guayaquil-Cuenca de lunes a viernes y cuatro vuelos los fines de semana.

**Itinerario CUENCA - GUAYAQUIL**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 09:15 | 09:55 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | |
| 14:45 | 15:25 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ |
| 19:35 | 20:15 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | ✈ |

**Itinerario GUAYAQUIL – CUENCA**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 08:15 | 08:55 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | |
| 13:30 | 14:10 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ |
| 18:15 | 19:05 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | ✈ |

**Autor:** Mayra Quituisaca.

**Fuente:** Sistema operativo Sabre.

**Fecha:** 01 marzo 2012.

En cuanto a ciudades como esmeraldas, galápagos, lago agrio y manta no existen vuelos directos, sin embargo se pueden realizar conexiones con la ciudad de Quito.

**AEROGA**L: “esta aerolínea tiene una flota de catorce aeronaves divididas en nueve airbus y cinco boing, las cuales trece sirven para vuelos dentro del Ecuador, con una capacidad de hasta 150 personas” (www.aerogal.com.ec, 13 de agosto de 2011).

Tiene dos vuelos diarios Cuenca – Quito y dos vuelos Quito – Cuenca.

**Itinerario CUENCA - QUITO**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 08:35 | 09:20 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| 11:50 | 12:35 | | | | | | ✓ | |
| 15:15 | 16:00 | | | | | | ✓ | ✓ |
| 19:20 | 20:05 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |

**Itinerario QUITO – CUENCA**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 07:00 | 07:45 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| 10:15 | 11:00 | | | | | | ✓ | |
| 13.40 | 14:25 | | | | | | ✓ | ✓ |
| 17:45 | 18:30 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |

**Autor:** Mayra Quituisaca.

**Fuente:** Sistema operativo Sabre.

**Fecha:** 01 marzo 2012.

En cuanto a la ciudad de Guayaquil la empresa tiene un solo vuelo todos los días

**Itinerario CUENCA – GUAYAQUIL**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10:30 | 11:10 | | | | | | ✈ | |
| 11:00 | 11:40 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | ✈ |

**Itinerario GUAYAQUIL – CUENCA**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 09:00 | 09:40 | | | | | | ✈ | |
| 09:30 | 10:10 | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | ✈ | | ✈ |

**Autor:** Mayra Quituisaca.

**Fuente:** Sistema operativo Sabre.

**Fecha:** 01 marzo 2012.

**LAN:** sus aviones poseen una capacidad de hasta 165 personas en vuelos domésticos. Su flota está conformada por diez aeronaves de las cuales cinco son para vuelos domésticos.

Actualmente realiza solamente vuelos hacia la ciudad de Quito con dos frecuencias diarias Cuenca – Quito y dos vuelos en la ruta Quito – Cuenca.

**Itinerario CUENCA - QUITO**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 13:45 | 14:40 | | | | | | | |
| 19:50 | 20:45 | | | | | | | |

**Itinerario QUITO – CUENCA**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 12:05 | 13:00 | | | | | | | |
| 18:05 | 19:00 | | | | | | | |

**Autor:** Mayra Quituisaca.

**Fuente:** Sistema operativo Sabre.

**Fecha:** 01 marzo 2012.

**AIR CUENCA:** esta aerolínea actualmente se encuentra fuera de servicio por motivos económicos y operacionales, sin embargo procedo a colocar los itinerarios pues dicha aerolínea pretende volver a operar a finales de este año.

**Itinerario CUENCA – QUITO**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 07:15 | 08:00 | AIRC | AIRC | AIRC | AIRC | AIRC | | |
| 08:00 | 08:45 | | | | | | AIRC | |
| 13:10 | 13:55 | | | | | AIRC | | AIRC |
| 18:00 | 18:45 | AIRC | AIRC | AIRC | AIRC | AIRC | | AIRC |

**Itinerario QUITO - CUENCA**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 08:30 | 09:15 | AIRC | AIRC | AIRC | AIRC | AIRC | | |
| 09:15 | 10:00 | | | | | | AIRC | |
| 14:25 | 15:10 | | | | | AIRC | | AIRC |
| 19:15 | 20:00 | AIRC | AIRC | AIRC | AIRC | AIRC | | AIRC |

**Itinerario CUENCA – GUAYAQUIL**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 15:40 | 16:20 | | | | | AIRC | | |

**Itinerario GUAYAQUIL – CUENCA**

| Sale | Llega | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 16:50 | 17:30 | | | | | AIRC | | |

**Autor:** Mayra Quituisaca.

**Fuente:** sistema operativo Kiu.

**Fecha:** 01 marzo 2012.

Como se puede observar existe variedad de vuelos a las dos principales ciudades del Ecuador como son Quito y Guayaquil que poseen aeropuertos internacionales, indispensables para el desplazamiento de los turistas de eventos que provienen de diferentes países.

**Factibilidad de acceso por vía terrestre:**

En la ciudad de Cuenca las carreteras están en muy buenas condiciones, incluso se puede decir que las mismas están catalogadas como carreteras de primer y segundo orden, además son de fácil y rápido acceso, pues la ciudad se encuentra ubicada a 450 km de Quito, a 188 km de Machala, a 205 km de Loja y a 180km de Guayaquil, siendo factible llegar a ella.

Desde el norte el acceso a Cuenca se la hace a través de la autopista Cuenca-Azogues o por la Panamericana Norte. Mientras por el sur la ruta más conocida es la Panamericana Sur.

Además Cuenca posee un terminal terrestre muy bien equipado y que cuenta con una buena cantidad de autobuses para transportar diariamente a decenas

de personas desde y hacia diferentes lugares de país así como dentro del Austro.

Asimismo la ciudad cuenta con transporte turístico privado, que sería lo más adecuado cuando se trata de transportar a turistas de eventos. Dentro de las empresas más representativas que brindan este servicio tenemos Contratudossa, Cotratufaviz, Jacis Travel y Van Service. Igualmente contamos con rentadoras de autos, las más confiables son: Austral rent a car, Avis, Bombuscaro rent a car, Hertz y Localiza.

Más adelante se muestran las frecuencias de autobuses que viajan desde y hacia la ciudad de Cuenca

**Capacidad de Alojamiento:**

Según investigaciones realizadas en el catastro del Ministerio de Turismo, así como en la Asociación Hotelera del Azuay, encontramos que la ciudad cuenta con un total de 116 establecimientos para hospedaje o alojamiento, divididos en: 33 hoteles (2 de lujo, 16 de primera, 11 de segunda y 4 de tercera categoría) 43 hostales (16 de primera, 15 de segunda y 12 de tercera categoría), 19 hostales residenciales (1 de primera, 5 de segunda y 13 de tercera categoría), 14 pensiones (4 de primera, 6 de segunda y 4 de tercera categoría), 4 hosterías (2 de primera y 2 de segunda categoría) y 3 apartamentos turísticos (2 de primera y 1 de tercera categoría). Dando un total de 1639 habitaciones y 4084 plazas.

Sin embargo, como conocimos anteriormente los turistas de eventos son personas con gran poder adquisitivo o personas a las que las empresas a las que pertenecen son las que les solventan sus viáticos de alojamiento, alimentación, inscripción, etc. Por lo tanto son personas a las que debemos ofrecer solamente establecimientos para su alojamiento de categoría lujo y primera, pues son personas de perfil alto y con altas exigencias y expectativas.

En cuanto a esto tenemos que la ciudad de Cuenca cuenta con 168 habitaciones y 346 plazas en hoteles de lujo y 743 habitaciones y 1740 plazas en hoteles de primera categoría. Lo que nos da la conclusión de que en la ciudad tenemos capacidad para alojar hasta 2086 turistas de eventos en base a habitaciones sencillas, dobles, triples y suites de hasta 5 personas por habitación. Esto basándonos en hoteles, hostales, hosterías, etc. de hasta primera categoría. Ahora bien basándonos solamente en “hoteles” de lujo y primera categoría tenemos una capacidad hotelera de 1434 personas.

Con esto podemos ver que Cuenca al ser una ciudad pequeña no posee una capacidad hotelera extensa sin embargo, está en capacidad de alojar a turistas de eventos de pequeñas y medianas magnitudes como congresos y convenciones haciéndolo de una manera impecable pues no es de sorprenderse que la ciudad desde siempre ha sido catalogada como una ciudad con excelente atención al turista, pues la amabilidad característica de los cuencanos los hace atractivos a los ojos del turista de eventos.

**Lugares para Restauración:**

Uno de los placeres del turista de eventos es degustar de lo mejor de la gastronomía típica e internacional del país y en sí de la ciudad escogida como destino, por lo que es de suma importancia que la ciudad sede de eventos posea gran variedad de establecimientos para esta actividad.

