



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE  
SERVICIOS**

**ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA  
CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES**

**NOMBRE DEL MAESTRANTE:**

**JAVIER VALLEJO LOPEZ**

**NOMBRE DEL TUTOR:**

**Ing. Ángelo Calderón Salazar, MDS**

**SAMBORONDÓN, MAYO 2015**

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

**Análisis del sector hotelero de Guayaquil frente a la creación de un bureau de**

**Convenciones**

**Javier Vallejo López**

**RESUMEN**

El turismo de negocios es uno de los segmentos reconocidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como el más dinámico y exquisito en todas sus formas y de allí que países que tienen como principal actividad el comercio y el turismo, han fomentado la creación de Bureaus como herramienta fundamental que conlleva al desarrollo económico de los países. Partiendo de esta premisa, se pretende demostrar la importancia de conocer cuál es la capacidad que tiene la ciudad de Guayaquil para poder captar una demanda que implicaría crear el Bureau de Convenciones en la ciudad. El beneficio es sin duda para los hoteles, quienes van a beneficiarse de los ingresos que origina la venta de las habitaciones, servicios complementarios, la visita de turistas y a su vez fomenta la creación de más plazas de trabajo dinamizando la economía local y proyectándose como una de las principales elecciones del turismo de negocio.

***Palabras clave:*** Hotelero, convenciones, bureau, servicios, turismo, negocios

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

**ABSTRACT**

Business tourism is one of the segments recognized by the World Tourism Organization (WTO) as the most dynamic and exquisite in all its forms, hence the countries whose main activity are trade and tourism, have promoted the creation of Bureaus as a fundamental tool, that leads to economic development of countries. Starting from the premise this article seeks to demonstrate the importance of knowing, what is the ability of Guayaquil to capture a higher demand that will be necessary to create the Convention Bureau in the city. The benefit is undoubtedly for the hotel industry, who will benefit from the revenues, originated by room sales, complementary services, tourist arrival and the creation of job opportunities that will invigorate the local economy and will project as one of the top choices of business tourism.

***Keywords:*** Hospitality, convention bureau, services, tourism, business

# *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

## **Introducción**

Siendo que el turismo y sus aspectos derivados son una generadora de riqueza y motor económico, Ecuador no ha quedado fuera del concierto de naciones que han apostado por esta vía, teniendo en cuenta el enorme potencial que posee en cuanto a riquezas naturales y biodiversidad, variedad de climas, de regiones, y demás atractivos, lo que hace posible las prestaciones e inversión en el sector hotelero, específicamente en la ciudad de Guayaquil, considerando que es la más grande del país; en las últimas décadas este sector ha crecido considerablemente, generando fuentes de empleo, aportando con un gran impulso a la economía, generando turismo, y haciendo de Guayaquil, un punto de negocios y reuniones internacionales, que benefician a la imagen y al sector social, que además está promovido por el Plan Nacional del Buen Vivir (Constitución de la República del Ecuador, 2008), constitucionalmente sustentado en el proyecto 2013 – 2017, en el que mediante políticas de Estado se promueve el avance del sector turístico como medio impulsor nacional, lo que promueve un estado de bienestar y competitividad no solo en el sector hotelero, sino en todos los sectores que impulsan la economía, pues siendo un punto de encuentro generador de proyectos que desembocarán en una amplia gama de obras estructurales o comerciales que insertan al país en el siglo XXI.

En la actualidad, la competencia en el mundo exige mayores estándares en los servicios de prestaciones hoteleras y turísticas, por lo que significa un mayor reto día a día, generando competitividad en el país y la región, razón por la que países vecinos han invertido en mejorías en el servicio hotelero creando estrategias de administración que además se enfocan en las necesidades de los turistas o personas de

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

negocios, y esto va desde el servicio que presta sus restaurantes, con calidad, hasta complemento de las instalaciones, con la finalidad que los clientes encuentren una sede donde puedan desarrollar sus diferentes actividades, sean de cualquier índole, turísticas o negocios, y con una gestión de calidad, con un personal hotelero altamente profesional, listo para brindar un servicio de buen nivel.

De esta forma, Ecuador se renueva, y se posiciona en el sector de servicios hoteleros, con un personal carismático, incrementando de esta manera la inversión y el ingreso de divisas al país, lo que beneficia a todos, desde los involucrados en el sector hotelero, hasta la misma comunidad de la ciudad donde se origina, por tal motivo, quienes conforman este sector, deben tener claro que su desenvolvimiento genera amplitud en el comercio internacional y el turismo, lo que es claro desde el punto de vista del impulso que desea dar el Estado mediante políticas acertadas y tomando ejemplos de otros sectores del mundo, que han promovido el crecimiento del sector hotelero, no solo como una fuente de turismo, sino también, como un turismo de negocios, lo que ha generado que países como Estados Unidos, Israel, o la región del Caribe, se han beneficiado con el turismo y desde ese punto han nacido negocios a nivel mundial, que los ha ubicado en los primeros puestos del mundo para hacer negocios, o simplemente ir de paseo.

Con este aspecto de introducción al tema, el Presidente de la Asociación de Hoteleros del Guayas (AHOTEGU) Gino Luzi en una entrevista publicada en el Diario el Telégrafo del día 27 de Abril del 2012, menciona que la hotelería en la ciudad de Guayaquil se encuentra en franco crecimiento a tal punto que se está posicionando de a poco como un destino ideal para los negocios. Sin embargo no sólo

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

es cuestión de comodidad y hospedaje sino más bien los recursos disponibles para cerrar una negociación, atender un socio o simplemente crear lazos comerciales futuros. El Bureau de Convenciones es una institución en el cual interviene el sector hotelero, que aunque teniendo los recursos, no apuntan hacia diversos mercados objetivos: siempre hay espacio para una negociación no importa de qué naturaleza sea. Desde este punto de vista, según datos de la Cámara Provincial de Turismo del Guayas, se observa el incremento de la demanda de turistas de negocios y se evidencia la falta de espacios especializados para realizar sus actividades comerciales, pues tomando en cuenta que Ecuador, aunque ha tenido siempre un potencial de turismo bastante grande, no ha explotado lo suficiente este recurso, perdiendo así, muchas oportunidades de atracción de turistas y de negocios, y además de fuentes de empleo, por lo que, en la actualidad, se implementaron leyes que promuevan este desarrollo, y beneficien de esta forma, a todos los ecuatorianos, ya que el país cuenta con una biodiversidad única, regiones naturales claramente definidas, y proyectando un turismo muy atractivo a nivel mundial. La oferta hotelera en Guayaquil es variada, pero únicamente los hoteles de lujo y primera están preparadas para abastecer este segmento de mercado que por lo regular son personas V.I.P (Very Important Person). A continuación se detalla el grupo de hoteles que son reconocidos en estas categorías y detalles, según la página de Guayaquil es mi destino:

