



Universidad Tecnológica ECOTEC

Facultad de Turismo y Hotelería

Título del trabajo:

“Análisis de la operación de eventos y congresos en Guayaquil, a través de la realización de un evento masivo, en el año 2017.”

Línea de Investigación:

Turismo, Hospitalidad y Patrimonio

Modalidad de titulación:

Estudio de caso

Carrera:

Administración Hotelera

Título a obtener:

Ingeniera en Administración Hotelera

Autora:

Karol Vanessa Aldana Mesa

Tutor:

Mgs. Cesar Augusto Santana

Ecuador-Samborondón

2019

CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN FINAL

QUE EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:

ANÁLISIS DE LA OPERACIÓN DE EVENTOS Y CONGRESOS EN GUAYAQUIL, A TRAVÉS DE LA REALIZACIÓN DE UN EVENTO MASIVO, EN EL AÑO 2017

FUE REVISADO, SIENDO SU CONTENIDO ORIGINAL EN SU TOTALIDAD, ASÍ COMO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS QUE SE DICTAN EN EL INSTRUCTIVO, POR LO QUE SE AUTORIZA A:

ALDANA MESA KAROL VANESSA

QUE PROCEDA A SU PRESENTACIÓN.

Samborondón, 28 de octubre de 2019



CESAR AUGUSTO SANTANA MONCAYO, MGTR.

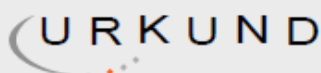
TUTOR

Tema: “Análisis de la operación de eventos y congresos en Guayaquil, a través de la realización de un evento masivo, en el año 2017”

Autor: ALDANA MESA KAROL VANESSA

Tutor: Lic. César Santana Moncayo, Mgtr. Octubre de 2019

Análisis URKUND: 4% de coincidencias



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS KAROL ALDANA (1).docx (D58003970)
Submitted: 31/10/2019 16:34:00
Submitted By: kvanessa0510@gmail.com
Significance: 4 %

Sources included in the report:

1487774087_FINAL PROYECTO INTEGRADOR (1).pdf (D25950973)
TT Valero Sánchez Jacob.doc (D35808239)
aviles Pamela v.docx (D48192151)
PROYECTO ANA PIZARRO 21-08 FINAL REVISADO.docx (D54943606)
<https://www.guayaquilesmidestino.com/es/guayaquil-ciudad-de-negocios>
<https://www.protocoloimep.com/articulos/tipos-de-eventos-segun-donald-getz/>
<https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018/>
<https://www2.unwto.org/es/press-release/2019-06-06/las-exportaciones-generadas-por-el-turismo-internacional-alcanzan-los-17-bi>
http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf

Instances where selected sources appear:

14



CÉSAR SANTANA MONCAYO, MGTR.

TUTOR

RESUMEN:

El presente estudio descriptivo, analiza el grado de preparación de la ciudad de Guayaquil para ofertar espacios relacionados con el MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions), considerando los hoteles de 2 a 4 estrellas y centros de convenciones o salones de eventos con los que cuenta la ciudad para este fin.

Basándose en la realización del evento CIL (Congreso Internacional de Liderazgo) a nivel Latinoamericano en el año 2017, la investigación describe las dificultades que se tuvieron al momento de su realización, desarrolla encuestas a los asistentes y entrevistas a los organizadores, los evalúa y, finalmente, analiza la preparación turística que ofrece la ciudad de Guayaquil. La investigación concluyó que, para los asistentes el evento fue un éxito, considerando Guayaquil como una ciudad muy turística de calidad al igual que sus organizadores a pesar de las dificultades internas para su realización.

Palabras Clave: MICE, Evento, Guayaquil.

ABSTRACT:

The present descriptive study, analyzes the degree of preparation of the city of Guayaquil to offer services related to MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions), considering the hotels from 2 to 4 stars and convention centers or event rooms that the city has for this purpose.

Based on the realization of an international event in Latin America in 2017, the research describes the difficulties that were encountered at the time of its realization, develops surveys of the attendees and interviews with the organizers, evaluates them and, finally, analyzes the tourist preparation offered the city of Guayaquil. The investigation concluded that, for the attendees the event was a success, considering Guayaquil as a very quality tourist city as well as its organizers despite internal difficulties for its realization.

KEYWORDS: MICE, Event, Guayaquil

Índice General

1. Introducción	9
1.1 Introducción	9
1.2 Planteamiento del Problema	12
1.3 Objetivos	13
1.4 Justificación	13
2. Desarrollo	15
2.1 Marco Teórico	15
2.2 Metodología	23
2.3 Análisis de resultados	25
3. Conclusiones y Recomendaciones	50
3.1 Conclusiones	50
3.2 Recomendaciones	51
4. Bibliografía	52
5. Anexos	53

Índice de Tablas

Tabla 1. Operalización de la idea a defender	24
Tabla 2 Información Personal.....	29
Tabla 3 Información Personal.....	30
Tabla 4 Viajes realizados por los asistentes al país	31
Tabla 5 Periodo de tiempo de viajes realizados.....	32
Tabla 6 Lugares visitados anteriormente	33
Tabla 7 Estadía en la ciudad de Guayaquil durante el evento	34
Tabla 8 Percepción acerca de Guayaquil	35
Tabla 9 Búsqueda en Internet	36
Tabla 10 Cualidades de Guayaquil.....	37
Tabla 11 Percepción económica de Guayaquil.....	38
Tabla 12 Aspectos Económicos.....	39
Tabla 13 Atención al Cliente en Guayaquil.....	40
Tabla 14 Hoteles.....	42
Tabla 15 Infraestructura	43
Tabla 16 Limpieza de los Hoteles.....	44
Tabla 17 Seguridad de los Hoteles.....	45
Tabla 18 Atención al cliente en los hoteles.....	46
Tabla 19 Servicio de Alimentos y Bebidas.....	47

Índice de Figuras

Figura 1. Resultado de los países que asistieron al evento	29
Figura 2. Resultado del rango de edades de los asistentes	30
Figura 3. Resultado de viajes realizados.....	31
Figura 4. Resultado de periodos de tiempo.....	32
Figura 5. Resultado de lugares visitados por los asistentes anteriormente	33
Figura 6. Resultado de tiempo de estadía durante en el evento	34
Figura 7. Resultado de percepción acerca de Guayaquil.....	35
Figura 8. Resultado de búsquedas en internet acerca de la ciudad	36
Figura 9. Resultado de cualidades de Guayaquil	37
Figura 10. Resultado de percepción económica de Guayaquil	38
Figura 11. Resultado aspectos económicos considerados costosos	39
Figura 12. Resultado de atención al cliente en Guayaquil	40

Figura 13. Resultado Hoteles donde se alojaron los asistentes al evento -----	42
Figura 14. Resultado de percepción de la infraestructura -----	43
Figura 15. Resultado de la limpieza en los hoteles-----	44

Índice de Anexos

Anexo A. Entrevistas	53
Anexo B. Cotizaciones de Hoteles.....	57
Anexo C. Cotización del Centro de Convenciones y Proveedor de Sonido.....	61
Anexo D. Fotos del Evento	63

1. Introducción

1.1 Introducción

Gracias a la evolución y a la globalización que va en continuo aumento, hoy día se hace más visible la crisis económica por la que los países pasan actualmente. Crece la necesidad por inyectar más capital al país, por tener una mejor rentabilidad, sostenibilidad económica y social. En este escenario, el turismo ha empezado a jugar un papel muy importante como factor de crecimiento económico, garantizando una obtención máxima de ganancias.

El turismo y el hotelaría son una industria que aportan y fortalecen en gran manera la economía de un país, impulsa el empleo, educación, crecimiento industrial, innovación etc..... “Más que crecer en volumen debemos crecer en valor. Se comprobó que tanto las economías avanzadas como las emergentes, en todo el mundo, se están beneficiando del incremento de los niveles de ingresos del turismo, afirmó el Secretario General de la OMT, Zurab Pololikashvili.” (Organización Mundial De Turismo, 2019)

En el 2018 sector turístico aumentó un 11% en el ingreso de extranjeros al país. “En 2018 la balanza turística creció con relación al 2017 y, reflejó un saldo positivo de los ingresos frente a los egresos por 1.332,3 millones de dólares, según los datos obtenidos de la Balanza de Pagos del Central del Ecuador...Además, el turismo aportó a la economía ecuatoriana con 2,392 millones de dólares, lo que lo mantienen como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón.” (Ministerio de Turismo, 2019)

Este crecimiento económico que ha tenido el país, se debe a que además de impulsar los productos como banano, camarón, cacao, atún etc., está impulsando también un tipo de turismo que ha estado tomando fuerza en los últimos años, el Turismo de Reuniones O MICE.

“La actividad relacionada con las Reuniones, de las que Congresos y Ferias constituyen sus máximos exponentes, se ha convertido en un motor económico de primer orden para el desarrollo de muchos enclaves urbanos con vocación turística.

Este Turismo no solo reactiva destinos por su carácter desestacionalizador, sino que además demanda servicios de gama alta, aportando un indiscutible y elevado gasto medio por visitante.” (PREDIF, 2008)

Por esta razón, el Turismo de Reuniones se ha convertido en un objetivo clave para Ecuador, ya que al año se realizan numerosos eventos de cualquier tipo, religiosos, educativos, gubernamentales, artísticos, lo cual lleva a que se dé una gran movilización tanto nacional como internacional. Esto lleva a realizar una logística de alto nivel, donde estén implicados el alojamiento, transporte, seguridad, alimentación y mucho más.

Cada uno de los aspectos indicados en el párrafo anterior, forman parte de un sector del país que ayuda a su crecimiento económico. Por eso, ha resultado muy atractivo e importante el Turismo de Reuniones, ya que través de este, se manejan varios aspectos de la economía en una forma más directa.

Este crecimiento económico y turístico que ha venido teniendo el país, lleva consigo la gran responsabilidad de ofrecer una mejor calidad de vida a través de la oferta de empleos, por medio de la constante inversión en innovación, tecnología y educación, logrando sacar el mayor provecho que puede dar el sector turístico, a medida que se mitigan los efectos causados al medio ambiente y la sociedad, mediante una mejor gestión y organización en el sector turístico.

Gracias a los ingresos económicos y ayuda social que el turismo ha aportado al país, Ecuador cada vez más se proyecta a incrementar estos indicadores, no solo para mejoras de estos sectores sino también la calidad social de su país, por lo que cada ciudad vive en un constante cambio, mejorando sistemas de transporte, infraestructura, potenciando sus lugares turísticos entre otros.

Guayaquil es una ciudad que ha venido creciendo en este aspecto, mejorando cada día sus infraestructuras e implementando nuevos planes de atracción para todo tipo de turismo, sea de ocio, negocios, cultural etc.

En lo particular el Turismo de Eventos y Convenciones ha crecido en la ciudad, ya que cada día son más las empresas que vienen y pernoctan para la realización de algún negocio o evento, sea nacional o internacional.

Guayaquil ha sido galardonado por tercer año consecutivo, recibiendo el premio a mejor Ciudad de Viajes de Negocios y por segundo año consecutivo como mejor ciudad como Destino Líder en Eventos y Festivales. (Award, 2019)

Además de los premios obtenidos, “La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), aceptó incorporarse a Guayaquil, junto a su Empresa de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales con su Buró de Convenciones. Esto le permitirá a la ciudad seguir promocionándose como un Destino Internacional de Negocios.....Desde el pasado 20 de mayo la E.P. de Turismo, liderada por la Señora Gloria Gallardo Zavala, se suma a la ICCA, lo cual representa una gran ventaja para la ciudad, poniéndola en la mira de miles de empresas para que Guayaquil sea sede de sus eventos y convenciones. Según datos de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), el turismo de convenciones y congresos es de gran interés para Guayaquil, pues genera cinco veces más ingresos que el turismo de ocio y placer.” (Alcaldía de Guayaquil , 2019)

Esta nueva inclusión es muy importante para la ciudad, además de ayudar a incrementar gastos, también brinda seguridad social y política a los otros países e inversionistas.

El objetivo del presente trabajo es analizar las características de la ciudad como destino de eventos y convenciones, a través del estudio de una actividad realizada en el 2017.

1.2 Planteamiento del Problema

En el 2017, Guayaquil recibió su primer premio como mejor Destino Líder de Eventos y Festivales. En agosto del mismo año, se llevó a cabo el evento CIL (Congreso Internacional de Liderazgo) a nivel latinoamericano en la ciudad de Guayaquil, Organizado por la entidad religiosa Iglesia de Dios de la Profecía, con una asistencia 800 personas entre nacionales y extranjeros. Para la realización de este evento, se necesitaba un hotel con la capacidad de brindar hospedaje a Max 400 personas y un salón de eventos para las conferencias con capacidad de 800 a 1000 personas.

Guayaquil no mostró una facilidad para el evento que se requería realizar. En cuanto al hospedaje, ninguno de los hoteles cotizados (Hotel Hilton Colon, Hotel Sheraton, Hotel Sonesta, Royal Decameron Resort, Hotel Oro verde, Hotel Barceló en salinas entre otros.) no brindaron la facilidad para realizar todo el evento dentro del mismo. Dentro planes corporativos no ofrecían un solo paquete, por lo que, la cotización en cuanto alojamiento y el salón de eventos debían hacerse por separado y por último la atención al cliente no fue la mejor, se vio la falta de amabilidad e interés, lo que llevo a que el evento tuviera que realizarse en lugares separados, sin enumerar los problemas internos que se tuvieron.

Para tener una mayor mejoría en el sector turístico, hacen falta hoteles, sea dentro o fuera de la ciudad, que tengan la capacidad para más de 500 personas, la creación de nuevas estrategias de negociación con el cliente, lugares con una mayor variedad de comida y como punto muy importante, la mejoría en la atención al cliente.

La pregunta de investigación será: ¿Guayaquil está preparada para ofertar espacios relacionados con el MICE, considerando los hoteles de 2 a 4 estrellas y centros de convenciones o salones de eventos con los que cuenta la ciudad para este fin?