En Cuenca la capacidad en cuanto a bares y restaurantes es bastante amplia pues contamos con gran variedad de lugares que se dedican a esta actividad que van desde la comida típica hasta la comida internacional, así como lujosos hasta los más tradicionales y económicos. Según el catastro de restauración del Ministerio de Turismo se pueden encontrar restaurantes (392) divididos en marisquerías, pizzerías, pollerías, etc., bares (51), cafeterías (36), fuentes de soda (72), entre otros.

Más adelante expongo una muestra de los lugares más sobresalientes donde los turistas pueden degustar de la comida cuencana.

**Facilidades operacionales:**

La ciudad de Cuenca combina perfectamente la modernidad que se necesita para el funcionamiento del turismo de eventos con la conservación de su patrimonio, pues cuenta con los mejores servicios básicos del país, así como telefonía fija (etapa), telefonía celular (claro, movistar y alegro), internet (Wireless), entre otros.

**Seguridad ciudadana:**

Uno de los aspectos más importantes que el turista de eventos toma en cuenta antes de escoger la ciudad a donde va a ir por un evento es la seguridad que la ciudad posee, pues por lo general las personas que asisten a eventos son personas importantes y con gran poder adquisitivo**.**

En la ciudad de Cuenca la seguridad es buena, sin embargo como en toda ciudad la delincuencia nunca falta. En cuanto a este aspecto me indica el Lic. Cristian Cobos que “Cuenca posee un plan integral de seguridad que contempla campañas de sensibilización y participación así como comités de seguridad específicamente turística que velan por la seguridad del turista para prevenir riesgos y delitos que amenacen la operación turística, además se están incrementando zonas de seguridad para brindar protección a través del incremento de personal que vigile y patrulle las zonas consideradas de alto riesgo, asimismo se pretende reflotar la policía de turismo y realizar en este punto un trabajo en conjunto con el sector turístico, el cual ya ha tomado medidas al respecto, entre ellas la creación de “hojas de prevención” con consejos de seguridad para los turistas, las mismas que son repartidas en los puntos de información turística y en los hoteles”.

Como podemos ver el Ministerio de Turismo así como el Consejo de Seguridad Ciudadana está tomando medidas para por lo menos reducir la delincuencia en la ciudad para que de esta manera los turistas puedan sentirse seguros y protegidos en su estancia en la ciudad.

**Infraestructura para reuniones.**

Como mencione anteriormente Cuenca es una ciudad pequeña y con mucho por desarrollar, sin embargo posee lugares para reuniones específicas pero que son ideales para eventos de pequeña y mediana magnitud.

Cuenca tiene locales con capacidad desde 10 personas hasta 2.200. El lugar para eventos más representativo es el centro de convenciones Mall del Rio que es una empresa capacitada para albergar eventos como: ferias, convenciones, congresos, talleres, etc. de hasta 2.200 personas, con servicio de catering, audio, video y con 5 salones para satisfacer todas las necesidades de los clientes.

Además del centro de convenciones Mall del Rio tenemos hoteles que ofrecen el servicio de salones para eventos como son: Hotel Oro Verde que ofrece 3 espaciosos y versátiles salones con capacidad de 10 hasta 300 personas. El Dorado, este brinda 4 salones con capacidad de hasta 250 personas y una sala ejecutiva para 10 personas, todas estas dotadas con la última tecnología incluyendo internet de alta velocidad, amplificación, catering, etc. Hotel Crespo, cuenta con 2 salones para eventos y convenciones Hostería Durán, Caballo Campana etc. así también tenemos la Cámara de Comercio de Cuenca, el Banco Central del Ecuador y los Jardines de San Joaquín.

Para acotar lo investigado con lo referente a Cuenca como ciudad apta para el turismo de eventos procedo a colocar una noticia suministrada por el Lic. Cristian Cobos, Gerente Regional del Austro del Ministerio de Turismo en

donde se explica la elaboración de un Plan de Desarrollo para el Turismo de Congresos y Convenciones en la ciudad de Cuenca.

> **"CUENCA A 6 DE JUNIO.-** La ciudad de Cuenca, no solo es la ciudad histórica y cultural por tradición, sus amplias y modernas instalaciones la perfilan para desarrollar un turismo de congresos y convenciones a escala nacional e internacional. A esta conclusión llegaron los representantes del sector privado de Cuenca, en el coloquio desarrollado esta mañana por el Ministerio de Turismo, en su Dirección Regional Austro, en el marco de la elaboración del Plan de Desarrollo para el Turismo de Congresos y Convenciones, que lleva adelante el MINTUR a escala nacional.
>
> A la cita acudieron los representantes de los hoteles, centros de convenciones, salas de recepciones y empresarios del sector turístico de Cuenca, quienes ratificaron que la ciudad de Cuenca en los últimos años presenta un vertiginoso crecimiento en infraestructura hotelera y de servicios turísticos, lo que la convierte en una de las de mayor opción para el desarrollo del turismo de convenciones.
>
> Los participantes destacaron como fortaleza el contar con vías de primer orden que le acercan física y geográficamente a la costa del pacífico, con su mayor nicho de mercado la ciudad de Guayaquil.
>
> En este contexto la propuesta de desarrollar el Turismo de Convenciones, presentada por Magdalena Zambrano, funcionaria del Ministerio de Turismo, fue acogida por los empresarios turísticos en esta parte del país, quienes avizoran una oportunidad para potencializar el uso del espacio público mediante este innovador producto que integra los encuentros, incentivos, convenciones y exhibiciones.
>
> La funcionaria explicó que esta actividad está contemplada tanto en el Plan de Desarrollo Turístico como el Plan de Marketing. La actividad será complementada luego de un proceso de análisis sobre la factibilidad de la propuesta en la que se evaluará la capacidad y calidad de la oferta turística de Cuenca. Para ello los empresarios sumaron esfuerzos en una alianza para conformar un consorcio para desarrollar el turismo de congresos y convenciones" (www.turismoaustro.gov.ec).

Con esto podemos ver que el Ministerio de Turismo del Austro le apuesta al turismo de eventos, específicamente al turismo de congresos y convenciones pues saben de sobremanera que Cuenca es una ciudad con mucho que ofrecer

y por lo mismo cuenta con grandes oportunidades para sobresalir tanto en el mercado nacional como en el internacional.

## 4.1 infraestructura para la organización de eventos.

### 4.1.1 Selección del lugar

La selección del lugar donde se llevará a cabo el evento es de gran importancia como la selección del día o la hora, pues de esa forma nos permiten que el desarrollo del mismo tenga éxito o contratiempos de última hora. El lugar a llevarse a cabo el evento es importante y por lo mismo no debe ser escogido por simple gusto, moda o costo.

Para seleccionar el lugar idóneo se debe tener presente los siguientes aspectos: (Espinoza, 53).
Lugar físico o instalaciones donde se llevará a cabo, que bien pueden ser:

- Centro de convenciones
- Hoteles
- Instituciones educativas
- Instalaciones deportivas
- Espacios culturales, etc.

El lugar que se escoja para la realización del evento, dependerá de su objetivo principal:

- Facilidad de acceso al lugar e instalaciones
- Facilidad de estacionamiento
- Comodidad para los usuarios (confort en las sillas)
- Servicios que presta (baños, bar o cafetería, sala o auditorio, patio, etc.)

- Los equipos que posee (amplificación, pizarras, proyectores, televisiones, vhs, Dvd, etc.)
- Ventilación, iluminación, ambientación y decoración, limpieza
- Teléfonos
- Escaleras habilitadas
- Ascensores en funcionamiento
- Costo

Es importante tener presente al momento de seleccionar el lugar conocer el número exacto o aproximado de asistentes al evento, para de esa forma contar con el espacio necesario, ya que la comodidad de los asistentes es de igual importancia que los demás aspectos.

Dentro de este capítulo relacionado a la selección del lugar se darán a conocer los lugares utilizados para realizar eventos, tomando en cuenta las condiciones que se requieren para Congresos, Conferencias, Foros, etc. de varios días de duración.

### 4.1.2 Inventario de Infraestructura propicia para la organización de eventos

La ciudad de Cuenca cuenta con centros de convenciones que brindan amplia infraestructura y comodidades que cubren las necesidades de los asistentes a un evento. Dentro de los cuáles tenemos:

CAMARA DE COMERCIO DE CUENCA

La Cámara de Comercio de Cuenca se encuentra ubicada en la Av. Federico Malo 1-90 y Av. 12 de Abril
Telf.: (593 7) 2819303 Ext.: 226.
La siguiente información fue suministrada por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca

La Cámara de Comercio de Cuenca ofrece auditorios y salas debidamente dotadas con tecnología, así como el apoyo de personal capacitado que garantiza el éxito de eventos empresariales.

La Cámara de Comercio cuenta con:

**Sala Eduardo Malo Abad**

**Capacidad** de 180 personas.

- Auditorio con podium, atril, y pantalla para proyecciones incorporada.
- Sala social adjunta.
- Cocina y bar.
- Baños.
- Amplificación.
- Puntos de red.