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

<b>LUJO</b>	<b>HOTEL</b>	<b>No. DE HAB</b>	<b>% DE OCUPACIÓN</b>	<b>PAX TIPO AUDITORIO</b>	<b>PAX TIPO SEMINARIO</b>	<b>PAX TIPO COCTEL</b>
	Hotel Sheraton	141	75%	1000	450	1200
	Holiday Inn Guayaquil Airport	122	40%	200	90	230
	Hotel Sonesta	112	75%	200	90	230
	HM Internacional	43	65%	70	60	80
	Courtyard By Marriot Guayaquil	144	70%	150	65	180
	Wyndham Guayaquil	179	35%	900	405	1050
	Unipark Hotel	70	65%	1000	640	1200
	Hotel Ramada	75	65%	670	500	780
	Hotel Oro Verde	236	65%	1200	540	1450
	Hilton Colón Guayaquil	294	72%	1500	670	1800
	Hampton Inn Boulevard Hotel	95	80%	800	350	960
	Gran Hotel Guayaquil	125	77%	1400	650	1500
	Hotel Continental	110	75%	1100	630	950
<b>PRIMERA</b>	<b>HOTEL</b>	<b>No. DE HAB</b>	<b>% DE OCUPACIÓN</b>	<b>PAX TIPO AUDITORIO</b>	<b>PAX TIPO SEMINARIO</b>	<b>PAX TIPO COCTEL</b>
	Hotel Airport	64	45%	0	0	0
	Hotel Galería Manging	94	40%	60	55	70
	Hotel Corono Real	31	45%	0	0	0
	Hotel City Plaza	42	50%	25	20	30
	Hotel Castell	48	70%	130	100	150
	Hotel Palace	95	74%	800	400	900
	Gold Center Hotel	35	70%	180	150	190
	Hotel Marcellus	105	60%	50	40	60
	Hotel Sol de Oro	30	55%	0	0	0
	Hotel Sol de Oriente	56	50%	220	200	250
	Hotel Rizzo	42	60%	0	0	0
	Hotel Doral	60	65%	200	90	250
	Hotel Alexander	61	68%	0	0	0

Tabla # 1: Hoteles de primera y de lujo de la ciudad de Guayaquil, información básica para atención de congresos y convenciones.

Fuente: Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, 2014

Elaborado por: Javier Vallejo

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

A continuación se detalla el registro de llegada de ciudadanos extranjeros al país entre los periodos 2010 a 2014:

<b>REGISTRO DE LLEGADA DE EXTRANJEROS A ECUADOR, PERIODO 2010 A 2014</b>					
Mes	2010	2011	2012	2013	2014
Enero	96.109	105.548	127.115	130.843	152.576
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584
Marzo	82.452	87.435	96.948	113.359	114.007
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614
Mayo	77.618	82.870	92.644	98.414	111.117
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062
Julio	110.545	117.966	130.179	136.138	154.229
Agosto	96.219	98.962	106.375	112.569	131.694
Septiembre	71.756	80.090	85.990	97.374	112.767
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	124.456
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.076	127.562
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	156.278
<b>Total</b>	<b>1.047.098</b>	<b>1.141.037</b>	<b>1.271.901</b>	<b>1.364.057</b>	<b>1.557.006</b>

Tabla # 2: Registro de llegada de extranjeros a Ecuador, periodo 2010 a 2014

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014.

Elaborado por: Javier Vallejo



## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

Lo preocupante es que las plazas no van creciendo en esa magnitud, apenas desde el 2011 a la fecha se han inaugurado 3 hoteles dentro de las categorías para el segmento que se espera, es decir, las convenciones; y en esas tres infraestructuras suman apenas 413 habitaciones. (Ministerio de Turismo, 2014). La firma francesa IBIS-Accor estará presente en el Ecuador con 10 nuevos hoteles, esto oficializado por el Ministerio Coordinador de la Producción y el Ministerio de Turismo, respaldado por la firma Accor y Ecuaresorts S.A., entre los años 2016 y 2019 IBIS levantará sus hoteles en Ecuador, en el cual Guayaquil también será parte de este proyecto. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014)

Otro gran proyecto se avecina en la ciudad de Guayaquil, al anunciar recientemente Luis Villacrés Smith, presidente del directorio de los hoteles “Swissotel” la participación de la cadena internacional de origen suizo “Swiss Towers” en la ciudad. Se informó que la primera parte del proyecto se finalizará en el 2017, en la cual la primera torre contará con 300 habitaciones y 120 departamentos (Diario El Universo, 2014).

### **Entorno mundial**

El primer Bureau de Convenciones según el portal de eventos y capacitaciones de Bolivia se dio en Detroit, Estados Unidos en 1885. El primer Bureau de convenciones en realizarse fuera de los Estados Unidos fue en 1902 que se la realizó en Canadá. Luego en 1914 se establece el “The International Association of Convention Bureaus” e incluso se chartean trenes para uso de los delegados. Se agrega la palabra “Visitors” en 1927 cuando se la realizó el Bureau en Miniápolis. En 1930 se da mayor importancia a las reuniones corporativas debido a la depresión de la