1.3 Objetivos

Objetivo General

Analizar el grado de preparación de la ciudad de Guayaquil para ofertar espacios relacionados con el MICE, considerando los hoteles 2 a 4 estrellas y centros de convenciones o salones de eventos con los que cuenta la ciudad para este fin.

Objetivos Específicos

- Conceptualizar el turismo MICE y sus implicaciones en el desarrollo turístico de los lugares donde se realiza.
- Describir la situación actual del sector hotelero de 2 a 4 estrellas, y de salones de eventos en Guayaquil, incluyendo el Centro de Convenciones de la ciudad.
- Conocer las opiniones de los turistas, mediante la tabulación de encuestas realizadas durante el evento, en el año 2017.
- Describir las mejoras que se podrían implementar para mejorar el servicio de eventos y convenciones en la ciudad de Guayaquil.

1.4 Justificación

La investigación es una necesidad de mucha importancia ya que a través de esta se llega a conocer percepciones, necesidades, evaluar comportamientos, analizar competencias en el mercado, en simples palabras, ayuda a conocer el estado actual de una sociedad.

En el sector turístico, es una obligación según la Ley de Turismo en el Art. 4 sección C Es "Proteger al turista y fomentar la conciencia turística" (Ministerio de turismo , 2002) donde a través de la investigación se puede cumplir el objetivo de este artículo.

El estudio de organización de eventos, sean empresariales o masivos, es relativamente reciente. En España, por ejemplo, "...las publicaciones académicas son escasas y las líneas de investigación relacionadas con dicha disciplina giran, principalmente, en torno al protocolo y el ceremonial." (Campos García de Quevedo,

2013), siendo también, los eventos, herramientas eficaces para el marketing y la promoción.

Por otro lado, las ciudades deben ser fortalecidas con planes y estrategias de marketing, para que puedan ser reconocidas como un producto o “mercancía”, un producto que

“...debe ser vendido en aquellos mercados en los cuales tiene opciones, es decir, en donde puede ofrecer ventajas comparativas, en términos de infraestructuras, de telecomunicaciones, de costos de instalación, atractivos turísticos o de oferta cultural y de entretenimiento” (Duque Franco, 2011).

Por tanto, se hace necesario realizar investigaciones que permitan una descripción de las ciudades como sitios donde los eventos masivos, que se relacionan con el marketing urbano, se puedan realizar sin mayores inconvenientes.

Actualmente, Guayaquil es una ciudad que está creciendo con gran fuerza no solo a nivel social, económico y político sino también turísticamente. Es una ciudad que está empleando nuevas estrategias para captar más inversión hotelera e incrementar su turismo.

Según la ley de turismo Art. 3 literal C, el fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la satisfacción de los turistas. (TURISMO, 2014), lo cual hace necesario identificar cuáles son los puntos fuertes y débiles que la ciudad tiene para mejorar su crecimiento.

Con este estudio se logrará obtener, en primer lugar, un mejor panorama de la realidad de Guayaquil; En segundo lograr, un mayor conocimiento acerca de las necesidades y expectativas de los turistas o clientes a la hora de visitar, pernoctar y realizar un evento en Guayaquil.

2. Desarrollo

2.1 Marco Teórico

2.1.1 TURISMO DE REUNIONES O MICE

Para poder entender la organización de un evento, es necesario conocer de dónde parte y la importancia que tiene dentro del turismo y el hotelería, por eso, en primer lugar, es necesario preguntarnos ¿Qué es el MICE o Turismo de Reuniones?

Para partir del concepto de Turismo de Reuniones, se debe empezar por el significado de que es Reunión. “Según la definición de la OMT, Reed Travel Exhibitions, ICCA y MPI “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. El término “Reunión” y su descripción recién señalada, se aplicaban a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado. Estas reuniones constan de convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, incentivos, reuniones empresariales y de negocios y otras reuniones que cumplen los criterios mencionados”, (Organización Mundial del Turismo, 2014)

Por otro lado, existe también el término Industria de Reuniones, “ A fin de subrayar los motivos pertinentes a la industria de las reuniones, la categoría de negocios y motivos profesionales podría dividirse en “asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones” y en “otros negocios y motivos profesionales, La *Industria de Reuniones* es el término preferido por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), por Meeting Professional International (MPI) y por Reed Travel en lugar del acrónimo *MICE* (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) que no reconoce el carácter industrial de las mismas.” (Organización Mundial del Turismo, s.f.)

La OMT clasifica 5 tipos de reuniones dentro del Turismo de Negocios:

1. **CONVENCIONES Y REUNIONES CORPORATIVAS O DE NEGOCIOS:** Reuniones que se dan de manera grupal o empresarial, mayormente patrocinada por la empresa organizadora, los asistentes hacen parte de la misma o tienen alguna extensión con esta, donde su asistencia es obligatoria.
2. **CONGRESOS DE ASOCIACIONES:** Son actividades no orientadas al negocio, si no al intercambio de ideas con respecto un tema de cualquier índole, tiene la duración de más de 2 días y puede realizarse varias veces al año.
3. **FERIAS Y EXPOSICIONES COMERCIALES:** Evento social y comercial, donde se busca dar a conocer productos, servicios, labores de relaciones públicas etc.
4. **VIAJES DE INCENTIVO:** Viajes que realizan las empresas para reconocer el buen desempeño de sus trabajadores, el logro de metas alcanzadas, ya se de ventas o productividad.
5. **OTRAS REUNIONES:** Tienen una duración de más de 4 horas, con al menos 10 personas, donde se llevan a cabo actividades sociales, recreativas, educativas entre otros.

Teniendo claro estas definiciones, el Turismo de Reuniones no solo abarca un tipo de evento o un sector en particular, si no todo un abanico de eventos o reuniones para todos los sectores de la sociedad, sea gubernamental, deportivo, educativo, artístico, social, entre otros.

En la actualidad, son más los países que se suman al interés por aumentar su demanda en el Turismo de Reuniones, ya que presentan características particulares que lo hace único frente a los demás tipos de turismo:

1. La realización de congresos, reuniones, ferias etc. actividades realizadas por diferentes entidades tanto extranjeras como nacionales, se llevan a cabo durante todo el año, es decir, hay una constante realización de estas actividades lo cual genera un alto índice de turismo para el país.
2. No solo involucra a la entidad organizadora, sino también a las agencias de viajes, empresas de transporte, hoteles, restaurantes etc. para su realización.

3. El destino es clave fundamental en este tipo de turismo, el éxito del evento dependerá de este.
4. Genera altos niveles de inversión en infraestructura, capacitación, promoción, tecnología, economía, factores que ayudan a que el país o ciudad sea un atractivo ante otros países y ayudan a la calidad de vida.

Dentro del Turismo de Reuniones o MICE existen 5 elementos fundamentales para el sostenimiento y crecimiento de este tipo de turismo:

1. **HOTELERIA:** Este sector es el más importante de todos, mayormente los eventos se realizan en los hoteles ya que además de ofrecer el alojamiento, ofrecen sus instalaciones, espacios y salones para todo tipo de evento, donde a su vez estos están equipados con la tecnología necesaria para toda clase de actividad.

Este sector, es el mayor proveedor y beneficiario para el turismo de reuniones, ya que la realización de estas actividades durante todo el año, representa un gran porcentaje en su ocupación aun en temporadas bajas; los asistentes al evento son clientes potenciales, los cuales traerán actividades adicionales convirtiéndose en clientes fidelizados.

2. **TRANSPORTE:** Este sector lo componen las agencias de viajes y compañías de transporte, que ayuden a la movilización del viajero de negocios, tanto dentro o fuera del país durante el evento. Es importante que el destino elegido, brinde la facilidad de movilización y seguridad ya que son varios los recorridos que el viajero hará para llegar de un punto a otro.
3. **ATRACCIONES:** Cada destino tiene lugares turísticos que lo hacen atractivo para los visitantes, como museos, parques, playas, zoológicos, casinos etc., los cuales son visitados por estos en sus momentos libres. Esto ayuda a tener un mayor conocimiento cultural e histórico del país o ciudad, y ayuda a que el visitante pueda regresar en una próxima ocasión sea por ocio o por negocios.
4. **INFRAESTRUCTURA:** Es importante que el destino elegido, tenga excelentes infraestructuras y con las normas internacionales correctas por

parte de los proveedores, ya que esto genera seguridad al turista y resultara ser más atractivo a la hora de realizar un próximo evento.

5. UBICACIÓN: Parte desde la ubicación del destino que se eligió hasta la ubicación de los hoteles, centro de convenciones etc., por eso, es importante tener en cuenta las cercanías de los lugares para que el turista pueda aprovechar más el tiempo y disfrutar del evento.

En el MICE, están integrados estos 5 elementos que son fundamentales para el crecimiento de un país, sea dentro del ámbito turístico o no. Como se mencionaba anteriormente, cada día son más los países que se enfocan en aumentar la demanda de este tipo de turismo, ya que los beneficios que se obtienen no son solo para el sector turístico.

El impacto económico que se da con este turismo es de gran significancia, ya que, por un lado, la mayoría de las empresas organizadoras corren con la totalidad de los gastos del evento, por lo que el turista destina su dinero a servicios adicionales como restaurantes, visitas a museos, parques etc. Por otro lado, la realización y el éxito de los eventos ayuda a mejorar la imagen y pensamiento frente a otros países, mostrando la viabilidad que brinda el país para un evento masivo, esto ayudará a que la inversión extranjera aumente en el país, exigirá al gobierno en invertir más en infraestructuras, en educación, etc., lo cual al realizar todas estas constantes mejoras incrementará el empleo y mejorará la calidad de vida de las personas.

“La Industria de Reuniones ha alcanzado su madurez, posicionándose en el núcleo del turismo como uno de los principales motores de desarrollo del sector y como un importante generador de ingresos, empleo e inversión.” (Rifa, 2014)

2.1.2 EVENTO

El concepto de Evento, es una definición que va cambiando con el tiempo gracias a diversos estudios y maneras de realización.

Según Donald Getz, uno de los mayores expositores a nivel internacional “Los eventos son fenómenos temporales confinados a lugares específicos, con un programa y una agenda previamente planeada.” (Getz, 2016)

Otra definición dada por los autores, autores del libro *Successful Event Management: A Practical Hándbol* “Los eventos son aquellos fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizativos establecidos de forma separada a la actividad normal diaria, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o generar experiencias en un grupo de personas. (Anton Shone, 2010)

Existen dos tipos de eventos:

1) **EVENTOS EXTERNOS:** Va dirigido al mercado o población meta al que la empresa desea llegar según sus necesidades, dentro de este grupo se encuentran los clientes reales y potenciales, distribuidores, proveedores entre otros. Esta categoría está conformada por los siguientes eventos:

- A. Lanzamiento de un Nuevo Producto
- B. Activaciones de Marca
- C. Promociones
- D. Patrocinios
- E. Actividades Académicas
 - Congresos
 - Seminario
 - Convención

2. **EVENTOS INTERNOS:** Se realiza dentro de la empresa con diferentes motivos:

- A. Bienestar Personal
- B. Integración Fusionada
- C. Direccionamiento y Planificación de Actividades.

Existen diversos estudios y consejos acerca de cómo se debe llevar acabo la planeación de un evento, los cuales requieren de mucha preparación, dedicación y cuidado, por lo que es necesario tener en cuenta los siguientes consejos a la hora de realizar un evento:

- **PROPOSITO DEL EVENTO:** Es el ¿Por Qué? del evento. Es importante tener claro con qué fin se quiere realizar, para quien se hará, que beneficios

se obtendrán y se deben trazar objetivos que ayudaran en el proceso de planeación.

- **PRESUPUESTO:** Se enfoca en el valor que el evento o reunión va a generar en el retorno de inversión, de manera clara para continuación de futuros eventos. El equipo organizativo, debe trabajar de la mano con el equipo de finanzas para realizar los debidos procesos financieros y obtener el retorno que se quiere.
- **TIEMPO Y LOCALIZACION DEL EVENTO:** Cuando y como el evento tendrá lugar es muy importante. Saber elegir el día, mes, año, temporada del año, saber otros eventos se llevarán a cabo, las facilidades que el país/ciudad de en cuanto alojamiento, transporte, alimentación, seguridad, entre otros. Todos estos factores ayudaran a obtener éxito y generar un mayor impacto.
- **TECNOLOGIA:** Disponer de la mejor tecnología para la realización, promoción del evento y, sobre todo, tener una conectividad directa y sencilla con los asistentes.
- **SEGURIDAD:** Planificar la seguridad de los asistentes, a través de la seguridad física del lugar y cibernética que genere daños y molestias a los asistentes.

Para su planeación y organización se realizan los siguientes pasos:

1. **ACTORES IMPLICADOS:** Está conformada por el ente organizador y su equipo organizativo (jefe, secretaria, comité de organización, comité de finanzas, ponentes, entre otros). Se encargarán de:
 - Creación del Concepto: La idea que apoyará el mensaje que se querrá transmitir a los asistentes.
 - Desarrollo de la Propuesta: Que se hará, como, cuando, donde, que elementos se utilizaran entre otro.
 - Presupuesto: Se considera el monto económico de realización, si el evento generara ganancias o no a largo o corto plazo, a través de patrocinios, pagos de inscripción etc.

- Elección y Negociación de Proveedores: Proveerán recursos necesarios para el evento, por eso es necesario que sean de confianza o que estén bien recomendados.
- Visita de Inspección: Se debe hacer un reconocimiento del lugar donde se hará el evento, revisar espacio y condiciones.
- Planeación de Promoción y Publicidad: Estrategias para dar a conocer el lugar, a través de medios de comunicación, redes sociales etc.