**Auditorio Roberto Crespo Toral**

Para eventos sociales y empresariales.

**Capacidad** 300 personas.

- Auditorio con podium, atril, butacas fijas y pantalla para proyecciones incorporada.
- Sala social adjunta.
- Cocina y bar.
- Baños.
- Amplificación.
- Puntos de red.

**Aulas de Capacitación**

**Capacidad** 25 y 30 personas.

- Pupitres.
- Pizarra de tinta líquida.
- Pantalla para proyección.
- Punto de red.

**Sala VIP**

Mesa de reuniones para 12 personas.

- Pizarra de tinta liquida.
- Pantalla para proyección.
- Punto de Red

**Sala de cómputo**

Aula con 13 computadoras en red con acceso directo a Internet. Pizarra de tinta liquida.

Con el alquiler de cualquier local usted tiene a disposición, apoyo audiovisual para su evento

- Proyección de acetatos.
- Diapositivas.
- Amplificación.
- Música ambiental.
- In-focus (costo adicional)

Además del mobiliario indicado para su evento.

- Mesas y sillas para disposición de almuerzos.
- Mesas tipo pupitre para disposición de parte académica y talleres.
- Sillas para disposición de charlas.
- Pizarras de tinta liquida.
- Pantallas para retro-proyección

Como mencione anteriormente, el lugar más representativo de la ciudad de Cuenca para la realización de eventos es el Centro de Convenciones Mall del Rio y del cual a continuación veremos más detalladamente su oferta tomada de su página web (www.convenciones.wasabiserver.com, 15 agosto 2011)

El centro de Convenciones del Río se encuentra ubicado en el Centro Comercial Mall del Río (autopista Cuenca - Azogues entre Av. Felipe II vía Turi) Tel.: (593 7) 2811388 / (593 7) 2882694

Ofrece 5 modernos salones combinando tecnología, comodidad y eficiencia en el desarrollo de eventos. Un ambiente sofisticado y acogedor asegura el éxito de los proyectos al momento de exhibirlos, dando un toque de distinción.



Salón Tarqui



Salón Yanuncay I II



Salón Cuenca



Salón Mazan



Lobby Principal



Sala Vip

Video - Audio - Extras



Climatización



Creta Restaurante



Fun Center

SALON TARQUI




**Autor:** Desconocido

**Fuente:** www.convenciones.wasabiserver.com

**Fecha:** 15 Agosto 2011

**Área:** 220 m2

**Capacidad:**

| Tipo de Montaje | Capacidad |
|---|---|
| Auditorio | 300 personas |
| Escuela | 130 personas |
| Banquete | 130 personas |
| Coctel | 200 personas |
| Pasarela | 150 personas |

Tiene una pantalla 4x4mts y un proyector

SALON YANUNCAY I - II



**Autor:** Desconocido

**Fuente:** www.convenciones.wasabiserver.com

**Fecha:** 15 Agosto 2011

## SALÓN YANUNCAY I

**Área:** 398 m2

**Capacidad:**

| Tipo de Montaje | Capacidad |
|---|---|
| Auditorio | 500 personas |
| Escuela | 240 personas |
| Banquete | 240 personas |
| Coctel | 600 personas |
| Pasarela | 400 personas |

Tiene dos pantallas 4x4mts y dos proyectores.

## SALÓN YANUNCAY II

**Área:** 246 m2

**Capacidad:**

| Tipo de Montaje | Capacidad |
|---|---|
| Auditorio | 300 personas |
| Escuela | 180 personas |
| Banquete | 150 personas |
| Coctel | 250 personas |
| Pasarela | 180 personas |

Tiene una pantalla 4x4mts y un proyector.

- Para mayor comodidad, los Salones Yanuncay 1 y 2 tiene la posibilidad de unirse para convertirse en uno solo al estar dividido por panelería móvil capaz de aislar los sonidos del salón contiguo.

**Área: 644 m2**

**Capacidad:**

| Tipo de Montaje | Capacidad |
|---|---|
| Auditorio | 1000 personas |
| Escuela | 450 personas |
| Banquete | 450 personas |
| Coctel | 1200 personas |
| Pasarela | 550 personas |
| | |

SALON CUENCA



**Autor:** Desconocido

**Fuente:** www.convenciones.wasabiserver.com

**Fecha:** 15 Agosto 2011

**Área:** 791 m2

**Capacidad:**

| Tipo de Montaje | Capacidad |
|---|---|
| Auditorio | 1500 personas |
| Escuela | 600 personas |
| Banquete | 650 personas |
| Coctel | 2000 personas |
| Pasarela | 1200 personas |

Tiene cuatro pantallas 4x4mts y cuatro proyectores.

SALON MAZAN



**Autor:** Desconocido

**Fuente:** www.convenciones.wasabiserver.com

**Fecha:** 15 Agosto 2011

**Área:** 1385.82 m2

**Capacidad:**

| Tipo de Montaje | Capacidad |
|---|---|
| Auditorio | 2000 personas |
| Escuela | 1000 personas |
| Banquete | 900 personas |
| Coctel | 2250 personas |
| Pasarela | 1200 personas |

Tiene dos pantallas 4x4mts, una pantalla de 3x2mts y tres proyectores.

LOBBY PRINCIPAL



**Autor:** Desconocido

**Fuente:** www.convenciones.wasabiserver.com

**Fecha:** 15 Agosto 2011

**Capacidad:** 1800 personas en tipo coctel y coffe break con 10 estaciones de café.

Tiene un counter para recepción de inscripciones y toma de datos.

## SALA VIP

Especial para reuniones de negocios pequeñas. La Sala VIP tiene una capacidad para 40 personas con un montaje tipo auditorio, 30 personas tipo escuela y 25 personas sentadas en una mesa en U.

## VIDEO - AUDIO - EXTRAS



**Autor:** Desconocido

**Fuente:** www.convenciones.wasabiserver.com

**Fecha:** 15 Agosto 2011

**VIDEO:**

Pantallas de 4x4mts retráctiles eléctricas, Retroproyectores de alta resolución inalámbricos para formato DVD, PC, VCD, VHS, TV, Red Alámbrica e Inalámbrica para PC.

**AUDIO:**

Sistema de audio con parlantes UBL que incluye audio universal e independiente
en cada uno de los salones. Conexión para micrófonos, Sistema Estéreo. Micrófonos de pedestal, corbateros y diadema.

**EXTRAS:**

Internet Banda Ancha, Conexión Wireless, Fax, Cableado Estructural, Generadores
Eléctricos, Líneas Telefónicas y Transmisión de Datos cada 6 metros. Los sistemas se conectan para transmitir las mismas señales para los cinco salones o pueden hacer transmisiones individuales.

CLIMATIZACIÓN



**Autor:** Desconocido

**Fuente:** www.convenciones.wasabiserver.com

**Fecha:** 15 Agosto 2011

Cada salón cuenta con un sistema independiente de aire acondicionado con un sistema de movilización de aire de 1500m3 por segundo apropiado para cada evento que se realice.

Es ideal para:

* Lanzamiento de Marcas
* Presentación de Productos y Servicios
* Convenciones
* Ferias
* Desarrollo de Proyectos
* Exposiciones

* Seminarios
* Asambleas
* Desayunos
* Almuerzos o Cenas de Negocio
* Eventos Sociales

## FUN CENTER BOWLING CLUB

Es el centro de diversiones más completo de la ciudad para de la familia y los amigos, ubicado en la Piazza del Río del Mall del Río Shopping Center. Cuenta con todos los servicios y la comodidad en su amplio local para disfrutar del entretenimiento en un ambiente cálido y acogedor.

Un completo centro de diversiones que cuenta con:

- 6 pistas de bolos
- Pantallas de plasma
- Salas de billa
- Una extensa gama de juegos electrónicos
- Snack bar lleno de delicias que se fusionan en un solo y divertido ambiente.

## CRETA RESTAURANTE



**Autor:** Desconocido

**Fuente:** www.convenciones.wasabiserver.com

**Fecha:** 15 Agosto 2011

Cuenta con:

- Capacidad para 150 personas.
- Con las cocinas más modernas del país para atención simultánea de 2000 personas.
- Atención en catering con capacidad para 2000 personas dentro de las instalaciones del centro de convenciones mall del río y fuera de él.
- Comida gourmet nacional e internacional.
- La mejor carta de vinos de la ciudad.
- Atención personalizada.
- Servicio de decoración.