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

industria. En 1955 en el estado de Nevada se impone un impuesto del 6% a las habitaciones, y muchos utilizaron ese impuesto para crear fondos para los centros de convenciones. En 1997 se crea la primera página web de congresos y convenciones en Las Vegas (Internacionaleseventos.com, 2007). En Latinoamérica, en 1984, se crea el primer congreso de convenciones en Río de Janeiro. En 1999 se forma “El Bureau de convenciones de Montevideo” gracias a la aportación de distintas empresas que están vinculadas con el turismo, su función es posicionar a la ciudad como un destino de reuniones de Uruguay y Latinoamérica de congresos y uno de los destinos de Latinoamérica mejor posicionado. Los gremios o instituciones que forma parte del Bureau son los hoteles, restaurantes, operadoras, empresas de transporte, entre otras (bureau, Montevideo Convention & Visitors, 2013). En Bogotá se creó el “Bogotá Conventions Bureau”, el cual consta como una organización con convenios público-privado. Fue creado para promocionar a través de estrategias de mercadeo y ventas a la ciudad de Bogotá como punto estratégico para organizaciones de eventos. Como institución son miembros de la “Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)” y el “Instituto Distrital de Turismo (IDT)” (Bogota Conveineion Bereau, 2011). En Salta, República de Argentina se creó el “Salta Conventions & Visitors Bureau”, la cual es una organización sin fines de lucro que fue creada por varias empresas que tienen relación con la industria del turismo. Su objetivo es promocionar a Salta como un destino modélico para congresos, organizaciones, ferias, etc. a todo nivel local, regional e internacional (Salta Convention & Visitors Bureau, 2000). En Quito, Ecuador se creó el “Bureau de convenciones e incentivos de Quito”, considerada como una organización independiente que se ocupa de coordinar y agrupar los

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

distintos sectores que participan en una actividad turística, especializados en congresos, ferias, convenciones, exposiciones, eventos nacionales e internacionales, agencias de viaje, etc. Son miembros de la “International Congress & Convention Association (ICCA)” integrados por diferentes ejecutivos de distintos sectores que están relacionados con esta actividad. (Quito, Buró de Convenciones e Incentivos, 2014) Con el desarrollo de este trabajo, se buscará presentar de mejor manera las opciones que se dispone en la creación de un Bureau de convenciones para dinamizar esta demanda de mercado que crece francamente en Guayaquil, lo que mediante el Plan estratégico de promoción de turismo del Ministerio impulsa como parte fundamental la creación de un *bureau* de convenciones y la Empresa Pública de Turismo. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014)

La ciudad de Guayaquil cuenta con el Centro de Convenciones “Simón Bolívar que posee 2.5000 m<sup>2</sup> para realizar todo tipo de eventos como, seminarios, exposiciones, congresos, conferencias, shows artísticos, etc. En la sala A, B y C que se encuentra en la plata baja pueden captar hasta 2.160 personas. También está el “Centro de Exposiciones Plaza Rodolfo Baquerizo Moreno” con una sala de reuniones con más de 600 personas, y por último con el centro de exposiciones y convenciones “Palacio de Cristal” (Guayaquil es mi Destino, 2015)

La información obtenida a base del análisis de la realidad proporcionará lineamientos claros para la consecución de los objetivos propuestos. El trabajo será realizado íntegramente en la ciudad de Guayaquil durante los meses julio 2014 a marzo del 2015.

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

### **Situación Actual**

El presidente de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA según sus siglas en inglés) Arnaldo Nardone, en una reunión con diferentes hoteleros de la ciudad cuestionó la dirección de la hotelería local llegando a la conclusión de que se necesitaba la unión tanto de la entidad pública como privada para que sea considerado como un destino de congresos y convenciones. Para esto se realizaron talleres con actores involucrados para establecer un Plan Estratégico de Desarrollo y Promoción de esta actividad. Guayaquil posee excelentes instalaciones tanto aéreas como terrestres, así como un inmobiliario y mayor contribución de alojamiento, alimentos y bebidas por lo que es una potencia en destino (Ministerio de Turismo, 2013).

El MINTUR organizó un taller con expertos de turismo de convenciones, congresos y eventos, como lo son los de representantes de Viena y Barcelona. Se propuso la creación del Bureau de Convenciones de Guayaquil por medio de la Gerencia de Congresos y Eventos. El taller cuyo nombre fue “Creación y fortalecimiento de burós de convenciones” tuvo como finalidad analizar la oferta turística de la ciudad. El Ministerio de Turismo se propuso fortalecer cualitativamente las condiciones del país con énfasis en destino de convenciones en los próximos 5 años (Ministerio de Turismo, 2014).

Aproximadamente el 50% de los ingresos por convenciones son distribuidos en grupos de taxi, restaurantes, bares, souvenirs, etc. Es lo que expresó quien maneja el centro de convenciones de Guayaquil y Gerente General de Expo Guayaquil Nicolás Romero (Diario Expreso, 2014).

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

Luego de reuniones entre los distintos actores de turismo, de la empresa pública y privada y de talleres con expertos en la materia, se estableció la creación de la “Empresa pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil” y en la cual se implementó el cobro de una tasa a todos los huéspedes que pernocten en hoteles de Lujo y de Primera en la ciudad de Guayaquil, estos valores servirán para financiar la empresa de turismo y fomentar el turismo en la ciudad. Los valores asignados son de \$2 y \$1 para los hoteles de Lujo y Primera respectivamente. Este valor se cancela desde el 1 de marzo del 2015 y es un valor fijo (Diario El Comercio, 2015).

### **Marco Teórico**

La hotelería consta de la actividad principal que es el hospedaje, hay muchas clasificaciones de hoteles que van desde las casas para los huéspedes, hostales, moteles, hasta los de lujo y de primera, estos se dan de acuerdo a sus características tanto de infraestructura como las de los servicios complementarios que se pueden ofrecer a un huésped. Existen diferentes tipos de turismo y de alojamientos, como es el de playa que consta con una característica principal que es la estacionalidad, pero la investigación se enfocará, en la hotelería de interior, es decir la de ciudad, quién depende de los negocios que se generen en la misma, viajes de negocios, eventos culturales, congresos, ferias, etc. (Fresco, 2006). El turismo de negocios se da por incentivos netamente corporativos, el viajero no elige el destino más bien eso lo asigna los grandes directivos de la empresa o el mismo mercado dependiendo del tipo de producto que se negocia, en este tipo de viajes se realizan conferencias, ferias, para