2. ELECCIÓN DE ESPACIO

➤ SELECCIÓN DEL PAÍS O CIUDAD

- Disponibilidad de Recinto: Tipos de salones, capacidad ya que hay eventos que van de 20 a 1000 personas etc., disponibilidad.
 - Según dimensión y tamaño del evento
 - Condiciones generales del recinto
 - Según condición de contrato
- Capacidad Hotelera: Tipos de hoteles, ubicación, capacidad, disponibilidad, precios.
- Medios de Transporte: Accesibilidad terrestre, aérea, acuática.
- Tecnología y Comunicaciones: Medios de comunicación y una red de wifi confiable y potente.

➤ TIPOS DE RECINTO

- Salones de Eventos o Centros de Convenciones: Son los más utilizados a la hora de realizar eventos masivos, ya que tiene la capacidad de albergar un gran número de participantes en su auditorio, tienen la facilidad de realizar eventos simultáneos. Así como tiene ventajas también tiene desventajas, dos de ellas son: el precio y la obligación de contratación de sus proveedores.
- Recintos Feriales: Ofrecen exposiciones y eventos feriales, con todos los servicios para su realización y celebración.
- Hoteles: Por lo general son utilizados para realizar eventos pequeños. En este, los asistentes se hospedan y asisten al

evento en un mismo lugar, teniendo acceso en su mayoría áreas recreativas del hotel.

Según *El Reglamento de alojamiento turístico de Ecuador* en el capítulo II, Art. 2, (Ministerio de Turismo, 2016) los establecimientos hoteleros se clasifican de la siguiente manera:

- Hotel (H)
- Hostal (HS)
- Hostería (HT)
- Hacienda Turística (HA)
- Lodge (L)
- Resort (RS)
- Refugio (RF)
- Campamento Turístico (CT)
- Casa de Huéspedes (CH)

A su vez estos están categorizados de la siguiente manera Según el Art.13 del reglamento mencionado anteriormente (Ministerio de Turismo, 2016)

- Hotel :2 estrellas a 5 estrellas
- Hostal: 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería - Hacienda Turística: 3 estrellas a 5 estrellas
- Lodge Resort: 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio: Categoría única
- Campamento turístico: Categoría única
- Casa de huéspedes: Categoría única

3. MONTAJE DEL EVENTO: Es importante empezar con el montaje del evento uno o dos días antes del evento, ayudara a evitar errores, optimizara tiempo y se podrán añadir o mejorar detalles.
4. ENSAYO DEL EVENTO: Es necesario hacer un ensayo un 1 antes para visualizar el evento, en particular con el montaje de sonido, que todo funcione y este perfectamente ensamblado.

5. RECEPCIÓN DE ASISTENTES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Es muy importante recibir a los invitados de la mejor manera posible, de forma amable y con aperitivos de bienvenida en lo posible
6. EJECUCIÓN DEL EVENTO: Es el día de apertura, los organizadores deberán estar con calma para enfrentar cualquier dificultad que se presente.
7. DESMONTAJE
8. CIERRE Y ANÁLISIS.

2.2 Metodología

Método de investigación

Se usará un Análisis Descriptivo, ya que se busca detallar de manera clara y específica aquellas características, aciertos y debilidades que Guayaquil posee y se podrían mejorar.

Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación es tanto cualitativo como cuantitativo, ya que se plantea describir las cualidades turísticas que la ciudad de Guayaquil posee, con base a tablas de calificación, las cuales se cuantificarán para así proveer una evaluación numérica y un análisis del enfoque.

Idea a defender

Analizando la Operación de eventos y congresos en Guayaquil se podrá deducir las mejoras a implementar para brindar un mejor servicio de eventos y congresos en la ciudad para los turistas.

- Variables Independientes: Cualidades y debilidades de los hoteles y centros de convenciones de la ciudad.
- Variable Dependiente: Eventos masivos en Guayaquil

Tabla 1. Operalización de la idea a defender

OPERACIONALIZACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER			
Variables	Conceptualización práctica	Indicadores	Herramientas
<i>cualidades y debilidades de los hoteles y centros de convenciones de la ciudad.</i> <i>(Variable Independiente)</i>	Las instalaciones turísticas son “todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas”, (Boullón, 2006) en este caso las de los hoteles y salones de conferencias de la ciudad de Guayaquil.	- capacidad en los hoteles en alojamiento y salones de conferencia -capacidad de centros de convenciones -Cualidades y defectos	-cotizaciones. -encuestas a turista
<i>Eventos masivos</i> <i>(Variable dependiente)</i>	“los eventos son fenómenos temporales confinados a lugares específicos, con un programa y una agenda previamente planeada” (Getz, 2016)	logística del evento	-observación de campo

Fuente: Datos del estudio; Boullón, 2006 y, Getz 2016.

Técnica de investigación

La investigación es un trabajo de campo, se realizó durante el periodo 15 de enero 2017 – 8 de agosto 2017 y se evidenciará mediante encuestas, entrevistas y cotizaciones cumpliendo con los objetivos trazados. Fuera del marco teórico y la revisión de literatura, el estudio es mayormente in situ.

Diseño de la investigación a efectuar

Al observar el comportamiento natural del fenómeno el diseño de la investigación se considera “no experimental”.

Herramientas y técnicas de recolección de datos

Las herramientas que se usarán:

- Observación de Campo e Investigación Documental del congreso realizado a fin de obtener información previa que facilite el análisis: Cotizaciones de salones de eventos, cotizaciones de hoteles, encuestas de satisfacción a los asistentes y entrevistas a los organizadores.
- Fichas de Observación: Fotografías que evidencian la realización y acomodación del evento.

Área de estudio

El estudio se realizará en la ciudad de Guayaquil al ser el objeto de estudio. las ubicaciones precisas serán el centro de convenciones de Guayaquil como lugar donde se llevó a cabo el congreso y los hoteles Tropical Inn, Hotel Presidentes Int Hotel Greenfield por el lado de alojamiento.

2.3 Análisis de Resultados

2.3.1 Encuesta

Para el análisis de este estudio de caso, se realizaron encuestas a los asistentes del evento, con el fin conocer sus necesidades y percepciones acerca del evento y de la ciudad de Guayaquil.

Para la encuesta, se elaboraron 15 preguntas, dentro de las cuales se investigaron los siguientes puntos:

- Información Personal
- Conocimiento del País
- Características de Guayaquil
- Atención al Cliente
- Hoteles y sus características

2.3.2 Entrevista

Para la evaluación de los organizadores, se realizó la observación de campo del evento, visitas a los hoteles y salones de eventos, y entrevistas a los dos dirigentes de la entidad, las cuales se encuentran anexadas al final de este proyecto.

Para este análisis se deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- Los requerimientos mínimos establecidos por los organizadores para la elección del hotel y salón de eventos son:
 - Como prioridad buscan que el evento pueda realizarse en el mismo lugar del alojamiento.
 - Los hoteles:
 - Deben tener una capacidad a Max 400 para el alojamiento.
 - Ofrecer el servicio de alimentación para todo el grupo.
 - Un salón de eventos entre 800 a 1000 personas.
 - Como opcional, zonas recreativas (piscina, áreas verdes, etc.)
 - Salón de eventos:
 - Capacidad entre 800 a 1000 personas
 - Buena presentación física
 - Prestación de sonido básico

- Anteriormente, en los países donde se realizó este evento (Colombia, Chile, y Brasil.) el dirigente pudo obtener un paquete corporativo que incluía alojamiento y salón de eventos a un solo precio; Sin embargo, aunque en Ecuador no fue posible esta negociación con los hoteles, pudieron contratar tres hoteles (Hotel Tropical Inn, Hotel presidente Int, Hotel Greenfield). A su vez, la entidad realizó la búsqueda y cotización de otros hoteles cercanos o asequibles para los asistentes en caso de no poder hospedarse en los ya contratados.

- Dentro de la contratación de hoteles se incluyó los tres tipos de comidas, además, se permitió el servicio de cafetería del Hotel Unipark dentro del evento en los tiempos de receso, donde cada compra corría por cuenta propia del asistente.

2.3.3 Población Meta

1. Elemento: Personas con edad de 18 años en adelante, de nacionalidad extranjera, asistentes al evento CIL Ecuador 2017.
2. Unidad de Muestreo: Evento CIL Ecuador 2017
3. Extensión: Guayaquil
4. Tiempo: 5 agosto 2017

2.3.4 Muestra

Total de población internacional asistente al evento: 400

Formula de población finita: $Z^2 * P * Q * N / E^2 (N-1) + Z^2 * P * Q$

N: Población Total

P: Probabilidad de éxito

Q: Probabilidad de fracaso

Z: Nivel de confianza

E: Erros Muestral

n: Tamaño de la Muestra

N: 400

P: 80%

Q: 20%

Z: 95% (1.96)

E: 5%

n: ?

$$n = (1.96)^2 * (0.80) (0.20) (400) / (0.05)^2 (400-1) + (0.80) (0.20)$$

n=152

La muestra es de 152, pero, al momento de realizar las encuestas, la cantidad total recolectada fue de 170, por lo que se decidió unir las 18 encuestas de diferencia para tener un mayor seguridad y éxito en el cumplimiento de los objetivos trazados.

Dentro de la muestra, no fue considerada la población ecuatoriana, ya que la entidad esta ubicada principalmente en Guayaquil y uno de los objetivos era solo conocer la percepción de las personas de afuera del país.

En los siguientes gráficos, del resultado final de las encuestas realizadas, se encuentran incluidos los porcentajes, pero, debido a que el porcentaje es pequeño no se puede visualizar en alguno de los gráficos.

Tabla 2 Información Personal

Nacionalidad

Etiquetas de Fila	Cuenta de Nacionalidad	Cuenta de Nacionalidad2
Argentina	23	14%
Brazil	13	8%
Canadá	3	2%
Chile	16	9%
Colombia	19	11%
España	1	1%
Estados Unidos	14	8%
Guatemala	1	1%
Jamaica	2	1%
Paraguay	3	2%
Perú	71	42%
República Dominicana	1	1%
Uruguay	3	2%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

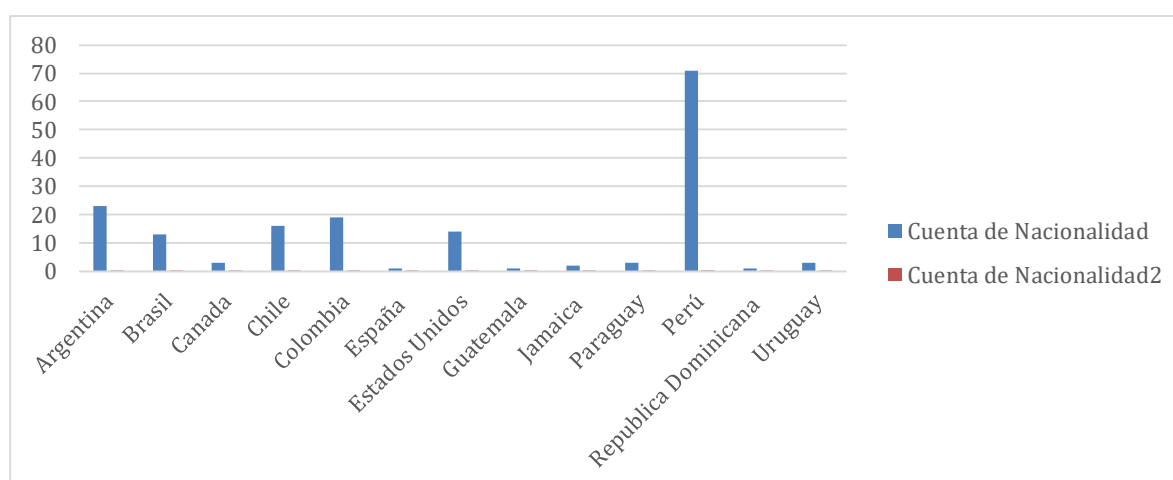


Figura 1. Resultado de los países que asistieron al evento

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

En este grafico se puede ver que el 42% de los asistentes fueron de Perú, Argentina con un 14% y Colombia con 11%. El único país que no estuvo presente fue Venezuela debió a la crisis política por la que se estaba pasando y que actualmente continua.

Tabla 3 Información Personal

Edad

Etiquetas de Fila	Cuenta de Edad	Cuenta de Edad2
18-25	21	12%
26-35	27	16%
36-46	49	29%
47 En Adelante	73	43%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

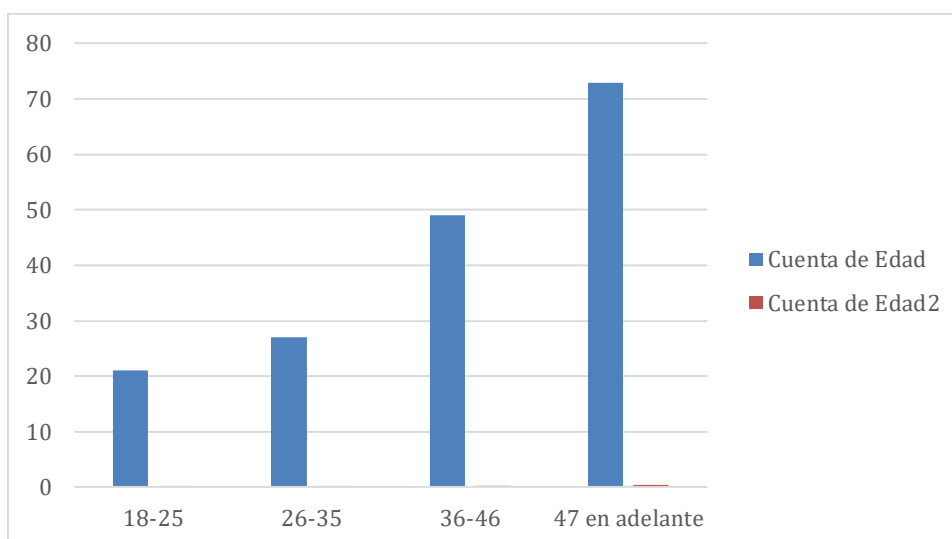


Figura 2. Resultado del rango de edades de los asistentes

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

En este gráfico podemos darnos cuenta que el 43% de la población encuestada tienen de 47 años en adelante.

