



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil-UTEG

Facultad de Estudios de Posgrado

Tesis en Opción al Título de Magister en

Gestión de Empresas Turísticas

Tema de Tesis:

**Factores que Inciden en la Cadena de Valor de la Gestión del
Turismo de Eventos y Convenciones en la Ciudad de Guayaquil**

Autor:

Lcda. Evelyn Pamela García Vera

Director de Tesis

Arq. José Vicente Bohórquez Zavala, Msc

Abril 2019

Guayaquil - Ecuador

DECLARACIÓN EXPRESA

Yo, **EVELYN PAMELA GARCIA VERA** con cedula de ciudadana #**0923770895** declaro bajo Juramento que el presente trabajo realizado es de mi autoría y que no ha sido presentado anteriormente o calificado y que se han recaudado información de las bibliografías detallas bajo la línea de investigación: Generación de emprendimientos y desarrollo de empresas turísticas desde la perspectiva del turismo sostenible y la participación comunitaria

Y brindo mis derechos de Propiedad Intelectual al Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, para que sea utilizado o divulgado en el internet según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual.

EVELYN PAMELA GARCIA VERA
AUTORA

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mi familia la cual ha estado allí en los momentos más duros, en especial a Cesar y Angie que están en camino de prepararse y como les digo siempre deseo que lleguen mucho más lejos, y aunque el camino es engorroso deben ser perseverantes para volar muy alto y por su puesto a mi mamá ejemplo de lucha, esfuerzo y amor, ya que siempre ha dado todo para que nosotros lleguemos mucho más lejos.

AGRADECIMIENTO

Realmente hay mucho por agradecer al momento de terminar esta investigación y son muchas las personas las que estuvieron, se fueron, me apoyaron y también me complicaron, pero aun así hay que decir gracias, por llegar hasta aquí y poder lograr un triunfo en mi carrera profesional y personal.

En primer lugar, Gracias Dios por dejarme llegar aquí, debemos recordar que somos la creación perfecta y diariamente nos llena de fortaleza, habilidades y conocimiento para fortalecer el espíritu, poniendo personas en mi camino para no dejarme vencer, entre ellos mi hijo que ha sido mi compañero y al cual debo agradecer por darme su fuerza cuando ya no tengo fuerzas.

Por otro lado, gracias profunda a mi madre que me dio la estabilidad durante toda la vida como ejemplo de fuerza, compromiso, temple, perseverancia, que, aunque se encontró muchas veces sola, como mujer pudo triunfar y sacar adelante a dos hijas, una casa y ahora un nieto, así como también la predisposición de estar en las buenas y en las malas como nadie lo hará.

Gracias a cada uno de los que me dieron ideas, para creer que este proyecto sea este mi futuro compañero de vida, amigos, inventor, creador y amigo. Gracias a mis compañeros que me ven como un ser fuerte, y cuando creo que ya no puedo más me dan esos alientos para continuar.

Por último, quiero dar gracias a Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil con sus docentes y maestros que han creído la potencialidad de desarrollar profesionales fuertes para el mercado laborar, como también a mi tutor que se ha interesado en conocer esta investigación como aporte a mi crecimiento personal y contribución a la sociedad en el mercado de eventos y convenciones.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN EXPRESA.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLA.....	x
ÍNDICE DE IMAGENES	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	4
1.1 Antecedentes de la investigación	5
1.2 Planteamiento del problema de investigación	6
1.2.1. Síntomas	7
1.2.2. Causas	7
1.2.3. Pronóstico	8
1.2.4. Control de pronóstico	8
1.2.5. Formulación del problema.....	8
1.2.6. Sistematización del problema	8
1.3 Objetivos de la investigación	9
1.3.1 Objetivo general	9
1.3.2 Objetivos específicos	9
1.4 Justificación de la investigación	9
1.5 Marco de referencia de la investigación	10
1.5.1 Marco Teórico	10
1.5.1.1. Cadena de Valor	10
1.5.1.1.1 Modelos de la cadena de Valor.....	11
1.5.1.1.1.1, Cadena de Valor de McKinsey.....	11
1.5.1.1.1.2 Cadena De Valor De Porter	13

1.5.1.1.1.2.1 Actividades Primarias o Principales	14
1.5.1.1.1.2.2 Actividades de Apoyo o Auxiliares	15
1.5.1.1.1.2.3 El Margen.....	15
1.5.1.1.1.3 Cadena de valor de servicios de Heskett, Loverman, Sasser y Shlesinger	15
1.5.1.2 La cadena de valor del sector turístico.....	16
1.5.1.2 Turismo de Negocios	17
1.5.1.2.1 Clasificación de los Eventos.....	19
1.5.1.2.1 Internacional Congress and Convention Association	21
1.5.1.2.2 Turismo de Eventos y Congreso a nivel Mundial	24
1.5.1.2.2.1 Buenos Aires.....	25
1.5.1.2.2.2 Bogotá.....	26
1.5.1.3 Turismo de Eventos y Congresos en Ecuador	26
1.5.1.3.1 Quito.....	27
1.5.1.4 Guayaquil, y el Turismo de eventos y convenciones	27
1.5.1.4.1 Gestión turística y desarrollo del turismo de eventos y convenciones por parte de las instituciones públicas y privadas	28
1.5.1.4.1 Dirección de Turismo de Guayaquil: Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP	28
1.5.1.4.2 Misión de Marca Guayaquil es mi Destino	30
1.5.1.4.3 Organigrama estructural de la Empresa Pública de Turismo	30
1.6. Marco conceptual.....	31
1.7 Idea central a defender	33
CAPÍTULO II	34
MARCO METODOLÓGICO	34
2.1 Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación	35
2.2 Métodos de investigación.....	35
2.3 Unidad de análisis, población y muestra	35
2.4 Variables de la investigación, operacionalización	37
2.4.1. Variables	37
2.4.1.1 Variable independiente.....	37
Cadena de Valor	37

2.4.1.2	Variable Dependiente.....	37
	Gestión del Turismo de Eventos y convenciones.....	37
2.5	Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información.....	38
2.5.1.	Fuentes y técnicas para la recolección de información	38
2.5.1.1	Revisión Bibliográfica	38
2.5.1.2	Entrevistas semi-estructuradas	38
2.5.1.3	Relevamiento de reuniones:.....	39
2.6	Tratamiento de la información	39
	CAPÍTULO III	40
	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	40
3.1	Análisis de la situación actual	41
3.1.1	FODA del Turismo de Eventos y Convenciones en la Ciudad de Guayaquil,.....	44
3.1.2.	Organización de Eventos de la Ciudad de Guayaquil	48
3.2	Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas	56
3.2.1	Análisis comparativo entre Buenas Aires, Bogotá y Guayaquil.....	57
3.2.2	Cadena de Valor en la Gestión de Guayaquil, según Michael Porter	60
3.2.2.1.1	Ministerio de Turismo.....	62
3.2.2.1.2	Prefectura del Guayas.....	62
3.2.2.2	Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacional, EP.	62
3.2.2.2.1	ExpoGuayaquil.....	63
3.2.2.2.2	Expoplaza	64
3.2.2.2.3	Barceló Congresos.....	64
3.2.2.3	Sede para el desarrollo de Eventos	65
3.2.2.3.1	Centro de Convenciones de Guayaquil.....	65
3.2.2.3.2	Palacio de Cristal	66
3.2.2.3.3	Plaza Rodolfo Baquerizo	66
3.2.2.3.4	Hotel Hilton Colon	67
3.2.2.3.5	Hotel Oro Verde	68
3.3	Presentación de resultados y discusión	68

CAPÍTULO IV	78
FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR.....	78
4.1 Justificación.....	79
4.2 Propósito general	79
4.3 Desarrollo.....	80
4.3.1. Cadena de valor del Turismo de Eventos y Convenciones de Guayaquil.....	80
4.3.2. Buenas prácticas Internacionales en la cadena de valor de destino líderes en eventos.....	82
CONCLUSIONES	84
RECOMENDACIONES	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
ANEXOS	93
Anexo 1 Operatividad De Las Variables	94
Anexos 2 Factores que inciden en la Cadena de Valor, Modelo de Variable.....	95
Anexos 3 Modelos de la Cadena de Valor	96
Anexos 4 Recolección de la información	97
Anexo 5 Modelo de Cuestionario para entrevista Semi-estructurada	98
Anexo 6 Listado de Empresas entrevistadas para conocer la gestión y cadena de valor del Turismo de Eventos en Guayaquil	99
Anexo 7 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena d Valor de Turismo de Eventos y Convenciones.....	100
EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL DE TURISMO, PROMOCION CIVICA RELACIONES INTERNACIONALES, EP.....	100
Anexo 8 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones.....	101
MINISTERIO DE TURISMO.....	101
Anexo 9 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones.....	102
PREFECTURA DEL GUAYAS.....	102
Anexo 10 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones.....	103
BARCELÓ GROUP	103

Anexo 11 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones	104
COLEGIO DE PROFESIONALES DE TURISMO	104
Anexo 12 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones	105
EXPOGUAYAQUIL	105
Anexo 13 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones	106
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	106

ÍNDICE DE TABLA

<i>Tabla 1 Tabla de McKinsey</i>	12
<i>Tabla 2 Principales Actividades Cadena de Valor Porter</i>	14
<i>Tabla 3 Actividades de Apoyo de la Cadena de Valor de Porter</i>	15
<i>Tabla 4 Clasificación de los Eventos en base a Turismo de Negocios</i>	19
<i>Tabla 5 Eventos Internacionales 2016 -2017</i>	49
<i>Tabla 6 Eventos Internacionales Guayaquil 2018</i>	51
<i>Tabla 7 Proceso de Eventos en Guayaquil últimos año</i>	53
<i>Tabla 8 Eventos de Enero a Julio Guayaquil 2018</i>	54
<i>Tabla 9 Eventos Julio a Diciembre Guayaquil</i>	55
<i>Tabla 10 Factores que inciden en el Turismo de Eventos y Convenciones 2018</i>	58
<i>Tabla 11 Cuadro Comparativo de Ciudad Líderes de Turismo de Reuniones</i> .	60
<i>Tabla 12 Resumen de la Cadena de Valor en Guayaquil</i>	61
<i>Tabla 13 Proveedores de ExpoGuayaquil</i>	63
<i>Tabla 14 Capacidad de Hotel Hilton Colon</i>	67
<i>Tabla 15 Segmentación de Mercado de Turismo de Eventos y Convenciones de Guayaquil</i>	69
<i>Tabla 16 Esquema para análisis de competitividad</i>	71
<i>Tabla 17 Valorización de Infraestructura turística y sedes</i>	72
<i>Tabla 18 Valoración de la Difusión y Accesibilidad</i>	74
<i>Tabla 19 Valoración de eventos anuales y reconocimientos internacionales</i> ..	76
<i>Tabla 20 Propuesta de un Modelo de Gestión en la Cadena de Valor del Turismo de Eventos</i>	80

ÍNDICE DE IMAGENES

<i>Imagen 1 Modelo de Cadena de Valor de McKinsey</i>	12
<i>Imagen 2 Modelo de Cadena de Valor de Porter</i>	14
<i>Imagen 3 Cadena de Valor de los Servicios 1994 Heskett et al.</i>	16
<i>Imagen 4. Clasificación del turismo de reuniones</i>	21
<i>Imagen 5 Estadística de Congresos y Convenciones }</i>	22
<i>Imagen 6 Clasificación de los Eventos según ICCA</i>	23
<i>Imagen 7 Estadística Destino de Congresos y Convenciones 2017</i>	24
<i>Imagen 8 Organigrama de la Empresa Pública Municipal de Turismo</i>	31
<i>Imagen 9 Estadísticas de MINTUR Ingresos y salida de Turistas</i>	42
<i>Imagen 10 Variación Anual de Llegada y Salida</i>	43
<i>Imagen 11 Estadística de Llegas Ge MINTUR 2016-2018</i>	43
<i>Imagen 12 Estacionalidad de Extranjeros en Gye 2016-2018</i>	44
<i>Imagen 13 Tamaño y Capacidad de Salones Centro de Convenciones de Guayaquil</i>	65
<i>Imagen 14 Capacidad de Palacio de Cristal eventos</i>	66
<i>Imagen 15 Capacidad Plaza Baquerizo Moreno</i>	67
<i>Imagen 16 Capacidad Eventos Hotel Oro Verde</i>	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1 Esquema de Análisis Competitivo</i>	72
<i>Gráfico 2 Valoración de Sedes e Infraestructura Turística</i>	73
<i>Gráfico 3 Valorización de Accesibilidad y Difusión</i>	75
<i>Gráfico 4 Valoración de Eventos Anuales y Reconocimientos</i>	76

RESUMEN

El turismo es una industria que aumenta en sus modalidades, por estar a la vanguardia de la innovación y las tecnologías; es entonces que aparece el turismo de eventos y convenciones, alternativa que se relaciona con los diferentes reuniones que realizan las organizaciones para conocer, incentivar, exhibir o establecer conexiones que permitan un mejor desenvolvimiento dentro del sector que desarrollen, igualmente impide la estacionalidad, consolida la cadena de valor, gestiona recursos, y reconoce al destino en la creación de nuevas oportunidades en el mercado internacional. Por esta razón la presente investigación busca diagnosticar los factores de la cadena de valor en la gestión del turismo de eventos y convenciones, a través de herramientas metodológicas que darán a conocer al destino, así mismo examinará la competitividad basado en otros ejemplos notables de éxito en este mercado y la implantación de un modelo de gestión que impulse a las buenas prácticas internacionales que posesionarse a Guayaquil como líder de eventos y convenciones en Sudamérica.

Palabras claves: *Turismo de Eventos y Convenciones, Cadena de Valor, Modelo de gestión, buenas prácticas internacionales, líder de eventos.*

ABSTRACT

Tourism is an industry that increases in its modalities, by the vanguard of innovation and technologies; it is then that the tourism of events and conventions appears, an alternative that is related to the different meetings held by the organizations to know, encourage, expose or establish the connections that allow a better development within the sector that they develop, also for the seasonality, consolidates the value chain, manages resources, and recognizes the destination in the creation of new opportunities in the market. For this reason, the present investigation seeks to diagnose the factors of the value chain in the management of tourism of events and conventions, through methodological tools that will make known the destination, likewise we will examine the competition based on other notable examples of success in this market and the implementation of a management model that promotes good international practices that poses Guayaquil as a leader in events and conventions in South America.

Keyword: *Event and Convention Tourism, Value Chain, Management model, international best practices, event leader*

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se referirá a los factores que inciden en la cadena de valor, en la gestión del turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil, ya que la misma es una de las ciudades Latinoamericanas más importante y reconocida por su accesibilidad y condiciones, en los últimos años ha incrementado el interés de empresas públicas y privadas para ser destino de todo tipo de eventos, una alternativa del turismo que reconoce una modalidad económica rentable, en el 2016, 2017 y 2018 la ciudad ha obtenido el Oscar del Turismo como Destino Líder de Negocios en Sudamérica (Ministerio de Turismo, 2017) . Cuenta además con un programa de Embajadores Turísticos que promueve al destino como líder de Congresos y Convenciones.

A nivel mundial distintas ciudades han apostado por invertir en el turismo de eventos y convenciones para crecer en la industria de viaje, existen miles de eventos internacionales que han hecho evolucionar a los destinos con nuevas alternativas y beneficios para los países. Este turismo no convencional, involucra a una cadena de valor importante que favorece no solo al destino, sino a todos sus habitantes. Países de América del Sur como Argentina, Brasil, Colombia y Perú son registrados a nivel mundial como iconos en la realización de eventos y convenciones, y a través de ellos motivar la visita como destinos turísticos de reuniones.

Esto según la Organización Mundial de Turismo se lo conoce como turismo de reuniones o con su nombre en inglés Meeting, Incentive, Conventions and Exhibitions, MICE (Romero, 2015); la cual en la actualidad genera miles de eventos anuales según la International Congress and Convention Association¹, organización que busca el intercambio de información de congresos y convenciones a nivel internacional. El Ecuador es miembro de la misma y consta en la misma de tres membresías: Guayaquil Convention and Visitors Bureau, Ministry of Tourism of Ecuador y Quito Meeting Board (International Congress and Convention Association, 2018). Esta organización año a año fortalece su

¹ ICCA siglas en inglés de International Congress and Convention, en español Asociación de Congresos y convenciones Internacionales.

red de proveedores y realiza un ranking por las organizaciones y países miembros.

Cabe recalcar que esta modalidad de turismo contribuye a la dinamización de la demanda, para que los destinos sean generadores de oportunidades económicas para la sociedad. La gestión, planificación, organización y ejecución de eventos considera de manera indispensable la cadena de valor, donde se integren las empresas públicas y privadas que busquen el logro de objetivos comunes del turismo de Eventos u convenciones.

Por ello, la cadena de valor es utilizada como una herramienta de indagación en las acciones que la institución realiza de manera interna, para conocer el proceso de desempeño que realiza para lograr la operatividad” (Olmedo , Olmedo , & Plazaola, 2017). En otras palabras, el valor es el agregado que se le da a los productos, para que el gasto que hará el turista, sea significativo al servicio que proporciona por lo servicios recibidos, además se establece como un esquema que integra a todos los involucrados, buscando la satisfacción de las necesidades de los visitantes; lo cual establece una experiencia desde la programación de su viaje, hasta el retorno a su lugar de residencia.

En Ecuador esta actividad comenzó debido a las costumbres y tradiciones aportadas por los migrantes desde el exterior aproximadamente en el 2004, pero fue en el 2014 cuando el Ministerio de Turismo decidió potencializarse en el nicho de reuniones por las recomendables condiciones de sus principales ciudad Quito, Guayaquil y Cuenca, lo cual produciría la generación de empleos, movilización de diferentes sectores económicos y el reconocimiento por los recursos con lo que cuenta (Ministerio de Turismo, 2014).

Cabe destacar que Guayaquil demuestra descoordinación desde sus autoridades máximas, como en su gestión, planificación y difusión de actividades. Así mismo la infraestructura existente es limitada en comparación a destino Internacionales que han invertido para posesionarse como líder de evento. Por esta razón el presente trabajo diagnosticará la gestión del turismo de eventos y convenciones a través de herramientas metodológicas que examinen los factores de la cadena de valor que permita proponer el

fortalecimiento de la ciudad de Guayaquil en el posicionamiento en este nicho del mercado turístico.

En el primer capítulo se evidenciará una introducción a la problemática existente dentro de la gestión del turismo de eventos y convenciones en la ciudad de Guayaquil y en el interés de conocer la cadena de valor que actualmente se está ejecutando. Así mismo se establecerá los objetivos para la presente investigación que ayudara a conocer un diagnóstico situacional del tema de estudio. Seguidamente se dará una justificación para especificar la importancia de este tipo de turismo en la actualidad. Además, presenta de manera ampliar las definiciones para conocer la cadena de valor, el turismo de eventos y convenciones, como las oportunidades y tipos de este segmento del mercado

En el segundo capítulo. Se determinó las técnicas y metodologías necesarias para poder describir y desarrollar la investigación determinada, así como cumplir con los objetivos propuestos; como la entrevista semi-estructurada y el levantamiento de reuniones en sus últimos años para conocer los involucrados y los factores que determinaron el aumento o disminución de la misma.

Más adelante en el Tercer capítulo presenta los resultados de los métodos y herramientas utilizadas: las entrevistas realizadas a 7 gestores del turismo eventos u convenciones: así mismo la determinación de eventos en los últimos años permitió conocer los actores involucrados. También se desarrollará un análisis comparativo entre dos ciudades sudamericanas dentro del ranking de la ICCA.

Y por último en el cuarto capítulo muestra las posibles opciones que podría desarrollar la ciudad de Guayaquil para mejorar su desempeño en el mercado y acoger las buenas prácticas internacionales de otros destinos para ser líderes del mercado de reuniones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1 Antecedentes de la investigación

Dentro de este tema se puede encontrar algunos estudios realizados en diferentes países sobre como resalta las ciudades al trabajar en el turismo de eventos y convenciones y cuán importante son los factores que inciden en su cadena de valor para mejorar la proyección de sus destino :

Tesis Magistral “*Diagnostico estructural de la cadena de valor del turismo de reuniones en la Plata*” (Lauman, 2014), que trata sobre la clasificación internacional de los eventos y como la cadena de valor necesita los recursos y agentes de forma articulada para la oferta del turismo de reuniones; y que todos estos son los protagonistas para la adecuada gestión de este tipo de turismo. Este estudio contribuyo a la elección del tema de indagación ya que como Guayaquil cuenta el turismo de eventos podría relacionarse en conocer los factores de la cadena de valor de la misma para poder tener una mejor gestión del destino.

También, resulta significativo el “*Informe sobre el Turismo de Reuniones de Argentina 2013*” (Instituto Nacional de Promoción Turística, 2013) donde reflejan el impacto positivo y creciente que tuvieron los eventos y convenciones dentro de esta ciudad, y que el mismo se podría replicar en la Guayaquil.

Así mismo “*El Papel del Turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza*” (Martos Molina , 2013), que menciona la competencia feroz entre ciudades para acoger grandes eventos, pero debe basarse con los objetivos estratégicos de la ciudad y planificarse.

Igualmente, el trabajo “*Modelo de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad*” (Mazaro & Varzin, 2008) visualizar los modelos de la cadena de valor para la competitividad de los destinos turísticos, y el mismo contribuye al marco teórico de la presente investigación.

Además, el artículo científico El impacto cultural y social de los eventos celebrados en destinos turísticos. La percepción desde el punto de vista de los organizadores (González Reverté & Morales Pèrez, 2017), que menciona los impactos socioculturales generados por los eventos que se celebran en la

localidad turística de Cataluña, según la vocación turística para los mismos para el desarrollo local.

Es necesario precisar del mismo modo el trabajos de tesis de: “ *La información turística personalizada en los destinos turísticos: el caso de la ciudad de Guayaquil*” (Torres Cadena, 2012), en la cual describe la importancia de darle innovación a los destinos turísticos a través de otros tipos de turismo como es el de reuniones dentro de la Ciudad de Guayaquil, y las oportunidades que la misma presentaría para resaltar este tipo de turismo.

Por otro lado se tiene el artículo científico: “ *Turismo de reuniones en Guayaquil Ecuador: Estrategias de uso a través de paquetes de turismo urbano*” (Castro Salcedo & Quiñonez M, 2018), donde habla sobre la necesidad del destino Guayaquil en posicionarse dentro del mercado de reuniones, pero así mismo la necesidad de satisfacer problemáticas internas para el desenvolvimiento del mismo.

Ninguna de estas investigaciones no tiene relación directa en el tema expuesto, pero todos contribuyen a analizar como los factores que inciden en la cadena de valor en la gestión del Turismo de Eventos y Convenciones en la Ciudad de Guayaquil, son importante para dar oportunidades al destino para que genere nuevas alternativas económicas dentro del segmento de viajes especializados.

1.2 Planteamiento del problema de investigación

La ciudad de Guayaquil durante el periodo del 2016- 2018 ha sido reconocido como un destino Líder de Viajes y negocios², por la World Travel Award, premio que otorga el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC³); encargado de dar a conocer los impactos de la industria de viaje. Cada año la WTTC instituye una reunión de las máxima autoridades de la industria de viajes

² Ministerio de Turismo. (28 de agosto de 2015). Página Oficial Ministerio de Turismo del Ecuador. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-mejor-destino-turistico-para-congresos-convenciones-y-eventos-internacionales/>.

³ World Travel & Tourism Council en español Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

y escogen los premios de Turismo para el mañana, dando reconocimientos que destaquen el turismo internacional (Tjolle, 2013).

En este caso la ciudad ha crecido manera viable en el sector Turístico en las últimas 2 décadas, pero lamentablemente a pesar de que ha crecido y que la misma está siendo reconocida a nivel internacional la misma tiene una desarticulación trascendental en la cadena de valor de la gestión del turismo de eventos y congresos para desarrollar actividades interrelacionadas que promuevan el destino con mayor fuerza.

La presente investigación busca evidenciar los factores de la cadena de valor en la gestión del turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil, ya que este segmento del mercado presenta escaso conocimiento público y oficial de los eventos que mensualmente se ejecutan dentro de los diferentes espacios de la ciudad y los organismos que lo realizan. De igual forma se desconoce el involucramiento de la empresa privada conforme a las necesidades de involucramiento en la cadena de valor de los eventos y convenciones de Guayaquil.

1.2.1. Síntomas

- Falta de interés
- Falta de Coordinación de los organismos promotores
- Falta de promoción

1.2.2. Causas

- Desconocimiento de los turistas y visitantes.
- Carencia de una adecuada organización.
- Las autoridades no se comprometen en la difusión de Turismo de Eventos y Convenciones en todas las actividades que se realiza en la ciudad.

1.2.3. Pronóstico

Si la cadena de valor de la ciudad en la gestión del Turismo de Eventos y convenciones continúa trabajando como hasta ahora, Guayaquil no llegara a posicionarse en este mercado; pero sí en cambio establece una sistematización adecuada lograría competir y otorgar reconocimientos en el mercado de reuniones de Sudamérica.

1.2.4. Control de pronóstico

El estudio de los factores que indican en cadena de valor de la gestión del turismo de eventos y convenciones contribuirá a conocer como los mismos están trabajando y como en conjunto pueden proponer acciones más efectivas, que los involucren a todos en este segmento de mercado de la industria de viajes y turismo.

1.2.5. Formulación del problema

¿Cómo inciden los factores en la cadena de valor en la gestión del turismo de eventos y convenciones de la Ciudad de Guayaquil para posicionamiento de este tipo de turismo?