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

abrir más mercado en dicho país. Este tipo de turismo es estacional ya que no se los realiza en épocas vacacionales, los viajes suelen ser más cortos que un turismo tipo ocio, y son viajes más frecuentes. José Medina, Docente de la Carrera de Turismo y Hotelería en la Asignatura de Administración de Hoteles de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, menciona que el beneficio de este tipo de turismo está dado por la capacidad adquisitiva de los clientes quienes suelen pagar mucho más que un turista regular. El turista de negocios no escatima gastos ya que por lo regular las empresas que representan cubren con esos gastos, y es un punto evidente en el que el Estado debe concentrar políticas atractivas para el desarrollo de los negocios o actividades que este tipo de turistas vienen a realizar, puesto que por lo general están patrocinados por empresas extranjeras asentadas en el país, y que constantemente deben estar llevando y trayendo personal que se encarga de los negocios o representaciones empresariales en el país, este tipo de turista, es positivo para el avance nacional, ya que al encontrarnos en un mundo cada vez más pequeño, en el que todo está globalizado. Así mismo las empresas generadoras de divisas económicas encuentran atractivo a un país determinado, por el grado de beneficios que este le puede prestar, y de esta manera, el país también crea productividad, al insertar en el aspecto laboral, a sus ciudadanos, y tecnificando el sector hotelero, y del turismo en general, esta transformación tan acelerada de las normativas turísticas ecuatorianas, se ha producido ante la competitividad de nuestros vecinos, convirtiéndose en una ventaja, y uno de los principales aliados al momento de crear el acervo presupuestario nacional, con una fuerte tendencia global, y la necesidad de un crecimiento ágil y seguro, que colabore con la transformación que requiere el país, lo

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

que es oportuno y estratégico para la consecución de las metas del Ecuador del siglo XXI.

Ante esto, las empresas no lo consideran un gasto, más bien lo ven como una inversión ya que abren mercado en otros países, y se expanden a nivel mundial, lo que aumenta sus arcas económicas y da bienestar a muchas personas relacionadas con esta actividad en las distintas latitudes del mundo, esto lo ha visualizado el Estado, y mediante una promoción a nivel mundial, espera atraer personas de negocios con respaldo principalmente de empresas transnacionales, que se ubicarían en Guayaquil, como punto de negocios en el Ecuador y la región, por lo que la creación de un bureau de Convenciones es claramente justificada y beneficiosa para todos los que habitan el país, específicamente los relacionados con el sector hotelero y turístico. En el turismo de negocio es importante siempre mantener contactos con aquellos directivos de las empresas, aquellos que pueden tomar la decisión de atraer un evento a una zona determinada (Bigné, 2000).

Para que una ciudad tenga éxito como un destino de congreso se deben de considerar varios factores, tales como: Disponibilidad de salones para reuniones, comunicaciones y accesos, oferta hotelera, imagen-atractivo ciudad, apoyo institucional, precios y clima (Espejo, 2003).

Organizar eventos es muy complejo, se trata de servicios entrelazados con el objetivo de obtener un resultado final memorable. Pero no basta con contactar y unir a estos servicios entrelazados, que bien puede ser agrupaciones, instituciones públicas o privadas; son un sin número de actividades independientes con el mismo objetivo, y así proyectar una imagen positiva y creativa al momento de elegir a la ciudad de

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

Guayaquil, para la creación de un bureau de Convenciones, puesto que aporta con grandes beneficios y se une de esta manera al sistema de competitividad en este sector, que de hecho ya cuentan nuestros vecinos, como Colombia o Perú, en los que han desarrollado programas y políticas que los proyectado como centros de negocios a nivel regional y mundial, con gran éxito, pues además de esto, se ha generado marcas de país, que atraen el turismo y generan una expectativa de atracción hacia posibles turistas, con un alto poder adquisitivo, que mueve la economía de los países, especialmente a la pequeña y mediana empresa, que se beneficia de la llegada de estas personas, en hospedajes y comercio, restaurantes, etc., lo que ayuda sin dudas a las familias de las zonas que son turísticas, especialmente el turismo de aventura, que es uno de los más atractivos, a todo esto, se suma también que Ecuador cuenta con una zona única en el mundo, las Islas Galápagos, que son de gran interés a nivel internacional, y promovidas ya como algo que sin necesidad de publicidad, son conocidas en el mundo, agregando que las nuevas medidas normativas del Estado, ya desarrollan una mayor protección y publicidad del país a nivel mundial, para llamar a más potenciales turistas a llegar a conocer sus atractivos, sin alejarnos de la promoción del país como un punto de negocios prospero, el turismo se ve enfocado a dos grandes propuestas en las que se benefician todos los ciudadanos, por lo tanto, el turismo de visitantes, y el turismo de negocios, es algo que el Ecuador, puede y debe explotar, como un compromiso estatal con todos los sectores económicos del país, la pequeña, la mediana empresa y los ciudadanos de a pie, todos beneficiados con la implementación de políticas generadoras de recursos, lo que se traduce en bienestar económico. Existen diferentes tipos de eventos que bien pueden ser: congresos,



## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

conferencias, seminarios, eventos empresariales, presentación de productos, actos protocolares, inauguraciones, conmemoraciones, banquetes, etc. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013)

Pero alguien tiene que hacerse cargo de esta logística que no es nada fácil, y es por eso que se busca al Organizador Profesional de Congresos (OPC). Los OPC son expertos en la planificación, preparación y ejecución de cualquier tipo de eventos o reuniones. Aplican sus conocimientos y experiencias para la toma de decisiones. El OPC figura como coordinador de un evento en desarrollo. El objetivo principal de la OPC, según el portal electrónico internacionaleseventos.com, es incrementar los ingresos realizando difusiones a clientes potenciales. En el sector turístico intervienen muchas áreas con sus actividades principales correspondientes, al crear un Bureau de Convenciones en la ciudad de Guayaquil se necesitará de una organización que agrupe estos subsectores; las agencias de viajes siendo un sector del turismo también posee grupos como: mayoristas, minoristas y centrales de reservas. El sector del transporte se apoya en líneas aéreas, líneas marítimas y líneas terrestres. El área de Alojamiento con sus ramificaciones, en los que podemos mencionar los hoteles, hostales, pensiones, camping, apartamentos y moteles (Bigne, 2000). En la restauración, tales como bares, cafetería y restaurantes. Y por último la oferta turística complementaria y sus áreas, como destinos de ocio, organizadores de ocio, servicios de apoyo, alquiler de transporte, deportes, etc. (Giráldez, 2004). En Guayaquil Existen alrededor de 43 hoteles según el portal web booking.com, pero no todos constan con salones para eventos debido a la clasificación de cada uno de ellos. Se observará hoteles de cinco a tres estrellas que cuentan con estos espacios y que son