Además alquiler de:

- Carpas / mesas
- Sillas
- Mantelería / cristalería
- Cocinas / flores
- Camiones refrigerados

**EVENTOS REALIZADOS**

- III SALON DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y EQUIPAMIENTO 2010, organizado por Toledo Eventos y el Centro de Convenciones Mall del Rio.
- XVIII Congreso Ecuatoriano de Medicina Física y Rehabilitación , Organizado por la Sociedad Ecuatoriana de Medicina Física y Rehabilitación (SEMEFIR) y Alianza Estratégica
- X FERIA DE LAS CONSTRUCCION, organizado por HPP Ecuador
- FERIA COMPU 2010, organizada por Ecuasistem.
- Salón del Estudiante y Equipamiento Didáctico SEED 2010, organizado por Toledo Eventos.
- FERIA AUTOMOTRIZ DE GENERAL MOTORS 2010, organizada por General Motors Ecuador.
- I ENCUENTRO DE ACTORES SOCIALES HACIA LA INTEGRACION DE LOS PUEBLOS DE LA MANCOMUNIDAD DEL SUR, organizado por el Gobierno Provincial del Azuay.

- IX CONGRESO NACIONAL DE CIRUGIA LAPAROSCOPICA, Organizado por la Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Laparoscópica, Núcleo del Azuay, del 10 al 12 de Noviembre.
- FESTIVAL DE COMIDA INTERNACIONAL FASEC 2010, Organizado por la Fundación al Servicio del Enfermo de Cáncer, el 13 de Noviembre.
- INAUGURACION DE LA SEMANA DE FRANCIA, Organizado por la Alianza Francesa, el 18 de Noviembre.
- XXIII CONGRESO ORDINARIO Y SEPTIMO SIMPOSIO DE LA FEDERACION NACIONAL DEL TRANSPORTE PESADO DEL ECUADOR, Organizado por la FENATRAPE, el 19 y 20 de Noviembre.
- XVIII CONGRESO ECUATORIANO DE PSIQUIATRIA: LA PSIQUIATRIA DEL SIGLO XXI QUE HAY DE NUEVO EN..., Organizado por la Asociación Ecuatoriana de Psiquiatría, del 24 al 26 de Noviembre.

Dentro de sus clientes constan prestigiosas empresas y organizaciones como: Yanbal, Herbalife, Fundación Jefferson Pérez, Banco Pichincha, Forever Living Products, Instituto de Prácticas Bancarias y Financieras IPBF, XPC, Hewlett Packard, Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana, así como también Laboratorios Farmacéuticos como Novartis, Grunenthal, Grupo Farma, Roemmers, Interpharm del Ecuador y más.

Hostería Caballo Campana se encuentra ubicado en Sector Huizhil vía Misicata – Baños

Telf: (593 7) 2892360 - 2892361

E-mail: info@caballocampana.com

“Hostería Caballo Campana se distingue por llevar a cabo un servicio de primera calidad, creando experiencias únicas e inolvidables. Ya sea que se esté planeando una convención para cientos de personas o una reunión de directorio para unas pocas, los detalles y la calidad de servicio que brinda ayudan a llenar y sobrepasar las expectativas del evento.

El objeto de Hostería Caballo Campana es encargarse de la realización total o parcial de cualquier tipo de evento.

Tiene16 años de experiencia en la realización de eventos, sus instalaciones cuentan con 4 salones de eventos:

**Salón Barabón:** con una capacidad de 220 personas, su ambiente cálido y relajado transporta a disfrutar del encanto de la naturaleza, su decoración refleja el estilo campestre combinado con los más finos detalles en madera, además cuenta con su exclusiva terraza cubierta.

**Salón Eucalipto:** Este es un salón un poco más pequeño, con una capacidad de 90 personas, decorado finamente con pisos de porcelanato y amplios cortinajes ofrece elegancia, calidez y confort para sus usuarios

**Salón Establo:** Decorado en un estilo rustico, este salón tiene una capacidad para 50 personas, y es ideal para realizar pequeños seminarios o reuniones privadas.

**Salón Piaffe:** El último salón construido, con un área de 800 metros cuadrados tiene una capacidad para 900 personas, de paredes de ladrillo y grandes ventanales, se convierte en la perfecta opción para grandes eventos, convenciones, que requieran de un espacio amplio" (www.caballocampana.com/es/eventos.html, 21 octubre 2010).

Asimismo, la ciudad cuenta con otros lugares (hoteles, salones, auditorios) que pueden ser adaptados para llevarse a cabo diferentes tipos de eventos como son:

- Hotel Oro Verde
- Hotel Crespo
- Hostería Durán
- Banco Central del Ecuador
- Jardines de San Joaquín

## 4.2 Recursos humanos

El número de personas que intervengan en un evento como personal de apoyo dependerá del tipo de evento que se esté organizando, incluso para su desarrollo. El evento mientras sea de mayor magnitud, mayor personal requerirá. "Aunque el evento resulte pequeño o con pocos asistentes, es importante trabajar con varias personas que brinden ayuda y asistencia durante el mismo, para de esa forma evitar la sobrecarga de trabajo y de responsabilidades" (Gherardi ,28).
Dependiendo de la magnitud del evento se recomienda trabajar con personas que se encarguen de diferentes aspectos, tales como:

**4.2.1 Interpretación:** Será necesario contar con intérpretes simultáneos dentro del evento, en caso de contar con asistentes extranjeros, “se recomienda contratar dos o tres intérpretes por idioma extranjero que se necesite interpretar, por lo que se recomienda la contratación de personal especializado en el tema y lógicamente que sean profesionales” (Buendía, 41).

**4.2.2 Traducción:** “Al momento de contar con asistentes, en especial, expositores, que sean de países extranjeros, en el cual se necesite hacer traducción para los demás asistentes. Se requerirá de personas relacionadas en este tema que tengan la capacidad de traducir documentos de forma inmediata y profesional” (Buendía, 41).

**4.2.3 Guía:** Dentro del cronograma de actividades de un evento, muchas veces se planea la visita a lugares importantes de la ciudad, para lo cual es necesario contar con personal experimentado en el tema de guiar. Para esto “se puede contratar a guías turísticos en caso de contar con un buen presupuesto económico; caso contrario se recomienda encomendar dicha tarea a un miembro de la empresa organizadora del evento, que conozca sobre lugares importantes que pueden ser visitados” (Gherardi, 33).

**4.2.4 Seguridad:** Las personas encargadas de dar seguridad al evento, podrán ser contratadas dependiendo del lugar en el que se realice el evento, los asistentes con los que contemos y la importancia del mismo.

**4.2.5 Técnicos:** Siempre que un evento cuente con materiales técnicos, es decir, sonido, luces, computadores, proyectores, in focus, audiovisuales, etc., será necesario contar con personal capacitado en el uso correcto de dichos

equipos. Por lo general al contratar luces y sonido, son los encargados de instalar y controlar el correcto funcionamiento de los mismos

**4.2.6 Apoyo o soporte**: Todo evento debe contar con personal de apoyo, es decir, quienes se encarguen de guiar a las personas dentro del lugar, a ubicarse en sus correspondientes sitios, brindar información a quienes la requieran, etc.

“Es recomendable, contratar a un grupo de personas conocidas como Protocolo, para que sean ellos los encargados de dar la bienvenida a los asistentes, ubicarlos, y guiarlos dentro del lugar para ocupar determinado sitio; además serán ellos los encargados de entregar folletos de información, carpetas con material de trabajo, etc.” (Sánchez, 41).

### 4.3 Medios de transporte

Cuenca a pesar de no contar con un aeropuerto internacional posee el tercer aeropuerto más importante y amplio del país así como un excelente terminal terrestre que sirve para movilizar a decenas de personas.

#### 4.3.1 Aeropuerto Mariscal Lamar

Los vuelos locales toman 45 minutos desde Quito y 30 minutos desde Guayaquil para llegar a la ciudad de Cuenca.

Existen 4 compañías nacionales (Tame, Aerogal, Lan y Air Cuenca) que realizan este recorridos todos los días de la semana.

**Dirección:** Av. España y Elia Liut **Teléfono:** 593-7-2867120

### 4.3.2 Terminal Terrestre

El terminal terrestre de Cuenca cuenta con andenes para cada cooperativa de transporte que operan en la zona. Existen salones de espera con TV, locales comerciales, servicios de alimentación, parqueadero privado.

Diariamente existen buses que recorren las principales rutas del austro y del país con varios horarios de atención.