Aunque es baja su participación, es interesante ver la participación de personas entre 18 a 25 años, lo cual abre una oportunidad de mejora para el evento.

Tabla 4 Viajes realizados por los asistentes al país

¿Ha viajado antes a Ecuador?

Etiquetas de Fila	Cuenta de Viajes	Cuenta de Viajes 2
No	122	72%
Si	48	28%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

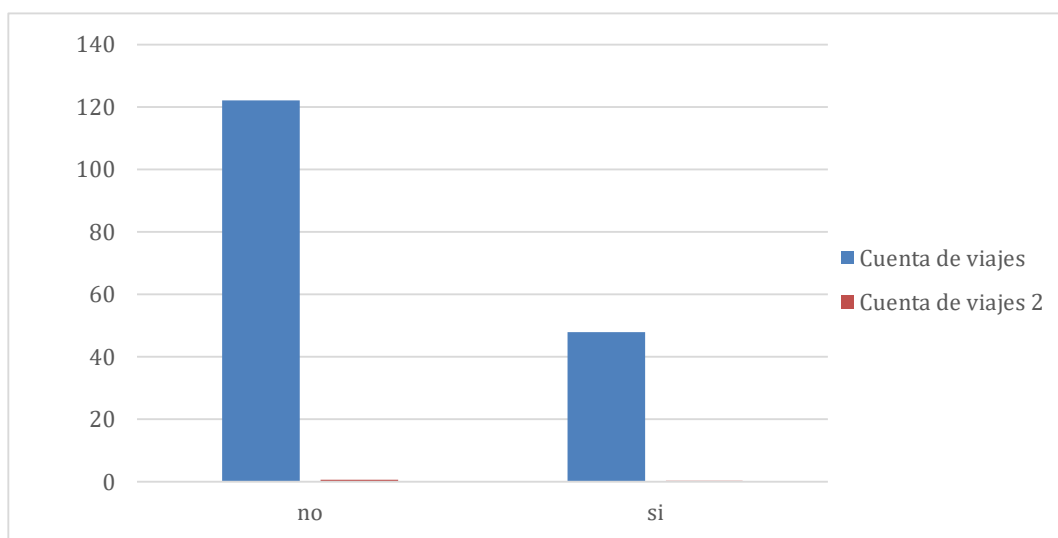


Figura 3. Resultado de viajes realizados

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

La pregunta se realizó con el fin de conocer, la concurrencia con que las personas viajaban al país por lo que, el 72% respondieron que no habían viajado antes, lo que quiere decir que era la primera vez que viajarían a Ecuador, solo el 28% habían viajado en varias ocasiones al país.

Se les pidió a los encuestados que, si su respuesta era afirmativa contestaran la pregunta que seguía a continuación.

Tabla 5 Periodo de tiempo de viajes realizados

¿Cuándo fue la última vez que viajó a Ecuador?

Etiquetas de Fila	Cuenta de Tiempo	Cuenta de Tiempo2
2001	1	2%
2004	1	2%
2010	1	2%
2011	1	2%
2012	3	6%
2013	5	10%
2014	2	4%
2015	10	21%
2016	6	13%
2017	16	33%
2018	2	4%
Total General	48	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

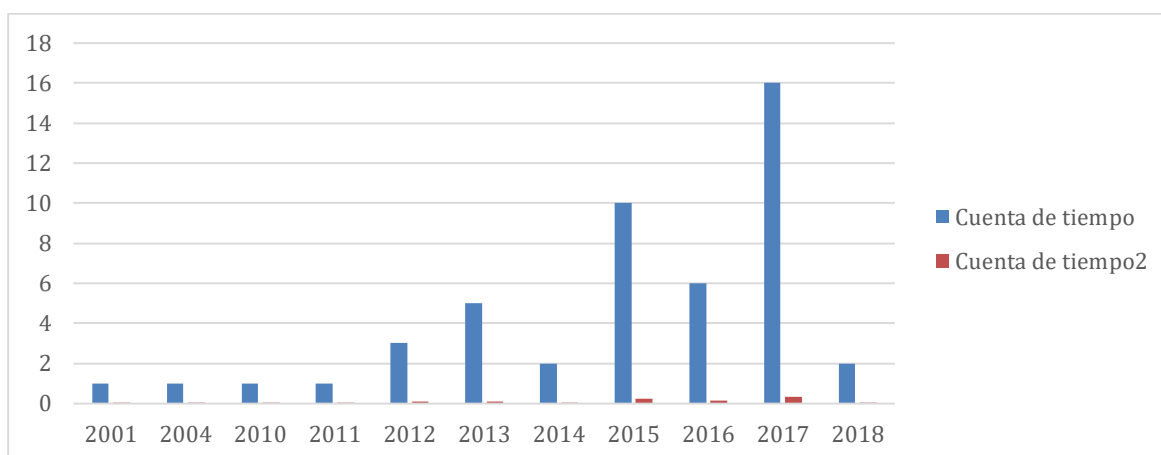


Figura 4. Resultado de periodos de tiempo

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

En afirmación a la pregunta Anterior, se les pidió que indicaran el periodo de tiempo en el que habían viajado anteriormente. De las 48 personas que contestaron que, si viajaron antes, el 33% viajaron durante el 2017, seguido del 2015 con 21%.

Tabla 6 Lugares visitados anteriormente

¿Qué lugares visitó?

Etiquetas de fila	Cuenta de Lugares	Cuenta de Lugares 2
Loja	1	2%
Playas	1	2%
Puerto Lopez	1	2%
Huaquillas	1	2%
Playas	1	2%
Cuenca	2	4%
Malecon	3	6%
Machala	4	8%
Quito	14	29%
Guayaquil	20	42%
Total General	48	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

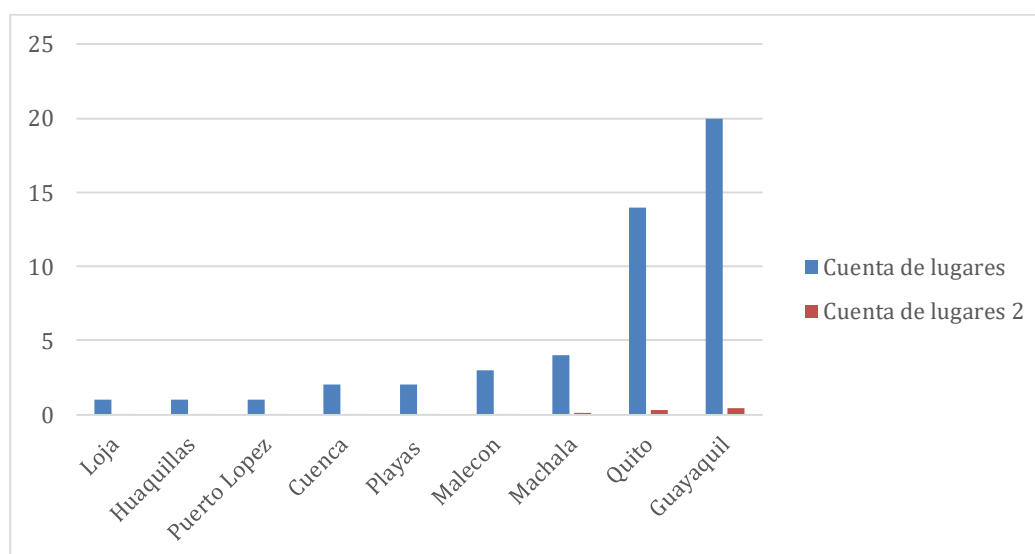


Figura 5. Resultado de lugares visitados por los asistentes anteriormente

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

El 42% de los asistentes visitó Guayaquil y el 29% Quito, siendo las ciudades más visitadas durante los últimos años. Este resultado permite ver el crecimiento turístico que ha tenido Guayaquil y el potencial que tiene para llegar a competir con ciudades como Quito y Cuenca.

Tabla 7 Estadía en la ciudad de Guayaquil durante el evento

¿Cuántos días estuvo o estará en Guayaquil?

Etiquetas de Fila	Cuenta de Estadía	Cuenta de Estadía 2
3	24	14%
4	31	18%
5	30	18%
6	22	13%
7	20	12%
8	10	6%
9	3	2%
10	17	10%
11	2	1%
12	6	4%
13	2	1%
14	1	1%
20	1	1%
1 Mes	1	1%
Total General	170	100,0%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

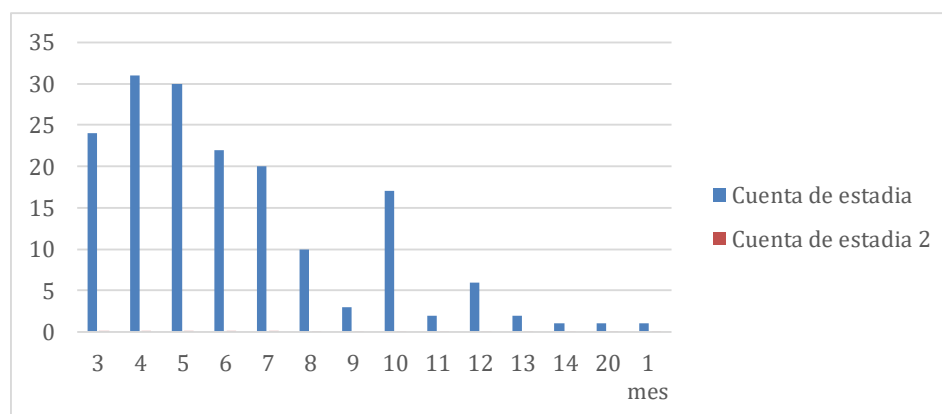


Figura 6. Resultado de tiempo de estadía durante en el evento

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

El 18% de las personas tuvieron una estadía de 4 a 5 días y 1% con más de 14 días. Por otro lado, aunque la mayoría de personas estuvieron solo para los días del evento, sin embargo, hay personas que se interesaron por conocer la ciudad ya sea antes o después del evento entre 6 a 10 días de estadía.

Tabla 8 Percepción acerca de Guayaquil

¿Considera Guayaquil como lugar turístico para visitar?

Etiquetas de fila	Cuenta de Percepción	Cuenta de Percepción 2
No	3	2%
Si	167	98%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

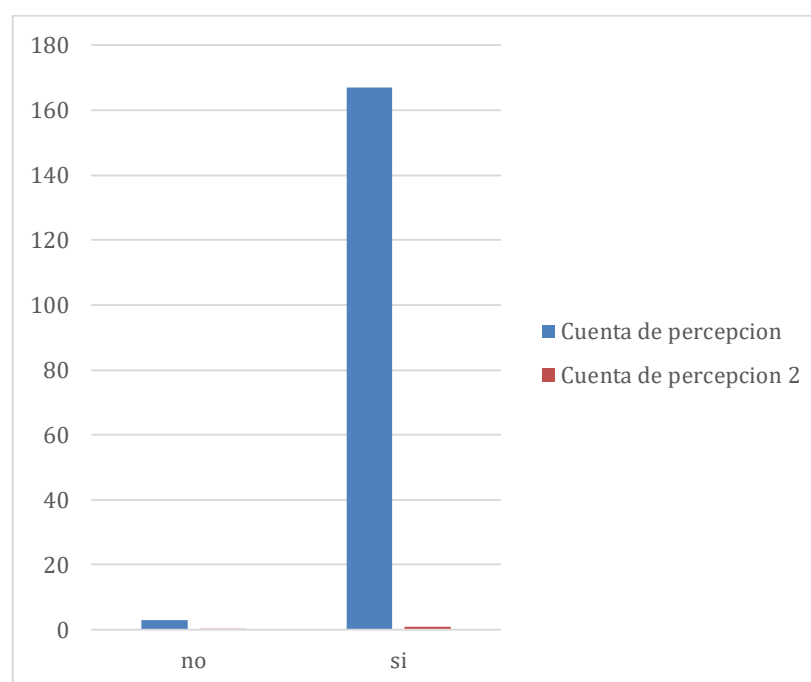


Figura 7. Resultado de percepción acerca de Guayaquil

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

El 98% de las personas encuestadas consideran Guayaquil como una ciudad turística, lo que quiere decir que, para las personas es una ciudad interesante, atractiva, lleva de vida, cultura e historia.

Tabla 9 Búsqueda en Internet

¿Realizo alguna búsqueda en internet acerca de Guayaquil?

Etiquetas de fila	Cuenta de Busq. Internet	Cuenta de Busq. Internet2
No	86	51%
SI	84	49%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

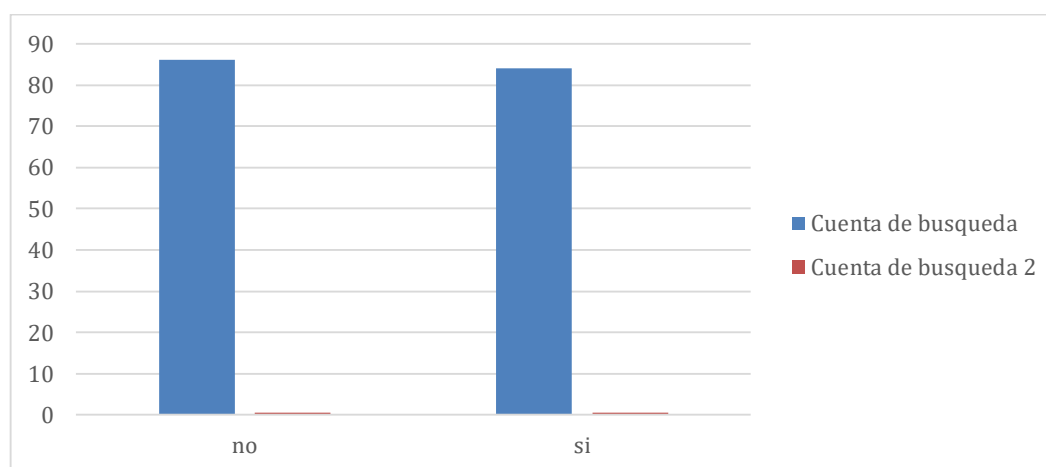


Figura 8. Resultado de búsquedas en internet acerca de la ciudad

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

El fin de esta pregunta, fue conocer el interés y el conocimiento que tenían los asistentes antes viajar al país, donde se pudo mirar que el 51% de las personas no realizó ningún tipo de búsqueda en internet acerca de Guayaquil, mientras que el 49%, si realizó una búsqueda acerca de la ciudad.