1.2.6. Sistematización del problema

- a. ¿Existe un desconocimiento de la cadena de valor de la gestión del turismo de eventos y convenciones para contribuir al desarrollo de la ciudad?
- b. ¿Se puede desarrollar una articulación de la cadena de valor de la gestión del turismo de eventos y convenciones?
- c. ¿La información de los eventos y convenciones de la ciudad se encuentran gestionado de la forma adecuada a través de la cadena de valor del turismo?

- d. ¿Una entidad específica a la gestión el turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil podría contribuir al crecimiento del destino *como Líder en Turismo de Negocios (eventos y convenciones)*? (Ver anexo 1 y 2)

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Diagnosticar la gestión del turismo de eventos y convenciones a través de la utilización de herramientas metodológicas que analicen los factores que inciden en la cadena de valor para proponer las buenas prácticas internacionales en la ciudad de Guayaquil en este tipo de turismo especializado.

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Analizar los factores que inciden en la cadena de valor de la gestión del turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil.
- b. Identificar los actores involucrados en la realización de la gestión del turismo de eventos y convenciones de la ciudad, a través de un modelo de gestión.
- c. Evaluar la gestión que realiza el destino con la comparación con otras ciudades líderes en eventos, para determinar las buenas prácticas internacionales.

1.4 Justificación de la investigación

El presente estudio tiene gran importancia en la actualidad, ya que Guayaquil desea posicionarse en el turismo de eventos y convenciones, la misma en diferentes ciudades es motor de innovación como alternativa dinamizadora dentro de la temporada baja, así transforma los espacios para crear alternativas y actividades de esparcimiento para las nuevas necesidades de los seres humanos para el ocio y su tiempo libre.

Aun así, el turismo de eventos no termina de aclararse aun en la mente de la cotidianidad en America Latina, en países desarrollados lo identifican por

sus siglas en ingles de MICE “Meetings, Incentives, Conventions an Exhibitions”; lo que en una definición práctica sería el conjunto de actividades laborales y profesionales que realiza el individuo fuera de su lugar de origen, el objetivo de este nuevo tipo de turismo es promover un valor adicional a los destino logrando que sus actores y gestores redistribuyen más equitativamente los ingresos y beneficios del mismo y así los espacios se encuentren rejuveneciéndose activamente.

Por esta razón, Guayaquil es una de las ciudades ecuatorianas que lograría posesionarse dentro de la realización de diversos encuentros de alto nivel, por ello con esta investigación permitirá conocer cómo los factores de la cadena de valor del turismo de eventos y convenciones contribuyen al posicionamiento del destino en relación a otras ciudades de Sudamérica, las cuales se comparan en Guayaquil por su capacidad de negocios, infraestructura y oportunidad de crecimiento en la últimas dos décadas.

Por ello, la presente investigación, se justifica en la necesidad de diagnosticar la incidencia de los factores que intervienen en la cadena de valor y la relación con la gestión del turismo de eventos y convenciones que actualmente realiza la ciudad; este es un tema de actualidad que necesita promoverse para dar un mayor interés en la adecuada sistematización de los eventos y actores que promocionen y reconozcan que este nicho del turismo es una de las oportunidades de la ciudad para crecer y captar todo tipo de evento de escala internacional.

1.5 Marco de referencia de la investigación

1.5.1 Marco Teórico

1.5.1.1. Cadena de Valor

La cadena de valor es un instrumento de gestión que admite visualizar el progreso de las actividades de una empresa. El proceso empieza con la materia prima y llega hasta la comercialización del producto final, analizando cuales son las actividades que generan valor. De igual manera hay que considerar que el

valor de un producto o servicio depende de la cantidad que los turistas (clientes) están dispuestos a pagar, por lo que la entidad proporcione.

Existen a nivel internacional y como base a la cadena de valor, diferentes autores que la utilizan como herramienta de análisis que permite establecer ventajas y desventajas que permitan a la empresa crecer en su economía y desenvolverse, entonces Michael Porter difunde estas ideas desde 1985, respaldada en otro sistema empresariales de la firma McKinsey & Co. Así mismo se define a la cadena de valor como: “ la descripción total de las actividades requeridas para llevar un producto o un servicio desde su concepción, a través de las diferentes fases de producción hasta la entrega final al cliente” (Kaplinsky & Morris , 2000); por ende una organización es fructuosa si el valor que asigna excede los costos comprometidos en crear el producto o servicio. (Ver anexo 3)

1.5.1.1.1 Modelos de la cadena de Valor

1.5.1.1.1.1, Cadena de Valor de McKinsey

El modelo de McKinsey contiene seis áreas, cada una de ellas con el mismo nivel de importancia y por ende de igual notabilidad para el logro del éxito de la empresa; esto integra las ocupaciones internas de la organización y la visión global del sector (Del Real, 2017), definiendo la trayectoria del negocio, orientado a un sistema clásico, procesos. Por eso el punto de vista de la cadena de McKinsey tiene una representación que constituye las funciones internas de la organización y de la visión integral del sector donde se desenvuelve. Es decir, en cierta medida, esta perspectiva corresponde a un sistema de negocio, donde se puede detectar rasgos de esta ambigüedad en los límites de análisis en los sus epígrafes denominados "integración" que aparecen en las distintas columnas de los temas relevantes (en los "eslabones": producción, distribución y servicio).

Cadena de Valor McKinsey & Company					
Tecnología	Diseño del producto	Fabricación	Marketing	Distribución	Servicio
Sofisticación Patentes Elección producto/ proceso	Función Características físicas Estética Calidad	Integración Materias primas Capacidad Localización Aprovisionamiento Producción de piezas Ensamblaje	Precios Publicidad/ Promoción Fuerza de ventas Empaquetado Marca	Canales Integración Inventario Almacenaje Transporte	Garantía Plazos Cautivo/ independiente Precios

Imagen 1 Modelo de Cadena de Valor de McKinsey

Fuente: <https://www.expoknews.com/wp-content/uploads/2017/12/modelo-mckinsey-cadena-valor.png>

En este esquema se puede observar que McKinsey organizó todos los aspectos claves para la organización se desarrolle con éxito, procurando que en cada uno de ellos la dirección y control este presente para que su valor sea el que se quiera brindar a los usuarios. En este modelo además se destacan 6 elementos los cuales constituyen al empresario el conocimiento total de la organización entre ellos se tiene: estrategia, estructura, sistemas, estilos, personal, habilidades y valores que comparten (Del Real, 2017). Se detalla a continuación los elementos del modelo de McKinsey:

Tabla 1 Tabla de McKinsey

1	2	3	4	5	6
Tecnología	Diseño de producto	Fabricación	Marketing	Distribución	Servicio
Relacionado con la creación e innovación	Planificación y organización de lo que se desea ofertar	Ejecución o desarrollo	Difusión	Movilización Accesibilidad	Gestión de los costos Servicio al Cliente

Nora: Puntos de la Cadena de Valor de McKinsey & Company donde se detalla de que se encarga cada factor.

Elaborador por el autor

Por esta razón el sistema que propone es un análisis interno, que reconozca las ventajas y desventajas para la competencia en el mercado. De igual manera se tendrá que destacar los aspectos que diferencia su presencia dentro del global de empresas que trabajan en el mismo segmento del mercado. Es entonces, un modelo encaminado a una desarrollar una estructura simple en

proceso, donde las actividades deben integrarse para lograr el valor del producto o servicio a desarrollar. Aun así no se tiene en cuenta de forma clara aspectos relevantes como la gestión del recursos humano, o los servicios jurídicos (Iglesia Fraga, 2017).

1.5.1.1.1.2 Cadena De Valor De Porter

Michael Porter en 1985 implantó la cadena de valor, diciendo que la misma ayudaría a obtener la ventaja competitiva de la empresa, aun así eso no es el todo, sino que debe examinar por segmentos separados y fundamentales, en el liderazgo en costes y en la apreciación del cliente son indispensables para darle valor a cualquier producto o servicio (Riquelme, 2018). Es así como el estudio de la Cadena de Valor de Porter principia con las separaciones de dos segmentos separadas y principales de la ventaja competitiva⁴ que son el liderazgo en costes y la diferenciación.

Según Porter, el liderazgo en costes bajos o la diferenciación dependen de todas aquellas actividades que desarrolle una empresa y que, separándolas en grupos con una importancia estratégica, ofrecería información para comprender el comportamiento de los costes, así como también identificar fuentes existentes o potenciales de diferenciación. Las actividades tendrán que minimizar los costes, pero sin olvidar la calidad de los productos. En consecuencia, este modelo de Cadena de Valor es más complejo y toma en cuenta muchas variables intangibles que el modelo de McKinsey, distinguiendo las actividades claves para que el negocio (compra, inventario, producción, distribución, servicio al cliente) y las de apoyo a la gestión de las actividades principales. Este se adapta de manera esplendida ya que no solo se basa en la fabricación sino también en las empresas de servicios que han nacido desde siglo XXI.

⁴ La ventaja competitiva implica la existencia de una actividad que la empresa realiza de forma exclusiva o más eficiente que la competencia, y que es percibida como importante por los clientes.



Imagen 2 Modelo de Cadena de Valor de Porter
 Fuente: Introducción a la administración por Sergio Hernández y Rodríguez

1.5.1.1.2.1 Actividades Primarias o Principales

En Modelo de Michael Porter las primeras acciones son dedicadas a la producción, venta y post-venta del producto, estas son necesarias para la oferta y demanda de productos, estas pueden diferenciarse en sub-actividades, directas, indirectas y de control de calidad. Las Actividades Primarias o Principales son las siguientes:

Tabla 2 Principales Actividades Cadena de Valor Porter

Logística Interna	Operación-Producción	Logística Externa	Ventas Y Marketing	Post-Venta
Recepción, almacenamientos y distribución de materias primas	Transformación de la materia prima en producto final	Almacenamiento de productos terminados y distribución	Medios para comprar o inducirlos a ello	Mantener y realzar el valor del producto

Nota: Detalle de las actividades primarias de Michael Porter donde describe la función de cada proceso.

Fuente: Elaboración propia

1.5.1.1.2.2 Actividades de Apoyo o Auxiliares

Las actividades de apoyo son las acciones que realiza la empresa para dar soporte a las actividades primarias y auxiliarse entre sí, su primordial meta es incrementar la eficiencia de las actividades principales y del proceso de creación del valor agregado de los productos o servicios que la empresa oferta.

Tabla 3 Actividades de Apoyo de la Cadena de Valor de Porter

Infraestructura	Investigación de desarrollo y diseño	Recursos Humanos	Abastecimiento
<i>Esencial para el apoyo para las actividades de la empresa</i>	<i>Innovación Tecnología</i>	<i>Búsqueda contratación, formación y desarrollo del personal</i>	<i>Materia prima utilizada en la cadena de valor</i>

Nota Descripción de las actividades de apoyo y sus funciones en la Cadena de Valor de Porter. Fuente: Elaboración propia en base a Porter (1987)

1.5.1.1.2.3 El Margen

Según Michael E. Porter, el margen es el resultado del valor global y los costos totales que se realizan para desempeñar las actividades con valor. Generalmente, este se presenta como las secuencias de actividades principales, es decir, desde que se reciben los "inputs" o materias primas hasta que sufren el proceso de transformación, pasando a ser "outputs" o productos terminados.

Las actividades que genera este modelo son directas, indirectas o de aseguramiento de la calidad por lo cual se debe distinguir el valor que dan las mismas en las partes principales que proporcionan un posicionamiento por la gestión adecuados de sus recursos. Esta debe tener un nexo que contribuya a la estructura de productos o servicios que diferencia a la empresa en el mercado que se desenvuelve.

1.5.1.1.3 Cadena de valor de servicios de Heskett, Loverman, Sasser y Shlesinger

En 1997 la cadena de valor de servicios propuesta por Heskett, Loverman, Sasser y Shlesinger afirma que los trabajadores comunican valor a los clientes, quienes lo manifiestan como clientes leales (García Vega, 2010). Estos

manifiestas que el éxito se contempla en la satisfacción del cliente, ver lo que desean y cumplírselo, buscando que sus empleados transmitan deben tener un grado alto de satisfacción por el trabajo que realizan.

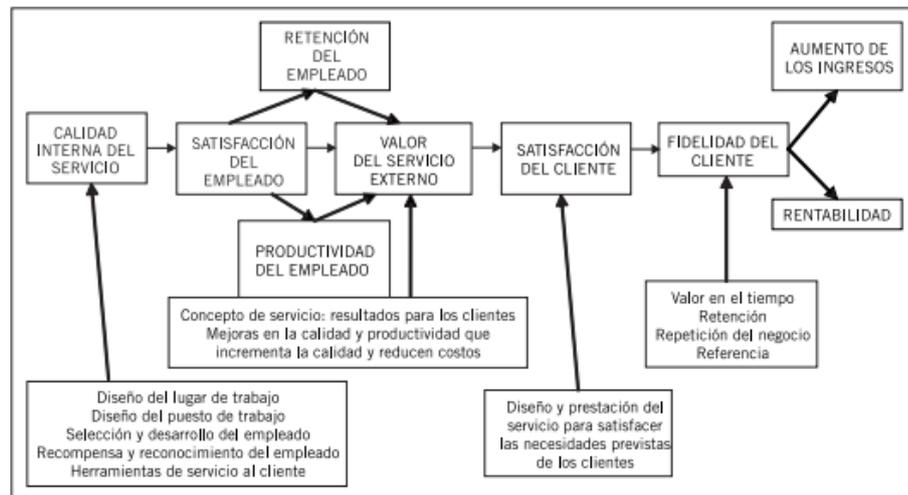


Imagen 3 Cadena de Valor de los Servicios 1994 Heskett et al.
 Fuente: Fases para el diseño y análisis de la Cadena de Valor en las Organizaciones, Emilio García Vega 2010.

La imagen muestra que al iniciar la cadena de valor se debe revisar la organización interna del lugar y los puestos de trabajo acorde a la necesidad y desarrollo de las tareas a realizar. Más adelante se evidencia que la productividad está alineada a la satisfacción del empleado en la realización del servicio que brinda, por cual este modelo prioriza la satisfacción, rentabilidad y fidelidad del mismo; aun así, este esquema explica la importancia del recurso humano. Cabe mencionar que la fidelidad es el valor que le da a este modelo, aun así, es subjetiva a los gustos y preferencia del cliente y esto puede causar rentabilidad o perdidas en el proceso de gestión de la empresa.

1.5.1.2 La cadena de valor del sector turístico

El sector de turismo cuenta con la participación de instituciones u organizaciones heterogéneas y variadas, las mismas son las que definen la cadena de valor y el desarrollo de atractivos, destinos y productos, pues el visitante sólo percibe la existencia de un único producto, que no es más que su

experiencia turística. Por tanto, la creación de valor en el sector turístico debe basarse en la conjunción de actividades diversas en un único sistema, con la consiguiente consecución de sinergias que se produce, lo cual hace necesario el análisis del mismo en su conjunto (Castrillón, Canto, Cantorna, & Cerradelo, 2011).

En otras palabras, la cadena de valor o sistema de valor del sector turístico no es más que el conjunto de actividades interrelacionadas que se desarrollan en el mismo y que añaden valor a la experiencia turística. Este modelo de gestión, es un instrumento técnico y metodológico realizado para la industria manufacturera por lo que para el sector de servicio debe ser adaptada y más aún en la rama de turismo. Por tanto, se debe tomar en cuenta que este sector el trabajo no empieza hasta que el cliente no llega a la empresa y decide contratar su servicio. En este sentido, este hecho se convierte en pieza clave del mismo, siendo necesaria su participación a la hora de configurar el producto final, tanto desde la óptica de la empresa como del destino turístico.

Con todo esto el proceso de la generación de valor en las empresas en turismo necesitan realizar dos actividades primordiales, las básicas que irán ligadas con la logística, operación y la segunda con el apoyo a proveer de servicios.

1.5.1.2 Turismo de Negocios

El Turismo de negocios o también llamado de reuniones MICE (Meeting, Incentives, Conventions and Exhibitions) o en español Turismo de Reuniones, incentivos, convenciones y exhibiciones, es uno de los más beneficiosos del mundo; por causar la movilización turística de grupos a diferentes destinos, con una planificación anticipada y un objetivo definido; es además una tendencia hacia el uso del turismo de reuniones para impedir los problemas con las siglas.

En efecto la Organización Mundial del Turismo (OMT), define a los turistas como las personas que viajan y permanecen en lugares diferente al de su entorno habitual, por no más de un año consecutivo por ocio, negocios u otros propósitos (World Tourism Organization UNWTO, 1995). De igual manera el

turismo de eventos es una modalidad turística cuyo viaje está ligado a la cumplimiento de deberes profesionales o laborales llevadas a cabo en reuniones de negocio, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes (ICCA Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, 2017).

Según la definición de la OMT, Reed Travel Exhibitions e ICCA⁵, “reunión” es un término general que se refiere al encuentro de un número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta. Los tipos de eventos dentro de este tipo de turismo incluyen: conferencias, congresos, exposiciones, exhibiciones, ferias entre otro tipo de reuniones. A pesar del término "negocio" en turismo de negocios, cuando los individuos de organizaciones gubernamentales o sin fines de lucro se dedican a actividades similares, este es aún categorizado como turismo de negocios. (Garrod & Robinson, 2013). Por lo tanto el término “reunión” y su descripción recién señalada, se aplican a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado.

Por otro lado, estudiar 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: se habla de industria, de sector, de sub-sector y de negocio. Esto tiene una repercusión más allá de la falta de información sobre aspectos teóricos- científicos, que afectan a la medición del mercado de reuniones como son: la repercusión sobre la confiabilidad de los datos proporcionados, la limitación a una clasificación estándar de eventos y la restricción inoportuno de puntos de partida para construcción de destinos en el turismo de reuniones (Maure Agüero, 2007).

Cada destacar que la OMT, lo define como una alternativa turística interesante que da oportunidad a las ciudades para elevar el promedio de gasto por turista, así mismo genera un nivel alto de turismo de ocio, minimiza la estacionalidad de temporadas, fortalece la regeneración y urbanismo de las ciudades, divulga la adquisición de conocimiento y desarrolla la innovación de las

ICCA: International Congress and Conventions Association en español Asociación Internacional de Congresos y Convenciones.

organizaciones para ir a la vanguardia del mercado internacional (Organización Mundial del Turismo , 2015).

Los aspectos positivos de esta industria, según la OMT son:

- Impacto económico generado se reparte entre distintos actores, tanto públicos como privados. Además, las reuniones favorecen las inversiones, el comercio, las comunicaciones y las tecnologías.
- El turismo de reuniones se encuadra en la parte más alta del sector en cuanto a gasto medio de los viajeros.
- Gracias a las reuniones, se difunden e intercambian conocimientos que favorecen el avance de la sociedad.
- Se trata de una industria limpia que promueve la protección medioambiental.

1.5.1.2.1 Clasificación de los Eventos

Las reuniones pueden agruparse conceptualmente según diferentes criterios, por la cantidad de participantes, por su lugar, por su alcance, por su tipo muchos son los grupos de reuniones, eventos, convenciones, pero dentro de esta investigación se desarrolló un esquema para consolidarlo (Maure Aguëro, 2007):

Tabla 4 Clasificación de los Eventos en base a Turismo de Negocios

TIPO	SUBTIPO
Según su Naturaleza	Internacionales Nacionales con presencia extranjera Nacionales Multi-destinos Itinerantes
Según su Carácter o tipología	Congresos Conferencias Exposiciones y ferias Simposios Seminarios Debates Convenciones Reuniones Paneles o debates de expertos Talleres de trabajo Asambleas Festivales Coloquios

	Jornadas Viajes de Incentivos Eventos Virtuales Mesas Redonda
Según su generación	Diseño Propio Sede Captada
Según las entidades que los convoquen	Gubernamentales No Gubernamentales Corporativos
Según Sector Generador	Científicos – Técnico Médicos Ciencias Sociales –Económicas Agricultura y Medio Ambiente Culturales Deportivos y Náuticos Leyes Educación Comerciales
Según tamaño o número de delegados	Mini Eventos (entre 35 y 45 delegados) Pequeños (50 hasta 249 delegados) Medianos (250 hasta 499 delegados) Grandes (entre 500 hasta 2000 participantes) Mega Eventos (más de 2000)
Según sus objetivos	Promocionales Informativos Formativo-didácticos Refuerzo de relaciones sociales Relaciones internas Relaciones externas

Nota: Tipos de Evento recopilados de diferentes investigaciones consolidado en Definiciones y tendencias del turismo de eventos por Maure Agüero, 2007

Fuente: Elaboración propia

LA ICCA⁶ ve de manera positiva el crecimiento de congresos y eventos de corto plazo pero que son repetitivos en la ciudad. A tal punto que llega a la conclusión que en los últimos cinco años se han duplicado las reuniones de carácter tecnológico, científico, gastronómico, deportivo, industrial, visual, cultural, de vivienda, de salud, entre otros. Asimismo, manifiesta que el número de participantes ha incrementado favorablemente.

⁶ Asociación Internacional de Congresos y Convenciones

Tipos de eventos	Conceptualización
Reuniones corporativas o de negocios.	Son reuniones patrocinadas por empresas o compañías que buscan debatir, deliberar o dar información acerca de temas comerciales
Congresos de asociaciones	Son encuentros masivos de personas que se reúnen para intercambiar opiniones y criterios de un tema en particular, estas reuniones no están direccionadas a los negocios más bien se tratan temas académicos deportivos, etc.
Ferias y exposiciones comerciales.	Son eventos que consisten en la presentación de un producto o servicio con el fin de impulsar las relaciones públicas de sectores empresariales
Viaje de incentivo	Son viajes de ocio que ofrece una empresa a sus trabajadores para premiar un excelente desempeño laboral.
Otras reuniones.	Son reuniones y eventos que cumplen con los criterios antes mencionados; con una duración mayor a cuatro horas, mínimo 25 personas ejemplo Certámenes de Belleza

Imagen 4. Clasificación del turismo de reuniones

Fuente: https://www.ciudades-creativas.com/proceedings/6ccc/proceedings-6ccc_008.pdf

La nueva tendencia en la ciudad apunta a evocar reuniones, convenciones, congresos y demás eventos turísticos de manera más corta con ciclos repetitivos cada año. Con la finalidad de atraer turistas locales e internacionales; además de captar la atención de estos, creando expectativas que se vendrán nuevas ediciones. El turismo de eventos y convenciones representa: *“Un negocio de oportunidades que activa la economía de una ciudad, en donde las empresas nacionales y demás instituciones turísticas públicas y privadas deberán especializarse en organización y planificación de reuniones para poder involucrarse y tener contacto con los organizadores, turistas y público en general”* Llobet (2018).

1.5.1.2.1 Internacional Congress and Convention Association

La ICCA o en español Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, fue fundada en 1963 con un grupo selecto de agencias de viajes del mundo con el objetivo de intercambiar información sobre congresos y convenciones internacionales. Así mismo, esta organización sin fines de lucro, con 1113 miembros de organizaciones y empresas de 96 países del mundo (ICCA, 2018); el mismo se desarrolla en el sector de reuniones hace más de 50 años dando innumerables la red de comunicación y oportunidad para la industria de Reuniones.

Esta asociación se encuentra en Holanda, desarrolla investigaciones permanentes para conocer cuál ha sido la promoción proactiva de este sector, y

evidencia en su ICCA's Newest Industry Report En un informe de la asociación mundial asegura que las cifras generadas demuestran que el turismo de eventos ha abierto posibilidades y registra un crecimiento significativo en los países del mundo (ICCA, 2017) .

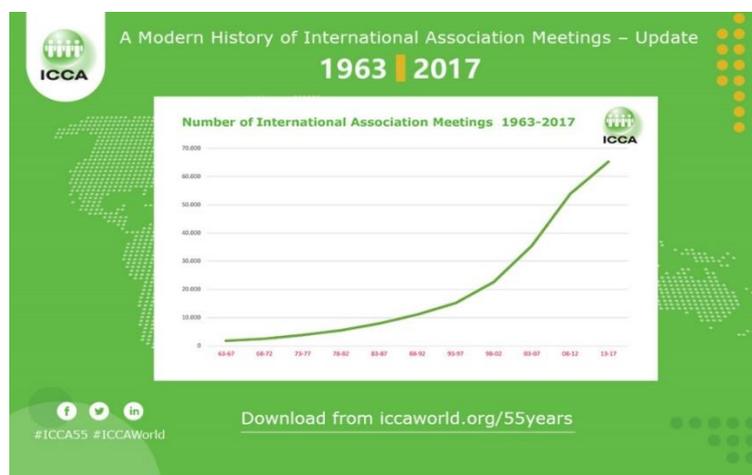


Imagen 5 Estadística de Congresos y Convenciones desde 1963-2017
Fuente: <https://www.iccaworld.org/knowledge/benefit.cfm?benefitid=5230>

Cabe mencionar que el auge del turismo ha permitido la evolución y desenvolvimiento del turismo de reuniones, consolidándose definitivamente como fenómeno de interés económico en la década de 1950, hasta ocupar en los años 70 del siglo pasado un lugar de importancia dentro de los diferentes productos turísticos. Justamente, en 1970 se celebraron en todo el mundo 4000 congresos internacionales con la participación de dos millones y medio de personas entre congresistas y acompañante. En 1979 hasta 1998 mostro un crecimiento del 79% en contrastes del 60% en el mismo periodo en la afluencia de turistas individuales.