**Dirección:** Av. España y Sebastián de Benalcázar **Teléfono:** 593-7-2842023

**Transporte terrestre hacia la ciudad de Cuenca.**

**Buses interprovinciales**

- **GUAYAQUIL - CUENCA**

**Alianza**

Dirección: Terminal Provisional - Av. de las Américas
Frecuencia: cada 40 min.
Desde: 05:00 hrs.
Hasta: 23:00 hrs.
Frecuencia: cada hora.
Desde: 00:00 hrs.
Hasta: 05:00 hrs.
Costo: $ 6.00
Tiempo: Vía Molleturo o Parque Nacional Cajas 4 hrs.; Vía La Troncal 5 1/2 hrs.
Teléfono: (04) 2 140 230

**Cooperativa Súper Semeria**

Dirección: Terminal Provisional - Av. las Américas
Frecuencia: 02:00; 05:00; 06:10; 07:30; 08:50; 09:30; 15:50; 12:15; 13:40; 15:00;16:30,17:00; 19:50
Desde: 02:00 a.m.
Hasta: 19:50 Costo: $6.00
Tiempo: Vía Molleturo o Parque Nacional Cajas 4 hrs.; Vía La Troncal hrs.
Teléfono: (04) 2 140 050

- **MACHALA - CUENCA**

**Cooperativa Azuay**

Dirección: Calle Sucre y Junio
Frecuencia: cada 30 minutos
Desde: 02:30
Hasta: 22:45
Costo: $4.50Tiempo: 3 1/2 Hrs.
Teléfono: (07) 2930 539

**Cooperativa Rutas Orenses**

Dirección: Calle Bolívar y Tarqui
Frecuencia: 03:00; 05:00; 06:00; 07:30; 08:30; 09:30; 10:30; 12:00; 13:00; 14:00; 15:15; 16:15; 17:15
Desde: 03:00 a.m.
Hasta: 17:15Costo: $ 5.00
Tiempo: 3 1/2 hrs.
Teléfono: (07) 2 930 661

**Cooperativa Pullman Sucre**

Dirección: Colón y Rocafuerte
Frecuencia: 06:00; 06:30; 07:15; 07:45; 09:00; 12:45; 13:30; 15:45; 18:15; 19:45.
Costo: $ 4,50
Tiempo: 3,45 hrs.
Teléfono (07) 2 930 370

- **LOJA - CUENCA**

**Cooperativa Viajeros**

Dirección: Terminal Terrestre Reina del Camino - Av. 8 de Diciembre e Isidro Ayora
Frecuencia: cada hora
Desde: 02:00 a.m. Hasta: 23:30 p.m.
Costo: $ 7.50
Tiempo: 5 hrs.
Teléfono: (07) 2 571 626

**Cooperativa Loja**

Dirección: Terminal Terrestre Reina del Camino - Av. 8 de Diciembre e Isidro Ayora
Frecuencia: 04:00; 08:00; 13:30; 14:30
Costo: $7.50
Tiempo: 5 hrs.
Teléfono (07) 2 579 014

- **GUALAQUIZA – CUENCA**

**Cooperativa 16 de Agosto**

Dirección: Terminal Terrestre de Gualaquiza
Frecuencia: 20:00; 22:00; 01:00; 07:00
Costo: $ 7,00
Tiempo: 8 horas
Teléfono: (07) 2 780 156

- **MACAS - CUENCA**

**Cooperativa Macas**

Dirección: Terminal Terrestre Roberto Euclides - Av. Amazonas y 10 de Agosto y Guamote
Frecuencia: 08:30; 23:00.
Costo: $8.50
Tiempo: 7 hrs.
Teléfono: (07) 2 700 869

**Cooperativa Sucua**

Dirección: Terminal Terrestre Roberto Euclides - Av. Amazonas y 10 de Agosto y Guamote
Frecuencia: 17:30; 20:00 Vía Limón
Costo: $8.00
Tiempo: 9 hrs.
Frecuencia: 22:30 Vía Guarumales
Costo: $8.00
Tiempo: 8 hrs.
Teléfono: (07) 2 700 397

**Cooperativa Turismo Oriental**

Dirección: Terminal Terrestre Roberto Euclides - Av. Amazonas y 10 de Agosto y Guamote
Frecuencia: 05:00; 06:00; 10:00; 14:00; 14:30; 20:00; 21:00; 22:00
Costo: $8.50
Tiempo: 8 1/2 hrs.
Teléfono: (07) 2 700 159

**Cooperativa 16 de Agosto**

Dirección: Terminal Terrestre Roberto Euclides - Av. Amazonas y 10 de Agosto y Guamote
Frecuencia: 18:45
Costo: $8.00
Tiempo: 8 hrs.
Teléfono: (07) 2 701 097

- **AMALUZA - CUENCA**

**Alpes Orientales**

Dirección: Parque Central de Amaluza
Frecuencia: 03:00; 04:00; 05:00; 06:00; 07:00; 08:00; 11:00; 14:00; 17:00
Costo: $ 3,00
Tiempo: 4 hrs.
Teléfono: (07) 2 863 165

- **QUITO - CUENCA**

**Cooperativa Panamericana**

Dirección: Av. Colón 8-52 y Reina Victoria
Frecuencia: 22:30
Costo: $9.00
Tiempo: 9 hrs.
Teléfono: (02) 2 557 133

**Cooperativa Turismo Oriental**

Dirección: Terminal Terrestre Cumandá. Av. Maldonado
Frecuencia: 06:00; 08:00; 11:30; 20:00; 20:30.

Costo: $9.00
Tiempo: 10 hrs.
Teléfono: (02) 2 570 252

**Cooperativa Súper Taxis**

Dirección: Terminal Terrestre Cumandá. Av. Maldonado
Frecuencia: 07: 00; 14:00; 20:00
Costo: $ 10
Tiempo: 8 hrs.
Teléfono: (02) 2 287  446

**Cooperativa Express Sucre**

Dirección: Terminal Terrestre Cumandá. Av. Maldonado.
Frecuencia: 06:00; 08:00; 09:15; 10:45; 11:00; 12:00; 14:30; 16:30; 21:30; 22:30
Costo: $ 10,00
Tiempo: 9 hrs.
Teléfono: (02) 2 570 265

**Flota Imbabura**

Dirección: Manuel Larrea 12-11 y Portoviejo.
Frecuencia: 06:00; 16:50; 19:00; 20:00; 20:30; 20:45; 21:15; 22:00; 22:30; 23:00
Costo: $ 12,00
Tiempo: 9 hrs.
Teléfono: (02) 2 236 940

### 4.3.3 Renta de autos

Para poder visitar cómodamente las zonas aledañas a la ciudad o para desplazarse con rapidez por la ciudad, es más eficaz rentar un auto. En el centro histórico se puede encontrar un sinnúmero de lugares para parquear, por lo que no tendrá problemas para desenvolverse con un automóvil. Los requisitos son tener más de 20 años de edad y contar con la documentación que le capacite conducir, además de una tarjeta de crédito internacional.

### 4.3.4 Taxis

Los taxis en la Ciudad de Cuenca representan la manera más fácil y rápida de desplazarse dentro de la ciudad. La tarifa básica es de $1,25usd a $1.50usd. Los taxis no poseen taxímetro. Durante la noche la tarifa es un poco más alta.

**Radio Taxi Ejecutivo**

Teléfono: 593-7-2809605

**Taxi Paisa**

Teléfono: 593-7-2863774

## 4.4 Alojamiento y restauración

La ciudad de Cuenca ostenta una gran variedad de alojamiento que va desde el lujoso hasta el económico lo que la hace muy diversa y accesible para cada tipo de visitante o participante de un evento. Asimismo la ciudad posee un sinfín de restaurante, bares y cafeterías que sirven a propios y extraños de distintas exigencias y paladares.

A continuación se muestra el inventario de los restaurantes y lugares de alojamiento más importantes de la ciudad[2].

**ALOJAMIENTO**

- **Hotel Casa del Águila**

Dirección: Mariscal Sucre 13-56 entre Juan Montalvo y Estévez de toral
Teléfonos: 593) 7-2836498 / 2849580 - fax: 59372849580

- **Hotel El Dorado**

Dirección: Gran Colombia 7-87 y Luis Cordero

Teléfonos: 59372831390 - fax: 59372831663

2.- Información proporcionada por la Asociación Hotelera del Azuay.