Tabla 10 Cualidades de Guayaquil

Según su apreciación, Guayaquil es una ciudad...

Etiquetas de Fila	Cuenta de Calidad 1	Cuenta de Calidad 1_2
Bulliciosa	1	1%
Limpia	6	4%
Histórica	6	4%
Comercial	7	4%
Atractiva	29	17%
Alegre	55	32%
Tranquila	66	39%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

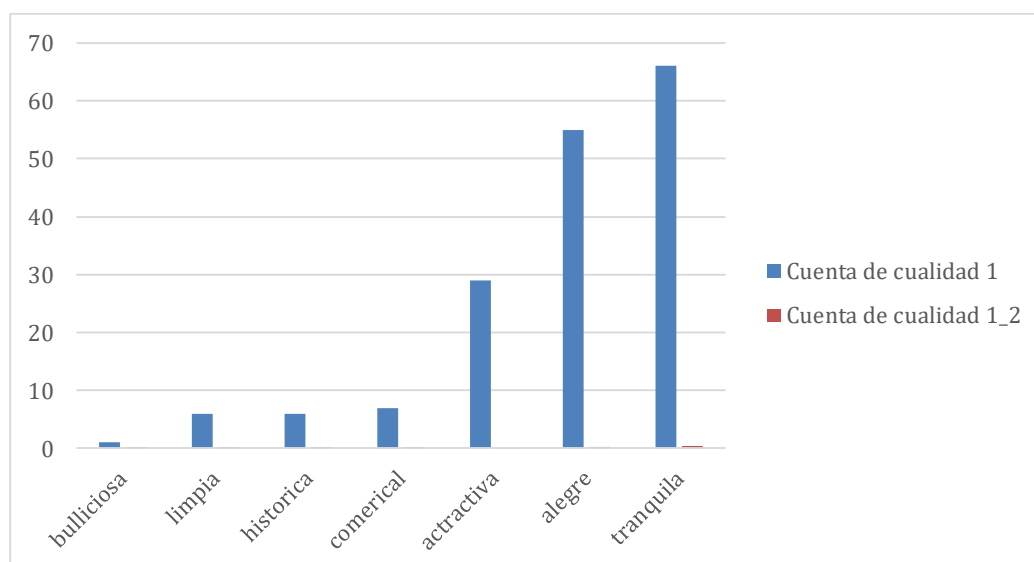


Figura 9. Resultado de cualidades de Guayaquil

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

Dentro de las cualidades que se dio a escoger a las personas, el 39% de las personas perciben la ciudad de Guayaquil como una ciudad Tranquila, el 32% Alegre y el 17% Atractiva.

Gracias a este resultado, se puede ver cuáles son las cualidades que ayudan al mejoramiento de imagen de Guayaquil y que hay que fortalecer cada día.

Tabla 11 Percepción económica de Guayaquil

¿Considera Guayaquil una ciudad costosa?

Etiquetas de Fila	Cuenta de Costos	Cuenta de Costos 2
No	75	44%
Si	95	56%
Total general	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

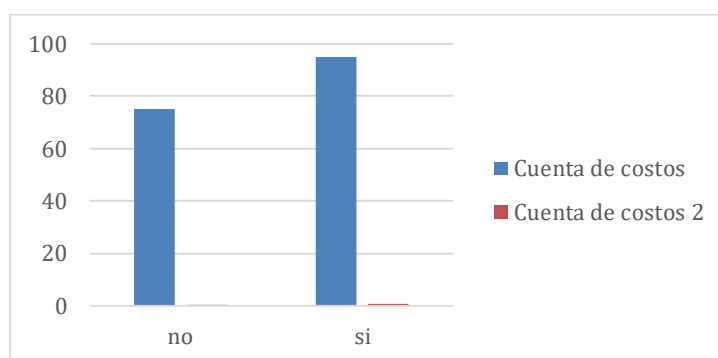


Figura 10. Resultado de percepción económica de Guayaquil

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

El 56% de los asistentes consideran que Guayaquil es una ciudad costosa. Esto permite ver como las situaciones económicas y políticas afectan a los países, en especial al sector turístico.

Tabla 12 Aspectos Económicos

¿En qué aspectos lo considera caro?

Etiquetas de Fila	Cuenta de Aspectos 1	Cuenta de Aspectos 1_2
Alimentación	58	34%
Alojamiento	112	66%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

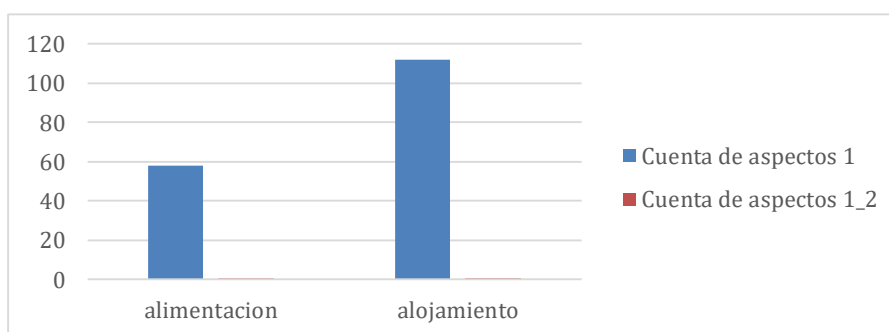


Figura 11. Resultado aspectos económicos considerados costosos

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

El 66% de las personas consideran que el alojamiento en la ciudad de Guayaquil es costoso. Esto refleja que el sector del alojamiento siempre será una parte muy importante dentro del turismo, por lo que es necesario siempre tener en cuenta la situación económica de los países, de las personas y de que manera se puede brindar un mayor acceso a este sector.

Tabla 13 Atención al Cliente en Guayaquil

Califique la atención al cliente en Guayaquil, teniendo en cuenta que 1 es Mala ,2 Regular,3 Normal, 4 Buena,5 Excelente

Etiquetas de Fila	Cuenta de Atención	Cuenta de Atención2
1	3	2%
2	7	4%
3	49	29%
4	58	34%
5	53	31%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

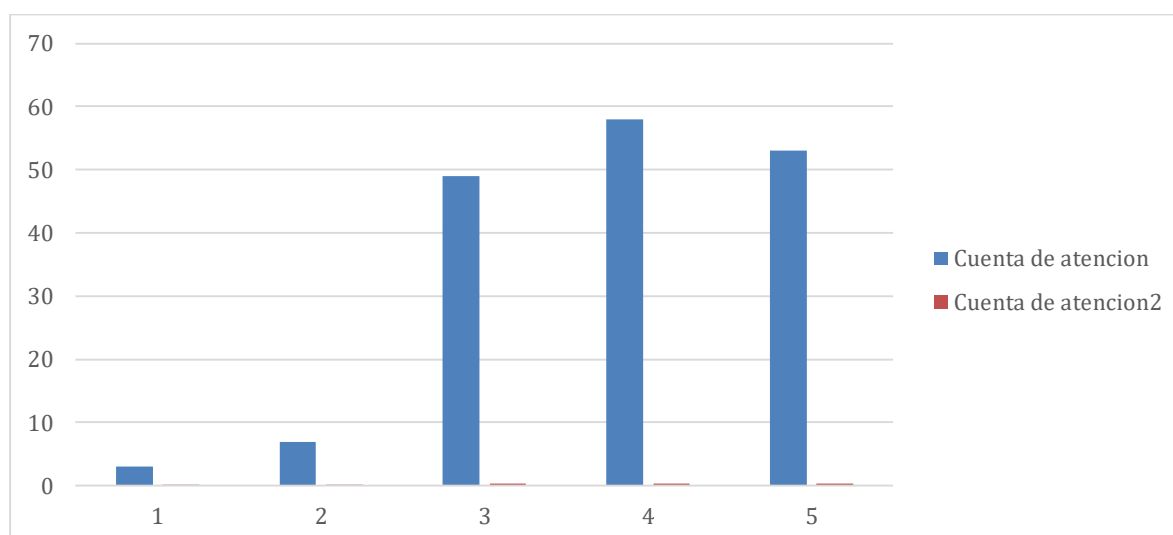


Figura 12. Resultado de atención al cliente en Guayaquil

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

Se les pidió a las personas encuestadas, calificar del 1 al 5 la atención al cliente de la ciudad de Guayaquil, los cuales 34% considero que la atención al cliente que se brinda en la ciudad es buena.

Aunque es bueno el servicio, hay que seguir mejorando 29% lo considero normal y este es una cualidad que ayuda a mejorar la imagen de la ciudad y tener un punto de diferencia frente a otras ciudades del país.

Para evaluar el alojamiento y sus características se debe tener en cuenta la categorización de cada hotel:

- Hotel Livingston: 2 estrellas
- Hotel Colonial: 2 estrellas
- Hotel Presidentes Int.: 2 estrellas
- Hotel las Peñas: 3 estrellas
- Air Suites: 3 estrellas
- Manso Boutique Guest House: 3 estrellas
- Hotel Tropical Inn: 3 estrellas
- Greenfield Hotel Patrimonial: 4 estrellas
- Hotel Apart Suites: 4 estrellas
- Hotel Continental: 5 estrellas

Tabla 14 Hoteles

¿En qué hotel se hospedó?

Etiquetas de Fila	Cuenta de Hotel	Cuenta de Hotel 2
Air Suites	38	22%
Apart Suites	25	15%
Hotel Colonial	1	1%
Hotel Continental	2	1%
Hotel Greenfield's	37	22%
Hotel las Peñas	6	4%
Hotel Livingston	2	1%
Hotel Presidentes Int	10	6%
Hotel Tropical Inn	48	28%
Manso Boutique Guesthouse	1	1%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

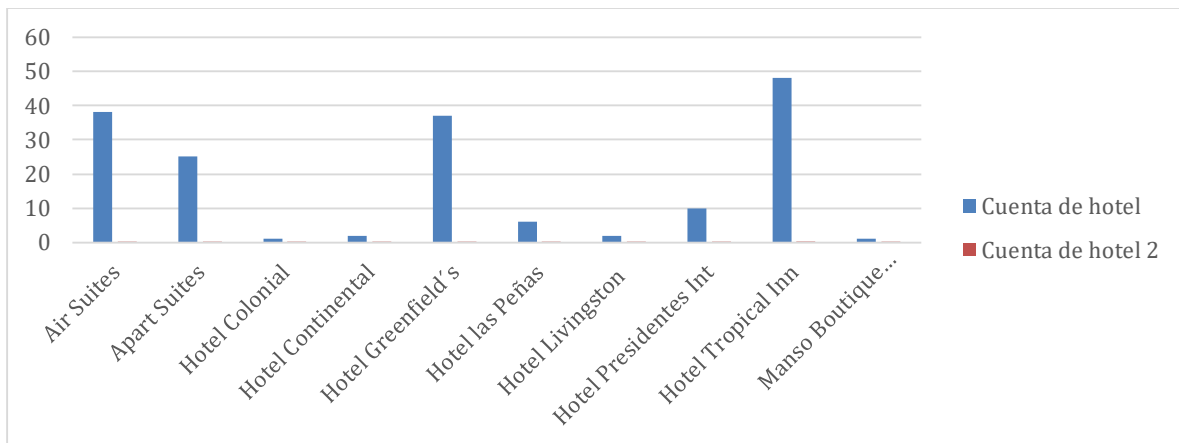


Figura 13. Resultado Hoteles donde se alojaron los asistentes al evento

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

El 28% de las personas se hospedaron en el Hotel Tropical Inn, 22% en el Air Suites y Hotel Greenfield; Cada uno de estos hoteles se encuentran en la categoría de 2 a 4 estrellas.

Tabla 15 Infraestructura

Califique la infraestructura teniendo en cuenta que 1 es Mala ,2 Regular,3 Normal, 4 Buena,5 Excelente.

Etiquetas de fila	Cuenta de Infraestructura	Cuenta de Infraestructura2
2	1	1%
3	28	16%
4	91	54%
5	50	29%
Total general	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

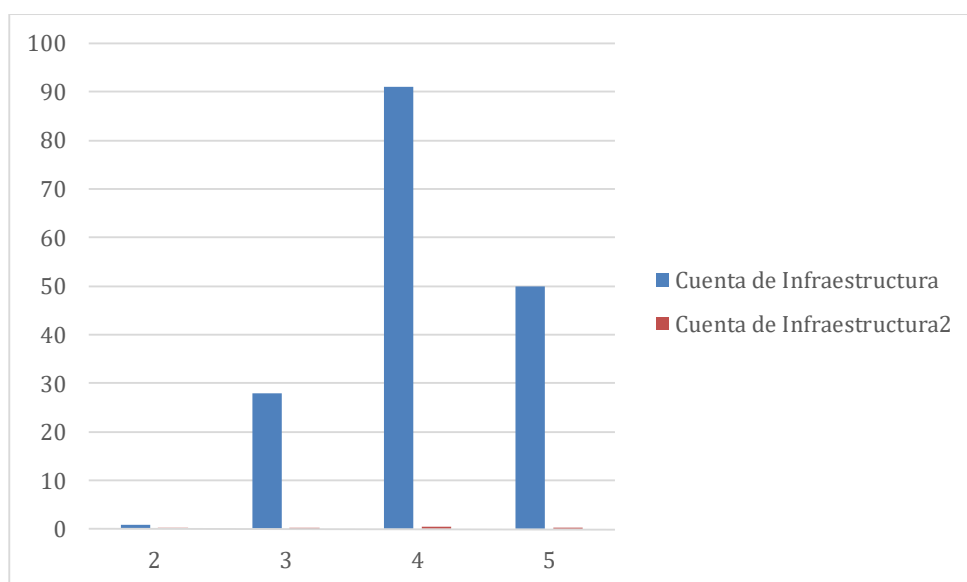


Figura 14. Resultado de percepción de la infraestructura

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

Con este resultado, se puede ver que las infraestructuras no son malas ya que ninguna de las personas calificó 1, lo que deja ver el buen trabajo que cada día los hoteles hacen para ofrecer un lugar lleno de comodidad. Esto se ve reflejado, en el 54% donde las personas consideran que la infraestructura de los hoteles es buena, es decir, tenían una buena presentación.