En el 2017 obtuvo un record de 12.558 reuniones de asociaciones internacionales rotativas, según ICCA el continente europeo recibe el 50% de todos los turistas por el turismo de reuniones por lo cual existen registro palpable; por ejemplo Barcelona en el 2017 obtuvo el reconocimiento según la ICCA como primer lugar en el ranking de ciudades europeas con 195 reuniones realizadas, siendo uno de los más fuertes y posicionando su marca de ciudad para el mercado internacional en destino líder de congresos y convenciones (ICCA, 2018). Dentro de la misma contempla reuniones internacionales de dos tipos,

en la misma se evidencia reuniones corporativas y no corporativas donde se muestra que la división de eventos es diversa y contempla en muchos casos amplias sus clasificaciones.



Imagen 6 Clasificación de los Eventos según ICCA
Fuente: <https://www.iccaworld.org/spps/ahpg.cfm?spgid=479>

Estados Unidos con 941, Reino Unido 592, Italia 514, Francia 506 entre otros son los países que en comparaciones globales y los informes anuales de la ICCA año a año cubre un segmento de mercado estrecho de la industria de reuniones, ya solo incluyen reuniones de asociaciones internacionales que rotan entre al menos tres países. Martin Sirk director de la ICCA manifiesta que en un mundo de interrupciones e impredecibilidad, el continuo crecimiento de reuniones no es sorprendente, pero estamos en un incesante estado de cambio revolucionario en términos de avances tecnológicos y científicos, que están cambiando los campos de asociación tradicionales (ICCA, 2018). Esto aporta a conocer lo relevante que es que la cadena de valor en el turismo de eventos y congresos se fortalezca para la economía de un país.

Por otro lado Berlín, destino que ocupa el segundo lugar en la escala de eventos y convenciones según las asociaciones americanas, difunde anualmente un panorama hotelero moderno, con una gran variedad de instalaciones extraordinarias para eventos, amplia oferta de servicios para organización de congresos, influyentes ferias internacionales de los sectores del

futuro, excelente relación calidad- precio, infraestructura excelente, información de los eventos que desarrolla (Berlin Partner Business and Technology, 2018).



Imagen 7 Estadística Destino de Congresos y Convenciones 2017
Fuente: ICCA

Por lo tanto, el termino evento se refiere según la ICCA como el encuentro de un número de personas en un lugar determinado con un fin y un por qué.

1.5.1.2.2 Turismo de Eventos y Congreso a nivel Mundial

A nivel mundial el Turismo de eventos y convenciones contribuye al crecimiento de la industria sin Chimenea de formas inigualables; también cada día sigue posicionándose en el mercado como uno de los sectores significativos y consolidados. Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña, Francia, España e Italia, conforman en Europa un bloque regional energético mientras que en América Latina Brasil, Argentina, México y Perú son los países más destacados.

España destaca como país receptor, muestra una imagen del sector bastante fiel. Estados Unidos tiene la economía más grande, más poderosa y diversa del mundo; su mayor rentabilidad se encuentra en el área de servicios especialmente en finanzas, ocio y turismo (Turismo EEUU, 2018). Berlín una de las ciudades Europeas posicionada como un destino en MICE en la primera

mitad del 2017, con más de 5 millones de participantes en eventos y un total de 64.000 eventos celebrados (U-Host, 2017); en la misma se han establecido nuevas tendencias para sus cliente internacionales que no solo llegan de Europa, promueven activamente los eventos de medicina, salud, política y tecnología de la información. En Colombia, país sudamericano que ha incrementado eventos corporativos a escala mundial, que han contribuido en la industria hotelera, el mismo cuenta con más de 600 sitios en diferentes lugares para la realización de reuniones, Bogotá, Cartagena y Cali.

Dentro de los parámetros considerados para posesionarse dentro de este ranking se tiene parámetros de evaluación muy claro:

1. Eventos de mínimo 3 días de duración
2. Rotación del evento en otros destinos
3. Quorum mínimo de 50 participantes internacionales
4. Realización del evento por asociaciones profesionales (ICCA, 2018).

1.5.1.2.2.1 Buenos Aires

Capital de Argentina, líder del Turismo de Reuniones según la ICCA con 131 eventos cumpliendo las especificaciones cuenta con información turística confiable en todos sus canales oficiales de información. Tienen un asesoramiento turístico excepcional, como consultas de actividades, eventos, festivales y reuniones de la ciudad (BA@travel Buenos Aires, 2018).

El País consta de un Plan de Turismo interno, infraestructura turística, sistema argentino de calidad turística, cuenta con secretarías de promoción turística, calidad turística, coordinación los cuales trabajan en conjunto para tener un destino posesionado en el turismo dentro de Sudamérica. Buenos Aires es uno de los destinos preferidos en el mundo, ofrece sedes emblemáticas con capacidad de más de 2.000 asistentes, centros de convenciones de más de 5.000 participantes y auspicio institucional del ente de Turismo de Buenos Aires (BA@travel Buenos Aires, 2018) con un programa de planificación, asesoramiento y reporte de lo realizado antes y durante del Evento.

1.5.1.2.2 Bogotá

Consta con un organismo de turismo local que difunde ciertas actividades internacionales de la ciudad a través de infografías, también es la encargada de impulsar el desarrollo, promoción y gestión del mejoramiento de la competitividad. El Instituto Distrital de Turismo es miembro afiliado de la Organización Mundial de Turismo, cuenta con páginas oficiales a través de las cuales pueden organizar sus viajes, así mismos difunde un turismo urbano donde se trabaja en turismo de reuniones, quienes junto a la planificación del país edificaron espacios para organización de eventos y convenciones. Constan de estadísticas públicas por los eventos desarrollados desde el 2013, así como perfil de satisfacción de visita (Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, 2018).

1.5.1.3 Turismo de Eventos y Congresos en Ecuador

En la gestión del turismo de eventos y convenciones prevalece el turismo de negocio orientado a exponerse en conferencias, foros, reuniones, congresos y otro tipo de eventos. En donde se destacan las diversas actividades profesionales y laborales de los diferentes turistas que asisten a estos encuentros con el objetivo de intercambiar ideas, debatir, y presentar un producto o servicio empresarial. (Castro & Quiñónez, 2018).

El Ministerio de Turismo ha creado un calendario de actividades del turismo de negocios, para la promoción turística que aumente el crecimiento del sector. De acuerdo con un estudio de la empresa Pública Quito Turismo cada turista de negocios tienen un gasto aproximado de \$ 898,00 por tres días que regularmente dura un evento dentro del país (Ministerio de Turismo, 2014); en el mismo se involucra una gran cantidad de actores que formalizan la cadena de valor del Turismo alimentación, transporte, promoción, decoración, hospedaje y otros servicios complementarios que se derivan por la participación. Por otro lado, el Turismo de Eventos sería considerado un eje en la gestión del turismo, además de proporcionar ventajas en temporadas bajas para el ingreso de turistas dentro de los destinos, creó la Gerencia Turística de Congreso y Convenciones con el fin de impulsar este mercado.

Ecuador comenzó en este mercado debido a las costumbres y tradiciones aportadas por los migrantes desde el exterior aproximadamente en el 2004, pero fue en el 2014 cuando el MINTUR decidió potencializar la promoción en las ciudades principales del país como destino de reuniones internacionales y encuentros corporativo que permitan la movilidad turística y el incremento de la afluencia de visitantes durante todo el año (Ministerio de Turismo, 2014). Por otro lado, el turismo de eventos sería considerado como eje de gestión del turismo, buscando proporcionar una ventaja en temporadas bajas en los destinos e impulsar su mercado.

1.5.1.3.1 Quito

Quito, capital del Ecuador en el 2016-2017 formó parte de los destinos de turismo de reuniones en Sudamérica del ranking de ICCA (Metro Ecuador, 2017), en la cual busca posicionarse en la integración de la cadena de valor que presenta y sus aliados estratégicos del sector privado y público, así mismo lo World Travel Awards lo reconoció como el destino líder de Reuniones y Conferencias de Sudamérica 2017 , 2018. La visión de la ciudad con su Dirección de Turismo, pretende desarrollar la industria de reuniones (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2018); por tanto se muestra una ciudad competitiva dentro del Ecuador que se encuentra planificada y organizada para resaltar este tipo de turismo para su difusión internacional.

1.5.1.4 Guayaquil, y el Turismo de eventos y convenciones

Para la OMT, la gestión turística de eventos y convenciones, se refiere a las ventas y promociones de actividades de negocios relacionadas con la planificación y organización de productos y servicios a ofertar; los cuales se exponen en seminarios, congresos, conferencias, seminarios, ferias, etc. (Instituto Mediterráneo Estudios de Protocolo, 2016), esto es de importancia para el país ya que es necesario saber a qué tipo de personas está dirigido el turismo de evento. Ya que esta clase de turistas, el 80% son profesionales que viajan

acorde al tipo de actividad a desarrollarse en el país que oferta el congreso, feria o festival internacional.

1.5.1.4.1 Gestión turística y desarrollo del turismo de eventos y convenciones por parte de las instituciones públicas y privadas

El desarrollo de eventos internacionales es capaz de generar múltiples plazas de trabajo, así como conectar a instituciones del sector público y privada para representantes de la gestión de los diferentes sectores económicos de la sociedad; asociaciones médicas, universidades y gremios profesionales. Congresos Internacionales, Seminarios especializados, ferias han sido un gran punto de partida que año a año incrementa el interés de visitantes nacionales e internacionales. “En el 2018 se proyectaron recolectar 21 millones de dólares, ingresos generados de los 36 eventos realizados ese año” (Diario El Universo, 2018), para los mismo se ejecutó un cronograma anual donde los integrantes estableciendo alianzas y vinculaciones que proponga una red de trabajo en el segmento de reunión.

Se evidencia también que la gobernanza del Ecuador Ministerio de Turismo, Ambiente y Cultura participa en actividades internacionales, pero no realiza dentro de la ciudad grandes convocatorias para promover actividades que promuevan gran número de personas a nivel local.

1.5.1.4.1 Dirección de Turismo de Guayaquil: Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP

Por otra parte, el ICCA evidencia de manera positiva el crecimiento de congresos y eventos de replicados anualmente o eventos de escala internacional dentro de la ciudad para el crecimiento turístico del mismo. A tal punto se puede identificar que en los últimos años se han duplicado las reuniones de carácter tecnológico, científico, gastronómico, deportivo, industrial, visual, cultural, de vivienda, de salud, entre otros.

Esta tendencia de generar reuniones de negocios a nivel mundial crece constantemente, por lo cual la ciudad de Guayaquil desde el 2014 ingresa al Buró de convenciones con el fin de atraer e incrementar visitantes, impulsando la realización de congresos, convenciones y reuniones. La Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP es la encargada de desarrollar la planificación estratégica anualmente de la ciudad, la misma ha tenido grande acierto posesionando una marca denominada Guayaquil es mi destino, Guías de los recursos con los que cuenta la ciudad, elaboración de Rutas y promoción donde la misma ya no se contempla como un lugar de paso, sino un destino que visitar en el Ecuador. La regeneración a partir del año 2000 a contribuir a tener atractivo y productos que se están reconociendo en el sector turístico y que contribuye a que la ciudad genere más actividades económicas relacionadas con él.

La Dirección de Turismo de Guayaquil, se encuentra desarrollando alianzas estratégicas que impulse el segmento del turismo de eventos y convenciones, por lo cual en el 2018 estableció un Programa de Embajadores Turístico donde asociaciones, gremios profesionales, instituciones privadas, universidades y cámaras de producción participen en convertir a la ciudad en sede de eventos, dentro de este programa menciona que la academia es necesaria para contribuir en conocimiento a sus estudiantes como a la sociedad en general (Alcaldía Jaime Nebot Turismo y Promoción Cívica, 2018). Así mismo la cadena de valor del sector turismo enriquece sus beneficios para satisfacer este plan estratégico que promueve una red de actores y gestores del turismo local.

Dentro del mercado del turismo, el valor a la ciudad se está volviendo un conductor para llegar a difundir a la misma, a través de sus ferias con visitas por más de 30.000 personas, en donde se difunda la oferta de circuitos y rutas que tiene la ciudad como la diversidad de alternativas que pueden ofrecer sea recursos o actividades históricas, culturales, rurales, de Fe, acuáticas, fluvial, de naturaleza, aventura, entretenimiento, diversión nocturna, y gastronómico.

De esta manera Guayaquil se abre un nuevo camino en relación el turismo da, oportunidades y negocios, en donde sobresale el crecimiento con visión y

gestión turística internacional. Es así, que los premios World Travel Awards le otorga un reconocimiento como Destino Líder de Sudamérica para Viajes de Negocios por dos años consecutivos, en el 2016 y 2017. Y posteriormente en el 2018 ratifica la importancia y el aporte que la ciudad le da al turismo de eventos y convenciones. En donde obtiene tres premios, como: Destino Líder de Viajes de Negocios en Sudamérica, Destino Líder para Festivales y Eventos en Sudamérica y el galardón de Municipio Líder de Ciudad de Turismo en Sudamérica, otorgado a la Empresa Municipal Pública de Turismo.

La administración y organización de los eventos, fortalecen y consolidan el turismo de eventos y convenciones, está compuesto por un sinnúmero de actividades como de oportunidades capaz de generar ingresos cinco o seis veces más alto que la de un turista habitual. Entonces, es necesario que se implementen nuevas estrategias que realcen la cadena de valor aplicada en la gestión del turismo de eventos y convenciones en la ciudad de Guayaquil.

1.5.1.4.2 Misión de Marca Guayaquil es mi Destino

Posicionar a Guayaquil como destino de reuniones a través del Buró de convenciones y visitantes” (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Interacionales, EP, 2018). En ella visualiza lo que quisiera llegar a ser, por lo cual no se tiene claro que es lo que quiere lograr la Dirección de Turismo dentro del campo de Eventos y Convenciones.

1.5.1.4.3 Organigrama estructural de la Empresa Pública de Turismo

La estructura organización de cualquier empresa u organización es vital para conocer como realiza su planificación gestión de los recursos que posee, así mismo condiciona responsabilidades y actividades a cada una de las áreas debe desarrollar. En la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP cuenta con un esquema de los departamentos existentes dentro de la dirección, otorgando un espacio independiente a la Dirección del Buró de Convenciones, el mismo se encuentra coordinador por el Asesor de Turismo que a su vez se administra desde el directorio. Para entender un poco más este se observará el gráfico.

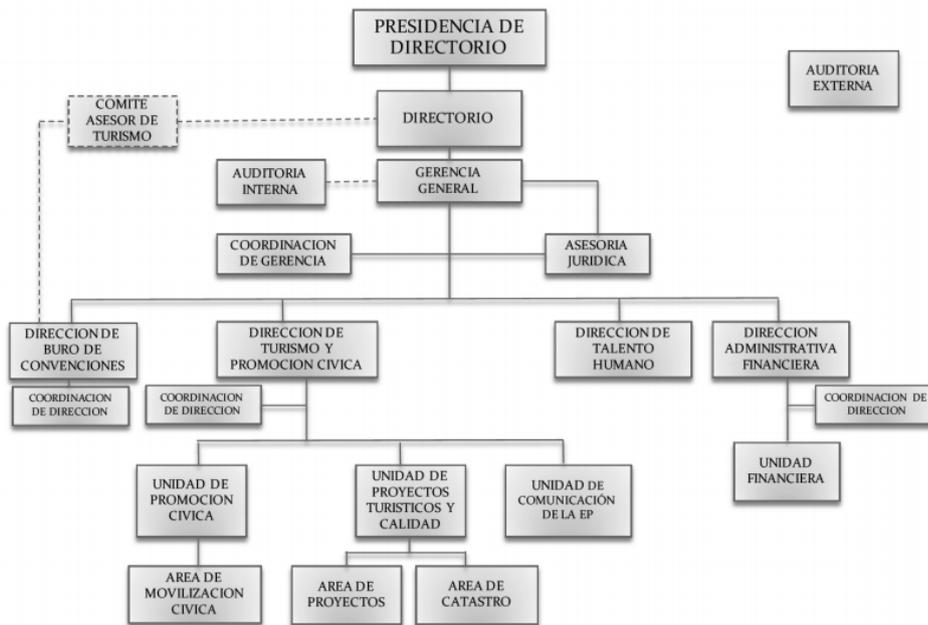


Imagen 8 Organigrama de la Empresa Pública Municipal de Turismo
 Fuente: <http://www.guayaquilturismoep.gob.ec/organigrama>

En el mismo se evidencia un Buro de Convenciones que no está conectada a la promoción de Turismo en la ciudad, así mismo demuestra un área de proyectos destinada a mejorar la calidad, pero sin la conexión directa a la Dirección de Turismo. Algo a destacar es que la Promoción Cívica está ligada al turismo por lo cual se denota el civismo ya demostrado en la campaña Guayaquil es mi destino, destinada a afianzar que los ciudadanos y extranjeros pretendan en la misión de la ciudad como destino turístico del Ecuador, desconectado totalmente del Buró de Convenciones.

1.6. Marco conceptual

A continuación se presentan los términos más empleados a lo largo de la investigación⁷:

- **Administración:** es el estudio de la planificación, organización, ejecución y control de los recursos, con el objetivo de tener un beneficio
- **Conferencia:** reunión participativa desarrollada para discusión, búsqueda de hechos, resolución de problemas y consulta. Es de menor escala que un

⁷ Definiciones del diccionario virtual de la Real Academia Española RAE disponible en <http://dle.rae.es/index.html>

congreso y más selecta, tiende a facilitar el intercambio de información, con duración limitada y objetivos específicos.

- **Demanda:** compra, cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por los clientes.
- **Empresa:** instituciones u organización que desarrolla alguna actividad para satisfacer las necesidades del hombre.
- **Evento:** Término que denomina 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, 2003).
- **Exposición:** Evento en los que se muestran productos y servicios. (ICCA Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, 2017).
- **Frecuencia:** puede ser sobre una base ad hoc o según un patrón establecido, como por ejemplo reuniones generales anuales, reuniones de comité, etc.
- **Gestión.** - conjunto de actividades para administrar un negocio.
- **Gestión administrativa:** Gestiones que incurren en los procesos administrativos generando impactos significativos en el la planificación, organización, dirección y control corporativa.
- **ICCA:** Asociación Internacional de Convenciones y Congresos con sus siglas en ingles International Conventions and Congress Asociation.
- **Incentivo:** evento que ofrece a sus participantes una recompensa.
- **Insumo:** son los recursos necesarios para el desarrollo de productos o servicios.
- **MICE:** Reuniones, incentivos, convenciones y exhibiciones con su siglas en ingles Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions
- **Modelo:** ejemplar o prototipo para reproducir o imitar algo.
- **RICE:** Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones.
- **Organizar:** Implica definir las responsabilidades y obligaciones mediante el diseño de proceso de negocios.
- **Planificar:** es el proceso que comienza con la visión que tiene una persona u organización.

- **Proveedor:** es una empresa o persona física que proporciona bienes y servicios a otras personas o empresas.
- **Reunión** - término general que indica la reunión de un número de personas en un lugar, para conferir o llevar a cabo una actividad en particular.
- **Servicio:** valor, trabajo, apoyo hacia otro individuo u organismo.
- **Turismo de negocios:** o de reuniones de negocios, en este se posiciona el conjunto de reuniones y moviliza a gran número de personas para adquirir conocimiento en diferentes sectores.
- **UNTWO:** World Tourism Organization is the United Nations specialized agency, OMT Organización Mundial de Turismo
- **WTTC:** World Travel & Tourism Council

1.7 Idea central a defender

El turismo de reuniones es una de las modalidades turísticas con mayor crecimiento y es adoptado por muchos países y ciudades como estrategia de promoción y desarrollo, dentro de este sector turístico. La ciudad de Guayaquil se interesa en ser reconocida y desarrollar todo tipo de reuniones que generen una rentabilidad sostenible, por lo cual tiene debilidades causadas por diferentes intereses, autoridades y organizaciones, que de forma desarticulada e independiente ejecutan el turismo de reuniones en la ciudad. Por lo cual se plantea la idea trascendental de indagar sobre el Turismo de negocios y convenciones enfatizando en el diagnóstico de los factores que interactúan en su cadena valor, así como en la gestión que desarrollan cada uno de sus actores para que de manera integral se pueda posicionar a Guayaquil en el mercado ecuatoriano como líder del Turismo de Negocios.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación

Tipo de Diseño: No experimental

Estudio: Diseños transaccionales correlacionales

Este tipo de estudio describen relaciones entre dos o más variables en un momento determinado y solo se limita a establecer relaciones entre las variables sin determinar el sentido de esa relación. Busca además obtener resultados de la relación de la correcta gestión del turismo de negocios con la relación la cadena de valor.

Enfoque: Mixto

2.2 Métodos de investigación

Para comenzar la indagación se exploró en una revisión bibliográfica de modelos en la cadena de valor para la gestión en la oferta de productos o servicios competitivos dentro del mercado, también se analizó las definiciones del turismo de eventos y convenciones, como las características y satisfacciones de desarrollar.

También con el objetivo de reconocer la gestión del turismo de eventos y congresos en la ciudad Guayaquil se desarrollará un análisis de la cadena de Valor de Michael Porter que contribuirá a identificar los factores del destino para el desenvolvimiento del este tipo de turismo. Por último, se desarrolla el análisis de atributos competitivos entre 2 destinos de Sudamérica que trabajan de forma afirmativa en el turismo de reuniones.

2.3 Unidad de análisis, población y muestra

La población que se ha considerado en esta investigación para analizar los factores de la cadena de valor en la gestión del turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil son:

- a. Una red de actores necesario dentro de la Ciudad de Guayaquil para la Ejecución de Eventos y Convenciones.
- b. Países con éxitos en el Turismo de Eventos y Convenciones en América del Sur (Buenos Aires y Bogotá), ganadores del Raking Mundial de la ICCA 2017 (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones).

En la primera parte se desarrollará una indagación sobre las ciudades en Latinoamérica que trabajan y se posicionan en el turismo de Eventos de Convenciones según la ICCA en el ranking 2017 con esta información se establecerá un análisis de competitividad y posicionamiento de Buenos Aires, Bogotá y Guayaquil; estableciendo atributos que serán algunos de los factores que afectan a la cadena de valor para este mercado, dentro de esto serán:

- Infraestructura Turística – Sedes
- Difusión y Accesibilidad
- Cantidad de Eventos – Reconocimientos

Se tomará una muestra no probabilística y a modo de juicio del investigador de algunos de actores y gestores del Mercado de Eventos de la Ciudad, tomando como referencia los eventos realizados bajo la modalidad de embajadores turísticos en los tres últimos años, teniendo el siguiente listado referencial para desarrollar una entrevista semiestructura que contribuya a conocer el destino y su desarrollando en el segmento de reuniones:

(Ver Anexo 6 Listado de Personas a Entrevista)

1. Mayor ente regulador de la actividad turística del Ecuador: Ministerio de Turismo
2. Institución encargada de la dirección del Cantón: Prefectura del Guayas
3. Organismo rector de la Dirección Turística de la Ciudad de Guayaquil: Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales EP.
4. Organizadora de eventos internacional Barceló Group
5. Organizadora de evento local ExpoGuayaquil
6. Organizadora de eventos local Expoplaza

7. Alojamiento turístico que se realizan algunos de los eventos de la ciudad:
Hotel Oro Verde
8. Alojamiento turístico que se realizan algunos de los eventos de la ciudad:
Hotel Oro Verde
9. Academias: Escuela Politécnica del Litoral, Universidad Católica de Guayaquil, Universidad de Guayaquil, Instituto Tecnológico Superior Vicente Rocafuerte.
10. Agencias de Viaje la Moneda.
11. Gremios profesionales (Cámara, Colegio, Asociaciones) Asociación de Profesionales de Turismo y Hotelería, Asociación de Chef Profesionales del Guayas, Cámara de Turismo de Guayaquil.

2.4 Variables de la investigación, operacionalización

2.4.1. Variables

Una vez elaborada la exploración documental se establecen las siguientes variables:

2.4.1.1 Variable independiente

Cadena de Valor

Herramienta que busca diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar los productos y servicios de una organización para mejorar el desempeño de la misma.

2.4.1.2 Variable Dependiente

Gestión del Turismo de Eventos y convenciones

Es aquel que abarca la administración de las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de los eventos y convenciones; de un destino que consta de un producto turístico.

2.5 Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información

Para el análisis de este estudio se aplicará procedimientos no formales de investigación a una pequeña y no representativa muestra de la población de empresas que se desarrollen dentro de esta línea.

2.5.1. Fuentes y técnicas para la recolección de información

2.5.1.1 Revisión Bibliográfica

De carácter fundamental para la familiarización de los conceptos, definiciones y empresas que se desenvuelven en la cadena de valor y en la gestión del Turismo de Eventos y convenciones. Los documentos, artículos científicos, paginas oficiales fueron principalmente utilizadas para lograr una aproximación conceptual de las variables establecidas y un marco teórico que sea un punto de apoyo a la resolución de la problemática planteada, el cumplimiento de objetivos y la caracterización en general del mercado de eventos y convenciones en los destinos. (Ver anexo 4)

2.5.1.2 Entrevistas semi-estructuradas

Para contribuir al estudio se desarrollara una conexión con representante de algunos de las organizadoras y promotores del turismo de reuniones en la ciudad, estableciendo una entrevista con un cuestionario estructurado contribuya a responder los objetivos de la investigación y esclarecer como actores como es la gestión para el desarrollo de eventos y convenciones en la ciudad, los mismo han sido escogidos por juicio del investigación por ser parte de los embajadores de turismo u participantes activos de los eventos realizados en los últimos 3 años tratando de consensuar opiniones desde una perspectiva individual. (Ver anexo 5)

2.5.1.3 Relevamiento de reuniones:

Si bien no constituyó un objetivo de investigación, se realizará un relevamiento de las reuniones celebradas en el periodo 2016-2018 en la ciudad, para así determinar qué tipo de reuniones se desarrollaron en la ciudad, que conmemoraron, quienes participaron y cuáles son las sedes utilizadas.