- **Hotel Mansión Alcázar**

Dirección: Bolívar 12-55 y Tarqui

Teléfonos: 59372823918 - fax: 59372823918

- **Hotel Oro Verde**

Dirección: Av. Ordoñez Lasso s/n

Teléfonos: 59374090000 - fax: 59374090001

- **Hotel Santa Lucía**

Dirección: Calle Borrero 8-44 entre Bolívar y Sucre

Teléfono: 59372828000 - fax: 59372828000

- **Hotel Carvallo**

Dirección: Gran Colombia 9-52 y Padre Aguirre

Teléfonos: 59372832063 - fax: 59372840749

- **Hotel Presidente**

Dirección: Gran Colombia 6-59

Teléfonos: 59372831066 - 2831979 - fax: 59372842127

- **Hotel Cordero**

Dirección: Bolívar 6-50 y Borrero

Teléfono: 59372835261

- **Hotel Crespo**

Dirección: Calle Larga 7-93 y Luis Cordero

Teléfonos: 59372842571 - fax: 59372839473

- **Hotel Tomebamba**

Dirección: Bolívar 11-19 y General Torres

Teléfonos: 59372823797 - fax: 59372823797

- **Hotel Yanuncay**

Dirección: Vargas Machuca 10-70 y Lamar

Teléfonos; 59372840429 - 2829144 - fax: 59372840429

- **Hotel Atenas**

Dirección: Luis cordero 11 -89 y Sangurima

Teléfonos: 59372827016 - fax: 59372850134

- **Hotel Quijote**

Dirección: hno. Miguel 9-58 y gran Colombia

Teléfonos: 59372843197 - fax: 59372843197

- **Hotel España**

Dirección: Sangurima 1-17 y Huayna Cápac

Teléfonos: 59372826194 - fax: 59372831351

**RESTAURACIÓN**

- **Restaurante Casa Alonso de Mansión Alcázar**

Dirección: Bolívar 12-55 y tarqui

Teléfono: 59372823918 - fax: 59372823918

- **Restaurante Cabaña Suiza de Hotel Oro Verde**

Dirección: ORDOÑEZ LASSO S/N

Teléfonos: 59374090000 - fax: 59374090001

- **Restaurante Likapaay**

Dirección: A 100 metros de la iglesia de Turi

Teléfonos: 59372888-149 / 099832352 - fax: 59372880-389

- **Restaurante Villa Rosa**

Dirección: Gran Colombia 12-22 y Tarqui

Teléfonos: (593 7) 2837944 - fax: (593 7) 2835471

- **Restaurante Zoe**

Dirección: Borrero 7-61 y Sucre

Teléfonos: (593 07) 2841005

- **Restaurante Akelac del hotel Inca Real**

Dirección: General torres 8-40 entre sucre y Bolívar

Teléfonos: (5937) 2823636 - fax: 59372840699

## 4.5 Elementos complementarios

### 4.5.1 Centros de Información Turística

En la ciudad de Cuenca existen varios puntos donde el visitante puede tener acceso a información turística de toda clase.

Si se desea conocer los principales atractivos de la ciudad y sus alrededores, conocer tarifas, precios, frecuencias de rutas terrestres, precios y demás datos para su viaje. En estos puntos el turista será atendido eficientemente, además puede encontrar folletería y mapas de las rutas recomendadas.

En las terminales terrestres y aéreas existen puntos dedicados a la difusión de los atractivos turísticos de la zona. Aquí también se puede encontrar todo tipo de información turística.

**Centros de Información Turística i-Tur**

Dirección: Mariscal Sucre entre Benigno Malo y Luís Cordero, frente al parque Calderón
Teléfono: 593-7-2821 035

Dirección: Interior del Aeropuerto Mariscal Lamar.

Teléfono: 593-7-2862 203 ext. 162

**Ministerio de Turismo – Gerencia Regional del Austro**

Dirección: Simón Bolívar 2-82 y Tomás Ordoñez

Teléfono: 593-7-2822 058

**Cámara de Turismo de Cuenca: Sala VIP del Terminal Terrestre**

Dirección: Interior del terminal terrestre (ubicado en la entrada de la puerta principal).
Teléfono: 593-7-2868 482

Horarios de Atención: 09h00 a 12h00 / 15h00 a 17h00

### 4.5.2 Consulados

Existen algunas oficinas que representan a las embajadas de distintos países en la ciudad de Cuenca estos son:

- Consulado de Alemania

Dirección: Bolívar 9-18 y Benigno Malo

Teléfono: 593-7-2822783

- Consulado de Brasil

Dirección: Av. Gil Ramírez Dávalos 14-34 y Turuhuayco

Teléfono: 593-7-2871870

- Consulado de Chile

Dirección: Paseo 3 de noviembre y Escalinatas

Teléfono: 593-7-2840061

- Consulado de Francia

Dirección: Gran Colombia 6-61 y Borrero

Teléfono: 593-7-2864644

### 4.5.3 Seguridad

Cuenca es una de las ciudades más seguras de Ecuador, pero como en toda ciudad se recomienda algunos tips de viajes:

- Llevar una copia a color del pasaporte o cédula de identidad si se sale en la noche.

- Llevar una tarjeta del hotel donde se hospeda para poder contactarse y saber la dirección exacta, ante cualquier eventualidad

- Salir con una de sus tarjetas de crédito, no se necesitan todas, en Cuenca Ecuador son aceptadas Master Card, Visa, American Express así como Visa Electrón internacional, con una de ellas basta.
- Siempre salir con al menos un amigo-a

Algunos teléfonos importantes en cualquier emergencia:

**Policía Nacional**

Dirección: A. Vallejo y Espejo s/n
Teléfono: 593-7-2831401 / 28613101

**Emergencias**

Teléfono: 101 / 911

**Defensa Civil**

Teléfono: 110

**Control Antidelincuencial y Secuestros**

Teléfono: 137

# CONCLUSIONES

Una vez concluida esta investigación se puede aseverar que el turismo de eventos ha despertado un gran interés en diferentes países del mundo, incluso en Ecuador ya se comienzan a ver los esfuerzos por posesionar a esta tipología de turismo, pues posee factores atractivos y determinantes para mejorar la rentabilidad turística.

Dentro de los factores tenemos que el turismo de eventos es menos sensible a las fluctuaciones y a recesiones que el turismo tradicional, ya que es un turismo en el que se viaja por necesidad e incluso las épocas de crisis económicas obligan a un mayor movimiento y dinamismo profesional, es un turismo que regula el mercado, ya que se viaja en temporada baja y media, contribuyendo de esta manera a romper la estacionalidad propia del turismo. Es un turismo principalmente urbano con un gasto medio diario muy alto, pues es menos sensible al precio debido a que la mayoría de las veces el viajero no paga personalmente el viaje si no la empresa a la que representa. Además el turismo de eventos promueve el destino turístico de cualquier región o país ayudando a promocionarlo.

Ahora bien, hablando más específicamente de Cuenca, la ciudad está ya siendo considerada entre los destinos internacionales para la celebración de este tipo de reuniones debido a su atractivo cultural y arquitectónico, no obstante se debería dar un mayor impulso a su realización y una real concienciación por parte no solo de quienes se dedican a esta actividad sino de toda la población.

De la misma manera respondiendo a las objetivos planteados en la presente tesis, puedo decir que el turismo de eventos es una gran alternativa para mejorar el desarrollo turístico de la ciudad de Cuenca pues con esta rama del turismo la ciudad se vería beneficiada de mayor infraestructura turística, es decir de mejores carreteras, aeropuertos, comunicaciones telefónicas, energía,

agua potable, alcantarillado, recolección de basura, así como de mejor planta turística como es el alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.

Asimismo el turismo de eventos aumenta la llegada de turistas, pues la ciudad al tener una nueva tipología de turismo atrae la llegada de una nueva variedad de turistas.

Además con la realización de esta investigación puedo aseverar que Cuenca sí posee las características y recursos necesarios para convertirse en sede del turismo de eventos, recalcando que la ciudad no podrá acoger eventos de grandes magnitudes como en destinos internacionales o Quito hablando del Ecuador, pero sí eventos de mediana y pequeña magnitud, pues posee una buena infraestructura hotelera, buenas vías de acceso, excelente restauración y sobre todo, el afán de las entidades para hacer que este tipo de turismo funcione en nuestra ciudad, pues el gasto realizado por los turistas ayudaran a que la ciudad muestre grandes cifras económicas, ayudando de sobremanera al mejorar la rentabilidad turística y general de la ciudad.

Es así es de gran importancia contar con el apoyo de todos los sectores involucrados, desde la ciudadanía hasta las entidades municipales y gubernamentales, para trabajar de manera conjunta en la promoción de Cuenca para convertirla en un importante destino para el turismo de eventos a escala internacional.

# BIBLIOGRAFÍA

Arrillaga, José Ignacio. *Turismo de convenciones*. Madrid, Editora Nacional, 1955.

Buendía, Juan Manuel. *Organización de reuniones, convenciones, congresos y seminarios*. Trillas, 1991.

"Buró de convenciones e incentivos de Quito". Internet. *www.quitoconventions.gov.ec.* Acceso: 12 noviembre 2010.

Cando, María Augusta y María Cristina Villavicencio. *Manual de Protocolo para la Organización de Convenciones y Eventos.* Cuenca, 2007.

Choez Ortega, Miriam. *Parámetros para crear un centro de Convenciones para un hotel.* Guayaquil, 1999.

Colectivo de autores EAEHT. *Dossier Para Diplomado de Organización de Eventos* .La Habana.

Cravioto Magallón, Tonatiuh. *Organización de Congresos y Convenciones*. Trillas, 1989.

"Creció la infraestructura turística en el Ecuador 2010 en Cuenca Eciador". Internet. *www.noticiasturisticas.com*. Acceso: 8 enero 2011.