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

utilizados por organizaciones de prestigio que desean alojar a sus funcionarios y expositores en la ciudad de Guayaquil (Booking, 2013), existen algunos hoteles que se consideran de lujo o de primera como son: Hotel Sheraton, Holiday Inn, Sonesta, HM Internacional, Courtyard By Marriot, Hotel Wyndham, Unipark, Ramada, Oro Verde, Hilton Colón, Hampton Inn Boulevard, Gran Hotel Guayaquil, Continental, *Airport*, Hotel Galería Manging, Corona Real, City Plaza, Castell, Palace, Hotel Gold Center, Marcellus, Sol de Oro, Sol de Oriente, Rizzo, Doral y Hotel Alexander (Guayaquil es mi Destino, 2015).

Dentro del marco teórico se debe tomar en cuenta los aspectos legales para poder ejercer correctamente la actividad turística en las cuales no regimos según nuestra constitución, reglamentos y leyes. (Ver anexo 2)

Con la argumentación legal y teórica se puede estimar los objetivos que el sector hotelero de Guayaquil debe establecer para la creación de un bureau de convenciones:

- Determinar si la ciudad de Guayaquil tiene la capacidad suficiente en infraestructura hotelera y espacios físicos para la realización de congresos, convenciones, reuniones, seminarios y demás al crear un Bureau de convenciones.
- Analizar la capacidad de los establecimientos hoteleros de Guayaquil que permitan la organización de congresos y seminarios de acuerdo a los estándares de calidad que rigen para este tipo de servicio.

## **Metodología**

La metodología que se utilizará tendrá como finalidad proponer un mejoramiento, en este caso, en el sector hotelero, lo que permitirá dar respuestas a las interrogantes que hemos planteado en esta investigación, las directrices utilizadas para este trabajo, son de tipo investigativo, en el cuál se pretende establecer la capacidad en el sector hotelero de la ciudad de Guayaquil, ante un incremento de visitantes debido a la creación de un Bureau de Convenciones en la ciudad. El éxito de la investigación dependerá de elegir el diseño adecuado en base a la problemática. El propósito es describir las variables que podrían afectar la realización de un Bureau de convenciones en Guayaquil, la incidencia e interrelación que existen entre estas en un momento dado. Por consiguiente, la investigación que se realizará es de tipo científica como parte del proceso en la que permite partir de una problemática (Rodríguez, 2005).

Dicho lo anterior la investigación es descriptiva, la cual esta relacionada a condiciones existentes, esta concierne a un hecho precedente que influye hechos presentes. Este proceso se basa en la recolección y tabulación de datos, esta información nos sirve para la comparación, clasificación, análisis e interpretación (Best, 1982).

La información y datos históricos tanto macro como micro se encuentran en el Banco Central y la Cámara de Turismo del Guayas, fuentes accesibles para la factibilidad de la investigación. Adicional se tendrá acceso a la información del

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

programa ASISTE de la cadena hotelera GHL, lo cual brindará los datos necesarios para obtener el número de eventos, convenciones y congresos anuales. Por último, el tiempo que conlleva esta investigación debido a su naturaleza es breve, claro y preciso.

### **Población y muestra**

La población está enfocada al sector hotelero de Guayaquil, filtrado por hoteles de lujo, para diagnosticar la oferta que se tiene y poder enfrentar la creación de un Bureau de Convenciones. Conjuntamente se tendrá como muestra los hoteles de la cadena hotelera GHL de la población de los hoteles de lujo en Guayaquil para obtener el número de convenciones, exposiciones y congresos anuales durante los años: 2012 y 2013.

Se recopilarán fuentes de tipo primaria y secundaria para así obtener mayor información para el sustento del documento. Los datos recolectados se recopilarán mediante el desarrollo de entrevistas y la aplicación de encuestas.

Los hoteles de la cadena hotelera GHL en el Ecuador para conocer el número de congresos, exposiciones y convenciones internacionales y nacionales, han tenido en cuenta lo siguiente: Número de habitaciones, tecnología disponible y espacio físico para la realización de eventos.

## ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES

### Análisis de resultados y discusión

Los análisis de resultados están sujetos a la investigación realizada y basan su sustento en los siguientes datos estadísticos:

LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES					
(millones)					
	2013	2013 Part. %	"12/"11	"13/"12	2014*
<b>MUNDO</b>	1.087	100,0	4,1	4,7	4,7
Economías avanzadas <sup>1</sup>	582	53,5	3,8	4,8	5,6
Economías emergentes <sup>1</sup>	505	46,5	4,4	4,7	4,0
Por regiones de la OMT:					
<b>Europa</b>	566,3	52,1	3,7	4,9	4,0
Europa del Norte	68,0	6,3	1,4	4,1	6,6
Europa Occidental	171,8	15,8	3,6	2,7	2,1
Eur. Central/Oriental	125,6	11,6	8,5	7,6	-0,3
Eur. Meridional/Medit	201,0	18,5	1,9	5,5	7,3
- de los cuales UE - 28	433,7	39,9	2,8	4,1	5,1
<b>Asia y el Pacífico</b>	249,8	22,9	23,0	6,9	6,8
Asia del Nordeste	127,0	11,7	6,0	3,4	7,0
Asia del Sudeste	94,3	8,7	8,7	11,3	1,8
Oceania	12,5	1,1	4,2	4,6	5,8
Asia Meridional	16,1	1,5	5,9	11,4	7,6
<b>Américas</b>	168,1	15,5	4,4	3,5	7,8
América del Norte	110,1	10,2	4,1	3,9	8,7
El Caribe	21,1	1,9	3,1	2,8	6,2
América Central	9,1	0,8	7,3	2,6	5,5
América del Sur	27,4	2,5	5,8	2,7	5,9
<b>África</b>	54,7	5,0	5,2	4,8	2,6
África del Norte	19,6	1,8	8,7	6,0	1,5
África Subsahariana	35,1	3,2	3,4	4,2	3,3
<b>Oriente Medio</b>	48,2	4,4	-5,6	-3,4	4,0

Fuente: UNWTO World Tourism Barometer - Volume 12 - January 2014  
<sup>1</sup> Classification based on the International Monetary Fund (IMF) see the Statistical Annex of the IMF World Economic  
\* Datos de enero a octubre 2014.