Tabla 16 Limpieza de los Hoteles

Califique la Limpieza teniendo en cuenta que 1 es Mala ,2 Regular,

3 Normal, 4 Buena, 5 Excelente.

Etiquetas de Fila	Cuenta de Limpieza	Cuenta de Limpieza 2
2	1	1%
3	28	16%
4	91	54%
5	50	29%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

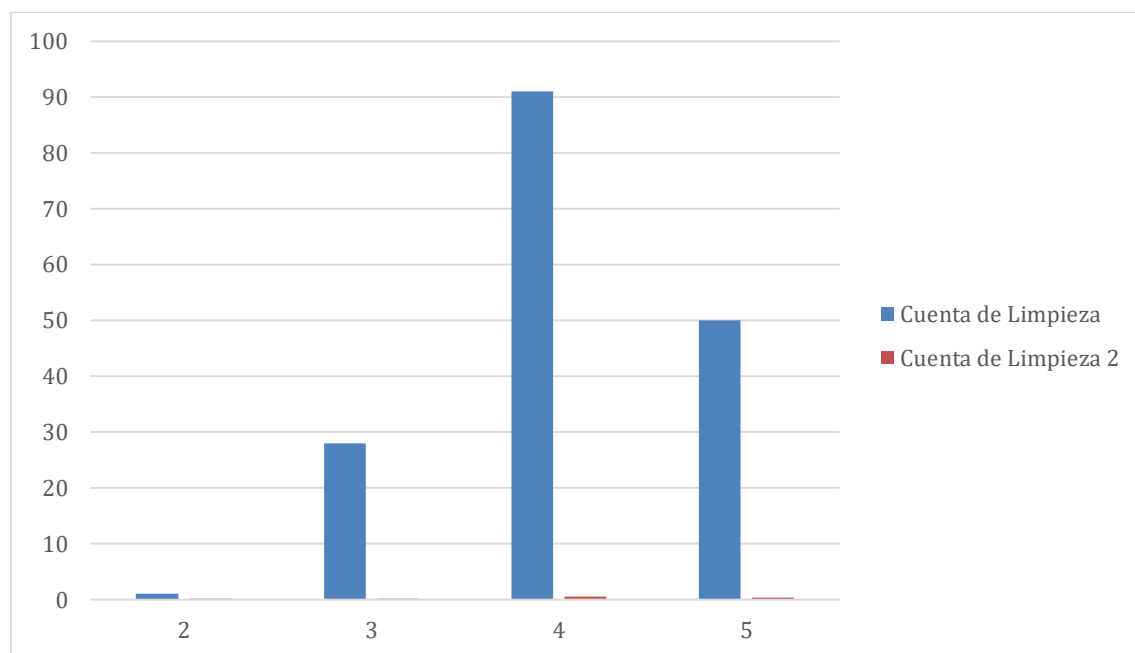


Figura 15. Resultado de la limpieza en los hoteles

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

En este aspecto ninguno de los asistentes califico como mala la limpieza, por el contrario 54% les agrado la limpieza y manteniendo que mantuvieron los hoteles en las habitaciones y áreas recreativas esto ayuda a tener una mejor estadía.

Tabla 17 Seguridad de los Hoteles

Califique la Seguridad teniendo en cuenta que 1 es Mala ,2 Regular, 3 Normal, 4 Buena, 5 Excelente.

Etiquetas de fila	Cuenta de Seguridad	Cuenta de Seguridad 2
2	1	1%
3	28	16%
4	91	54%
5	50	29%
Total general	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

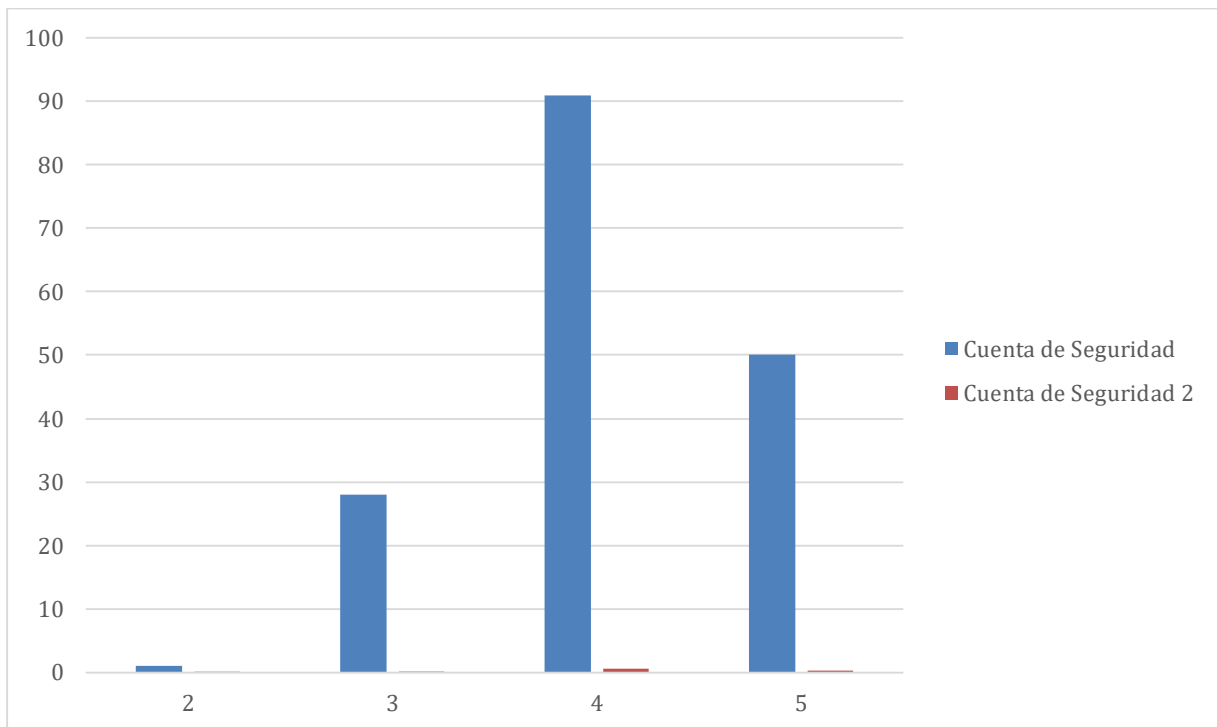


Figura 16. Resultado de la seguridad en los hoteles

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

La seguridad brindada por los hoteles, fue buena con un 54% para los asistentes, esto ayuda a tener una buena imagen del hotel y de la ciudad, además brindad una estadía con mas tranquilidad y confianza.

Tabla 18 Atención al cliente en los hoteles

Califique la atención al cliente del hotel, teniendo en cuenta que

1 es Mala ,2 Regular,3 Normal, 4 Buena,5 Excelente

Etiquetas de fila	Cuenta de Atención 2	Cuenta de Atención 2_2
2	2	1%
3	24	14%
4	84	49%
5	60	35%
Total general	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

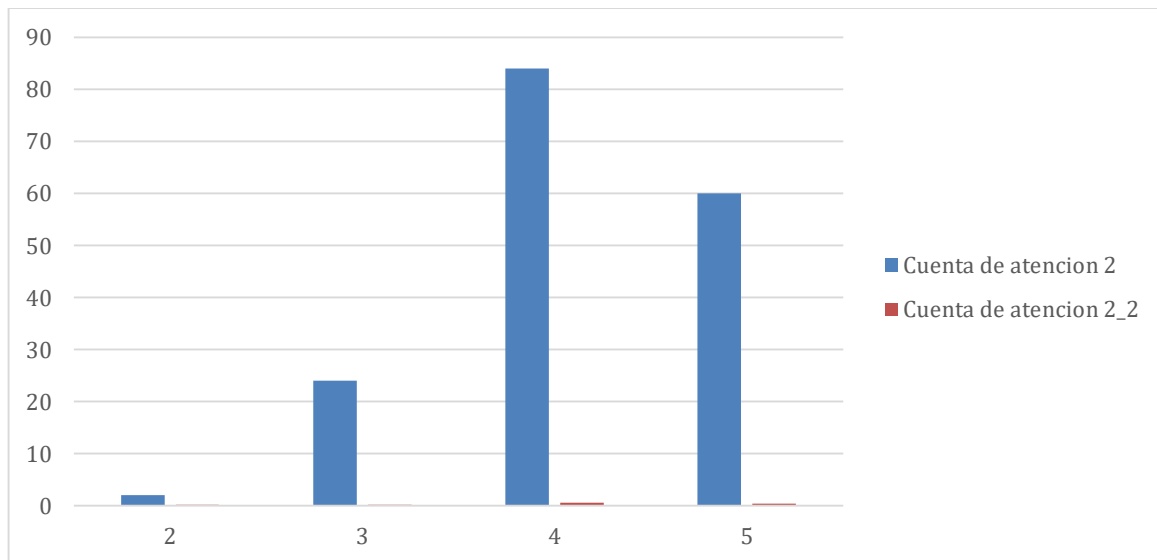


Figura 27. Resultado de la atención al cliente por parte de los hoteles

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

El 49% considero la atención recibida por los hoteles como buena. Los asistentes quedaron a gusto con el servicio recibido, el cual cada día a que motivar a que se mejore.

Tabla 19 Servicio de Alimentos y Bebidas

Califique la comida del hotel, teniendo en cuenta que

1 es Mala ,2 Regular,3 Normal, 4 Buena,5 Excelente

Etiquetas de Fila	Cuenta de Comida	Cuenta de Comida2
1	9	5%
2	9	5%
3	55	32%
4	80	47%
5	17	10%
Total General	170	100%

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

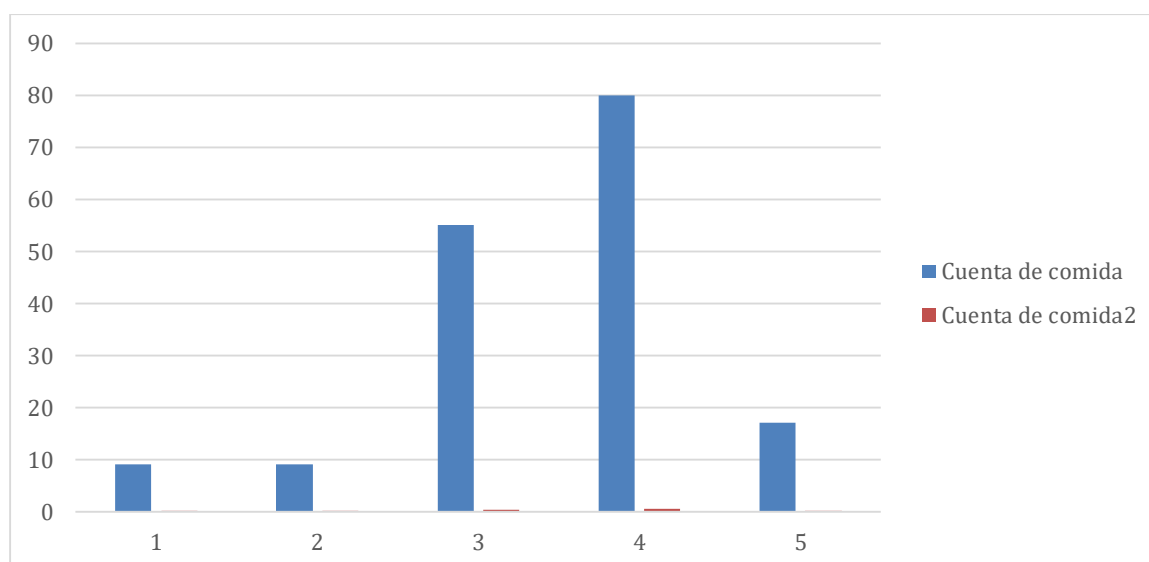


Figura 38. Resultado del servicio de alimentos y bebidas

Elaboración: Autora 2019

Fuente: Trabajo de campo

El 47% considero la alimentación recibida como buena. En este aspecto, a diferencia de los demás, si hubo calificaciones con 1 el cual corresponde al 5% y aunque es bajo su porcentaje, es bueno tenerlo en cuenta para mejorar la calidad y variedad de comida.

Análisis General

El Análisis de Resultados de las encuestas realizadas a los asistentes del evento, reflejo a modo general el buen concepto y manera de ver que tienen acerca de Guayaquil como una ciudad turística, sin embargo, se detectaron las siguientes cualidades, debilidades y oportunidades de mejora.

Al ser un evento latinoamericano, que por primera vez se organizó en Ecuador dentro de la entidad organizadora, incentivo a otras personas de diferentes países fuera de Sur América a asistir al evento, como lo fue el caso de Canadá, Guatemala, República Dominicana, Jamaica y Estados Unidos, y aunque son bajos los porcentajes de estos países, esto abrió pequeñas oportunidades de conocimiento para Ecuador ya que además de esto, la mayoría de los asistentes a nivel general era la primera vez que viajaban a Ecuador en especial a Guayaquil.