2.6 Tratamiento de la información

La información recopilada para la presente investigación, será procesada y respaldada en las fuentes de información confiable, que nos permite obtener resultados definidos para conocer los factores de la cadena de valor y su gestión. De igual modo se desarrollan esquemas que permitan conocer la cadena de valor del Turismo de Eventos y convenciones de Guayaquil. Al verificar esta información también se conocerá la situación actual y cuáles son las organizaciones y actores involucrados dentro de su desarrollo, así como estos se interrelacionan para el crecimiento del sector de reuniones.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de la situación actual

Guayaquil reconocida desde tiempos de la colonia Santiago de Guayaquil, es una de las metrópolis más importantes y habitadas de la República del Ecuador. En su historia la ciudad sigue manteniendo su productividad y liderazgo, la misma ha cambiado su imagen urbanística con una regeneración urbana por parte de la gobernanza en el año 2000; que mejora no solo al destino turístico, sino a la calidad de vida de sus ciudadanos.

Guayaquil ciudad histórica Latinoamérica, económicamente importante y premiada por varios años consecutivos en la categoría Destino Líder de viajes y negocios de Sudamérica, en la edición Latinoamericana del Oscar del Turismo (Expreso, 2018), allí la Dirección de Turismo de la ciudad con su Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones internacionales resalta su visión de posicionarse en el mercado de eventos y convenciones a través de sus facilidades para la planificación y desarrollo que posee.

Desde el 2014 es parte de la Asociación Internacional de Congresos y convenciones (ICCA⁸), lo que permite a la ciudad ser un destino internacional de negocios, junto a su Buro de Convenciones (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP, 2015). Al mismo tiempo su marca Guayaquil es mi Destino, se ha difundido en eventos internacionales para que conozcan la riqueza histórica, cultural, natural y de negocios que tiene la misma como destino turístico del Ecuador.

Cabe destacar que en el 2018 un representante de la ICCA y la EPM de Turismo de Guayaquil iniciaron el programa de embajadores turísticos, reuniendo así más de 60 asociaciones, gremios, universidades y cámaras de producción lo cual lograron la organización de 24 acontecimientos internacionales con más de 10.020 personas que asistieron a ellos (El Comercio, 2018). Esto gracias a la planificación anual que se hizo en este periodo para que asociaciones, gremios, cámaras y universidades impulsen las actividades dentro de este sector.

⁸ International Congress and Convention Association

Exposiciones, Convenciones, festividades, desfiles, ferias, conciertos son eventos que a posesionado la EPM de Turismo para atraer al visitante extranjero y nacional a involucrarse en destino turístico Guayaquil. La empresa privada y sus gremios también se han propuesto difundir Congresos y Convenciones de connotación internacional buscando la divulgación de conocimiento en cultura, historia, educación, salud, tecnológica, política; Cumbre del Cacao, Cumbre del Banano, Autofest, Convenciones Ellas, entre otros son otras actividades que Guayaquil propone para que se involucre al destino en el Turismo de reuniones.

Según cifras del Ministerio de Turismo en Guayaquil Existe una aumento significativo en la balanza de ingresos de turista en la Ciudad, con la llegada de 433,991 turistas internacionales en el año 2018 (Ministerio de Turismo, 2019) estableciendo un porcentaje anual del 22,4% de turismo en la ciudad de diferentes países y por diferentes vías.

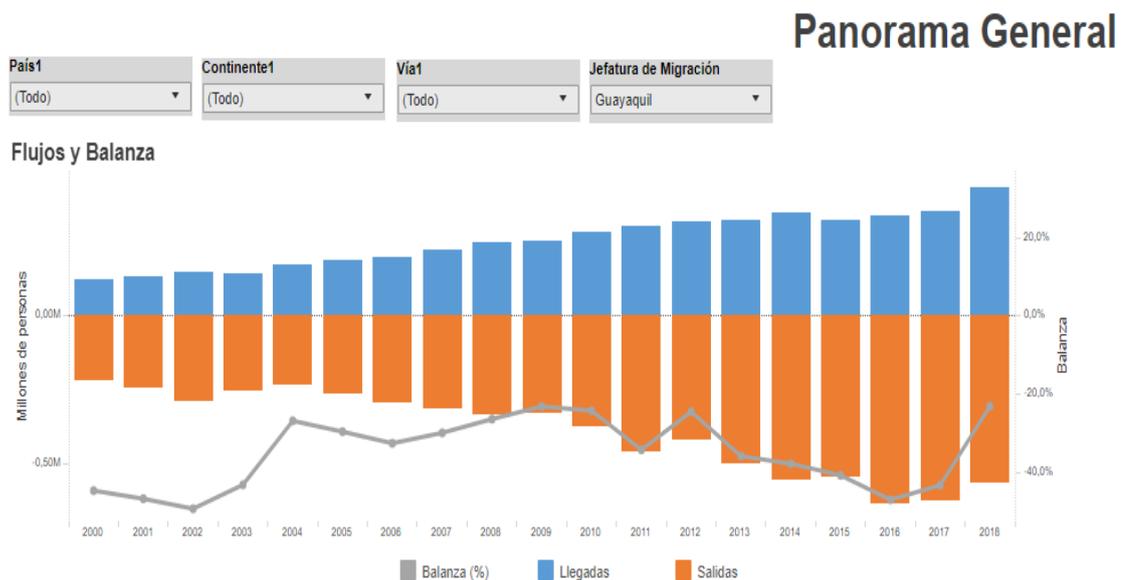


Imagen 9 Estadísticas de MINTUR Ingresos y salida de Turistas

Fuente: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>

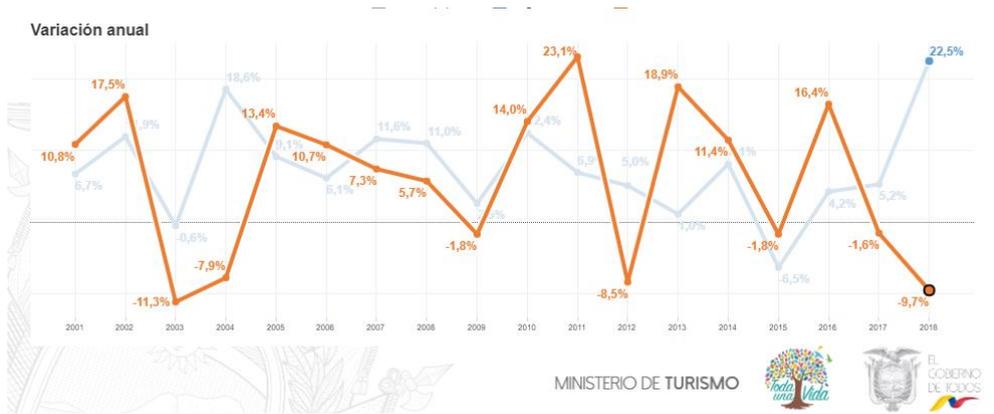


Imagen 10 Variación Anual de Llegada y Salida

Fuente: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>

Las llegadas de turistas internacionales hacen visualizar ganancias en el sector de turismo como en la economía de los guayaquileños, por la diversificación en de innovación de actividades, como en el efecto multiplicador que trae beneficios en la industria turística y de forma indirecta a otros estratos económicos del territorio. El número de llegada de los tres últimos años de extranjeros es de 1´125.080 turista siendo su lugar de procedencia Estados Unidos, Colombia y España, la edad promedio es de 30-39 años con un aumento estacional importante en Junio, Julio, Agosto y Diciembre (Ministerio de Turismo, 2019).

Llegadas de Extranjeros

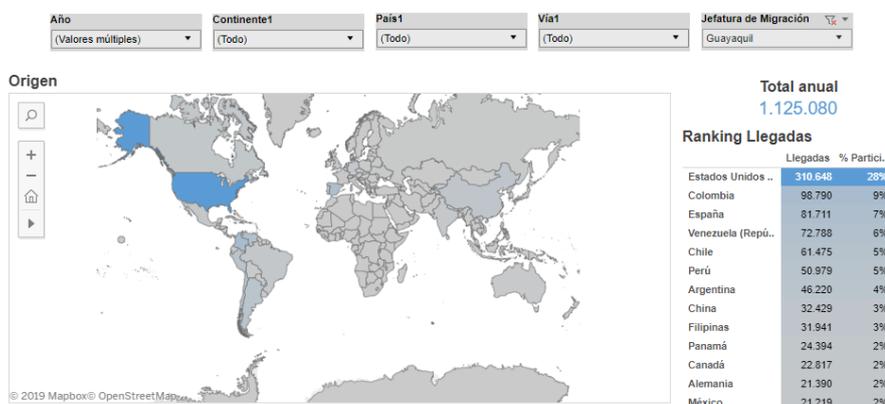


Imagen 11

Estadística de Ilegas Ge MINTUR 2016-2018

Fuente: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>

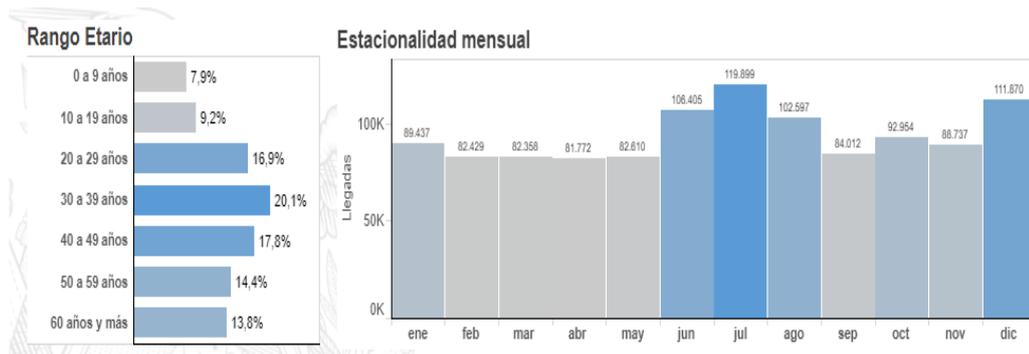


Imagen 12 Estacionalidad de Extranjeros en Gye 2016-2018
Fuente: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>

3.1.1 FODA Guayaquil

Para esto se desarrolló como parte de conocimiento un análisis FODA de los resultados obtenido de las entrevistas semi-estructuradas a siete actores locales (ver anexo 6) para conocer cómo se encuentra desarrollándose la Gestión actual del Turismo de Eventos y Convenciones en Guayaquil; obteniendo el siguiente consolidado de las respuestas obtenidas:

1.- ¿Cómo se visualiza el turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil?

En Crecimiento ya que en los últimos 5 años han existido actividades locales e internacionales para posicionar a Guayaquil dentro del mercado de reuniones, pero aun para receptor eventos de alto nivel internacional falta mayor infraestructura.

2.- Existe infraestructura adecuada para la proyección de la ciudad como destino líder de viajes de negocios de Sudamérica?

Es deficiente la infraestructura en Guayaquil, ya que solo existe dos puntos focales actuales para la realización de mega eventos; los cuales son el Centro de Convenciones de Guayaquil y el Hotel Hilton Colon.

3.- ¿Quiénes son los involucrados en el turismo de eventos y convenciones?

En la práctica deberían ser todos los actores turísticos, desde el sector de gobernanza hasta las pequeñas y grandes empresas del sector turístico.

4.- ¿Cómo considera usted la articulación de los gestores del turismo de eventos y convenciones dentro de la ciudad de Guayaquil?

Lamentablemente en Guayaquil no existe una articulación desde la Gobernanza, ya que se desconocen los eventos y los involucrados dentro de la realización de los eventos y convenciones. Lo cual ocasiona una desvinculación de los pequeños actores de turismo.

5.- Se Socializa entre los gestores los cronogramas de actividades de eventos, congresos y convenciones que se desarrollaran en la ciudad Guayaquil.

Esta información solo lo tienen las organizaciones que se involucran en los eventos a desarrollar, entonces no existe un cronograma global para el turista o el visitante local.

6.- ¿Cómo se considera la participación de las autoridades locales en las actividades a desarrollar para fortalecer el destino en turismo de eventos?

Como el punto anterior expuesto, no existe una participación en conjunto de Ministerio, Prefectura, Dirección de Turismo.

7.- Existe una entidad que gestione la planificación de todas las actividades de turismo de eventos de la ciudad de Guayaquil.

Guayaquil se promueve desde la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, pero no es la suficiente para promover al destino como líder de eventos y convenciones.

8.- ¿Cuáles son los factores a tomar en cuenta para la cadena de valor del Turismo de Eventos?

Los actores entrevistados coincidieron en varios puntos entre ellos:

- Infraestructura (Sedes)
- Gobernanza
- Organizadoras
- Proveedores
- Promotores
- Accesibilidad

9.- *¿Según usted cuáles son las tendencias y proyecciones del turismo de eventos dentro de la ciudad?*

Conseguir que la Ciudad de Guayaquil se posicione como un destino líder de reuniones, para lograr traer eventos de alta connotación mundial.

10. *¿Cuáles son las estrategias para posicionarse en el mercado de reuniones?*

Tener mayor infraestructura turística, diversificación de sedes para la realización de todo tipo de eventos, interacción permanente de todos los actores y promoción nacional para posicionarse como líder de eventos y convenciones.

(Ver anexos 6,7,8,9,10, 11, 12,13 donde se encuentran cada una de las entrevistas semiestructuradas a cada uno de los actores del sector del turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil)

Con esta información se estableció el siguiente análisis FODA:

FORTALEZAS

- Optima infraestructura hotelera, restauración, atracciones y recursos turísticos.
- Dirección de Turismo interesada en fortalecer y desarrollar el Turismo de Eventos y Convenciones
- Cantidad de Eventos internacional incrementado en los 5 últimos años.
- Reconocimiento como un Destino de viajes de negocio de Sudamérica.

DEBILIDAD

- Gobernanza desinteresada en la gestión planificada.
- Desvinculación y descoordinación de entidades publica en la realización de eventos
- Desarticulación en la cadena de valor del destino.
- Insuficiencia de espacios para la ejecución de mega eventos que promuevan el turismo internacional en el Ecuador.

- Desconocimiento de la ciudadanía en los eventos y convenciones que se realizan en la ciudad.
- Débil dialogo público-privado
- Informalidad de servicios turísticos
- Conectividad internacional en pocas rutas aéreas
- Falta de continuidad en las políticas publicas

OPORTUNIDAD

- Existencia del Buró de Convenciones y ser miembro activo de la ICCA.
- Interés de los países internacional en el crecimiento de la ciudad en la rama de Turismo.
- Participación en Eventos Internacionales
- Actividades Continuas que difunda la importancia del destino en eventos y convenciones.
- Ayuda de organizaciones internacionales en la propuesta de valor de la gestión del destino Guayaquil.
- Nuevos nichos de turismo: turismo científico, turismo académico, turismo de salud.

AMENAZAS

- Desinterés del estado por contribuir al crecimiento del destino.
- Escaso involucramiento de los actores y gestores en la importancia de la realización de este tipo de turismo en su cadena de valor, como de la pequeña y media industria.
- Promoción engañosa por falta de factores que contribuyan a la gestión del Turismo de Eventos y Convenciones de Guayaquil.
- Desplazamiento de mercados internacionales por índice de seguridad y baja calidad.
- Globalización deteriora de la identidad cultural de la ciudad.
- Deterioro del orden en los eventos y delincuencia.

3.1.2. Organización de Eventos de la Ciudad de Guayaquil

La Organización de eventos dentro de cualquier destino es una tarea complicada que demanda tiempo y esfuerzo, por lo cual es vital dentro de ella cumplir con todos los requerimientos con una base de proveedores adecuados que cuiden los detalles y tengan una comunicación que destaquen el cumplimiento de objetivos.

La Ciudad de Guayaquil tiene en la actualidad el interés de ejecutar eventos masivos que convoquen un número importante de visitantes internacional y nacionales, para así posesionarse como destino líder de eventos y convenciones en Sudamérica. Desde el 2014 la ciudad ha presentado varias propuestas para el desarrollo del mercado reuniones Visita de Papa Francisco, XXIV Congreso de Avicultura, Globales, Miss Continente Unidos, Miss Ecuador, Federación Interamericana Empresarial, Feria Expochinca , Foro internacional del Banano, Comic Con, Expoboda, Vigésima Segunda Conferencia Mundial de Orquídeas, TravelMart Latinoamérica, Velas Latinoamericanas entre otros que reconocen la realización de eventos internacionales y establecen en el 2018 embajadores turísticos de la ciudad a algunos de los promotores de estas reuniones en Guayaquil (Empresa Publica Municipal de Turismo, Promoción Civica y Relaciones Internacionales, EP, 2015).

Así mismo participo en Feria Internacionales para promover el reconocimiento internacional de la ciudad, donde se difunde a la ciudad a través de su Buro de Convenciones como Destino de Reuniones. Algunos de los eventos internacionales en que la Dirección de Turismo ha participado son : IMEX Frankfurt, TravelMart Latinoamérica, IMEX América, 54vo Congreso Mundial de la ICCA, FITUR, Seatrade Cruise Global, ITB Berlin (Empresa Publica Municipal de Turismo, Promoción Civica y Relaciones Internacionales, EP, 2018); las cuales ha invitados a turistas extranjeros a visitar a Guayaquil como atractivo del Ecuador.

Tabla 5 Eventos Internacionales 2016 -2017

EVENTOS INTERNACIONALES EN LA CIUDAD			
AÑO	NOMBRE DEL EVENTO	SEDE,FECHA, ORGANIZADOR	PARTICIPANTES
2016	Socia Media Day	Hotel Hilton Colon Peter Cashmore	30 países online
	Diplomado del Cacao Fino Aroma	Hotel Whyndam 14 de noviembre Organiza APROCAFA	Desconocido
	ExpoPesca del Pacifico Sur	Centro de Convenciones de Guayaquil 16-18 noviembre	16 países
	Congreso Latinoamericano y del Caribe de Escuelas de Negocios. BALAS por sus siglas en inglés	ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL	90 docentes
	I edición de la Comic Con	Centro de Convenciones de Guayaquil 26 – 28 de agosto	10.000 asistentes
	South AmericaHotel and Tourism Investment Conference.	Hotel Sonesta 26-27 de septiembre	450 participantes de 30 países
	FITE Feria Internacional de Turismo en Ecuador	Club de Leones Urdesa 24-27 de septiembre Horitzo Grup	40 expositores
	III		
2017	Vigésimo Segunda Conferencia Mundial de Orquídeas	Centro de Convenciones Guayaquil 8 -12 noviembre	1000 extranjeros 23 stand de 13 países
	TravelMart Latinoamérica,	Centro de Convenciones de Guayaquil 13-15 Septiembre	350 compradores internacionales 240 stands 1000 representantes del sector turístico 10 operadoras internacionales
	Foro de Latinoamérica y el Caribe del Club de Leones y la celebración del Centenario de Fundación	Club de Leones 1-2 de Junio	Desconocido
	Comic Con	Centro de Convenciones de Guayaquil 25,26 27 de agosto	20.000 participantes
	50º Aniversario del Instituto Panamericano de Ingeniería Naval	Hotel Hilton Colon 18-22 De Enero	10 clubes 6000 miembros
	42º Instituto Rotario de las Zonas 23 B y C del Rotary Internacional Club	Club Rotario 10-14 de junio	30 países 650 participantes 8 países

Nota: Esquema de los años 2016 y 2017 buscando diferentes fuentes de los eventos que hubo en la ciudad.

Fuente: Elaboración propia

En los años 2016 y 2017 comienza el interés de posicionar eventos de escala internacional como la Comic Com I y II edición, así como Congresos Internacionales a nivel científico que convocan un número de participantes importante e invita a países amigos a la asistencia de reuniones dentro de la ciudad. Dentro de este periodo se contempla como sedes el Centro de Convenciones de Guayaquil, el Hotel Hilton Colon, Hotel Whyndam, Palacio de Cristal.

Por su parte para desarrollar el esquema la información se encuentra desperdigada y no resalta la necesidad de ver ellos parte de la visión de la Empresa Pública Municipal, y deteriora el punto de partida de los eventos internacionales donde la ciudad ha sido anfitrión. Cabe resaltar que durante estos periodos se evidencia ya el interés de varios gestores y actores de sectores de forma permanente, pero aun así el panorama global carece de información clara y planificada.

Por otra parte, en el 2018 ya se evidencia un cronograma de eventos propuestos para que el Programa de Embajadores Turístico que integra de forma vital a representantes de asociaciones, gremios, universidades, cámaras de producción entre otros para proyectarse a mediano y largo a seguir creciendo en el mercado de Eventos y Convenciones; así mismo consideran a que la academia debe ser un ente fundamental para promover Congresos Internacionales que contribuyan al posicionamiento de ciudad. Entre los representantes se encuentra la Cámara de Comercio de Guayaquil, Cámara de Construcción de Guayaquil, Cámara Nacional de Pesquería, American Charter of Commerce, Grupo Hospitalario Kennedy, Asociación de Bancos del Ecuador, Cámara de Industrias de Guayaquil, Asociación Ecuatoriano del Derecho Marítimo, Cámara de pequeña industria, Instituto Panamericano de Ingeniería Naval, Hospital del Niños “Francisco de Ycaza Bustamante”, , Sociedad Ecuatoriana de Neumología, Asociación Ecuatoriana de Odontopediatría, SOLCA, Escuela Politécnica del Litoral, Universidad Agraria del Ecuador, Universidad de Guayaquil, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil son las instituciones aliadas para la difusión del Mercado de Turismo de Evento en Guayaquil

Tabla 6 Eventos Internacionales Guayaquil 2018

EVENTOS INTERNACIONALES 2018			
	EVENTO	SEDE, FECHA	ASISTENTES
1	Congreso Wedding Business 3.0	Hotel Hilton Colon 21-23 de mayo	400 asistentes
2	26° Congreso de la Asociación Latinoamericana de Producción Animal	Centro de Convenciones de Guayaquil 28-31 de mayo Barceló Congress	800 participantes
3	II Congreso de Veterinario de León	Hotel Hilton Colon 13-15 de junio	600 participantes
4	Tour Apícola Internacional	Universidad Católica Santiago de Guayaquil 19-22 de Junio	5 países
5	5° edición de los Premios Latinoamérica Verde	Puerto Santa Ana 14-16 de agosto Organizado Sambita	2733 proyectos 38 países
6	Guayaquil a Toda Vela	Muelle de la Ciudad 28 de junio -1 de Julio EP- Armada del Ecuador	10.000 visitantes
7	V edición de la Feria Gastronómica Raíces	Centro de Convenciones 24-29 de julio EPM	70.000 participantes
8	III edición de Comic Con Ecuador	Centro de Convenciones Simón Bolívar 9-10-11 de agosto	30.000 asistentes 31 invitados internaciones
9	IV edición de las Feria Internacional del libro	Centro de Convenciones 26-29 de septiembre INTEGROW	25.000
10	Congreso Internacional de Mobbing y Bullying	Hotel Hilton Colon 21 de septiembr Organiza INTEGROW	500
11	Global Outlook for Aquacultural Leadership 2018	Hotel Hilton Colon 25-27 de septiembre Organiza Global Aquacultural Alliance	400
12	TIM "Feria Internacional de Turismo"	Centro de Convenciones Simón Bolívar 26-27 de septiembre Organiza EPM de Turismo	30000
13	25° edición de los World Travel Awards LatinAmerica	Palacio de Cristal 29 de septiembre Organiza EPM de Turismo	200
14	Foro Iberoamericano de Regulación -FIAR-	Hotel Oro Verde 10-11 de octubre	120

15	7° Congreso Latinoamericano de Agroecología	Universidad Católica de Guayaquil 2-5 de octubre Organiza ESPOL	2.000
16	XXVIII Congreso de la Asociación Médica Latinoamericana de Rehabilitación	Hotel Hilton Colon 3-6 de octubre OPC Millenium	1.000
17	17° Foro Iberoamericano de Derecho Administrativo	Hotel Oro Verde 10-12 de octubre Organiza Expoplaza	300
18	Feria de Guayaquil	Centro de Convenciones de Guayaquil 11-14 de octubre EPM	70.000
19	IV Congreso Latinoamericano de Patología Vulvovaginal	Hotel Hilton Colon 11-13 de octubre Organiza DMC Ecuador	400
20	Encuentro de la Sociedad Latinoamericana de Endodoncia	Hotel Hilton Colon 16-18 octubre	500
21	III Seminario de la Asociación Latinoamericana de Investigación en Educación en Ciencias -LASERA-	Centro de Convenciones de Guayaquil 22-.26 de octubre ESPOL	200
22	XXVI Congreso Interamericano de Ingeniería Sanitaria y Ambiental	Hotel Hilton Colon 28-31 de octubre Organiza Barceló Congresos	800
23	V Congreso Ecuatoriano de Mastología y el III Curso Internacional de la Federación Latinoamericana de Mastología	Hotel Radisson 20-22 de septiembre Organiza Marketgate-Asociacon	150
24	23° Reunión Anual de la Asociación de Economía de América Latina y el Caribe – LACEA	ESPOL campus Gustavo Galindo Velasco 8-10 de noviembre Organiza ESPOL	700
25	5to Congreso Universal de Poesía Hispanoamericana	Museo Municipal, Museo Julio Jaramillo, Parque cultural Garza Roja, Archivo Histórico, Biblioteca Municipal y Cámara de Comercio de Guayaquil 22-26 noviembre Organiza Asociación	200

Fuente: Elaboración propia basada en <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/Programa%20de%20Embajadores>

Estos no son los únicos eventos que se realizaron en la ciudad a escala internacional, pero si son los que se encuentra planificados dentro de los embajadores de Turismo de Eventos y negocios de ese año. Así mismo dentro

de esta tabla se identifican de manera repetitiva algunos actores de la gestión del Turismo de Eventos y Convenciones.