Espinoza, Angélica. *Guía práctica para la organización de eventos.* Cuenca, 2006.

Eumed. "Definiciones y tendencias del turismo de eventos**".** Internet.

*www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm*.Acceso: 12 octubre 2009.

"Eventos". Internet. *www.caballocampana.com*. Acceso 21 octubre 2010.

Gerencia Regional Austro-Ministerio de Turismo. *Boletín de Turismo 54,65,73* Cuenca, 2010.

Gerencia Regional Austro-Ministerio de Turismo. *Boletín de Viajes 1.* Cuenca, 2010.

Gurwicz, Ana. *El turismo de convenciones.* Buenos Aires, AOCA.

La Pieda Bigne, Rafel *et al*. *Turismo de negocios y reuniones*. Madrid, 2008.

"Moneda de Congresos y Convenciones". Internet*.* *www.camaradecomercioamericana.org.* Acceso: 28 octubre 2010.

Monferrer, Carlos A. *Organización de Congresos y Exposiciones.* Dunken. 2002.

Nardone, Will. *América Latina y el turismo de eventos.* Buenos Aires, 2009.

"Quito Ecuador, una joya en los Andes". Internet. *www.ecuador.travel*. Acceso: 6-12 noviembre 2010.

Ramirez, Pablo. *En busca de un turismo alternativo.* Santiago*,* 2005*.*

Revista Transport. "Congresos y viajes de incentivos MITM en Quito". Editora Prensa Turística. Guayaquil, 2010.

Revista El Viajero. "Los mejores países latinoamericanos para hacer turismo de

eventos". Bogotá, 2010.

Riddle, Carlo. *La actualidad del turismo y los eventos.* Madrid, 2005

Rodríguez Milares, E. *Actualidad, tendencia y perspectiva del Turismo de Eventos".* LaHabana, Ediciones Balcón, 2001.

Sánchez, Rosario, *Eventos, cómo organizados con éxito*, Buenos Aires, 1988.

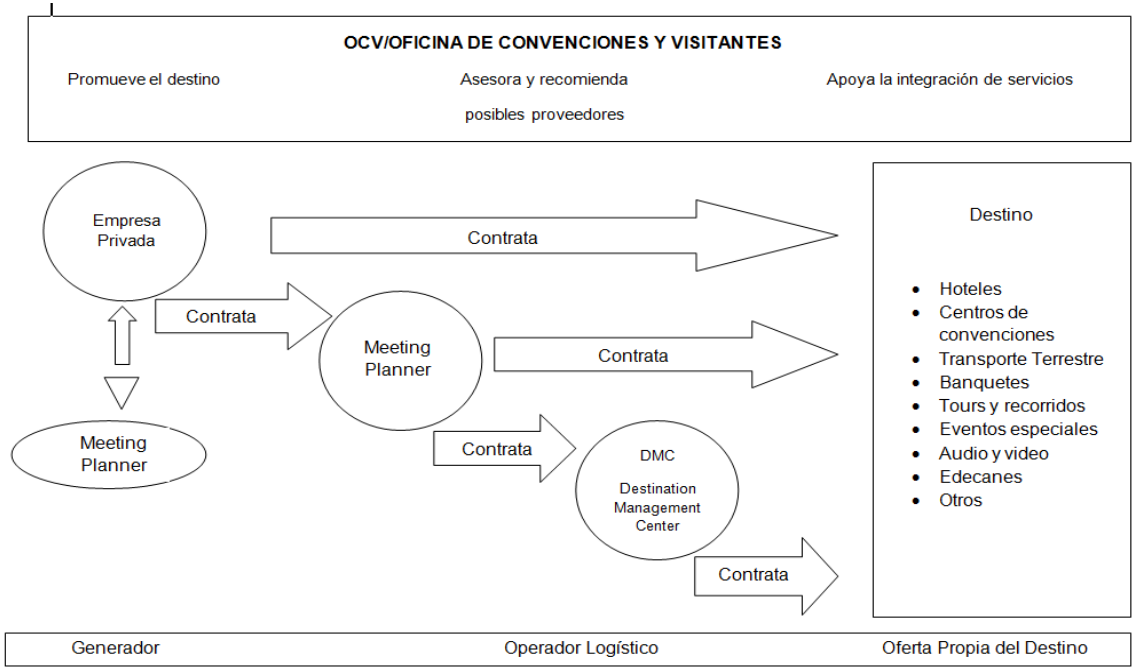
Tonatiuh Cravioto, Magalion. *Organización de eventos*. Madrid, Trillas, 1981.

"Turismo y eventos en el Ecuador". Internet. *www.ecuador.com*. Acceso: 2 diciembre 2010.