Dentro de las personas que habían viajado antes, Guayaquil fue una de las ciudades más visitadas seguida de Quito, lo cual ayuda a ver que, si bien Quito es la capital y por sus diversos lugares es la ciudad más visitada a nivel nacional, Guayaquil es una ciudad que está presente en la mente del turista, más del 90% de los encuestados la consideran una ciudad turística, es decir, una ciudad que llama la atención, además de ser tranquila, alegre, y limpia y con un buen servicio al cliente.

Como debilidad a mejorar, el 56% de los asistentes considero Guayaquil como una ciudad costosa en los aspectos de alojamiento y alimentación. En el caso del alojamiento, es necesario mirar nuevas estrategias de promoción o planes corporativos, que permitan tanto a la entidad organizadora como al turista poder disfrutar de un buen alojamiento.

A pesar de que los hoteles fueron calificados como buenos, en cuanto a infraestructura, limpieza y seguridad, no es excelente, por eso, es necesario analizar que detalles hacen falta para mejorar en cada una de las categorías de alojamiento.

Otro de los aspectos calificados por parte del alojamiento, fue el servicio al cliente brindados por estos. El 49% de los asistentes considero como bueno el servicio por parte el personal seguido de un 35% como excelente, lo cual deja ver el buen trabajo que los hoteles por cada día mejorar su atención.

El precio y la calidad de la comida deben estar en un mismo nivel, por lo que es necesario mirar en que aspectos se está fallando, implementar nuevas ideas que permitan brindar un mejor servicio. Si bien las encuestas el 47% de los asistentes considero la alimentación como buena, el 32% considero normal, es decir, ni buena ni mala por lo que, si no se mejoran ciertos aspectos, este porcentaje puede crecer más que el 47% considerado.

➤ Conclusiones y Recomendaciones

3.1 Conclusiones

Gracias al evento realizado en agosto del 2017, se pudo llegar a la siguiente conclusión desde dos puntos de vistas, por parte del asistente y por parte de los organizadores.

Desde el punto de vistas de los asistentes, el evento fue un éxito. Según los resultados obtenidos en las encuestas y observaciones dadas, la entidad organizadora pudo superar mucho más allá de las expectativas esperadas por las personas. Los asistentes quedaron a gusto con el alojamiento, alimentación y transporte ofrecido por la entidad y la ciudad principalmente. Se pudo apreciar las necesidades de las personas, en cuanto a tener una mejor accesibilidad de precios en los hoteles y en disfrutar de una mejor variedad de comida, además de preferir tener el evento y el alojamiento en mismo lugar con el fin de tener una mayor integración con los demás asistentes y por seguridad.

Por otro lado, desde el punto de vista de los organizadores, fue factible la realización de este evento en Guayaquil, el evento externamente tu éxito, pero, internamente su realización fue muy difícil de hacer, debido a la falta de negociación con el cliente, lo cual, como resultado, el alojamiento y el evento se tuvo que manejar por separado. Además de esto, según las entrevistas realizadas a los organizadores, durante el evento se tuvieron problemas técnicos con el proveedor de sonido, por lo que para una próxima ocasión deberán realizar una mejor planificación y estudio de la ciudad para realizar el evento.

3.2 Recomendaciones

En base a los resultados obtenidos en las encuestas y en la observación de campo se sugieren las siguientes recomendaciones:

- Para tener una mejoría en el sector de turístico y ser de mayor atracción para los turistas y organizaciones, hacen falta hoteles ya sea dentro o fuera de la ciudad, que tengan una capacidad para más de 500 personas tanto en alojamiento como en salón de eventos.
- Implementación de nuevas estrategias de negociación con el cliente, ya que en Ecuador se manejan los planes corporativos por separado, a comparación de otros países que ofrecen una sola tarifa o precio por todo el tiempo de estadía con salón de eventos incluido.
- Aumento en la variedad de comida. Uno de los puntos que la gente más comento fue la falta de variación en la alimentación, ya que en la mayoría de zonas visitadas se encontraba el mismo tipo de alimentación.
- Como punto muy importante la mejoría en la atención al cliente. Hay que mejorar cada día la atención al punto de ser excelentes, es por eso que es necesario capacitar, mentalizar a las personas de la importancia de un cliente, enseñarles a preocuparse por este, ir un paso más allá y cambiar la mentalidad en cuanto a las ventas.

➤ Bibliografía

- Ministerio de Turismo. (4 de Febrero de 2019). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018/>
- Alcaldía de Guayaquil . (2019). *Guayaquil es mi destino* . Obtenido de <https://www.guayaquilesmidestino.com/es/guayaquil-ciudad-de-negocios>
- Anton Shone, B. P. (2010). *Successful Event Management: A Practical Handbook*. Cengage Learning, .
- Award, W. t. (2019). *World travel award*. Obtenido de <https://www.worldtravelawards.com/winners/2019/south-america>
- ESPAÑOLA, R. A. (s.f.). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA* . Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=H9JpZQS>
- Getz, D. (16 de Octubre de 2016). *IMP, Instituto Mediterraneo Estudios de protocolo* . Obtenido de <https://www.protocoloimep.com/articulos/tipos-de-eventos-segun-donald-getz/>
- Ministerio de Turismo . (2002). *Ministerio de turismo* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo, M. (18 de Febrero de 2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Morillo, M. M. (2016). Obtenido de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5700/tfm-mu%C3%B1-tur.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Organizacion Mundial De Turismo. (6 de octubre de 2019). *Organizacion Mundial De Turismo*. Obtenido de Press Release: <https://www2.unwto.org/es/press-release/2019-06-06/las-exportaciones-generadas-por-el-turismo-internacional-alcanzan-los-17-bi>
- Organizacion Mundial del Turismo. (s.f.). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Industria%20de%20reuniones>
- Organizacion Mundial del Turismo, O. (2014). *Informe global sobre la industria de reuniones*. España: OMT. Obtenido de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf
- PREDIF. (2008). *Manual para la organización*. Madrid : PREDIF.
- Rifa, T. (2014). *Oganizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf

➤ **Anexos**

Anexo A. Entrevistas

ENTREVISTADO	Mgs. Gabriel Elías Vidal
POSICION DENTRO DE LA ENTIDAD	Presbítero general de sur américa
PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Qué lo motivó a realizar este evento en Ecuador?	El CIL es la conferencia internacional de liderazgo de la iglesia, nosotros la llevamos a diferentes países cada dos años y llego el tiempo de llevarla a Ecuador. Lo hacemos con el fin de bendecir y ayudar a los ministerios locales a través de las enseñanzas y de la estructura misma de la conferencia.
¿Qué sabía acerca de Ecuador antes de decidir hacer el evento en el país?	Yo trabajo en el Ecuador con la iglesia nacional, así que conocía bastante del país en especial de Guayaquil, donde se hizo la conferencia. He tenido la oportunidad de visitar varios lugares turísticos de la ciudad, conocer su gastronomía entre otras cosas, estoy enterado de su ciudad, gobierno y gente.
¿Cuáles eran sus expectativas?	Mis expectativas en cuanto al evento era que los líderes locales de Ecuador asistieran y se integraran, al final muchos asistieron. En cuanto al lugar donde se realizó fue espectacular, es uno de los mejores lugares donde hemos estado para nuestra conferencia, las expectativas eran muy altas debido a que se traían invitados internacionales muy importantes que considerábamos que bendecirían al pueblo de Ecuador.
¿Qué aspectos le resultaron difíciles para llevar a cabo el evento en Ecuador?	Fue difícil tratar con el centro de convenciones en cuanto costos, pero gracias a la ayuda del supervisor nacional pudimos llegar a un buen trato. Hubo dificultades con los hoteles, los hoteles estaban muy lejos del centro de conferencias. Había hoteles relativamente cerca, pero eran costosos, lo cual era muy difícil de costear para la mayoría de los asistentes, lo cual nos dejó ver que el centro de convenciones es solo para gente con un nivel económico alto y eso

	nos imposibilitó obtener la asistencia deseada.
¿Recomendaría hacer este tipo de evento en Ecuador?	Si, definitivamente recomendaría hacer eventos en Ecuador, pero les diría que se tomen el tiempo, dependiendo del nivel social de los asistentes. Si es alto no hay problema de realizar en el centro de convenciones si no, tendrían que buscar otras alternativas dentro de Guayaquil.
¿Qué opinión tiene sobre Ecuador y Guayaquil?	Como sabes soy dominicano y Ecuador en especial Guayaquil es muy parecido, me fascina esta ciudad, me gusta la gastronomía de Ecuador va conforme a lo que yo estoy acostumbrado, me encanta el verde, la gente es maravillosa, tengo muchos amigos y hermanos en el país y somos parte de una muy bonita iglesia en Ecuador.

ENTREVISTADO	Mgs. Benjamín Aldana
POSICION DENTRO DE LA ENTIDAD	Supervisor Nacional de Ecuador
PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Qué lo motivó a realizar este evento en Ecuador?	La principal motivación, fue porque si miramos a nivel turístico, Ecuador no está dentro de esa gama de países que la gente ve como atractivo, a comparación de países como Brasil, Argentina, Uruguay, aun Perú que son lugares para ir a conocer y disfrutar. Ecuador no entra en ese pensamiento, creen que es un país atrasado incapaz de hacer eventos con un nivel alto de clase, aun los mismos ecuatorianos lo creían así, creían que no se podía realizar este tipo de evento en el país, por eso me motive a pedir traer el evento por primera vez a Ecuador, sabía que Ecuador tenía mucho para dar y mostrar.
¿Cuáles eran sus expectativas?	Es un evento suramericano, la responsabilidad era grande, había que trabajar fuerte en todos los aspectos para cumplir con los objetivos trazados. Mis expectativas eran bastante altas, ya que quería que las personas que asistirían al evento vieran que en Ecuador si se podían hacer eventos de altura, que si se pueden hacer cosas

	<p>con calidad, aun si se trata de un evento religioso no quiere decir que no tengamos deseos de hacer las cosas bien sin caer en la vanagloria pero si queríamos mostrar lo mejor de Ecuador y que las personas salieran contentas con el evento donde Dios nos bendijo y hubo un equipo de trabajo que se esforzó por alcanzar el éxito</p>
<p>¿Qué aspectos le resultaron difíciles para llevar a cabo el evento en Ecuador?</p>	<p>Lo que se me hizo difícil para realizar el evento, definitivamente fue la capacidad de negociación de los salones de eventos y de los hoteles. Haces unos años atrás yo ya había realizado este mismo evento en Colombia y Normalmente cuando hacemos este tipo de eventos, uno va a un hotel y se hace un contrato global, un paquete corporativo que incluye el salón de eventos, alojamiento y comida lamentablemente en Ecuador no es así. En los hoteles donde coticé tenían diferentes tarifas de precio dependiendo el tipo de habitación si era con vista al mar, a la calle etc., el salón se pagaba aparte, en la mayoría de hoteles fue así.</p> <p>Por otro lado, en otros hoteles, En algunos pedía la cotización, pero nunca la enviaban. Las cotizaciones las hice con un año de anterioridad, pero nunca dieron respuesta, solo un hotel faltando una semana para el evento llamo para la confirmación, lo cual para la magnitud de este evento ya era muy tarde.</p> <p>Y por último la atención al cliente, la actitud con la que atienden deja mucho que desear del lugar. Entre los hoteles cotizados, había uno que me brindaba todo lo que necesitaba para el evento, pero debido a la mala atención y falta de interés por parte del personal decidí no realizar el evento en dicho hotel.</p>
<p>¿Qué aspectos recomendaría mejorar en Guayaquil para la realización de eventos?</p>	<p>Para este tipo de eventos definitivamente recomendaría mejorar el servicio al cliente, porque es algo que da mala imagen al país, algunas</p>

	<p>personas que asistieron se quejaron del trato que recibían.</p>
<p>¿Recomendaría hacer este tipo de evento en Ecuador?</p>	<p>Si recomendaría hacer cualquier evento en Ecuador, ya que geográficamente es un país que es fácil de conocer ya que sus distancias no son tan largas, de la costa a la sierra por ejemplo no demora más de un día viajando, por otro lado, es un país hermoso, a cada país que voy siempre digo que Ecuador es un país lleno de muchos atractivos, tiene paisajes espectaculares, con un gran potencial turístico.</p>
<p>¿Qué opinión tiene sobre Ecuador y Guayaquil?</p>	<p>La opinión que tengo sobre el país es que es un país muy bonito con una gran variedad cultural, lugares llenos de historia, tiene mucho por mostrar al mundo. Guayaquil es indudablemente una de las mejores ciudades para vivir, es tranquila y tiene lo que se necesita para vivir, interiormente turísticamente hablando tiene lugares agradables donde se puede compartir tanto individual como grupal y no tendría problema de vivir el resto de mi vida en esta ciudad en futuro si Dios lo permite.</p>

Anexo B. Cotizaciones de Hoteles

Manso Boutique Hostal <reservas@manso.ec>

vie., 10 mar.
2017 23:42

para mí

Estimada Karol.

Muchas Gracias por Escribirnos. A continuación, el detalle de las habitaciones

Habitaciones Estándar

Baño privado, a/a, tv cable y dvd. Desayuno tipo americano incluido.

Tarifa web: Habitación Sencilla (1 persona) \$55.00. Doble \$63.50. Triple \$82.10

Cada pasajero adicional tiene un valor de \$18.60

En esta categoría contamos con 4 habitaciones con una cama queen; 3 habitaciones con una cama queen y una twin y una habitación con una cama queen y 2 camas twin.

En esta categoría hay habitaciones interiores que son silenciosas (Mandarina, Lima, Flor de Loto). También hay habitaciones con vista al río más espaciosas, pero con el ruido de la calle (Ámbar, Blanca, Jengibre, Palo Santo, Guayusa). *Por favor indícanos qué prefieres: vista al río o silencio.*

Habitaciones Económicas

Interiores, a/a, sin TV, baño compartido. Desayuno tipo americano incluido.