En otra parte, se evidencia que en la actualidad los Ministerios y la Prefectura no tienen sinergia en las actividades que desarrolla la Dirección de Turismo de la Ciudad, como tampoco se ve la divulgación pública en el país donde se encuentren las actividades de reuniones que se podría asistir al momento de visitar la ciudad o quizás dar el interés a los visitantes por el evento que se desarrollara.

A nivel local el panorama cambia ya que la EPM⁹ de Turismo ya que los mismo desarrollan una promoción exhaustiva de todas los eventos que realizan para ejecutarlas anualmente y crear la expectativa para el segmento de este mercado, pero estas no son las únicas actividades relacionadas a eventos; ya que existen también instituciones privadas y academias que anualmente realizan muchas más actividades, pero como no tienen la connotación requerida para que toda la ciudadanía los conozca.

Tabla 7 Proceso de Eventos en Guayaquil últimos año

EMPRESA	ORGANIZADORA	TIPOS DE EVENTOS
Dirección de Turismo de Guayaquil	ExpoGuayaquil	Nacionales
		Internacionales

Nora: tabla que expresa como la Dirección de Turismo de la Ciudad trabaja en la organización de los eventos.

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, se tiene a la Empresa Pública Municipal de Turismo desarrollando evento con consecutivas ediciones, con aliados estratégicos nuevos, incorporando la innovación, la tecnológica y la internacionalidad para que los mismo no solo por la dirección de Turismo que se tiene ahora se realicen sino para que de manera permanente estas actividades resalten el segmento de reuniones en la ciudad.

⁹ Empresa Pública Municipal

Tabla 8 Eventos de Enero a Julio Guayaquil 2018

<i>EVENTOS PRIMER SEMESTRE</i>				
<i>2016-2017-2018</i>				
<i>EVENTOS</i>	<i>MES</i>	<i>ACTIVIDADES</i>	<i>LUGAR</i>	<i>PARTICIPACION</i>
Guayaquil Es Mi Destino En Carnaval	Febrero - Marzo	Desfile Con Temática Elección De La Reina Del Carnaval Desfile Náutico Conciertos	Avenida Malecón Y Nueve De Octubre Malecón Del Estero Salado Isla Trinitaria	Instituciones Educativas, Academias De Danza Y Grupos Folclórico Bailarines Y Músicos Cooperativas Del Sector
Expoboda	Mayo	Organizadora De Eventos Sociales Hoteles De La Ciudad	Centro De Convenciones De Guayaquil	Organizacions sociales, hoteles y afines
Fería Del Niño	Junio		Palacio de Cristal	Familias y empresas de empresas ligadas a la infancia
Funkafest	Junio		Palacio de Cristal	Artísticas ecuatorianos

Nota: Eventos de Febrero a Julio de los tres últimos años donde se evidencia principales actividades, sedes y participante.

Fuente: Elaboración propia

En Enero, Febrero y marzo los eventos locales se mueven en relación con el año nuevo y el Carnaval, fiesta desarrollada por las fiesta paganas en honor al dios del vino, Baco (Foros Ecuador 2019, 2019) el cual invita a la permisividad y

bastante descontrol; junto al acompañamiento de desfiles, disfraces y fiestas en la calle. Tiene además una importante connotación religiosa por identificar el comienzo de la cuaresma.

Expoboda segmento del mercado de organizaciones sociales reunidos para conocer a los proveedores locales y nacionales en los más exquisitos eventos en servicios de fotografía, audio y video, catering, planificación y organización, sedes, decoración y ambientación. Feria del Niño dedicada para reunir a la familia y dar a conocer el apoyo de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil para las mismas.

Funkafest, festival del ejercicio artístico amantes de la música, el arte y la cultura con 3 ediciones y 25000 asistentes (Poppa Produce, 2019), en el 2018 se desarrolló la Feria Tourism Internacional Market I edición en septiembre, pero en el 2019 se desarrollara en Junio, en la misma se difunde la oferta y demanda de atractivos de recursos para las agencias del viaje y operadoras turísticas que prueban la emisión y recepción de visitantes.

Tabla 9 Eventos Julio a Diciembre Guayaquil

EVENTOS LOCALES SEGUNDO SEMESTRE				
EVENTO	MESES	ACTIVIDADES	SEDES	PARTICIPANTES
Guayaquil Es Mi Destino En Sus Fiestas Patronales Julio	JULIO	Tradicional Desfile Juliano Carrozas Alegóricas Bandas	Malecón 2000 Av. 9 de Octubre	Instituciones Educativas, Academias De Danza Y Grupos Folclórico
Feria Raíces	JULIO	Huecas Conciertos Stand de gastronomía	Centro de Convenciones de Guayaquil	70.000 asistentes
Comic Con	AGOSTO	Stand con toda la gama de superhéroes	Centro de Convenciones de Guayaquil	30.000 asistentes
Feria De Libro	SEPTIEMBRE	Cultural, poesía, teatro	Centro de Convenciones de Guayaquil	70.000 asistentes
Tim Tourism International Market	SEPTIEMBRE	Promoción de destino Negociación Contactos del sector de turismo	Centro de Convenciones de Guayaquil	5.000 asistentes
Guayaquil Independiente Es Mi Destino Feria De Guayaquil	OCTUBRE	Carrozas Desfile Comparsas Desfile Aéreo Y Show Acrobático De Las Fuerzas Armadas	Centro de Convenciones de Guayaquil	30.000 participantes

		Show De Esquí Acuático		
Desfile World Holiday Parade	DICIEMBRE	Muñecos Gigantes Inflables	Av. Malecón	Sin datos
Festividades Navideñas	DICIEMBRE	Iluminación Del Ciudad Desfile Iluminación De Árboles Concierto por fin de año	Malecón 2000 Plaza De La Administración a	70.000 asistentes
SHOW ARTISTICOS	DURAN TODO EL AÑO	Conciertos Retretas Presentaciones de cines Exposición de periódicos murales, dibujo, pintura y oratoria Obra en homenaje a personajes de la historia	Malecón Principales Avenidas de la Ciudad	Sin datos

*Nota: Eventos de Julio a diciembre de los tres últimos años 2016-2017-2018
Fuente: Elaboración propia*

En Julio por supuesto las fiestas patronales de Guayaquil, aluden a su fundación española y su Patrono Santiago, así como la propagación del civismo para los guayaquileños. Así mismo la Ciudad ha establecido la feria Gastronómica realiza en la cual se evidencia instituciones de importancia del sector gastronómico del país y huecas. Comic Con una réplica de una feria internacional que motiva a conocer a los artistas y personajes de las caricaturas, superhéroes y personajes de ficción que busca un mercado joven y coleccionista. Feria Guayaquil, evento que recopila la gestión del Muy Ilustre Municipio de Guayaquil con los proyectos y planes desarrollados y posicionados en la ciudad.

De misma forma en el 2018 el World Holiday Parada, desfile de globos gigantes, proveedores y sedes existe un monopolio ya que son sus aliados los que participan en la gestión y operación de los eventos que se dan en la ciudad. Así mismo la difusión de los mismo queda limitada a ellos.

3.2 Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas

EL MINTUR reconoce que el turismo en Ecuador ha crecido en los últimos de años y se consolida en desarrollar alternativas para incursionar en nuevas

modalidades que permitan al interés de los visitantes nacionales y extranjero. El Turismo de negocios, según datos de la ICCA es una actividad que crea cinco veces más beneficios que el de ocio y placer (Ministerio de Turismo, 2014). Dentro de la investigación se encontró que existen ciudades potenciales en el 2017 el Ranking de Países con mayor porcentaje de eventos en Latinoamérica se encontraba Argentina, Perú, Colombia, Brasil, Chile, México con 237 eventos internacionales evaluados por la ICCA, en este Ranking Ecuador se encuentra en el listado en onceavo lugar con 39 eventos ((ICCA), 2018).

Dentro de las ciudades de esta misma lista Buenos Aires es la ganadora con 131 reuniones realizadas, Lima con 74, Bogotá con 52, Quito con 25 ((ICCA), 2018), Guayaquil no se encuentra en el listado mundial de la ICCA ya que no cuenta con un registro público de las actividades que se realizaron, para el desarrollo de esta investigación se realizó un estudio profundo de las mayores actividades internacionales realizadas 'para el turismo de negocios.

3.2.1 Análisis comparativo entre Buenos Aires, Bogotá y Guayaquil

Para determinar el posicionamiento de la ciudad de Guayaquil dentro del turismo de Eventos y Convenciones en un mercado internacional se consideraron varios aspectos: sedes, accesibilidad de los lugares, empresas promotoras, cantidad de reuniones y eventos que realizan periódicamente, reconocimientos logrados y la planta turística instaurada, así mismo se han considera como destinos competidores dentro de un mercado de América de Sur a las ciudades de Buenos Aires y Bogotá, destino que presentan características similares dentro del mercado.

Cabe resaltar que la valoración de los atributos se realizó en relación de la información generada a nivel internacional por parte de los medios de difusión de las ciudades, de los cuales se logró obtener; en Buenos Aires la empresa de promoción turística "Turismo Buenos Aires", destaca que la ciudad posee una amplia diversidad de atractivos, artísticos, culturales gastronómicos (Turismo Buenos Aires, 2019), esta diversidad multicultural es generadora de

varios eventos anuales, además porque cuenta con más 73.400 plazas reunión una cantidad desordenada de habitantes guayaquileña a la Avenida Malecón y abrió la temporada navideña donde la Dirección de Turismo de la ciudad enciende con luces y eventos posicionando actividades de reuniones en toda la ciudad.

La situación actual de la Gestión del Turismo de Eventos en Guayaquil necesita reconocer su actuación, a través de factores que son los elementos que les ayudara a dar a conocer el destino como icono de este segmento del mercado, teniendo con esto los siguientes elementos en relación a los eventos a escala internacional que se quieren captar:

Tabla 10 Factores que inciden en el Turismo de Eventos y Convenciones 2018

FACTORES	ENTIDADES
Autoridades	Ministerio DE Turismo Prefectura Del Guayas Dirección De Turismo De Guayaquil
Sedes	Centro de Convenciones Palacio de Cristal Plaza Rodolfo Baquerizo Hotel Hilton Colon Hotel Oro Verde Hotel Whyndam
Organizadoras	ExpoGuayaquil Expoplaza Barceló Group DMC Ecuador
Cantidad de Eventos	De 10 a 25 con los parámetro de la ICCA
Proveedores	Expoplaza ExpoGuayaquil
Accesibilidad	Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo
Planificación Anual	Recién en 2018 se conoce una planificación de eventos internacionales en la Ciudad
Reconocimiento	Líder en Sudamérica en Viajes de Negocios 3 años onsecutivos
Promoción	Limitada

Nota; Basándose en los estudios realizados se establecen los factores que inciden en el Turismo de Eventos y Convenciones pilares importante para el desarrollo de su cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia

Dentro de estos factores se puede establecer que la situación entre cada uno es mayoritariamente individual, así como existe por primera vez en 2018 una difusión global de los eventos y convenciones internacional que tiene preparada la ciudad, dentro de los hoteleros en hoteles de 3 y 5 estrellas, recibe anualmente 10,5 millones de turistas entre nacionales y extranjeros, cuenta con un centro de convenciones de 150.000 m², realiza alrededor de 1000 eventos anuales (Turismo Buenos Aires, 2019); En Bogotá el Instituto Distrital de Turismo, destaca información de la ciudad que cuenta con 37,308 plazas hotelera, recibe anualmente 6,9 millones de turistas entre nacionales y extranjeros, su centro de convenciones tiene 64,883 m², con un salón principal para 4.000 asistentes, además se han contabilizado alrededor de 200 eventos anuales en la ciudad (Instituto Distrital de Turismo, 2015); la Ciudad de Guayaquil a través de la Empresa Pública Municipal de Turismo, ha presentado cifras que Guayaquil cuenta con 4.400 plazas hoteleras y con una llegada de turistas de 1,2 millones entre nacionales y extranjeros, además el centro de convenciones es una sede de 50.000 m² y una capacidad de 4.000 asistentes, en este centro de convenciones se han celebrado anualmente 25 eventos internacionales (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP, 2018), con los datos obtenidos se plantea establecer los indicadores o atributos para medir el posicionamiento y competitividad como ciudad de destino de Eventos y Convenciones de América del Sur.

A nivel de accesibilidad en arribo internacionales Buenos Aires es un destino que cuenta con 2 aeropuertos internacionales como; “Jorge Newbery” y “Ezeiza”, Bogotá cuenta con el aeropuerto internacional de El Dorado, ambas ciudades han recibido reconocimientos internacionales Buenos Aires por 8 años ha recibido el reconocimiento de ciudad líder en turismo de reuniones ubicándola en el ranking de las 20 ciudades del mundo, premio otorgado por la (ICCA) (Turismo Buenos Aires , 2016), Bogotá hasta el año 2015 recibió el premio de South America’s Leading Business Travel Destination.

Tabla 11 Cuadro Comparativo de Ciudad Líderes de Turismo de Reuniones

CUADRO COMPARATIVO DE CIUDADES			
Indicadores	Buenos Aires	Bogotá	Guayaquil
N° de Plazas Hoteleras de 3 a 5 estrellas	73.400	37.308	4.400
Ingreso de turistas anual	10,7 millones	6,9 millones	1,2 millones
Dimensión de sedes de eventos	150.000 m2	64.883 m2	50.000 m2
Promedio de eventos en el año no registrados por la ICCA	1000	200	25
Número de Eventos realizados datos ICCA 2017	131	56	0
Capacidad de sedes " Salon más grande"	5.300	4000	4000
Accesibilidad Internacional (N° de Aeropuertos)	2	1	1
Reconocimientos de Ciudades	Reconocimiento como Ciudad líder en turismo de Reuniones (iCCA)	South America's Leading Business Travel Destination 2014	South America's Leading Business Travel Destination 2016 - 2017+ 2018

Nota cuadro que contribuye a resumir los atributos en los factores de las ciudades destacadas en Sudamérica por el Turismo de Eventos y convenciones.

Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Cadena de Valor en la Gestión de Guayaquil, según Michael Porter

Dentro de la investigación bibliográfica se revisaron varios modelos de gestión para medir la cadena de valor del Turismo de Eventos y convenciones, por lo cual se seleccionó el modelo de Michael Porter donde detalla de manera explícita las actividades principales y de apoyo bajo un margen para su ejecución, por lo cual se entiende que existen actividades claves, pero aun así necesita a las de apoyo para poder cumplir con los objetivos propuestos o las metas trazadas en este caso.

Tabla 12 Resumen de la Cadena de Valor en Guayaquil

CADENA DE VALOR DE MICHAEL PORTER				
LOGISTICA INTERNA	OPERACIÓN-PRODUCCION	LOGISTICA EXTERNA	VENTAS Y MARKETING	POST-VENTA
Las empresas organizadoras proporcionan toda la sumministrazione para las empresas que organizan los eventos. Las entidades que promueven las actividades trabajan con organizadoras establecidas	Existe una absorción total de los proveedores con los que desarrollan sus actividades hoteles y sedes	La distribución de eventos se limita a los anfitriones sin la necesidades de tener aliados estratégicos	Por medios de comunicación masivo y redes sociales	No existe por parte de los anfitriones más las empresas organización trabajan en una evaluación de los empleados y dificultades encontradas
INFRAESTRUCTURA	INVESTIGACION, DESARROLLO Y DISEÑO	RECURSOS HUMANOS		ABASTECIMIENTO
Existente pero escasa para el número máximo de turista en la cual se quiero posesionar el destino	Innovación Tecnología en constate evolución al ser un Puerto Principal y una urbe principal del Ecuador	Existe el personal y trabajo sin control de las autoridades en relación a su perfil profesional Desconocimiento de la importancia de la cadena de valor desde la gobernanza turística.		Desconocimiento de la importancia de la cadena de valor desde la gobernanza turística
EL MARGEN				
Reconocimientos de la ciudad y posicionamiento en el mercado como Líder de Eventos y Convenciones				

Nota: Esquema desarrollado valorando las condiciones actuales de la cadena de valor de la ciudad de Guayaquil

Elaborado por Evelyn García Vera

Desarrollando el esquema de la Cadena de Valor de Michael Porter, las acciones en tres segmentos, las principales, las de apoyo y un margen; en esta se ha relacionado a las actividades principales ligadas al Turismo de Eventos por los promotores y organizadores, logística interna y externa. En la que se evidencia que la Dirección de Turismo y la Organizadora ExpoGuayaquil, dirigen de forma única a través del Centro de Convenciones de Guayaquil el mayor número de eventos en la ciudad.

3.2.2.1 Gestión de Eventos en la ciudad

3.2.2.1.1 Ministerio de Turismo.

Por interese desconocido se evidencia el máximo rector de la actividad turística en el Ecuador carece de incursión como promotor de eventos de escala internacional en la ciudad de Guayaquil, a pesar de que si destaca a la ciudad como una de las ciudades más importantes del Ecuador.

3.2.2.1.2 Prefectura del Guayas

Administrador de la Provincia, que se encarga de difundir actividades para los sectores rurales del Guayas, pero no se encuentra a nivel ciudad de Guayaquil involucrado para resaltar al destino como parte del mismo, así mismo desarrolla actividades a nivel local sin la conexión de la Dirección de Turismo de la ciudad.

3.2.2.2 Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacional, EP.

Empresa que dirige la Coordinación de la Dirección de Turismo en Guayaquil, desde el 2015 toma una nueva administración y apuesta por reactivar el turismo de la ciudad, a través de una marca, ruta, eventos y convenciones que haga destacar al destino como un punto de visita interesante en el Ecuador.

Guayaquil es mi destino, se consolida con guías físicas y digitales que promuevan la historia, cultura, artística, naturaleza y entreteniendo; proponiendo un lugar turístico atractivo e innovador dentro del mercado de Latinoamérica. La EPM de Turismo invita hace ya 5 años a que la ciudad puede receptar eventos internacionales para que sus asistentes puedan conocer el destino como parte del turismo de reuniones del Ecuador. Así mismo ha posicionado en años ferias y actividades locales mensuales donde los habitantes se involucran para conocer reconocer lo excepcional del turismo de la ciudad.

3.2.2.2.1 ExpoGuayaquil

Principal Organizadora de los eventos de la ciudad de Guayaquil, por tener el espacio físico más amplio y flexible de la ciudad para satisfacer la necesidad de Eventos masivos; consta por el Centro de Convenciones de la Ciudad. Cuenta con la mejor tecnología en servicio de reuniones, trabaja con alianzas y proveedores calificados.

Dentro de esta organizadora los tipos de eventos a desarrollar son: Ferias y exhibiciones, Congresos y Convenciones, Conciertos y espectáculos artísticos, Conferencias, Eventos Corporativos, Eventos Sociales. Ha desarrollado 5341 eventos.

Servicios:

- Catering
- Tecnología
- Organización de Eventos
- Audio & Video
- Panelería y Perfilería
- Logística y transportación
- Operación Turística
- Servicios Generales

Cuenta además con una trayectoria de 11 años de experiencia, facilidades, flexibilidad y servicios de alta calidad con aliados importantes:

Tabla 13 Proveedores de ExpoGuayaquil

EMPRESA	ACTIVIDAD QUE REALIZAN
Audiovideoalquiler.Com	Equipo de audio y video
Banco de Guayaquil	Banca
Barcelona Sporting Club	Deportes
Cafeina	Publicidad
Corpei	Agencia privada sin fines de lucro
DM3	Mercado Deportivo del Ecuador
DHL	Flete internacional aéreo
Goldfilm	Productora audiovisual
Grupo Barlovento	Decoración, organización y catering
Expoplaza	Organización y montaje de eventos
Agencia de Publicidad Luz Verde	Seguros

Agecolsa S.A. Agencia Asesora Productora de Seguros	Diseño gráfico, elaboración de cuñas, comerciales, redes sociales, publicidad en general
Instaticket S.A.	Actividades de impresión y venta de ticket
La Moneda Agencia de Viajes	Organización de viajes y eventos corporativos
Lounge Styling	Alquiler, decoración y catering Mobiliario, merchandising, diseño interior, lanzamiento de marcas
Movimiento Creo	Político
Panalpina Ecuador S.A.	Suministros además fletes aéreos y marítimos como logística
Radio la Bruja	Radiodifusión
Sambito	Consulta ambiental
Sonkir	Venta, mantenimiento y limpieza de equipos
Tesla Ingenieria	Servicio de telecomunicaciones
Sagma Comunicaciones	Agencia de Relaciones públicas y comunicación estratégica
Primax	Combustible
Alicorp Ecuador S.A.	Venta y comercialización de productos masivos
Alimentos de Banano S.A. Alibana	Venta de harina de banano
Aprocafa	Asociación productores de Cacao
Aquarent & Services C.A.	Purificadores de Agua
Servientregs	Logística
Zan 37	Ideas Creativas, comunicación 360

Nota: Listado de Proveedores de ExpoGuayaquil en base a su información pública para conocer con quienes trabaja la empresa y realiza su "One Stop, Stop" en http://www.expoguayaquil.com/wp-content/uploads/2018/02/directorio_ccg.pdf
Fuente: Elaboración propia

3.2.2.2 Expoplaza

Creado desde 1992 por un grupo de jóvenes guayaquileños emprendedores organizaron una feria de autos en la participación importante de empresas del sector, después en 1993 organiza la feria EXPOOFICINA y en 1994 AUTOPLAZA. Desarrolla actividades para los sectores productivos como el agrícola, automotriz, inmobiliario, educación superior, deportes, muelero, industria plástica, publicidad y mercadeo (Expoplaza Creando experiencias, 2018).

3.2.2.2.3 Barceló Congresos

Organizadora internacional correspondiente al grupo Barceló hotel Group con más de 244 hoteles urbanos y vacacionales, distribuido en 4 continentes, con más de 1000 congresos desarrollados, el 95% sociedad científicas, opera

más de 150 destinos en el mundo, 750 mil m2 de exposición comercial (Barceló Congressos, 2019).

3.2.2.3 Sede para el desarrollo de Eventos

3.2.2.3.1 Centro de Convenciones de Guayaquil

Instalaciones que ofrecen la realización de todo tipo de eventos, su oferta se caracteriza por un “one Stop Stop” el cual realiza todo el evento con el personal calificado y un servicio integral. Área total 50.000 m2 (Empresa Publica Municipal de Turismo, Promoción Civica y Relaciones Internacionales, EP, 2019). Dividido en los siguientes salones:

varios.



Salón	Ubicación	M ²	Altura E-D	Auditorio	Aula	Banquete	Cóctel
Salón A	Planta Baja	3816	7.29 - 6.10	4000	900	2500	2600
Salón B	Planta Baja	1337	7.25 y 2.69 - 6.67	600	150	400	450
Salón C	Planta Baja	1161	7.99 - 7.30	1100	300	580	700
Salón de los Presidentes	Planta Alta	1781	5.23 - 5.70	2160	879	1390	1900
Hall Salón de los Presidentes	Planta Alta	1300	2.67 - 3.5				
Vicente Rocafuerte Bejarano	Planta Alta	530	5.23 - 5.70	500	180	280	550
Vicente Rocafuerte Bejarano Parcial	Planta Alta	266	5.23 - 5.70	220	75	100	190
Alfredo Baquerizo Moreno	Planta Alta	717	5.23 - 5.70	700	252	400	650
Clemente Yerovi Indaburu	Planta Alta	508	5.23 - 5.70	500	180	280	550
Clemente Yerovi Indaburu Parcial	Planta Alta	255	5.23 - 5.70	220	75	100	190

Imagen 13 Tamaño y Capacidad de Salones Centro de Convenciones de Guayaquil
Fuente: <http://www.guayaquil.travel/es/content/centro-de-convenciones-de-guayaquil>

Este es el único lugar dentro de la ciudad cerrado para ofrecer una capacidad de más de 10.000 personas en la utilización de todos sus salones, muchas de las ferias y convenciones se desarrollan dentro de este lugar.

3.2.2.3.2 Palacio de Cristal

Este lugar histórico de la ciudad desde 1907, antiguo Mercado Sur punto importante de movimiento económico; Sede para eventos al aire libre y exhibiciones con la capacidad de más de 7000 personas con sus exteriores (Empresa Publica Municipal de Turismo, Promoción Civica y Relaciones Internacionales, EP, 2019).

Salones:

							
Salón	Ubicación	M ²	Altura E-D	Auditorio	Aula	Banquete	Cóctel
Urna Derecha		420		300		300	300
Urna Izquierda		420		300		300	300
Mezzanine		200		140		140	140
Patio Central		900		900		900	900
Exteriores		3000		7000		7000	7000
Total		4940		8640		8640	8640

Imagen 14 Capacidad de Palacio de Cristal eventos
Fuente: <http://www.guayaquil.travel/es/content/palacio-de-cristal>

Aún así en este lugar no se puede desarrollar todo tipo de eventos por ser un lugar público donde transitan las personas que visitan el Malecón 2000 sector sur.