Tabla #3: Llegadas de turistas internacionales  
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT), 2014

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

La llegada de turistas internacionales a Ecuador, específicamente a la ciudad de Guayaquil, aporta con ventajas en el impulso de la creación de un bureau de Convenciones, pues los turistas tendrían la opción de realizar sus operaciones de negocios o cualquier actividad de tipo comercial o turístico, directamente en la ciudad como un punto de encuentro para su desenvolvimiento, además en la siguiente tabla se observa que esos beneficios de centro de operaciones en negocios o actividades turísticas, se traducen de la siguiente manera en ingresos en otros países.

Rango	Ingresos por turismo internacional					
	\$ EE.UU.				Monedas Locales	
	Miles de millones		Variación (%)		Variación (%)	
	2011	2012*	11/10	12*/11	11/10	12*/11
1 Estados Unidos	115.6	126.2	11.7	9.2	11.7	9.2
2 España	59.9	55.9	14.0	-6.6	8.6	12
3 Francia	54.5	53.7	16.2	-1.5	10.7	6.7
4 China	48.5	50.0	5.8	3.2	1.0	0.8
5 Macao (China)	38.5	43.7	38.3	13.7	38.6	13.3
6 Italia	43.0	41.2	10.9	-4.2	5.6	3.8
7 Alemania	38.9	38.1	12.1	-1.9	6.7	6.2
8 Reino Unido	35.1	36.4	8.2	3.7	4.4	5.2
9 Hong Kong (China)	27.7	32.1	24.6	16.0	24.9	16.6
10 Australia	31.5	31.5	8.1	0.2	-3.8	-0.2

Tabla #4: Ingresos por turismo internacional.  
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

	País	Oct. 2012	Oct. 2013	Variación	Acumulado	Acumulado	Variación	
					Ene-Oct. 2012	Ene-Oct 2013		
Mercados de Oportunidad	Venezuela	3.714	12.951	9.237	31.670	78.169	46.499	147%
	México	2.027	1.887	-140	16.058	17.326	1.268	8%
	Panamá	818	1.039	221	8.355	9.793	1.438	17%
	Bélgica	389	430	41	4.556	4.579	23	1%
	Costa Rica	420	775	355	4.152	6.027	1.875	45%
	Austria	281	257	-24	2.553	2.440	-113	-4%
	Total			17.339	16%			
Arribos Septiembre			11.519					

Tabla # 5, Mercado de oportunidades de arribos al Ecuador  
Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador  
Elaborado por: Javier Vallejo L.

Los ingresos por turismo y las actividades derivadas, como el mercado de oportunidades de arribos de los extranjeros a Ecuador, son fundamentales en la economía de los países que lo han impulsado, por esta razón se debe crear una base para que en Ecuador, crezca esta actividad, teniendo en cuenta el movimiento económico que esta aporta, como se ha podido observar en las tablas anteriores con los ejemplos de los países que lo han fomentado.

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

Ubicación	País	Nº eventos
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 – P.R.	245
10°	Austria	236
19°	Argentina	145
27°	Méjico	107
36°	Chile	74
37°	Colombia	71
42°	Uruguay	42
43°	Perú	41
56°	Ecuador	26
65°	Costa Rica	15
66°	Cuba	15

Ubicación	Ciudad	Nº eventos
1°	Viena	160
2°	Barcelona	135
3°	Paris	131
4°	Berlín	129
5°	Singapur	119
6°	Copenhague	103
7°	Estocolmo	102
8°	Ámsterdam	98
9°	Lisboa	98
10°	Beijín	96
11°	Buenos Aires	90
18°	San Pablo	79
26°	Río de Janeiro	62
40°	Santiago	41
46°	Lima	34
48°	Ciudad de Méjico	33
57°	Montevideo	29
80°	Bogotá	21
102	Quito	17

Tabla #6: Ranking mundial ICCA, por número de reuniones

Fuente: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile



*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*



Figura 1. Principales mercados turísticos al Ecuador

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Con todos los datos estadísticos se puede definir positivo y competitivo el sector hotelero de Guayaquil, frente a la creación de un bureau de convenciones que pueda brindar un mejor y más cómodo servicio a todos quienes hagan uso de ello, nacionales o extranjeros, posicionando a la ciudad de Guayaquil dentro del escenario de destino de turistas o personas de negocios, además de fomentar el turismo y aportar a la modernidad y al crecimiento económico del país, y publicitar de una manera moderna y atractiva a todos los lugares potenciales que mueven el turismo en el mundo, motivando a venir a Ecuador como un centro actualizado de negocios y turismo.

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

En este sentido, El Muy Ilustre Municipio de Guayaquil ha tomado la iniciativa de crear el Buró de Convenciones, algo que tenía más de una década en solo idea. El 8 de Octubre de 2014 en reunión con representantes hoteleros oficializó la creación del mismo con un financiamiento que según el Alcalde de la Ciudad, es un modelo de gestión económico que lo aplican las grandes ciudades del mundo que implica en la creación de una tasa por día hospedado en la ciudad en los hoteles que va desde un dólar a dos dólares si es en hoteles de lujo.

La importancia de esta propuesta municipal es asesorarse de instituciones que manejan perfectamente el tema como lo son la AHOTEGU, la cual agrupa 27 hoteles de lujo de la ciudad y el Centro de Convenciones quienes serán miembros de ese comité asesor para sentar las primeras bases del Buró.