Tarifa web: Habitación Sencilla (1 persona) \$38.00. Doble \$48.00. Triple \$60.40

Cada pasajero adicional tiene un valor de \$12.40

En esta categoría contamos con 1 habitación con una cama queen; 1 habitación con una cama queen y una twin, una habitación con dos camas de 2 plazas y una habitación con 3 camas twin

Las tarifas ya incluyen impuestos.

Si tienes alguna duda por favor no dudes en escribirnos.

Saludos.

Guayaquil, 10 de marzo de 2017

Señorita
Karol Aldana
Ciudad

HOTEL CONTINENTAL, le envía un cordial saludo; tenemos el privilegio de estar ubicados frente al reduto colonial más importante "La Plaza de Armas", conocida como "El Parque Seminario" o de las Iguanas, a pocos metros de distancia de la Catedral Mayor de Guayaquil y de la Biblioteca de la Ciudad, y muy cerca del Río Guayas.

A continuación detallamos las tarifas corporativas para sus ejecutivos:

TIPO DE HABITACIONES	TARIFAS REGULARES (incluye 14% IVA y 10% propina tip)	SUS TARIFAS (sin impuestos)	14% IVA	10% propina tip	SUS TARIFAS (con impuestos)
SENCILLA ESTANDAR	\$ 122.00	\$ 75.00	\$ 10.50	\$ 7.50	\$ 93.00
SENCILLA EXECUTIVE	\$ 135.42	\$ 83.00	\$ 11.62	\$ 8.30	\$ 102.92
SENCILLA SUPERIOR ESTANDAR O DOBLE TWIN O MATRIMONIAL ESTANDAR	\$ 146.40	\$ 90.00	\$ 12.60	\$ 9.00	\$ 111.60
JUNIORS SUITES	\$ 191.54	\$ 98.00	\$ 13.72	\$ 9.80	\$ 121.52
TRIPLES	\$ 186.40	\$ 122.79	\$ 17.19	\$ 12.28	\$ 152.26

*No incluye tasa de pernociación municipal (USD 1.50 por habitación por noche).

*Tarifas sujetas a modificación previa notificación.

*Tarifas no válidas para Eventos y Congresos.

Beneficios incluidos dentro de las tarifas:

- **Desayuno buffet**, servido desde las 06h00 a 11h00 en La Cafetería "La Canoa"
- **Internet WI-FI** en todas nuestras habitaciones y áreas públicas del hotel
- **Servicio de asistencia médica de emergencia** las 24 horas del día, 365 días del año.
- **Servicio de Room Service 24 horas**
- **Servicio de lavandería** de 08h00 hasta las 18h00 (lunes a viernes).
- **Caja de seguridad** en la habitación
- **Una botella con agua diaria**, colocada en el baño de su habitación
- **Cortesía de Bienvenida**



TOMO HOSTEL**Parola Mundo S.A. (Parmunsa)**

Victor Manuel Rendón 212, entre calle Panamá y V.
 Rocafuerte
 Guayaquil – Ecuador
 Teléfono 593-04-2562683
 RUC: 0992862165001

**COTIZACIÓN
ESTADÍA****Karol Vanessa**

FECHA DE COTIZACIÓN	NUM. DE NOCHES	TÉRMINOS DE PAGO
10/03/2017	Check in: 04/08/2017 Check out: 07/08/2017 1 night	Para garantizar la reserva se deberá cancelar mediante transferencia bancaria el 100% del valor de la estadía. También puede facilitarnos los datos de una tarjeta de crédito sea Visa, MasterCard o American Express.

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	TOTAL
2	Shared room (16 people)	Reserva en habitaciones Compartida, baño compartido, WiFi, NO Incluye desayuno	USD \$14,00	USD \$224.00
4	Standard Triple Room (12 people)	Reserva en habitaciones Triples, aire acondicionado, baño compartido, aire acondicionado, WiFi ilimitado. NO Incluye desayuno	USD \$67.50	USD \$270
1	Double Room (2 o 1 people)	Reserva en habitaciones Dobles, aire acondicionado, baño compartido, aire acondicionado, WiFi ilimitado. NO Incluye desayuno	USD \$45,50	USD \$45.00

SUBTOTAL:	USD	\$539.00
I.V.A.:	USD	\$ 75.46
TOTAL:	USD	\$614.46

Esta cotización es referencial y no constituye una reserva en firme hasta que se reciba lo indicado en "Términos de Pago"

Esta cotización contiene precios especiales por grupo, por lo que solo es válida si se ejecuta en su conjunto, no puede ser desagregada

Cambios de fecha o cancelación de la reserva se deberá realizar con un mínimo de 72 horas de antelación a la fecha de check in, de lo contrario se realizará el cobro total de la reserva.

Esta cotización tiene validez por tres días laborables desde la fecha de cotización.

Enviar pagos a C.C. Banco Bolivariano No. 0005281309 a nombre de Parola Mundo S.A. RUC 0992862165001

Respuesta a esta cotización a:

Tomohostal@gmail.com

Teléfono 593-04-2562683

El Greenfield's Hotel Patrimonial se complace en poner a su disposición nuestros servicios e instalaciones, y ofrecerles nuestras tarifas especiales:

TARIFAS RACK

<i>HABITACIÓN INDIVIDUAL</i>	<i>\$</i>
<i>58.00</i>	
<i>HABITACION DOBLE O MATRIMONIAL</i>	<i>\$</i>
<i>90.00</i>	
<i>HABITACION TRIPLE</i>	
<i>\$ 120.00</i>	
<i>SUITE</i>	<i>\$</i>
<i>130.00</i>	

Incluido los impuestos y el desayuno.

Por inauguración nos encontramos con el 20% de descuento en todas nuestras habitaciones.

REUNIONES Y EVENTOS

Planifica tus eventos y organiza matrimonios, fiestas temáticas, eventos corporativos, conferencias, reuniones empresariales o congresos nacionales. Contamos con servicio de catering, personal operativo especializado e instalaciones con equipamiento de primer nivel que pueden hacer de tu evento un momento inolvidable.

- Instalaciones de gran flexibilidad para grandes eventos*
- El Salón Colonial cuenta con una capacidad para 100 personas*
- El Salón Espejos cuenta con una capacidad para 200 personas.*
- Salones con tecnología adecuada para todo tipo de evento*
- Servicio de catering y personal capacitado para nuestros eventos*
- Parqueadero privado y amplio para nuestros invitados*

Anexo C. Cotización del Centro de Convenciones y Proveedor de Sonido

 CENTRO DE CONVENCIONES DE GUAYAQUIL	COTIZACION # O.V.: OPV-011257 2015-IGLESIA_DE DIOS_DE LA_PROFESIA-OPV-011257-00010773-1030																										
	<p align="center">Conferencias de Liderazgo IGLESIA DE DIOS DE LA PROFESIA</p>																										
PARA: Cuenta: IGLESIA DE DIOS DE LA PROFESIA Nombre Comercial: IGLESIA DE DIOS DE LA PROFESIA Dirección: *** Teléfono: 04-2442626	CONTACTO: Benjamín Aldana 04-2442626 09-82586357 benyjem@hotmail.com																										
Detalles de Reserva:																											
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Salón</th> <th>Tipo Montaje</th> <th>Pax.</th> <th>Inicio Mont.</th> <th>Inicio Evento</th> <th>Fin Evento</th> <th>Fin Desm.</th> <th>Status Reserva</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Salón Vicente Rocafuerte Salón Alfredo Baquerizo Moreno</td> <td>Auditorio</td> <td>1000</td> <td>04/08/2017 08:00:00</td> <td>04/08/2017 09:00:00</td> <td>06/08/2017 13:00:00</td> <td>06/08/2017 14:00:00</td> <td>Reserva por Confirmar</td> </tr> </tbody> </table>	Salón	Tipo Montaje	Pax.	Inicio Mont.	Inicio Evento	Fin Evento	Fin Desm.	Status Reserva	Salón Vicente Rocafuerte Salón Alfredo Baquerizo Moreno	Auditorio	1000	04/08/2017 08:00:00	04/08/2017 09:00:00	06/08/2017 13:00:00	06/08/2017 14:00:00	Reserva por Confirmar											
Salón	Tipo Montaje	Pax.	Inicio Mont.	Inicio Evento	Fin Evento	Fin Desm.	Status Reserva																				
Salón Vicente Rocafuerte Salón Alfredo Baquerizo Moreno	Auditorio	1000	04/08/2017 08:00:00	04/08/2017 09:00:00	06/08/2017 13:00:00	06/08/2017 14:00:00	Reserva por Confirmar																				
Presupuesto tentativo de su evento:																											
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Descripción del Producto</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio/Día</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Uso del Salón Vicente Rocafuerte</td> <td rowspan="7">3</td> <td rowspan="7">\$ 4.187,80</td> <td rowspan="7">\$ 12.536,40</td> </tr> <tr> <td>Uso del Salón Alfredo Baquerizo Moreno</td> </tr> <tr> <td>1000 Sillas Ejecutivas</td> </tr> <tr> <td>Mesa de Registro</td> </tr> <tr> <td>Tarima de 7.20 x 3.60 x 0.80 m</td> </tr> <tr> <td>1 Pódium</td> </tr> <tr> <td>Palmeras decorativas</td> </tr> <tr> <td align="right" colspan="3">Subtotal:</td> <td>\$ 12.536,40</td> </tr> <tr> <td align="right" colspan="3"></td> <td>12% IVA: \$ 1.504,37</td> </tr> <tr> <td align="right" colspan="3">TOTAL:</td> <td>\$ 14.040,77</td> </tr> </tbody> </table>	Descripción del Producto	Cantidad	Precio/Día	Total	Uso del Salón Vicente Rocafuerte	3	\$ 4.187,80	\$ 12.536,40	Uso del Salón Alfredo Baquerizo Moreno	1000 Sillas Ejecutivas	Mesa de Registro	Tarima de 7.20 x 3.60 x 0.80 m	1 Pódium	Palmeras decorativas	Subtotal:			\$ 12.536,40				12% IVA: \$ 1.504,37	TOTAL:			\$ 14.040,77	
Descripción del Producto	Cantidad	Precio/Día	Total																								
Uso del Salón Vicente Rocafuerte	3	\$ 4.187,80	\$ 12.536,40																								
Uso del Salón Alfredo Baquerizo Moreno																											
1000 Sillas Ejecutivas																											
Mesa de Registro																											
Tarima de 7.20 x 3.60 x 0.80 m																											
1 Pódium																											
Palmeras decorativas																											
Subtotal:			\$ 12.536,40																								
			12% IVA: \$ 1.504,37																								
TOTAL:			\$ 14.040,77																								
CONVENIO DE PAGO: 50%: al momento de la firma del contrato; y 50%: 10 días laborables previos al evento, fecha en la que adicionalmente se deberá proveer un voucher en calidad de garantía para los gastos imprevistos.																											
VIGENCIA DE COTIZACION: Hasta el: 29/08/2015. Su reservación estará vigente hasta el último día de validez de la misma, y puede ser cancelada sin previo aviso, si el contrato no ha sido firmado y el depósito o anticipo efectuado.																											
NOTAS IMPORTANTES: <p>Tarjetas de Parqueo: Por su evento, entregaremos 31 tarjetas de parqueo sin costo.</p> <p>Tarjetas de Parqueo adicionales: en caso de requerir un mayor número de tarjetas de parqueo ofrecemos la opción de precomprar las tarjetas con el valor de \$3,75 más IVA por día de evento.</p> <p>Descorche: el valor de descorche es de \$3,00 más IVA por persona. Al comprar las bebidas alcohólicas a través nuestro queda exento del pago de descorche.</p> <p>Compra de bebidas alcohólicas: ofrecemos excelentes precios en la compra de bebidas alcohólicas, por lo que con gusto le</p>																											

martes, 20 de diciembre de 2016

16:51:27

SERVICIO Equipos Audiovisuales
CIUDAD Guayaquil
LUGAR Centro de Convenciones salón Presidentes
FECHA 3 al 6 de Agosto del 2017
HORA Día completo
CONTACTO Benjamin Aldana
CLIENTE Benjamin Aldana
CORREO benjem@hotmail.com
VALIDEZ Esta propuesta tiene validez 20 días

DIAS	DESCRIPCION	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Sistema de Audio para 70 Personas				
3	Parlantes de Audio Activos Mackie	16		
3	Consola de Audio 12 Canales digital Yamaha TF-5	1	\$750,00	\$2.250,00
3	Set de micrófonos para batería	1	\$130,00	\$390,00
3	Micrófono inalámbrico de diadema color piel Shure GLXD14	1	\$30,00	\$90,00
3	Micrófono inalámbrico de Mano GLXD24/SM58	2	\$30,00	\$180,00
3	Cajas directas de audio para lineas de piano	2	\$20,00	\$120,00
3	Técnico operador de sonido	1	\$100,00	\$300,00
3	Luces Led en tripode para iluminación de escenario	16	\$280,00	\$840,00
3	Consola de Luces Chauvet	1		
3	Técnicos fijos durante evento	2	\$40,00	\$240,00
1	Transporte montaje y desmontaje	1	\$80,00	\$80,00
SUBTOTAL:				\$4.490,00
14% IVA:				\$628,60
SON: QUINCE MIL TRESCIENTOS DIEZ CON 20/100				\$5.118,60

NOTA: Para dar por aceptado nuestros servicios debemos contar con su aprobación por escrito y con el abono de un 60% del valor de la cotización.

Puede emitir un cheque a nombre de STOES SA
Puede realizar transferencia bancaria con los siguientes datos

Banco del Pichincha
cuenta corriente : 31171564-04
Beneficiario : Stoes S.A.
Ruc : 0991391940001
Código Swift : PICHECEQ
Aceptamos pago con tarjeta de crédito

Atentamente
Juan Carlos F.
STOES SA

Anexo D. Fotos del Evento



Foto 1. Montaje de sonido



Foto 2. Mgs. Gabriel Elias Vidal



Foto 3. Presentación baile típico de Ecuador



Foto 4. Grupo de personas que asistieron al evento