3.2.2.3.3 Plaza Rodolfo Baquerizo

Ubicada en el Malecón de Salado, con gran diversidad de flora se encuentra cercado al Estero Salado. Con capacidad de 600 personas está rodeada de atracciones, lugares de entretenimiento y juegos infantiles (Empresa Publica Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP, 2019).

Salones:

Salón	Ubicación	M ²	Altura E-D	Auditorio	Aula	Banquete	Cóctel	U	Seminario
Salón		600		500			700		

Imagen 15 Capacidad Plaza Baquerizo Moreno

Fuente: <http://www.guayaquil.travel/es/content/plaza-Rodolfo-Baquerizo>

3.2.2.3.4 Hotel Hilton Colon

Prestigioso hotel de la ciudad, Cadena internacional con gran trayectoria mundial, en una excelente ubicación, a pocos minutos del aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo. Tiene 294 habitaciones ocho salas de reuniones, salones hasta 1800 personas, 5 restaurantes y 2 bares. Consta de instalaciones con gran flexibilidad para cualquier tipo de evento (Hilton Colon Guayaquil, 2019).

Tabla 14 Capacidad de Hotel Hilton Colon

Salón	<i>Rabina</i>	<i>Isabela</i>	<i>Fernandina</i>	<i>Santa Fe</i>
Capacidad	50	1800	350	280
Observaciones	Cuenta Con 7 salas similares	Es la más grande para la recepción de eventos masivos	s/n	s/n

Nota: Resumen de salones de la capacidad de Eventos en el Hotel Hilton Colon basado en http://www.hiltonhotels.com/es_XM/ecuador/hilton-colon-guayaquil/

Fuente: Elaboración propia

Uno de los lugares después del Centro de Convenciones por su versatilidad y confort en la realización de eventos en la ciudad, se encuentra ubicado en la Ave. Francisco de Orellana.

3.2.2.3.5 Hotel Oro Verde

Uno de los hoteles más importantes de la ciudad, en una ubicación central en una de las arterias principales; con una capacidad de hasta 1800 personas. Con 236 habitaciones y toda la comodidad para dar los servicios para los eventos y convenciones nacionales e internacionales que se realizan en la ciudad; afiliado al worldhotels (Oro Verde Guayaquil, 2018)-

									
Salón	Ubicación	M ²	Altura E-D	Auditorio	Aula	Banquete	Cóctel	U	Seminario
Gran Salón Oro Verde		2278.5		1100		900	1400	100	500
Salón Oro Verde		812		1100		600	1000	80	450
Manta		367.5		130		300	400	50	100
Cuenca		262.5		200		160	280	35	200
Guayas		262.5		40		40	50	1	24
Quil		49		40		40	50	15	24
Guayaquil		90		80		80	100	30	50
Machala		72		100		80	100	30	50
Galápagos		255.78		200		200	300	45	100
Salinas		168		100		120	150	30	60

Imagen 16 Capacidad Eventos Hotel Oro Verde

Fuente: <http://www.guayaquil.travel/es/content/hotel-oro-verde>

Igualmente, el Segmento de Turismo de Eventos y Convenciones en la ciudad está correctamente delimitado, existen actores y gestores que trabajan para el crecimiento interesante para el desarrollo de este mercado por la Dirección de Turismo de la Ciudad, aun así, falta el involucramiento de otras instituciones publicas que coordinan o difunden el turismo en Guayaquil.

3.3 Presentación de resultados y discusión

Con el propósito de recolectar información objetiva, imparcial y pertinente del Turismo de Eventos de Guayaquil además de indagar en una revisión bibliográfica exhaustiva para conocer lo que acontece con este mercado, también se desarrolló entrevistas semiestructuradas a algunos de los gestores claves de esta actividad y se estableció un análisis comparativo del destino, como Buenos Aires y Bogotá para conocer los factores que inciden en la cadena de valor y como se desenvuelve la ciudad. Con todo y para comenzar a conocer lo resultamos se identificó la siguiente segmentación:

Tabla 15 Segmentación de Mercado de Turismo de Eventos y Convenciones de Guayaquil

SEGMENTACION GEOGRAFICA	SEGMENTACION DEMOGRAFICA	SEGMENTACION PSICOGRAFICA	SEGMENTACION DE TURISMO
País: Ecuador Provincia: Guayas Cantón: Guayaquil	Género: Masculino o femenino Estado Civil: Indiferente Educación: Nivel de instrucción superior o de postgrado Ocupación: Profesionales	Clase Social: Media Alta y Alta Intereses: Empresas u organización que desarrollan eventos, reuniones, congresos, convenciones a escala internacional o afines	Turismo: De Negocios, Eventos, Reuniones, Incentivos, Congresos y Viajes de incentivos MICE

Nota: Esquema que se desarrolla en la investigación para identificar todos los segmentos interesados dentro de la ciudad para el desarrollo de Turismo de Eventos y Convenciones.

Fuente: Elaboración propia

Para profundizar en la información se desarrolló entrevista semiestructura que obtuvieron los siguientes resultados:

El turismo de eventos y convenciones es un segmento del mercado de turismo que se ha desarrollado en los últimos 5 años, tomando como iniciativas de la Dirección de Turismo de Guayaquil para organizar eventos anuales a escala internacional y local. Así mismo muchos de los representantes de estas organizaciones manifiesta su trabajo con proveedores estratégicos aliado a sus organizaciones únicamente. Existe infraestructura con las condiciones de albergar hasta 4000 asistentes en el Centro de Convenciones de Guayaquil, pero es el único lugar con las condiciones para ese número de participantes y ajustarse a cualquier tipo de evento.

A nivel de hoteles el Hilton Colon es que llega a satisfacer la necesidad privada en evento de hasta 2000 asistentes, el mismo trabaja con una organizadora internacional Barceló Group que planifica, organiza y ejecuta los eventos y congresos en su establecimiento.

Por otro lado, la articulación de los gestores y actores del turismo se basa en la entidad que promueve el evento, asociaciones y gremios de medicina, agricultura, educación son otros de los promotores de actividades las cuales trabajan en los organismos ya mencionados y generan eventos de menor impacto por el desconocimiento de la ciudadanía o la limitación en la difusión respectiva a la sociedad.

A nivel de estructura de producción en turismo la ciudad cuenta con hoteles de lujo y ejecutivos para los asistentes a estos eventos, así mismo las vías terrestres y aéreas dan oportunidad de movilidad turística adecuada; en el último año se evidencia la llega de cruceros que podrían dar alternativas de acceso a estas actividades en la ciudad, La gastronomía en la ciudad es variada, cuenta con agencias de viajes, operadoras, servicio de guianza y entretenimiento acorde a todos los gustos. A pesar de esto a nivel de Eventos Internacionales de más de miles de visitante las plazas son limitadas refiriéndose a la calidad y coste.

Una debilidad importante en las entrevistas desarrolladas en la difusión de un cronograma oficial de eventos y convenciones en la ciudad donde se difunda no solo lo que la EPM de Turismo en Guayaquil realiza sino toda la gama de actividades que la ciudad ofrece en los múltiples espacios sean estos privados o públicos. Los factores encontrados para fortalecer la cadena de valor de la ciudad son la infraestructura, la conexiones entre las autoridades locales, la accesibilidad, la cantidad de eventos que se realiza y el reconocimiento internacional, ya que la ciudad también figura como una de las ciudades más peligrosas de Latinoamérica.

En el mercado de reuniones las proyecciones deberían ser ligadas al crecimiento de sedes, que se adapten a la diversificación de la demanda, ya que los existen son pocos en comparación de ciudades vecinas como Bogotá, Lima, Curitiba y Buenos Aires; ciudades que han crecido según datos mundiales en posicionamiento dentro del mercado de eventos y convenciones, (Ver anexo 6)

Para identificar dentro de la proyección de grafica a la ciudad de Guayaquil y de los destinos competidores se le determino una figura con un color para ayudar a su identificación dentro del mismo.

Tabla 16 Esquema para análisis de competitividad

DESCRIPCION	
	Buenos Aires
	Bogotá
	Guayaquil

Nota: se establecerá una figura en donde cada una representará un destino de eventos para ubicarlo en el esquema de competitividad

Fuente: Elaboración propia

Además, se estableció atributos de competitividad de las ciudades de Sudamérica:

1. Infraestructura hotelera: basado en el número de plazas existente en la ciudad.
2. Sedes: Lugar donde se realizan los eventos.
3. Difusión: medios en los que se da a conocer los eventos internacionales que desarrollan los destino.
4. Accesibilidad: basado en los aeropuertos internacionales de la ciudad.
5. Eventos Anuales: Cantidad de eventos internacionales registrados públicamente en el nivel ciudad.
6. Reconocimientos: Internacionales ligados al turismo de reuniones, MICE.

Los mismos están explicados de la siguiente manera: Los datos positivos-positivos hacia la derecha del grafico serán oportunidades en el mercado para aprovechar; encambio si es positivo – negativo hacia abajo serán amenazas que habrá que neutralizar. Si encambio es positivo- negativo a la izquierda será necesario aumentar y fortalecer; mientras que si es negativo-negativo son debilidades del sistema que hay que disminuir (Global Value Consulting, 2019).

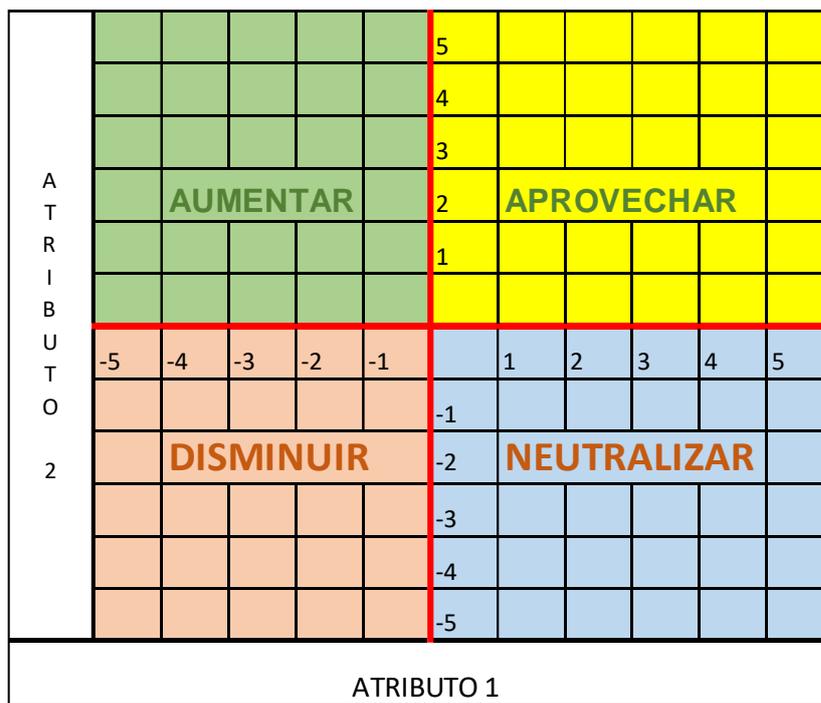


Gráfico 1 Esquema de Análisis Competitivo
Fuente: Elaboración propia

Este esquema contribuirá a conocer como se encuentra el destino Guayaquil frente a sus competidores cercano y a lo que se está desarrollando en la actualidad para crecer dentro de este segmento del mercado del turismo, en esta valoración el puntaje máximo afirmativo será de 5, y el menor podrá establecerse hasta -5. Definiendo las siguientes evaluaciones para los destinos turísticos competidores en eventos:

1. Sedes – Infraestructura Turística.
2. Difusión- Accesibilidad
3. Reconocimientos – Cantidad de Eventos

Tabla 17 Valorización de Infraestructura turística y sedes

Destinos	ATRIBUTOS		Mercado
	Infraestructura Turística	Sedes	
Buenos Aires	5	5	Internacional
Bogotá	4	3	
Guayaquil	3	2	

Nota: Muestra como Buenos Aires es el destino líder de eventos de Sudamérica en la realización de Eventos

Fuente: Elaboración propia

Con los datos recolectados se estableció que Buenos Aires cuenta con el máximo puntajes, ya que cuenta con 73.500 plazas hoteleras y la sede más grande con la capacidad de acoger 5.300 personas. Así mismo Bogotá se encontró en segunda posición con 37.308 plazas y 4.000 asistentes y por ultimo Guayaquil con 4.000 plazas dato extraído del 2015 porque no se encuentro un dato actualizado en entidades oficiales y con la capacidad igual que Bogotá de albergar 4000 asistentes.

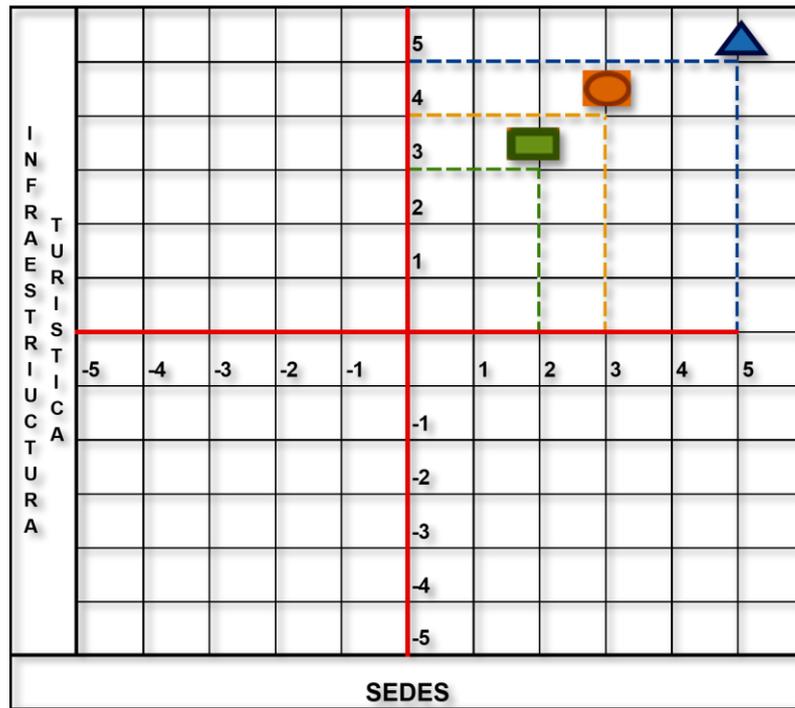


Gráfico 2 Valoración de Sedes e Infraestructura Turística
Fuente: Elaboración propia

Es entonces que gráficamente se observa a Guayaquil débil, frente a los destinos con ranking de la ICCA; ya que presentan estas ciudades información actualizada y pública, no solo de sus eventos sino en todos los servicios turísticos que oferta, como la de las sedes donde se pueden ir a desarrollar cualquier tipo de eventos con óptimas condiciones. El Centro de Convenciones de Guayaquil cuenta con lo necesario para desarrollar cualquier tipo de eventos con 50.000 m², pero aun no compite con Buenos Aires con más de 10 sedes con hasta 150.000 m². Igualmente, la ciudad de Bogotá presenta una pequeña ventaja de

posición por su inversión en infraestructura 63.000 m² en sedes y contar con más de 30.000 plazas en hoteles; entonces Guayaquil se encuentra por debajo de ambas con solo un Centro Convenciones y la capacidad de 4.000 plazas, por lo cual debe aumentar su inversión para su infraestructura turística dentro de este nicho del mercado.

En los atributos de difusión y accesibilidad se obtuvo lo siguiente:

Tabla 18 Valoración de la Difusión y Accesibilidad

Destinos	ATRIBUTOS		Mercado
	Difusión	Accesibilidad	
Buenos Aires	5	5	Internacional
Bogotá	3	3	
Guayaquil	2	3	

Nota: Tabla que detalla la comparación de eventos anuales realizados y registrados en la ICCA vs al reconocimiento internacional que han obtenido en los últimos años.

Fuente: Fuente: Elaboración propia

Dentro del atributo de difusión se identificó por medio de páginas oficiales de turismo de su lugar de origen, para promocionar los eventos que desarrollan; Buenos Aires cuenta con medios de comunicación oficiales y en los mismos se puede obtener toda la información de la industria turística y de forma detallada de los lugares sedes para desarrollarlos. Bogotá presenta infografías de los eventos ha a desarrollando con estadísticas y detalles de las misma. Por su parte Guayaquil muestra boletines o noticias de las actividades, pero su impacto es desconocido al momento de indagar en información de trayectoria de los avances dentro del mercado de reuniones, justamente en sus últimos años sus redes sociales se encuentran actualizadas. En accesibilidad la capital argentina consta de 2 aeropuertos internacionales con llegadas de 10,7 millones de visitantes, a diferencia de Bogotá con 6,9 millones y un aeropuerto y Guayaquil con 1,2 millones de turistas extranjeros.

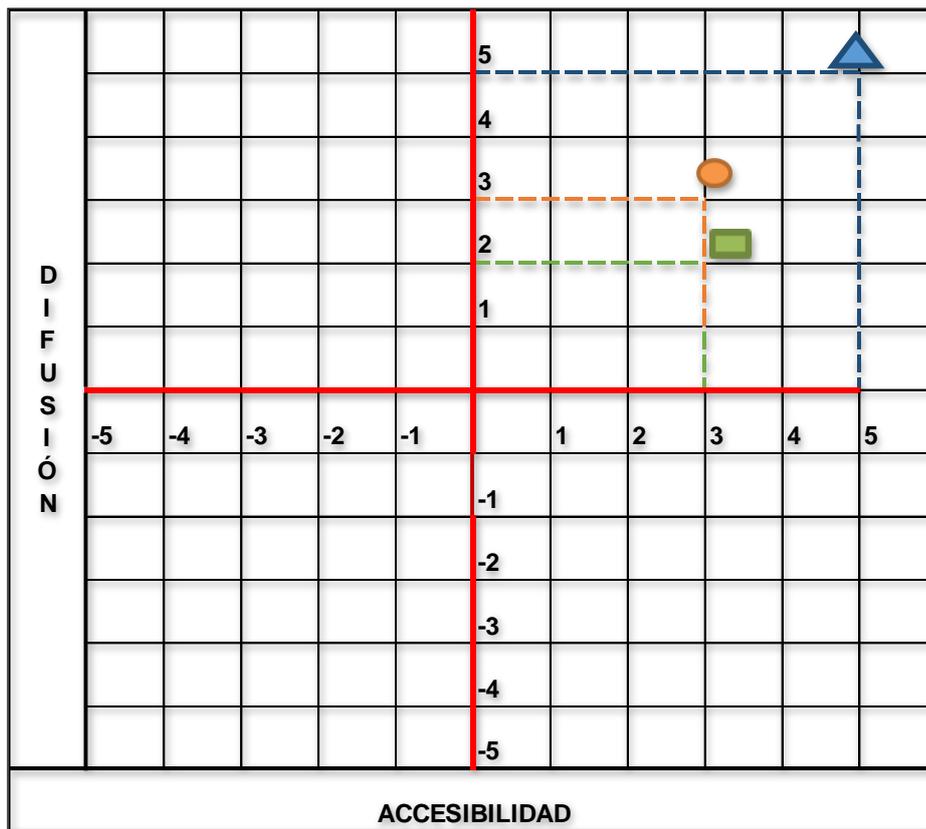


Gráfico 3 Valorización de Accesibilidad y Difusión
Elaborado propia

En el gráfico de los atributos de difusión y accesibilidad se observó que Buenos Aires que es un destino posicionado ya que cuenta con una organización de difusión y comunicación internacional adecuada para la visita en su destino, además posee 2 aeropuertos internacionales con un número importante de visitas; por otro lado Bogotá lugar donde la empresas privadas promocionando su identidad difundiendo sus condiciones e interconexiones pero sin una interacción adecuada con el usuario que lo visite y por ultimo Guayaquil en proceso de desarrollo y promoción pública insuficiente de las actividades que ha desarrollado por su medios oficiales de forma ordenada y esquematizada.

Por último, se analizó el atributo de eventos anuales y reconocimientos Internacionales por lo cual los destinos se posicionan dentro del mercado de turismo, evidenciando la siguiente valoración:

Tabla 19 Valoración de eventos anuales y reconocimientos internacionales

Destinos	ATRIBUTOS		Mercado
	Eventos Anuales	Reconocimiento Internacional	
Buenos Aires	4	4	Internacional
Bogotá	2	1	
Guayaquil	-2	2	

Fuente: Elaboración propia

Dentro de la cantidad de eventos considerados para establecer dentro del Ranking de la ICCA, se tienen eventos que duran más de 3 días, que cuenten con más de 50 participantes y su rotación sea por otros destino la ciudad de Buenos Aires lidera el listado Sudamericano con 131 eventos y 1000 local reconocidos oficialmente por su dirección de turismo, Bogotá en cambio con 200 eventos según su planificación anual y Guayaquil con 25 en su programa de Embajadores Turísticos que por primera vez en el 2018 existirán aliados estratégicos para posicionarse en este segmento del mercado de reuniones. De otra manera Guayaquil absorbió un título que tenía Bogotá, como líder de destino de viajes de negocios y Buenos Aires es ponderada por OMT como Ciudad líder de Negocios.

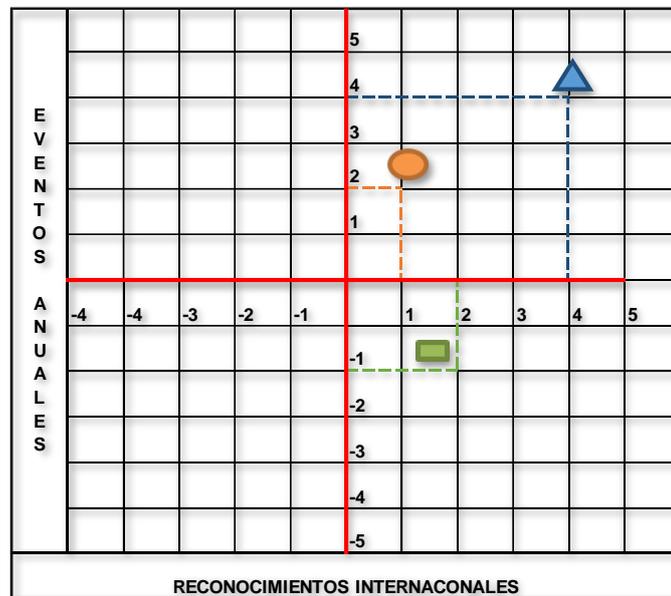


Gráfico 4 Valoración de Eventos Anuales y Reconocimientos
Fuente: Elaboración propia

Dentro de la gráfica se puede observar que a nivel de eventos anuales que existe en cada destino que en comparación con Buenos Aires es un destino

que realiza 131 eventos internacionales reconocidos por la ICCA, sin contar los innumerables eventos internos que posee; Bogotá se posiciona en el ICCA con 56 eventos lo que no es, ni la mitad de los eventos de Argentina; mientras que Guayaquil hasta el 2017 no aparece en el ranking. Así mismo a nivel de reconocimientos Buenos Aires es posicionada por la OMT como líder en reuniones, mientras que Guayaquil ha ganado un reconocimiento por la industria de viajes de Negocios, que años atrás lo tenía Bogotá por lo cual se plantea que se debe desarrollar mejores estrategias de competitividad que traerán mayor organización de eventos.

Aun así, Guayaquil tiene circunstancias que impulsarían el desempeño del turismo de eventos y convenciones, además es necesario integrar la cadena de valor desde sus autoridades para que difundan al destino. Pero así mismo se podría cuestionar cuál es el organismo que desarrollaría esta red en la gestión de eventos y la conexión permanente para el conocimiento de las actividades que se realizan en este segmento del mercado en la ciudad.

CAPÍTULO IV

FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR

FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE EVENTOS Y CONVENCIONES EN GUAYAQUIL

4.1 Justificación

Guayaquil metrópolis del Ecuador, cuenta con una importante escala de empresas, producciones y transacciones internacionales, es un lugar con valor histórico y cultural que resalta el temple de su gente y busca alternativas constantes de desarrollo y posiciones. Por esta razón se ha involucrado en los últimos años en la realización de eventos y convenciones que fomente el turismo y la inversión extranjera dentro de sus espacios.

Han sido sede de varios eventos internaciones de alcance internacional, aun así, todavía no se encuentra en el listado anual de la ICCA, esto sumada a una escasa difusión pública y la centralización de actividades en un grupo selecto de aliados.

Por lo cual el presente estudio se argumenta en la necesidad de fortalecer las debilidades existente en la cadena de valor de la gestión de turismo de eventos de Guayaquil, puntualizado en un diagnostico preliminar que establece los eslabones, características, relación y dificultades presente en su desenvolvimiento, así mismo organizar acciones para que desde las autoridades máximas la participación en base a una colaboración técnica que consoliden al reconocimiento del destino como líder en eventos y convenciones del país por las óptimas condiciones que presenta.

4.2 Propósito general

Proponer acciones para desarrollar las buenas prácticas internacionales en el turismo de eventos y convenciones, estableciendo un modelo de gestión con los factores que inciden en la cadena de valor de este tipo de turismo para posicionar el destino como líder en este tipo de turismo.

4.3 Desarrollo

“La cadena de valor de turismo se define como el conjunto de actividades económicas interrelacionadas entre si y vinculadas a un hecho turístico” (Oddone & Padilla Perez, 2017), donde toda la cadena de valor de turismo es considerada un conjunto de acciones económicas interrelacionadas al hecho turístico” (Oddone & Padilla Perez, 2017), donde los actores y gestores podrían obtener beneficios, si incluyen dentro de sus acciones administrativa la importancia de la articulación y coordinación entre las instituciones que deben interrelacionarse para posicionarse en el mercado de reuniones.