Según datos proporcionados por Diario El Comercio, en su edición digital del 7 de enero de 2015, la capacidad hotelera de Guayaquil es de 2.400 plazas de lujo y de primera, con una proyección de incremento de 1.000 plazas más para el 2018. En este sentido el Cabildo Guayaquileño creó la Empresa Municipal de Turismo con el financiamiento anteriormente mencionado y que busca la afiliación de la ciudad a la Asociación Internacional del Buró de Convenciones. Cabe destacar que esta iniciativa municipal cuenta con el apoyo de todos los sectores hoteleros.

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

### **Conclusiones**

Para la futura creación de un Bureau de convenciones en Guayaquil se debe optar por la conformación de una empresa de carácter mixto o privada que se encargue de las funciones de administración de la infraestructura física, así como de la respectiva comercialización del producto a los interesados, la administración del bureau independientemente del tipo de empresa que se escoja deberá enfocarse en la planeación de objetivos entre los que destacamos los siguientes:

- Posicionar el Bureau de Convenciones en un plazo determinado de 6 meses entre las ofertas disponibles en Guayaquil para la realización de eventos de diversa índole. Con el apoyo de una eficiente gestión de mercadeo.
- Enfocar en la captación del mercado nacional. Tomando en cuenta como herramienta para el logro de esta meta un Plan de Marketing.
- Contar con personal calificado que lleve a cabo los programas y planes que establezca el Buró.
- Asegurar que las secciones que componen las partes administrativos – técnicas, cuenten con los respectivos manuales de procedimientos que indiquen el protocolo a seguir en cada servicio que se den en las instalaciones del bureau.

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

Considerando la importancia de Guayaquil como una ciudad de movimiento económico y comercial que se refleja en su actividad económica, se hace necesario el contar con instalaciones de este tipo como el que se plantea. La creación del Buró de convenciones tiene una importante connotación para Guayaquil, puesto que impulsará el crecimiento de la ciudad.

El bureau de Convenciones será el punto neurálgico de congresos, eventos y ferias nacionales e internacionales el cual manteniendo estándares en la calidad del servicio, dejar satisfechos a los contratantes de las instalaciones, lo que promueva su retorno y la inserción del país en sus actividades, y como motivación turística fomentar el proceso de regeneración urbana de la ciudad, pues esto la impulsa de una mejor manera en el aspecto estético y turístico.

Contar con la debida infraestructura hotelera y turística es imperante para llevar a cabo la realización de grandes eventos de toda índole como ha sucedido anteriormente. El Bureau de convenciones se convertirá en otro aporte para el crecimiento de la oferta turística de Guayaquil que impulsará el posicionamiento de la ciudad en el calendario internacional de eventos de trascendencia,

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

### **Recomendaciones**

- Impulsar la creación del Bureau de Convenciones de Guayaquil que atraiga el turismo empresarial como una manera de incrementar el flujo de turistas hacia Guayaquil.
- Fomentar el crecimiento y desarrollo de eventos trascendentales en Guayaquil.
- Coordinar las acciones de las entidades de turismo públicas y/o privadas que se enfoquen en atraer el turismo de negocios a Guayaquil.

### **Referencias Bibliográficas**

AHOTEC. (02 de 02 de 2014). *Hoteles Ecuador. com, Guía de hoteles en internet.*

Recuperado el 02 de 02 de 2014, de

<http://www.hotelesecuador.com.ec/resultado.php?idiom=1&ciudad=2&tipo=&ubicacion=&categoria=&precio=0>

Bannock, G. (1982). *The economist of small firms: Return from the wilderness.*

Oxford, Englando, Reino Unido: Blackwell.

Best, J. W. (1982). *Cómo investigar en educació.* Madrid: Ediciones Morata.

Bogota Conveion Bereau. (26 de 09 de 2011).

*Slideshare.net/bogotaconventionbureau.* Obtenido de

<http://www.slideshare.net/bogotaconventionbureau/bureau-de-convenciones-de-bogot>

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

Booking. (21 de 11 de 2013). *Booking*. Obtenido de

[http://www.booking.com/city/ec/guayaquil.es.html?aid=306396;label=guayaquil-ibDOjkIw8f\\*ma4811m3ujAS9250511245:pl:ta:p1:p2:ac:apl1t1:neg;ws=&gclid=CICylcfylbQCFQHonAodOWgAUQ](http://www.booking.com/city/ec/guayaquil.es.html?aid=306396;label=guayaquil-ibDOjkIw8f*ma4811m3ujAS9250511245:pl:ta:p1:p2:ac:apl1t1:neg;ws=&gclid=CICylcfylbQCFQHonAodOWgAUQ)

Bureau, Montevideo Convention & Visitors. (25 de 11 de 2013). *Montevideo Convention & Visitors bureau*. Obtenido de

<http://www.bureaumontevideo.com/bureau.html>

Cayetano Espejo Marín, M. P. (2003). *Turismo de Congresos y Reuniones en la ciudad de Murcia*. Murcia, España: Universidad de Murcia.

Diario El Comercio. (07 de 01 de 2015). *Hoteleros respaldan nueva tasa turística en Guayaquil*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-hoteles-tasa-turistica.html>

Diario El Universo. (29 de Octubre de 2014). *eluniverso.com*. Obtenido de [eluniverso.com](http://www.eluniverso.com):

<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/10/29/nota/4161356/120-millones-torres-mas-altas-ciudad>

Diario Expreso. (26 de 10 de 2014). *Guayaquil apunta a acaparar los eventos internacionales*. Obtenido de <http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota.aspx?idart=7242984&idcat=19308&tipo=2>

Diario El Comercio. (7 de enero de 2015). *Hoteleros respaldan nueva tasa turística en Guayaquil*. Obtenido de: <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-hoteles-tasa-turistica.html>

Enrique Bigné, X. F. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. España: ESIC Editorial.

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

Fresco, J. P.-D. (2006). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

G.I. Musumeci, A. B. (2004). *Como Organizar Eventos*. Buenos Aires, Argentina: Valletta Ediciones S.R.L.