# A N E X O S

## ANEXO 1

### Ejemplo de diagrama de proceso de operación de una convención



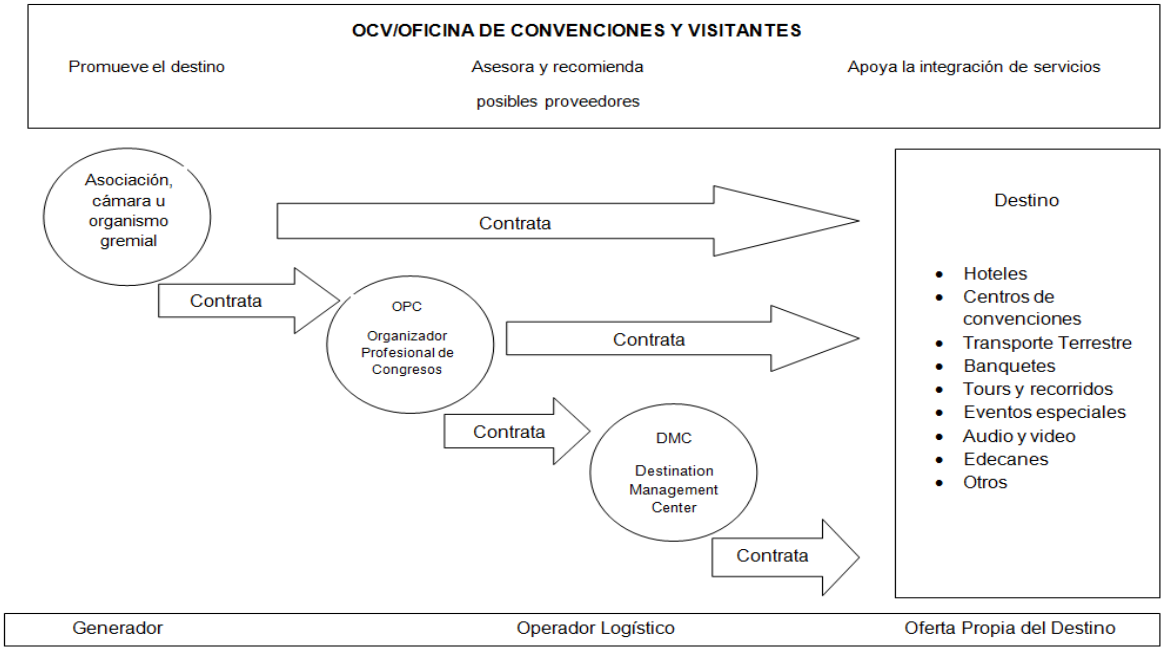

**Autor:** SECTUR

**Fuente:** www.sectur.gob.mx **Fecha:** 8 agosto 2011

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

## ANEXO 2

### Ejemplo de diagrama de proceso de operación de un congreso

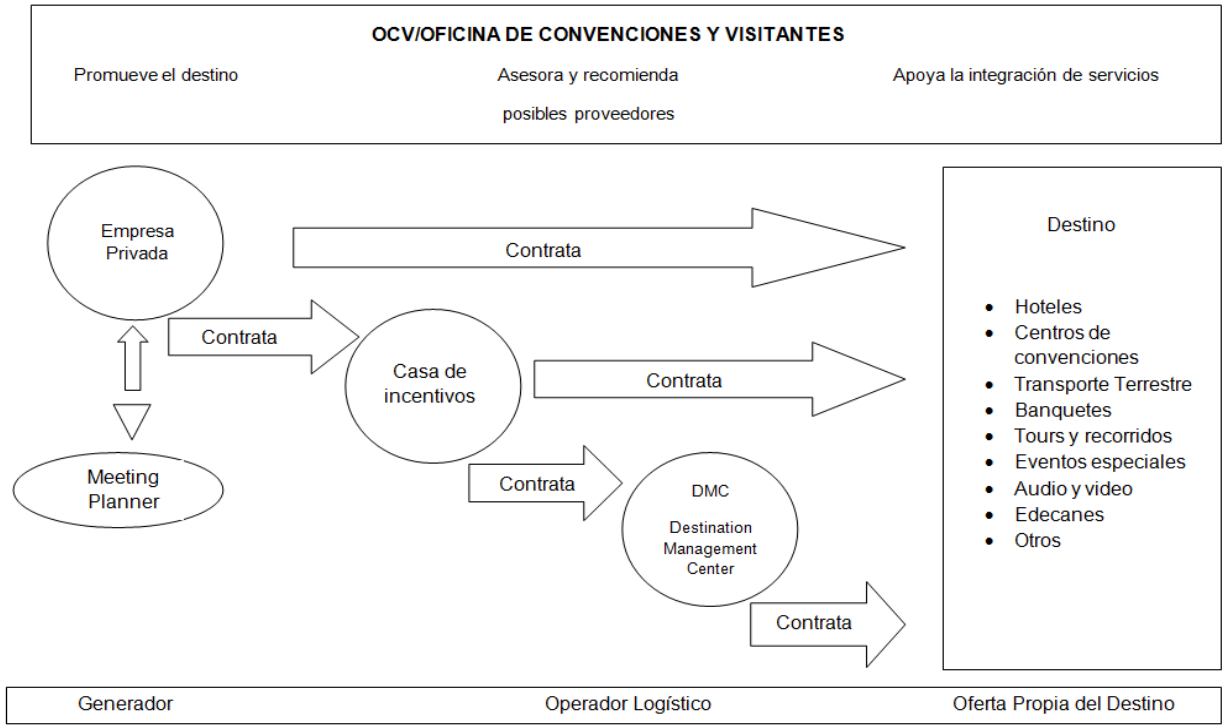



**Autor:** SECTUR

**Fuente:** www.sectur.gob.mx **Fecha:** 8 agosto 2011

## ANEXO 3

### Ejemplo de diagrama de proceso de operación de un viaje de incentivo

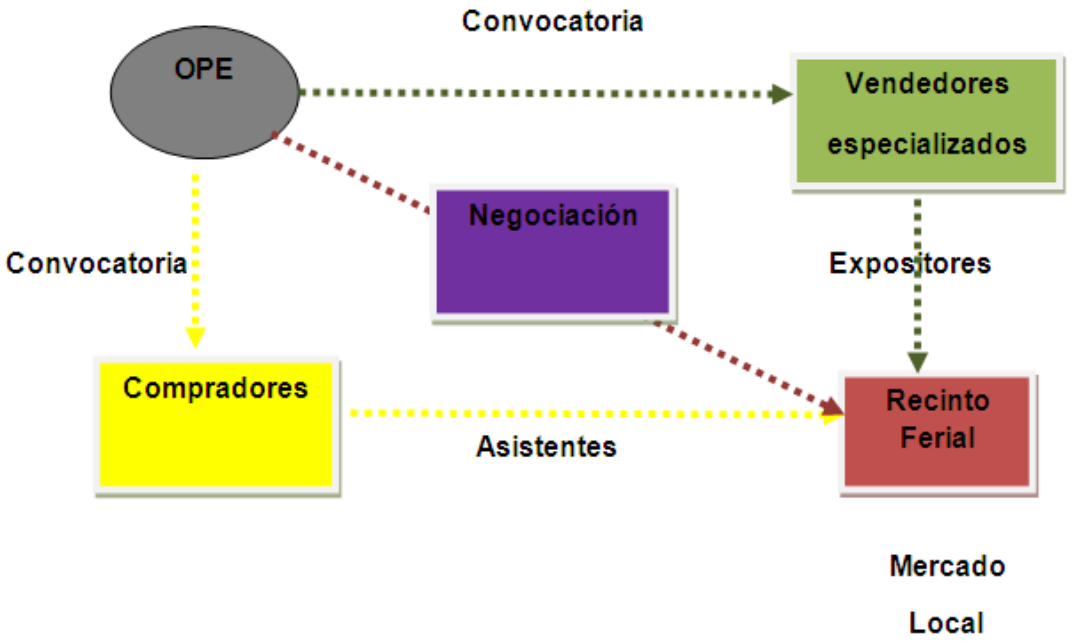



**Autor:** SECTUR

**Fuente:** www.sectur.gob.mx **Fecha:** 8 agosto 2011

## ANEXO 4

### Ejemplo de diagrama del proceso de operación de una exposición




**Autor:** SECTUR

**Fuente:** www.sectur.gob.mx **Fecha:** 8 agosto 2011

## ANEXO 5

### Centro de Convenciones Cartagena de Indias[1]

El Centro de Convenciones Cartagena de Indias dispone de un área construida de 19.000 metros cuadrados distribuidos, principalmente, en tres grandes zonas que pueden albergar hasta 3.500 personas:

- Zona del Gran Salón Barahona
- Zona del Auditorio Getsemaní
- Zona del Claustro de las Ánimas



Autor: Desconocido
Fuente: www.colombia.travel
Fecha: 20 julio 2011

Se encuentra ubicado en el Barrio Getsemaní, en cercanías tanto del recinto amurallado como de la zona de Bocagrande, donde se encuentran la mayoría de los hoteles.

Además de las tres grandes zonas, el Centro de Convenciones tiene un hall de exposiciones, cuatro salones para comisiones, una sala de conferencia, un salón VIP, varios salones de reuniones y vistas hacia el agua y la ciudad amurallada.

El Centro ofrece también excelentes condiciones tecnológicas, cabinas de traducción simultánea, iluminación técnica, sistema automatizado de audio y video y red inalámbrica de acceso a Internet, entre otros servicios.

[1]www.colombia.travel, 20 julio 2011

## ANEXO 6

### Centro de convenciones ATLAPA[2]







Autor: Desconocido

Fuente: www.atlapa.gob.pa

Fecha: 20 julio 2011

ATLAPA, es uno de los más espectaculares y completos centros de Convenciones del mundo con una capacidad total hasta de 10, 500 personas para reuniones, siendo el lugar ideal para congresos, convenciones, ferias y reuniones, con excelentes facilidades y servicios para eventos de categoría mundial.

En este complejo de 8 hectáreas, se destaca un Teatro/Auditorio dotado con 2,806 cómodas butacas, un Salón de 34,445 pies cuadrados, libre de columnas, para Exhibiciones y excepcionales salones para reuniones y eventos.

ATLAPA está ubicado en el corazón de la ciudad de Panamá y a sólo minutos del Centro Bancario Internacional y el Aeropuerto Internacional, el cual brinda servicio a las más importantes aerolíneas del mundo.

La ciudad de Panamá ofrece una moderna infraestructura de Hoteles, Casinos y Centros Comerciales, además interesantes sitios turísticos, y una deliciosa y variada cocina internacional. Adicional cuenta con exóticos lugares de recreo y una divertida vida nocturna complementando así los atractivos de esta ciudad.

*Salones de Reuniones*

ATLAPA, ofrece 19 salones de reuniones con capacidades desde 20 hasta 600 personas. Cada uno de ellos es flexible y a prueba de ruidos. Múltiples entradas, paredes móviles y mobiliario intercambiable, permiten la escogencia entre diferentes tamaños de áreas y configuraciones de montaje. Los salones de reuniones de Atlapa en su decoración proyectan el alma artesanal panameña. Coloridas chaquiras elaboradas por los indios Guaymíes; tambores, flautas rituales, originales Molas de los indios Kuna y esculturas, trenzados de yute y cestos de las regiones montañosas de la campiña interiorana, contribuyen a formar los originales y lujosos interiores del Centro de Convenciones de Panamá.

Dentro de los servicios adicionales se encuentran salones de Prensa, oficina para Organizadores de Eventos, un Centro de Reproducción "offset" con servicios de compaginación, encuadernación, fotocopiado y facilidades para envío de correspondencia. Adicionalmente, el área de Servicios Turísticos sirve de apoyo para reuniones, exhibiciones, recepciones, registro de delegados, etc. Adyacente, la Plaza de las Banderas adornada con exuberante vegetación tropical, puede ser utilizada para exhibiciones, presentaciones folklóricas y otros eventos al aire libre.

[2]www.atlapa.gob.pa, 20 julio 2011

## ANEXO 7

### Centro de convenciones RIOCENTRO[3]




Autor: Desconocido

Fuente: www.nferias.com

Fecha: 20 julio 2011

Rio Centro es un centro de convenciones y exposiciones multifuncional, especialmente desarrollado para recibir eventos nacionales e internacionales, bajo techo o al aire libre.

Situado en una de las más bellas zonas de Rio de Janeiro, el Rio Centro cuenta con un total de 571000 m² (100029 m² de área construida y el resto del área externa). Se compone de cinco pabellones interconectados. El espacio cuenta con un helipuerto, céspedes, jardines y un lago natural, y su área puede ser total o parcialmente alquilada.

Sus versátiles instalaciones hacen de Rio Centro la ubicación ideal para diferentes formatos de eventos: congresos, ferias, competencias deportivas y espectáculos nacionales e internacionales, interiores y exteriores.

[3]www.nferias.com, 20 julio 2011