Igualmente es necesario conocer la complejidad vertical de proceso de esta herramienta útil para que todos los proveedores se involucren y desarrollen una oferta que diversifique la demanda; estableciendo un modelo de cadena de valor nuevo que se fortalezca la cadena de valor ya existe en base a Actividades claves y de apoyo para el Turismo de eventos y convenciones de la ciudad ligado al modelo de gestión de Michael Porter.

4.3.1. Cadena de valor del Turismo de Eventos y Convenciones de Guayaquil

DIRECCION DE MICE EN LA CIUDAD	CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE EVENTOS Y CONVENCIONES DE GUAYAQUIL					VALOR
	<i>Actividades Claves</i>					
	<i>Gobernanza</i>	<i>Sedes</i>	<i>Promotores</i>	<i>Organización</i>	<i>Accesibilidad</i>	
	<i>Actividades De Apoyo</i>					
	<i>Transporte</i>	<i>Alojamiento</i>	<i>Agencias De Viajes</i>	<i>Excursiones</i>	<i>Entretenimiento</i>	

Tabla 20 Propuesta de un Modelo de Gestión en la Cadena de Valor del Turismo de Eventos
Fuente: Elaboración propia

La elección de esta cadena se explica por la potencia individual que tiene la industria turística y económica con la que ya cuenta la ciudad de Guayaquil, pero para crecer en el mercado necesita fortalecer su administración y organización en desarrollar acciones conjuntas con sus autores, para que la afluencia de visitantes vaya en crecimiento por los eventos que se realizan.

Para establecer en este modelo se evidencia los factores esenciales de la cadena de valor de Porter, estableciendo actividades claves, de apoyo y ayuda para su ejecución (que sería el margen). Siendo entre las actividades claves Gobernanza, ente regulador de las actividades turísticas pero necesario para el respaldo institucional en la ejecución de actividades a escala internacional dentro del mercado de reuniones. Así mismo reconocer las Sedes y la cantidad de asistentes y actividades que puede acoger es vital para el proceso de valor de este servicio en Guayaquil.

Las organizadoras encargadas de administrar y gestionar la producción eficiente de eventos y convenciones con características internacionales y posicionamiento en la calidad de los servicios que desarrollo. Así mismo las promotoras (instituciones, empresas, asociación y gremios) que buscan consolidar su mercado desarrollando actividades que permita el involucramiento de otras entidades con iguales objetivos e intereses. Y por último en las actividades claves la accesibilidad para que medios de transporte, de servicios generales y de comunicación puedan brindar al visitante nacional o extranjeros las condiciones necesarias para satisfacer sus necesidades.

Así mismo las Actividades de apoyo contribuirán a que la experiencia del visitante sea de calidad y proporcione servicios turísticos completos que cumplan con los estándares de hospitalidad y calidez necesarias para el visitante. La ciudad de Guayaquil cuenta en la actualidad con amplias opciones en alojamientos, alimentación, entretenimiento, cultura e historia que puede ser un valor agregado al momento de visitar la ciudad por la asistencia a eventos y convenciones. Además, el margen de todas estas actividades debería ser marcada por un ente regulador que proporcione esta información para este grupo de personas que visitan la ciudad por esta modalidad del Turismo.

Este modelo propone que para fortalecer el Turismo de Eventos y Convenciones en la ciudad de Guayaquil existiendo una cadena de valor en los MICE, ligada pro su puesto a la Dirección de Turismo de la Ciudad; o siendo un socio estratégico que coordine y consolide la información desfragmentada de la ciudad en el Mercado de Reuniones. De igual forma sería un elemento intangible que causara sensaciones por el valor turístico consumido.

Líneas de acción para el fortalecimiento del Turismo de Eventos y Convenciones de Guayaquil:

- Creación de una oficina, departamento para el posicionamiento de las MICE, acompañado por la Dirección y Buró de Convenciones.
- Identificar y seleccionar a los nuevos actores de la cadena de valor que puedan consolidar propuestas innovadoras y tecnológicas a lo ya existente
- Estimular a los embajadores turísticos a promover actividades culturales, artística o de ocio como experiencia complementaria.
- Instituir un sistema de medición de la experiencia turística
- Asegurar la participación y difusión en ferias internacionales
- Implementar las buenas prácticas internacionales como ejemplos exitosos de destino líderes de reuniones.

4.3.2. Buenas prácticas Internacionales en la cadena de valor de destino líderes en eventos.

Las buenas prácticas tienen relación a los buenos resultados que ciudades o destinos han tenido a nivel internacional para solucionar las limitaciones, deterioro y restricciones de cumplimiento de objetivo al desarrollo en la cadena de valor y su gestión. Cabe destacar que son una circunstancia diversa los de cada lugar por lo cual no en todos los lugares o atractivos funcionarían ((CEPAL), 2017).

El mercado de eventos es amplio y las acciones pueden ser diversas para que se posea y difunda de manera correcta su crecimiento, pero hay factores ya evaluados en este estudio vitales para su desenvolvimiento. Igualmente, esto podría vigorizar la actividad turística, y la generación de empleos y promoción. Para esto se plantean las siguientes buenas prácticas internacionales que han contribuido a que destinos fortalezcan su cadena de valor:

1. Desarrollar un programa integral de sensibilización del turismo de eventos y convenciones, encadenamiento e intercambio de experiencias entre los

actores locales e internacionales existente para desarrollar el conocimiento de la cadena de valor de este segmento bajo el modelo propuesto.

2. Amplificar el discernimiento de los actores en el funcionamiento del Turismo de Eventos y Convenciones.
3. Consolidar la oferta de turística y generación nuevos eventos, buscando aliados estratégicos en Sudamérica.
4. Desarrollar un portal de comunicación de eventos, congresos, convenciones, ferias, festivales entre otros que realiza la ciudad con actividades, involucrados y numero de asistente, donde a mediano y largo plazo los países interesados encuentren una alternativa de destino en reuniones.
5. Establecer alianza para consolidar canales de comunicación y comercialización de las actividades del sector público y privado-
6. Involucrar a la pequeña y mediana empresa en las actividades que desarrolla la ciudad, diversificando la oferta con interés en la innovación, productos artesanales, e inclusión social.
7. Desarrollar un encuentro anual para evaluar las actividades que se realizan en este segmento del mercado y reconocer incentivos internos por su labor en el Turismo de Eventos y Convenciones.
8. Involucrar a la academia como base para conocer experiencias exitosas para la inserción en innovación, tecnología y emprendimientos locales.
9. Desarrollar estadísticas públicas de los eventos que desarrolla la ciudad.
10. Apoyar y capacitar a las asociaciones y gremios para el empoderamiento de la ciudad como líder en reuniones.
11. Aprovechar los atractivos para desarrollar eventos.
12. Brindar asistencia técnica especializada para el segmento de reuniones para cualquier organización pública o privada.

Estos puntos han sido importantes para los países líderes en eventos y convenciones para que los modelos de gestión de sus ciudades puedan conocer todo los recursos y actores existentes dentro de su mercado.

CONCLUSIONES

Pese al interés de la ciudad en ser líder de eventos y convenciones, no existe la información consolidada en números y reuniones donde a noción global los turistas y organizaciones interesadas conozcan lo que se realizó, que se está ejecutando o que se hará en este segmento del mercado de reuniones en Guayaquil, las herramientas metodológicas detectaron que es inadecuada la gestión en su cadena de valor para que la misma se posicione en el Turismo de eventos y convenciones del país y mucho más de Sudamérica.

Del análisis realizado de los factores en la cadena de valor, se evidencia que los actores y gestores de este tipo de turismo conocen lo que necesitan para desenvolverse en el mercado, pero aun están desarticulados desde la gobernanza hasta la empresa privada, no existe tampoco una inclusión de la pequeña y mediana empresa turística y mucho menos una difusión permanente y real de los eventos y convenciones que se realiza en la ciudad.

Por otro lado, se identificó que los actores y gestores del Turismo de Eventos y convenciones están marcados desde el sector público con la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, la cual trabaja con la empresa privada ExpoGuayaquil quienes absorben todas las actividades desarrolladas dentro de sus eventos y convenciones (monopolio) al tener la sede más amplia y con capacidad de hasta 4000 personas en la ciudad. Así mismo el Hotel Hilton Colon acapara otras áreas de eventos como la de salud, comercio, tecnológicas y de educación con una capacidad de 1800 personas y su propia organizadora de eventos, Barceló Group.

Igualmente, al evaluar al destino con ciudades como Buenos Aires y Bogotá se muestra la debilidad evidente de Guayaquil en sedes, infraestructura turística, difusión, cantidad de eventos internacionales anuales acorde a los requerimientos de la ICCA. Por lo cual debería captar las buenas prácticas internacionales para poder posicionarse dentro del mercado de reuniones de Sudamérica.

RECOMENDACIONES

La gestión de turismo de Eventos en Guayaquil debería hacer un estudio permanente con modelo y formas de evaluación sobre cómo están funcionando las actividades y como los actores se desarrollan para el cumplimiento de objetivos comunes, para fortalecer la ciudad en el sector de turismo de reuniones.

Así mismo los factores son claves para incidir en el proceso de la cadena de valor, por lo cual corresponde a las autoridades locales revisar las actividades propuestas en el modelo de cadena de valor que contribuiría a conocer y evaluar lo que no se está desarrollando adecuadamente.

Todos los involucrados deberían conocer lo que sucede en la ciudad a través de medio de difusión permanente que consolide los eventos, actividades y espacios en los que la ciudad de Guayaquil. Además de la necesidad de integrar a la pequeña y media empresa turística a los embajadores turísticos para poder consolidar el posicionamiento del mismo.

Las ciudades líderes en el mercado de reuniones han trabajado en su cadena para posicionarse, por ello es necesario que Guayaquil replique acciones de las cosas positivas que han hecho para fortalecer al destino en este tipo de mercado de la industria sin chimenea.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- World Tourism Organization UNWTO. (marzo de 26 de 1995). *UNWTO Technical Manual Collection of Tourism Expenditure Statistics*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>
- (CEPAL), C. E. (2017). *Fortalecimiento de la cadenas de valor rurales*. Naciones Unidas: Oddone, Nahuel; Padilla Pérez, Ramón;.
- (ICCA), I. C. (2018). *2017 ICCA Statistics Report Country & City Ranking Publish abstract*. Amsterdam: ICC.
- Alcaldía Jaime Nebot Turismo y Promoción Cívica. (16 de Abril de 2018). *Guayaquil es mi destino*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/Programa%20de%20Embajadores>
- Arce, R., & Cobeña, P. (2012). Análisis de la aplicación de las herramientas de promoción actuales de Guayaquil como destino turístico. *Espol*.
- Arroyo, A. (2015). *Determinantes para la construcción de la marca ciudad*. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid: URJC.
- BA@travel Buenos Aires. (20 de Diciembre de 2018). *Buenos Aires Ciudad*. Obtenido de <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/agrupador-noticias/turismo-de-reuniones>
- BA@travel Buenos Aires. (20 de Diciembre de 2018). *Buenos Aires Ciudad*. Obtenido de <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/asociaciones>
- Barceló Congresos. (10 de Enero de 2019). *BcoCongresos*. Obtenido de <https://www.bcocongresos.com/quienes-somos/>
- Bayraktar, Ahmet, & Uslay, C. (2017). *Strategic Place Branding Methodologies and Theory for Tourist*. Hershey, Estados Unidos: IGI Global.
- BBC. (2018). *British Broadcasting Corporation*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46458772>

- Berlin Partner Business and Technology. (12 de Noviembre de 2018). *Berlin Business Location Center*. Obtenido de <https://www.businesslocationcenter.de/es/business-location/business-location/trade-fair-center>
- Colectivo de Autores. (2003). *Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes*. Barcelona: editorial Océano.
- Cruz, E., Romero, E., & Zamarreño, G. (2014). Marca territorio y marca ciudad. Utilidad en el ámbito del turismo. El caso de Málaga. *UMA*, 19.
- Del Real, J. (12 de Diciembre de 2017). *expok Comunicación de Sustentabilidad y RSE*. Obtenido de <https://www.expoknews.com/dos-modelos-para-entender-lo-que-significa-cadena-de-valor/>
- Dinnie, K. (2011). *City Branding: Theory and Cases*. New York, Estados Unidos: Palgrave MacMillan.
- El Comercio. (25 de Abril de 2018). Guayaquil quiere ser destino líder de congresos y convenciones. *El Comercio*, págs. <https://www.elcomercio.com/pages/guayaquil-quiere-destino-lider-congresos.html>.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (30 de Noviembre de 2018). *Quito Turismo*. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/la-institucion/quienes-somos>
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP. (15 de Diciembre de 2018). *Guayaquil turismo*. Obtenido de http://www.guayaquil turismo ep.gob.ec/la_empresa
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP. (2015). *Rendición de Cuentas*. Guayaquil: Alcaldía de Guayaquil.
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP. (2015). *Rendición de Cuentas Guayaquil es mi destino*. Guayaquil: Turismo y Promoción Cívica EP.

- Empresa Publica Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP. (21 de Diciembre de 2018). *Guayaquil es mi Destino*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/content/guayaquil-se-posiciona-como-destino-turistico-con-su-participacion-en-ferias>
- Empresa Publica Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP. (10 de Enero de 2019). *Guayaquil turismo*. Obtenido de <http://www.guayaquil.travel/es/content/centro-de-convenciones-de-guayaquil>
- Empresa Publica Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP. (10 de Enero de 2019). *Guayaquil turismo*. Obtenido de <http://www.guayaquil.travel/es/content/plaza-rodolfo-baquerizo>
- Empresa Publica Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, EP. (10 de Enero de 2019). *Guayaquil turismo*. Obtenido de <http://www.guayaquil.travel/es/content/plaza-rodolfo-baquerizo>
- Expoplaza Creando experiencias. (20 de Diciembre de 2018). *Expoplaza Creando experiencias*. Obtenido de <http://www.expoplaza.ec/>
- Expreso. (17 de Septiembre de 2018). Guayaquil, destino líder de negocios, festivales y eventos. *EXPRESO.EC*, págs. <https://www.expreso.ec/guayaquil/guayaquil-quito-turismo-worldtravelawards-eventos-HA2376944>.
- Foros Ecuador 2019. (11 de Enero de 2019). *Foro Ecuador.ec*. Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educacion-y-ciencia/2933-historia-del-carnaval-en-ecuador-resumen-%C2%BFqu%C3%A9-es-y-por-qu%C3%A9-se-celebra>
- García Vega, E. (2010). Fases para el diseño y análisis de la Cadena de Valor en las organizaciones. *Journal of Business Universidad del Pacífico*, 44-71.

- García, B., Reinares, E., & Armelini, G. (2013). Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile. *Internacional de Investigación en Comunicación*, 7(7), 76-93.
- Garrod, B. (2012). *Tourism: The Key Concepts*. Routledge., 18-22.
- Guayaquil es mi Destino. (2018). *Guayaquil es mi destino*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/sala-de-prensa/por-primera-vez-guayaquil-cuenta-con-informacion-sobre-el-perfil-del-turista-que-la-visita>
- Hilton Colon Guayaquil. (10 de Enero de 2019). *Hilton*. Obtenido de http://www.hiltonhotels.com/es_XM/ecuador/hilton-colon-guayaquil/
- ICCA. (27 de Septiembre de 2017). *iceworld.org*. Obtenido de <https://www.iceworld.org/knowledge/benefit.cfm?benefitid=5230>
- ICCA. (07 de Mayo de 2018). *iceworld*. Obtenido de <https://www.iceworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=7436>
- ICCA. (20 de Diciembre de 2018). *International Congress and Convention Association*. Obtenido de <https://www.iceworld.org/spps/ahpg.cfm?spgid=479>
- ICCA Asociación Internacional de Congresos y Convenciones. (4 de septiembre de 2017). *ICCA*. Obtenido de <https://www.iceworld.org/aeps/aeitem.cfm?aeid=29>
- Iglesia Fraga, A. (9 de Diciembre de 2017). *TICbeat*. Obtenido de <http://www.ticbeat.com/empresa-b2b/que-es-la-cadena-de-valor-de-una-empresa-los-modelos-de-mckinsey-y-porter/>
- INEC. (2013). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 5 de Agosto de 2017, de Proyección cantonal de población ecuatoriana 2010-2020: www.inec.gob.ec
- Instituto Distrital de Turismo de Bogotá. (21 de Diciembre de 2018). *Bogotáturismo*. Obtenido de <http://www.bogotaturismo.gov.co/estudios-y-boletines>

- International Congress and Convention Association. (31 de Enero de 2018). *International Congress and Convention Association*. Obtenido de <https://portal.iccaworld.org/member-suppliers/>
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2000). *A Handbook for Value chain research*. Brighton: Institute of Development Studies.
- Llobet, M. (abril de 2018). Turismo de reuniones 2018. (G. R. Yrurtia, Ed.) *Manual*(Edición 171).
- Malecón2000. (2015). *Fundación Malecón 2000*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de <http://www.malecon2000.org.ec/fundacionmalecon2000/historia.asp>
- Metro Ecuador. (12 de Mayo de 2017). *Metroecuador.com.ec*. Obtenido de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2017/05/12/quito-10-destinos-turismo-reuniones-sudamerica.html>
- Ministerio de Turismo. (29 de Abril de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de www.turismo.gob.ec/ecuador-es-potencia-turistica-para-convenciones-congreso-y-eventos/
- Ministerio de Turismo. (29 de Abril de 2014). *Ecuador es Potencia Turística para convenciones, congresos y eventos*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-es-potencia-turistica-para-convenciones-congresos-y-eventos/>
- Ministerio de Turismo. (29 de Abril de 2014). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-es-potencia-turistica-para-convenciones-congresos-y-eventos/>
- Ministerio de Turismo. (09 de Septiembre de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-pais-mas-ganador-de-los-world-travel-awards-2017/>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Turismo en Cifra*. Quito: Republica del Ecuador.
- Oddone, N., & Padilla Perez, R. (2017). *Fortalecimiento de la Cadena de Valor rurales*. Santiago: Naciones Unidas .

- Oro Verde Guayaquil. (20 de Diciembre de 2018). *Hotel Oro Verde Guayaquil*.
Obtenido de <https://www.orooverdeguayaquil.com/es/>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas*. México, D. F., México: Trillas.
- Poppa Produce. (18 de Enero de 2019). *Funkafest*. Obtenido de <http://www.funkafest.com/es/ediciones/3>
- Puig, T. (2009). *Marca ciudad: cómo rediseñarla para asegurar un futuro espléndido para todos*. Barcelona, Comunidad de Catalunya, España: Paidós.
- Regalado, O., Berolati, C., Martínez, R., & Riesco, G. (2012). *Identidad competitiva y desarrollo de marca para la ciudad de Arequipa*. Arequipa: ESAN.
- Riquelme, M. (16 de Julio de 2018). *Web y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>
- Romero, A. (29 de Enero de 2015). *Tecnohotel*. Obtenido de <https://www.tecnohotelnews.com/2015/01/turismo-mice-elementos-y-destinos-mas-representativos-del-sector/>
- San Eugenio, J. (2012). *Teorías y métodos para marcas de territorio*. Barcelona, España: UOC.
- Tjolle, V. (17 de Noviembre de 2013). *Turismo para los premios de mañana convocatoria de inscripciones*. Obtenido de https://www.travelmole.com/news_feature.php?news_id=2008226
- Turismo Buenos Aires . (2016). *Buenos Aires ciudad líder del turismo de reuniones* . Obtenido de <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/noticia-buenos-aires-l%C3%ADder-de-am%C3%A9rica-en-el-ranking-de-turismo-de-reuniones>

Turismo EEUU. (23 de Abril de 2018). *Turismo EEUU Economía y Negocios*.
Obtenido de <https://www.turismoeeuu.com/economia-y-negocios-en-estados-unidos/>

U-Host. (15 de agosto de 2017). *Unique the only way to meet*. Obtenido de
<https://www.uniquemeetings.com/2017/08/15/berlin-se-sigue-posicionando-principal-destino-mice-la-primera-mitad-2017/>

UNWTO. (2018). *UNWTO Tourism Highlights*. World Tourism Organization.
Ginebra: UNWTO.

ANEXOS

Anexo 1 Operatividad De Las Variables

SINTOMAS	FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE DEPENDIENTE	OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES			
					VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	
				GESTION DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE EVENTOS Y CONVENCIONES	EMPRESAS	PUBLICA	GOBIERNOS AUTONOMOS DESCENTRALIZADOS	
							MUNICIPIOS	
						PREFECTURAS PROVINCIALES		
						PEQUEÑA		
					PRIVADA	MEDIANA		
						GRANDE		
	SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	ESPECIFICOS	PARTICULARES					
					INSUMOS	ESPACIOS	ABERTOS CERRADOS	
						EQUIPOS	LUCES AUDIO MOBILIARIO	
				MATERIALES		MENAJE DECORACION UTILES DE OFICINA		
				PROVEEDORES	ALOJAMIENTO	HOTELERIAS		
					TRANSPORTE	PRIVADO		
					ALIMENTACION	RESTAURANTES CATERING		
				DEMANDA	PROFESIONALES	TERCER NIVEL CUARTO NIVEL		
					EMPRESAS DEL SECTOR PRODUCTIVO	AUTOMOTRIZ AGRICOLAS EDUCATIVAS COMERCIALES TECNOLOGICAS		
					EMPRESAS PUBLICAS	PROMOCION DE SU MEJORA DE VIDA Y TRABAJO PARA LA CIUDADANIA		
Desconocimiento de los factores que inciden en la cadena de valor de la gestión del turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil	¿De qué manera incide el desconocimiento de los factores en la cadena de valor de la gestión del Turismo de eventos y convenciones para el desarrollo turístico en la ciudad de Guayaquil?	Analizar los factores que inciden en la cadena de valor de la gestión del Turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil mediante la I+D+D que determine sus atributos y condiciones para el crecimiento turístico de la ciudad de Guayaquil dentro de este segmento de mercado.	El adecuado modelo de gestión de la cadena de valor del turismo de eventos y convenciones aportaría al desarrollo turístico de la ciudad de Guayaquil con la presencia una organización competente que dirija sus actividades					
• Desarticulación de la cadena de valor en gestión del turismo de eventos y convenciones para desarrollar actividades interrelacionadas para el turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil	¿Cuál es el modelo de gestión utilizado para la articulación en la cadena de valor del turismo de eventos de la ciudad?	Identificar por medio de un modelo de gestión la cadena de valor del turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil.	Si existiera un modelo de gestión de la cadena de valor del turismo de eventos y convenciones el desarrollo turístico de la ciudad serían más eficiente.					
Desconocimiento de la cadena de valor para la gestión del turismo de eventos y convenciones para el fortalecimiento del turismo a la ciudad de Guayaquil.	¿Existe desconocimiento de un modelo de gestión de la cadena de valor del turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil por parte de los gestores y actores de este segmento del mercado?	Determinar el conocimiento de los gestores del turismo de eventos y convenciones en un modelo de gestión de la cadena de valor de este tipo de turismo de eventos y convenciones en la ciudad de Guayaquil.	Los modelos de gestión comprobados ayudaran a los gestores y actores apunte de manera exitosa al crecimiento de este tipo de turismo de eventos y convenciones.					
• Poca inversión en la cadena de valor de la gestión del Turismo de eventos y convenciones involucrado para interrelacionarse en las actividades que promueve el sector	¿Existe la información de las actividades del Turismo de eventos y convenciones para los propios y extraños que llegan a la ciudad de Guayaquil?	Determinar la información del Turismo de eventos y convenciones que se realizan en la ciudad para la cadena de valor de este tipo de evento.	si existiera un modelo de gestión se regularía la información del turismo de eventos y convenciones de la ciudad					
Deficiencia en las estrategias de gestión de la cadena de valor del turismo de eventos y convenciones en la ciudad de Guayaquil	¿Por qué existe deficiencia en las estrategias de gestión de la cadena de valor del turismo de eventos y convenciones en la ciudad de Guayaquil?	Describir las estrategias de gestión de la cadena de valor del turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil	Las estrategias de gestión de la cadena de valor del turismo de eventos y convenciones de la ciudad de Guayaquil contribuiría a potencializar este tipo de turismo especializado.					

Nota: Esquema desarrollado para definir las, causa, síntomas, pronóstico de la investigación

Fuente: Fuente: Elaboración propia

Anexos 2 Factores que inciden en la Cadena de Valor, Modelo de Variable

	VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES
MODELO DE GESTION DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE EVENTOS Y CONVENCIONES	EMPRESAS	PUBLICA	GUBERNAMENTALES
			NO GUBERNAMENTALES
			MIXTOS
		PRIVADA	PEQUEÑA
			MEDIANA
			GRANDE
	INSUMOS	SEDES	ABIERTOS
			CERRADOS
		EQUIPOS	LUCES
			AUDIO MOBILIARIO
		MATERIALES	MENAJE
			DECORACION UTILES DE OFICINA
	PROVEEDORES	ALOJAMIENTO	HOTELES
			HOSTALES HOSTERIAS
		TRANSPORTE	PRIVADO
ALIMENTACION	RESTAURANTES		
	CATERING		
DEMANDA	PROFESIONALES	TERCER NIVEL CUARTO NIVEL	
	EMPRESAS DEL SECTOR PRODUCTIVO	AUTOMOTRIZ AGRICOLAS EDUCATIVAS COMERCIALES TECNOLOGICAS	
	EMPRESAS PUBLICAS	PROMOCION DE SU MEJORA DE VIDA Y TRABAJO PARA LA CIUDADANIA	

Fuente: Elaboración propia

Anexos 3 Modelos de la Cadena de Valor

AUTORES	MODELOS	DESCRIPCION
McKinsey (1980)	Modelo Integrado DWYER Y KIM	contiene siete áreas, cada una de ellas con el mismo nivel de importancia y por ende de igual notabilidad para el logro del éxito de la empresa; esto integra las ocupaciones internas de la organización y la visión global del sector
Michael Porter (1985)	Cadena de Valor Porter	La cadena de valor es un modelo teórico que grafica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa.
Heskett, Loverman, Sasser y Shlesinger (1997)	Cadena de Valor en Destinos	el éxito se contempla en la satisfacción del cliente, ver lo que desean y cumplírselo, buscando que sus empleados transmitan deben tener un grado alto de satisfacción por el trabajo que realizan.