Guayaquil es mi Destino. (02 de 03 de 2015).  
<http://turismo.guayaquil.gob.ec/?q=es/directorio-turistico/alojamiento/hoteles>

Guayaquil es mi Destino. (01 de 04 de 2015). *Guayaquil es mi Destino*. Obtenido de <http://turismo.guayaquil.gob.ec/?q=es/congresos-y-convenciones/centro-de-convenciones-simon-bolivar>

Horne, J. V. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. Prentice Hall.

Internacionaleseventos.com. (2007). *Primer portal de eventos y capacitaciones de Bolivia*. Obtenido de <http://www.internacionaleventos.com/Articulos/Boletin1-IE.pdf>

Ley de Turismo, M. d. (01 de 12 de 2002). *Ley de Turismo*. Recuperado el 2013, de <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/septiembre2013/baselegal/LEY%20DE%20TURISMO.PDF>

Ministerio de Turismo. (02 de 09 de 2013). *Turismo de congreso y convenciones toma fuerza en guayaquil*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/turismo-de-congreso-y-convenciones-toma-fuerza-en-guayaquil/>

Ministerio de Turismo. (05 de 06 de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-contara-con-la-construccion-de-10-nuevos-hoteles-bajo-la-firma-francesa-ibis-accor/>

Ministerio de Turismo. (12 de 05 de 2014). *Guayaquil consolida su desarrollo como destino de convenciones de clase mundial*. Obtenido de

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

<http://www.turismo.gob.ec/guayaquil-consolida-su-desarrollo-como-destino-de-convenciones-de-clase-mundial/>

Ministerio de Turismo. (06 de 2014). *principales Indicadores de Turismo* . Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Boletin-junio-2014.compressed.pdf>

Pilar Giráldez, M. (2004). *La rentabilidad en el sector hotelero: Eficiencia y concentración* . Sevilla, España: Diseño Sur S.C.A.

Quito, Buró de Convenciones e Incentivos . (29 de 11 de 2013). *Quito Convention Bureau*. Obtenido de <http://www.eventosquitoecuador.com/buro-de-convenciones-de-quito.html>

Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Universidad Juárez autónoma de Tabasco.

Salta Convention & Visitors Bureau. (05 de 2000). *Salta Convention & Visitors Bureau*. Obtenido de <http://www.saltaconventions.com.ar/bureau/>

Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. México.

Sernatur. (08 de 11 de 2010). *Sernatur, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo*. Obtenido de [http://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/downloads/concurso/Plan\\_de\\_accion\\_del\\_segmento\\_MICE.pdf](http://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/downloads/concurso/Plan_de_accion_del_segmento_MICE.pdf)

Wilson, C. (1963). The wilson concept for management.



## **ANEXO 1**

### **Definiciones**

***Congreso:*** Bien puede ser reuniones de tipo científica o institucional de una misma asociación, viene del latín “congregare”.

***Convención:*** donde se encuentran varias personas en un punto determinado siendo esta una reunión formal de los cuales sus participantes pueden ser de empresas privadas como la parte política con el fin de proveer información o discusiones que llegarán a un consenso, viene del latín “*Convenire*”

***Seminario:*** donde un grupo de personas investigan sobre un tema en específico en varias sesiones donde comúnmente hay interacción entre especialistas y alumnos, viene del latín “*Seminarius*”

***Conferencia:*** se hace el uso de conferencia cuando un expositor interviene y desarrolla un tema en particular, viene del latín “*Conferre*”.

***Foro:*** este término se utiliza cuando se realizan reuniones y discusiones de tipo político, viene del latín “*Forum.*”

## *ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

**Feria:** Se realizan exposiciones o montajes de productos, elementos o servicios para expone e exhibir a la venta (G.I. Musumeci, 2004).

**Bureau de convenciones:** Organizaciones no lucrativas, con el objetivo de fomentar el turismo de negocio para ciudad o país. En otras palabras, es el servicio que tiene el país o ciudad para la organización de conferencias, exposiciones y congresos principalmente.

**Mercado de reuniones:** Esta definición según el ICCA se puede dividir en dos segmentos claves que son el corporativo y el No corporativo. El primer segmento se puede atribuir a aquellas empresas o corporaciones grandes que organizan los eventos tales como MICROSOFT, IBM, GM, etc. Al segundo segmento se le otorga este nombre cuando las reuniones son programadas por organizaciones gubernamentales o asociaciones profesionales (Sernatur, 2010).

**Turismo de negocios:** En este tipo de Turismo se incluyen a segmentos como las convenciones, reuniones, ferias, exposiciones. Todo estos viajes se dan debido a la internacionalización de las empresas (Sancho, 2008).

## **ANEXO 2**

Extracto de Ley de Turismo:

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 7.-** Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros. (Ley de Turismo, 2002, p. 2)

*ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO DE GUAYAQUIL FRENTE A LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES*

Extracto Gaceta Oficial de Guayaquil del 23 de diciembre de 2014:

**CAPÍTULO 1.**

**Art. 1\_** *“De la creación de la empresa pública municipal de turismo, promoción cívica y relaciones internacionales de Guayaquil”*

**Art. 22\_** *“DE LA TASA MUNICIPAL DE PERNOCTACIÓN. Créase la TASA MUNICIPAL DE PERNOCTACIÓN, la cual se pagará por alojamiento en los hoteles de lujo y primera categoría.*

*La tasa de pernoctación se pagará en razón del tiempo de alojamiento, contado por número de noches y por habitación ocupada por el usuario en los siguientes tipos de establecimientos calificados por el ministerio de Turismo como:*

*A.1.- Hoteles de lujo; y.*

*B.2- Hoteles de primera.”*

**Art. 27.-** *“DETERMINACIÓN DE LA CUOTA.\_ La tasa de pernoctación debe exigirse por la aplicación de una tarifa por el número de pernoctaciones que se haga en los establecimientos de alojamiento turístico a lo que se refiere este capítulo. La cuota se determinará de acuerdo a la siguiente tabla:*

- |  |                                |
|--|--------------------------------|
| <i>1) Establecimientos de lujo</i>             | <i>US\$ Pernoctación 2.00</i>  |
| <i>2) Establecimiento de primera categoría</i> | <i>US\$ Pernoctación 1.00”</i> |