Fuente: Fuente: Elaboración propia

Anexo 5 Modelo de Cuestionario para entrevista Semi-estructurada



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL
MAESTRIA EN GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS

ENTREVISTA ACTORES DEL TURISMO DE EVENTOS Y CONVENCIONES DE GUAYAQUIL

Saludos Cordiales

El presente estudio servirá para elaborar una tesis profesional en Gestión de Empresas Turística y Hotelera de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil acerca de los Factores En La Cadena De Valor En Gestión Del Turismo De Eventos Y Convenciones De La Ciudad De Guayaquil como oportunidad local, pero en la realización de reuniones internaciones para ser reconocido dentro de ese segmento del mercado. Por ello pido su colaboración para contestar las siguientes preguntas. El cuestionario no tendrá una duración larga y toda su respuesta será utilizada de manera confidencial, grupal y anónima. No hay respuestas correctas o incorrectas.

1.- ¿Cómo se visualiza el turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil?
2.- Existe infraestructura adecuada para la proyección de la ciudad como destino líder de viajes de negocios de Sudamérica?
3.- ¿Quiénes son los involucrados en el turismo de eventos y convenciones?
4.- ¿Cómo considera usted la articulación de los gestores del turismo de eventos y convenciones dentro de la ciudad de Guayaquil?
5.- Se Socializa entre los gestores los cronogramas de actividades de eventos, congresos y convenciones que se desarrollaran en la ciudad Guayaquil.
6.- Cómo se considera la participación de las autoridades locales en las actividades a desarrollar para fortalecer el destino en turismo de eventos?
7.- Existe una entidad que gestione la planificación de todas las actividades de turismo de eventos de la ciudad de Guayaquil.
8.- Cuales son los factores a tomar en cuenta para la cadena de valor del Turismo de Eventos y Convenciones de la ciudad de Guayaquil
9.- ¿Según usted cuáles son las tendencias y proyecciones del turismo de eventos dentro de la ciudad?
10. ¿Cuáles son las estrategias para posicionarse en el mercado de reuniones?

Anexo 6 Listado de Empresas entrevistadas para conocer la gestión y cadena de valor del Turismo de Eventos en Guayaquil

EMPRESAS
Ministerio de Turismo
Prefectura del Guayas
Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales
ExpoGuayaquil
Barceló Group
Colegio de Profesionales
Universidad de Guayaquil

Representante de la Cadena de Valor del Turismo de Eventos que se está actualmente desarrollando en la ciudad, las autoridades máximas no contribuyeron en la investigación, pero si representante de sus empresas que aportaron a conocer como se está desarrollando la gestión de la cadena de valor donde ellos se desenvuelven:

EMPRESAS	CARGO
Ministerio de Turismo	Analista
Prefectura del Guayas	Técnico 4 de operación turística
Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales	Asistente de Directorio
ExpoGuayaquil	Asistente de Directorio
Barceló Group	Representante de la Agencia Organizadora
Expoplaza	Dirección de Marketing
Colegio de Profesionales	Presidente
Universidad de Guayaquil	Coordinador de la Carrera de Turismo y Hotelería Facultad de Comunicación Social
Estas fueron confidenciales y anónimas para poder tener la información real de la situación del Turismo de Eventos y Convenciones de Guayaquil	

Anexo 7 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones

EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL DE TURISMO, PROMOCION CIVICA RELACIONES INTERNACIONALES, EP.

<p>1.- ¿Cómo se visualiza el turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil? Como líder en el mercado Sudamérica por eso la Dirección de Turismo esta implemento nuevas e innovadoras actividades para la realización de eventos de todo tipo.</p>
<p>2.- Existe infraestructura adecuada para la proyección de la ciudad como destino líder de viajes de negocios de Sudamérica? Claro contamos con el Centro de Convenciones más grande de Latinoamérica, el palacio de Cristal los cuales proporciona opciones para la ejecución de eventos en la ciudad.</p>
<p>3.- ¿Quiénes son los involucrados en el turismo de eventos y convenciones? Las organizadora, la Dirección de Turismo, agencias de viajes, empresa privada sin ellos no se podrían desarrollar actividades en la ciudad.</p>
<p>4.- ¿Cómo considera usted la articulación de los gestores del turismo de eventos y convenciones dentro de la ciudad de Guayaquil? Adecuada para los eventos que realiza ya que proporciona los servicios necesarios para el desarrollo de evento a escala internacional.</p>
<p>5.- Se Socializa entre los gestores los cronogramas de actividades de eventos, congresos y convenciones que se desarrollaran en la ciudad Guayaquil. Contamos con una agenda pública para que la ciudadanía conozca las actividades que desarrolla la dirección de Turismo</p>
<p>6.- Cómo se considera la participación de las autoridades locales en las actividades a desarrollar para fortalecer el destino en turismo de negocios? Haciendo una invitación particular para que las deseamos que participen según el segmento del mercado o evento a desarrollar se interesen en el involucramiento a nuestras ferias u actividades.</p>
<p>7.- Existe una entidad que gestione la planificación de todas las actividades de turismo de eventos de la ciudad de Guayaquil. Nosotros a través de la Dirección de Promoción Cívica y turismo, así como el Buró de Convenciones.</p>
<p>8.- ¿Cuáles son los factores a tomar en cuenta para la cadena de valor del Turismo de ¿Eventos? Infraestructura, Proveedores, Promoción</p>
<p>9.- ¿Según usted cuáles son las tendencias y proyecciones del turismo de eventos dentro de la ciudad? Crear y tener una planificación anual mejor desarrollada con el involucramiento de más empresas de la ciudad que promuevan de manera permanente estas actividades que impulsan al destino.</p>
<p>10. ¿Cuáles son las estrategias para posicionarse en el mercado de reuniones? Establecer más eventos a través del reconocimiento de organización y empresas a nivel internacional en que Guayaquil puede brindar el servicio y la calidad en el desarrollo de sus reuniones en nuestros espacios.</p>

Anexo 8 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones

MINISTERIO DE TURISMO.

<p>1.- ¿Cómo se visualiza el turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil? Desde hace unos 4 o 5 años se direcciona a la ciudad como una ciudad de Eventos y Convenciones, creo que aún falta para desarrollarlos ya que no tenemos la infraestructura necesaria.</p>
<p>2.- Existe infraestructura adecuada para la proyección de la ciudad como destino líder de eventos? No como te lo mencione considero que solo existe uno o 2 lugares que satisfacen esta necesidad, y la planta turística hotelera.</p>
<p>3.- ¿Quiénes son los involucrados en el turismo de eventos y convenciones? Creo que todos, ya que participa la infraestructura hotelera, las empresas que realizan servicios turísticos, las organizadoras de eventos, los medios de difusión, academia y las diferentes asaciones que deben involucrarse para conectarse en el mercado de reuniones.</p>
<p>4.- ¿Cómo considera usted que existe la articulación de los gestores del turismo de eventos y convenciones dentro de la ciudad de Guayaquil? Realmente no se encuentra articulado ya que cada institución la realiza por su lado, y conozco otros países donde posicionen el Congreso, su realización promueva de manera significativa .</p>
<p>5.- Se Socializa entre los gestores los cronogramas de actividades de eventos, congresos y convenciones que se desarrollaran en la ciudad Guayaquil. Se socializa pero de forma separada, no hay una agenda estructurada para conocer todo lo que se realiza la ciudad, la gobernanza tiene su propias actividades y la difunde en sus medios,</p>
<p>6.- Cómo se considera la participación de las autoridades locales en las actividades a desarrollar para fortalecer el destino en turismo de eventos y convenciones? Cada quien lo hace por su visión y entonces no existe un criterio unificado para desarrollar más eventos y convenciones internacionales. Si tenemos la posibilidad, pero aún falta para desarrollar actividades.</p>
<p>7.- Existe una entidad que gestione la planificación de todas las actividades de turismo de eventos de la ciudad de Guayaquil. No existe, cada quien maneja su agenda .</p>
<p>8.- ¿Cuáles son los factores a tomar en cuenta para la cadena de valor del Turismo de Eventos? La calidad de los eventos que se realizan en la ciudad, pero debería haber un Congreso que represente a la ciudad que llegue a escala internacional. La FITE por ejemplo a desaparecido su posicionamiento ha decaído en el interés de los actores de la misma.</p>
<p>9.- ¿Según usted cuáles son las tendencias y proyecciones del turismo de eventos dentro de la ciudad? La Sostenibilidad, la parte de crecimiento económico turístico, productos innovadores. También de manera interna dar a conocer nuestros destinos</p>
<p>10. ¿Cuáles son las estrategias para posicionarse en el mercado de reuniones? .Hacer presencia en las ferias internacionales, hacer alianzas estratégicas para lograr mejoras en el posicionamiento dentro del mercado de reuniones, así mismo difundir estas actividades y la relación en sus actores</p>

Anexo 9 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones

PREFECTURA DEL GUAYAS

<p>1.- ¿Cómo se visualiza el turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil?</p> <p>El turismo de negocio es una oportunidad que tiene la ciudad, más aun con los reconocimientos obtenidos en estos 3 últimos años que perfila a Guayaquil a posicionarse en este segmento de mercado</p>
<p>2.- Existe infraestructura adecuada para la proyección de la ciudad como destino líder de viajes de negocios de Sudamérica?</p> <p>Este este aspecto aún la ciudad podemos decir que le hace falta infraestructura, talvez por eso no desarrollamos eventos de gran magnitud, en comparación a los destinos cercanos como Brasil, Colombia, Argentina e incluso Perú que viene trabajando bastante bien este segmento y que su planta turística es muy amplia</p>
<p>3.- ¿Quiénes son los involucrados en el turismo de eventos y convenciones?</p> <p>Realmente esta modalidad de turismo involucra a todos los sectores desde el sector publica hasta la privada que son llamados a trabajar en conjunto para el desarrollo de la ciudad, el sector público es llamado a generar las facilidades de planificación y gestión que se necesita para desarrollar el turismo de negocios, y el sector privado es llamado a generar la inversión en infraestructura y demás generando así fuentes de empleo en un destino</p>
<p>4.- ¿Cómo considera usted la articulación de los gestores del turismo de eventos y convenciones dentro de la ciudad de Guayaquil?</p> <p>Este punto es muy controversial porque se podido evidenciar que dentro de la ciudad de Guayaquil existe una pugna dentro del sector público en donde cada entidad trabaja de manera separa lo cual no es muy beneficioso para el desarrollo del turismo en la ciudad y del país, el sector privado en cambio se es que se mejor ha venido trabajando, tanto así que hoy vemos espacios como el centro de convenciones que tiene una planificación y organización generado por empresas privadas.</p>
<p>5.- Se Socializa entre los gestores los cronogramas de actividades de eventos, congresos y convenciones que se desarrollaran en la ciudad Guayaquil.</p> <p>A nivel de gestores si se comunican los de interés y relación de acuerdo a las competencias pero se podría acotar que la planificación de se desarrolla desde cada institución y se mucho más de manera interna y los que requieren la colaboración por otros entes se les da a conocer e invitarlos</p>
<p>6.- Cómo se considera la participación de las autoridades locales en las actividades a desarrollar para fortalecer el destino en turismo de eventos?</p> <p>Muy buena ya que las autoridades locales vienen desarrollando mecanismo de gestión para fortalecer este segmento de mercado.</p>
<p>7.- Existe una entidad que gestione la planificación de todas las actividades de turismo de eventos de la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Este es un tema que lo viene manejando desde el sector público el municipio de Guayaquil a través de la Empresa de Obras Públicas y Turismo, también conocemos que existe un buró del turismo de negocios en la ciudad</p>
<p>8.- Cuales son los factores a tomar en cuenta para la cadena de valor del Turismo de Eventos y Convenciones de la ciudad de Guayaquil</p> <p>Factores como la gestión pública, las inversión privada, las sedes que posee las ciudad cumple con los indicadores para realizar eventos de gran magnitud</p>
<p>9.- ¿Según usted cuáles son las tendencias y proyecciones del turismo de eventos dentro de la ciudad?</p> <p>Por los reconocimientos que ha obtenido la ciudad se considera que ya el turismo de negocio es una tendencia y que va a desarrollar mayor demanda si lo manejamos bien, eso nos llevara a realizar grande eventos y quien quita estar en el ranking de ciudades que desarrollan el turismo de negocio</p>
<p>10. ¿Cuáles son las estrategias para posicionarse en el mercado de reuniones?</p> <p>Considero que hay que aprender lo que han hecho los países vecinos en el desarrollo de este segmento, y mejorar lo que ya tenemos, de pronto nosotros haría falta un organismo que maneje la planificación tal como existe en Barcelona, Berlín u otros destinos que han apostado en esta modalidad de turismo</p>

Anexo 10 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones

BARCELÓ GROUP

<p>1.- ¿Cómo se visualiza el turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil? Como una idea innovadora que ya se encuentra posesionada en otros países del mundo, para nosotros en Ecuador recién está comenzando el involucramiento dentro de esta línea.</p>
<p>2.- Existe infraestructura adecuada para la proyección de la ciudad como destino líder de viajes de negocios de Sudamérica? Es limitada ya que solo identifico al Hotel Hilton y al Centro Convenciones como los lugares que más pueden acoger personas en este segmento del mercado</p>
<p>3.- ¿Quiénes son los involucrados en el turismo de eventos y convenciones? Muchos porque necesitan de la operatividades de muchas empleados, servicios, turismo para que el mismo evolucione.</p>
<p>4.- ¿Cómo considera usted la articulación de los gestores del turismo de eventos y convenciones dentro de la ciudad de Guayaquil? Realmente no encuentro una coordinación adecuada ya que existen entidades que trabajan de forma independiente y realmente no se conoce todo lo que sucede en la ciudad.</p>
<p>5.- Se Socializa entre los gestores los cronogramas de actividades de eventos, congresos y convenciones que se desarrollaran en la ciudad Guayaquil. No solo los que se realicen en nuestra cadena.</p>
<p>6.- Cómo se considera la participación de las autoridades locales en las actividades a desarrollar para fortalecer el destino en turismo de eventos? Débil porque hay evento donde no aparecen ni como auspiciantes a pesar de desarrollarse dentro de la ciudad o país.</p>
<p>7.- Existe una entidad que gestione la planificación de todas las actividades de turismo de eventos de la ciudad de Guayaquil. Desconozco totalmente ya que los medios de comunicación actuales no permiten ni conocer a nivel ciudad que hacen para este segmento del mercado, es independiente.</p>
<p>8.- ¿Cuáles son los factores a tomar en cuenta para la cadena de valor del Turismo de Eventos? Las autoridades, las empresas organizadoras, la infraestructura, comunidad y la promoción. Pero todas ellas deben estar integradas y relacionadas para generar el valor.</p>
<p>9.- ¿Según usted cuáles son las tendencias y proyecciones del turismo de eventos dentro de la ciudad? Continuar tratando de brindar los mayores servicios para que la empresa continúe posesionándose en el mercado de reúnes, así mismo igualmente siendo aliados de la autoridad local, gremios profesiones y asociaciones para que los mismos se interesen por realizar sus eventos. Así mismo la ciudad puede crecer si crea más sedes e involucra a la comunidad</p>
<p>10. ¿Cuáles son las estrategias para posicionarse en el mercado de reuniones? Promoción de las actividades que desarrolla la ciudad, para que los ciudadanos y visitantes puedan participar en ellas de forma permanente.</p>

Anexo 11 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones

COLEGIO DE PROFESIONALES DE TURISMO

<p>1.- ¿Cómo se visualiza el turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil? Engañoso dan estándares de posicionamiento, pero en la actualidad contamos ni con infraestructura ni servicios necesarios para la realización de evento de connotación realmente internacional que posicione o se identifique mundialmente para que este segmento del mercado se fortalezca.</p>
<p>2.- Existe infraestructura adecuada para la proyección de la ciudad como destino líder de viajes de negocios de Sudamérica? No como ya te lo mencione Colombia es un destino cercano que invirtió en infraestructura para comenzar a trabajar en el turismo de reuniones, nosotros solo contamos con un Centro de Convenciones acorde al mercado internacional.</p>
<p>3.- ¿Quiénes son los involucrados en el turismo de eventos y convenciones? Todos deberían estar involucrados, pero existe unos pocos que gestionan y realizan estas actividades.</p>
<p>4.- ¿Cómo considera usted la articulación de los gestores del turismo de eventos y convenciones dentro de la ciudad de Guayaquil? Terrible los gestores controlan el mercado de reuniones, la gobernanza no existe como ente rector y los eventos no tienen una importancia social, ni internacional.</p>
<p>5.- Se Socializa entre los gestores los cronogramas de actividades de eventos, congresos y convenciones que se desarrollaran en la ciudad Guayaquil. No existe, por lo cual no puede socializarse.</p>
<p>6.- ¿Cómo se considera la participación de las autoridades locales en las actividades a desarrollar para fortalecer el destino en turismo de eventos? Pésima las autoridades tienen una desarticulación para contribuir al destino, así como que no realizan por su parte actividades que promuevan el destino.</p>
<p>7.- Existe una entidad que gestione la planificación de todas las actividades de turismo de eventos de la ciudad de Guayaquil. No el encargado sería el Departamento de Turismo de la ciudad, pero el mismo está ligado más al civismo que esta actividad, Además el Buró de Convenciones se considera como una imagen mas no se ve operativo en la incursión de eventos y convenciones.</p>
<p>8.- ¿Cuáles son los factores a tomar en cuenta para la cadena de valor del Turismo de Eventos? Infraestructura, organizadoras, promotores, y actores.</p>
<p>9.- ¿Según usted cuáles son las tendencias y proyecciones del turismo de eventos dentro de la ciudad? Ninguna muestran una visión engañosa del destino, ya que si desearían trabajar en aquello pondrían mayor interés en considerar su cadena de valor y sus gestión desde sus autoridades máximas.</p>
<p>10. ¿Cuáles son las estrategias para posicionarse en el mercado de reuniones? Tener mayor infraestructura, mantener una agenda publicada todas las actividades, mayor difusión de los eventos, gobernanza involucrada de manera permanente, participación en eventos internacionales, realización de eventos que posicionen el destino</p>

Anexo 12 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones

EXPOGUAYAQUIL

<p>1.- ¿Cómo se visualiza el turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil? Como sector en crecimiento que fortalece la generación de empleo y la innovación de actividades.</p>
<p>2.- Existe infraestructura adecuada para la proyección de la ciudad como destino líder de viajes de negocios de Sudamérica? Por supuesto contamos con una infraestructura que podría asistir hasta 10.000 personas con diferentes habilidades, adapta a los requerimientos del clientes, así como una infraestructura hotelera interesante para el desarrollo del turismo de negocio.</p>
<p>3.- ¿Quiénes son los involucrados en el turismo de eventos y convenciones? en los sector económicos del país, interesados en crecer y desarrollar reuniones que reconozcan su importancia local y destaquen su participación con invitados internaciones.</p>
<p>4.- ¿Cómo considera usted la articulación de los gestores del turismo de eventos y convenciones dentro de la ciudad de Guayaquil? Muy buena contamos con más de 25 proveedores aliados, empresas que desarrollan actividades relacionadas a los eventos.</p>
<p>5.- Se Socializa entre los gestores los cronogramas de actividades de eventos, congresos y convenciones que se desarrollaran en la ciudad Guayaquil. En este aspecto aún se encuentra no claro en la ciudad ya que los promotores no encuentran una coordinación eficaz para dar conocer todas las actividades que realiza la ciudad.</p>
<p>6.- ¿Cómo se considera la participación de las autoridades locales en las actividades a desarrollar para fortalecer el destino en turismo de eventos? Presente en las diferentes actividades, pero no con una vinculación de todas en las reuniones que realiza la ciudad.</p>
<p>7.- Existe una entidad que gestione la planificación de todas las actividades de turismo de eventos de la ciudad de Guayaquil. El Buró de Convenciones y la Empresa Pública Municipal de turismo son las que realizan esta planificación.</p>
<p>8.- ¿Cuáles son los factores a tomar en cuenta para la cadena de valor del Turismo de ¿Eventos? La organización, la sede, los promotores, los servicios, el personal humano, las característica de los recursos de cómo se realiza, la promoción.</p>
<p>9.- ¿Según usted cuáles son las tendencias y proyecciones del turismo de eventos dentro de la ciudad? Crecer en el mercado para que la ciudad sea reconocida como líder de eventos, proponer nuevas y variados eventos que inviten al mercado internacional a desarrollar este tipo de actividades en el país.</p>
<p>10. ¿Cuáles son las estrategias para posicionarse en el mercado de reuniones? La promoción sin ella los turistas locales y extranjero no pueden asistir ni conocer las actividades en relaciones a la reuniones que se realizan.</p>

Anexo 13 Entrevista realizada a Representantes de la Cadena de Valor de Turismo de Eventos y Convenciones

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

<p>1.- ¿Cómo se visualiza el turismo de eventos en la ciudad de Guayaquil?</p> <p>El turismo de negocios se ha convertido como la carta de presentación del turismo de Guayaquil, hoy contamos con una programación anual de eventos de carácter nacional e internacional</p>
<p>2.- Existe infraestructura adecuada para la proyección de la ciudad como destino líder de viajes de negocios de Sudamérica?</p> <p>Si posee talvez nos falta aún tener una mayor planta hotelera que pueda recibir la demanda de un evento de gran magnitud en Guayaquil apenas llegamos a las 4000 plazas en hoteles de primera lo cual para nosotros es una desventaja con los países competidores</p>
<p>3.- ¿Quiénes son los involucrados en el turismo de eventos y convenciones?</p> <p>Pues hay varios actores las empresas privadas han generado un papel muy importante que ha llevado a consolidar el turismo de negocio, en este sector existe una cadena de actores que son participe en la consecución de cada evento que se realiza, con la participación de gremios de profesionales, productores, academias, proveedores, ellos generan esa fuente de recursos necesarios, además existe una participación del sector público que también se ha visto preocupado por este sector</p>
<p>4.- ¿Cómo considera usted la articulación de los gestores del turismo de eventos y convenciones dentro de la ciudad de Guayaquil?</p> <p>Al hablar de articulación es un punto muy importante que podemos decir que aún nos falta entre entidades más que todo del sector público ya que se ha identificado esas desigualdades que se vienen dando entre Municipio y Ministerio de Turismo, lo cual no sido muy favorable</p>
<p>5.- Se Socializa entre los gestores los cronogramas de actividades de eventos, congresos y convenciones que se desarrollaran en la ciudad Guayaquil.</p> <p>La socialización de los eventos es una actividad que se dan a conocer a través de las entidades involucradas en las actividades que puedan ser públicas o privadas</p>
<p>6.- Cómo se considera la participación de las autoridades locales en las actividades a desarrollar para fortalecer el destino en turismo de negocios?</p> <p>La participación de las autoridades es buena ya que, desde las participaciones de la Empresa Pública Municipal de Turismo, se encuentra en un trabajo constante de las actividades que se desarrollan en Guayaquil, y se ha trabajado en conjunto en la planificación de los diferentes eventos que se han llevado en la ciudad</p>
<p>7.- Existe una entidad que gestione la planificación de todas las actividades de turismo de negocio de la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Cada empresa de eventos posee una gestión de planificación de todas las actividades por lo cual de genera un cronograma de actividades pero es un iniciativa privada, además deberíamos de contar con un organismo público que genere más actividades en la ciudad</p>
<p>8.- Cuales son los factores a tomar en cuenta para la cadena de valor del Turismo de Eventos y Convenciones de la ciudad de Guayaquil</p> <p>En el desarrollo de las actividades de un turismo de negocios se pueden considerar varios aspectos; como desarrollar eventos de ata magnitud, copiar modelos de países vecinos será la mejor estrategias de aprender y de evitar errores que podríamos estar incurriendo</p>
<p>9.- ¿Según usted cuáles son las tendencias y proyecciones del turismo de negocios dentro de la ciudad?</p> <p>Para comenzar el turismo en el Ecuador ya es una tendencia y estas nuevas modalidades van generando nuevos desafíos al cual debemos estar preparados para enfrentar mercados internacional</p>
<p>10. ¿Cuáles son las estrategias para posicionarse en el mercado de reuniones?</p> <p>Las estrategias podrían ser muchas, pero hay que comenzar en conocer bien con que contamos no tenemos datos reales de la infraestructura hotelera, bares y restaurantes, espacios de diversión, entre otros, partiendo de allí podremos plantear estrategias que nos llevara a Guayaquil a ser líder de viajes y negocios</p>