



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

EN LA MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL

INFORME FINAL DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
TURISMO Y HOTELERÍA.

TEMA:

---

**LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU  
INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE  
TUNGURAHUA.**

---

Autora : Calozuma Fernández Keila Gianella.

Tutor : Ing. Mg. Diego Melo

Ambato- Ecuador

2013

# *APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN*

## **CERTIFICA:**

Yo Ing. Mg. Diego Melo con C.I. 1803017365, en mi calidad de Tutor del trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** desarrollado por la egresada KEILA GIANELLA CALOZUMA FERNÁNDEZ, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, como científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

**Ambato, 22 de Febrero del 2013**

.....  
**Ing. Mg. Diego Melo.**

**TUTOR**

## *AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN*

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien basado, en los estudios realizados durante la carrera; además de la revisión bibliográfica y de campo, he llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Keila Gianella Calozuma Fernández

C.I.: 120576386-3

**AUTORA**

## *CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR*

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema “LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de Autor y no se utilice con fines de lucro.

Keila Gianella Calozuma Fernández

C.I.: 120576386-3

**AUTORA**

***AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:***

La Comisión de estudio y calificación del informe del trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** presentada por la Srta.. Calozuma Fernández Keila Gianella egresada de la Carrera de Hotelería y Turismo, promoción: Septiembre 2010 - Febrero 2011 una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en virtud de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

**LA COMISIÓN**

**Dr. José Romero**

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

**Lcda. María Elisa Sanchez**

**MIEMBRO**

**Lcda. Sandra Romero**

**MIEMBRO**

## *DEDICATORIA*

Dedico este proyecto al turismo de mi querido ECUADOR!!!

A la gente que trabaja arduamente por el desarrollo turístico de cada región, a los estudiantes y colegas que se dedican a esta maravillosa profesión con amor, entrega e intereses sinceros.

Y en general, a todas las personas que creen en el increíble potencial turístico de nuestro país.

Keila Calozuma Fernández

## *AGRADECIMIENTO*

Principalmente a Dios, por esta hermosa vida llena de grandes oportunidades.

Especialmente a mis padres, Mariana Fernández, Annelio Calozuma y hermano Andrés Calozuma Fernández, por el apoyo incondicional de siempre, por el amor, por los regaños, por las alegrías y tristezas, porque a pesar de la distancia hemos estado juntos siempre.

A todos los familiares y amigos, con quienes he compartido momentos maravillosos e inolvidables y forman parte muy importante de mi vida

A todos mis profesores, compañeros y colegas, por ser parte de todos los conocimientos adquiridos y alimentación constante de una gratificante experiencia.

Muchas Gracias a todos!!!

Keila Calozuma Fernández

# ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	II
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	IV
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN: .....	V
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
RESUMEN EJECUTIVO .....	XIII
PALABRAS CLAVES: .....	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I .....	3
EL PROBLEMA .....	3
<b>1.1 TEMA</b> .....	3
<b>1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis crítico.....	8
1.2.3 Prognosis.....	9
1.2.4 Formulación del problema .....	10
1.2.5 Interrogantes .....	10
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación .....	10
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN</b> .....	11
<b>1.4 OBJETIVOS</b> .....	12
1.4.1 General.....	12
1.4.2 Específicos .....	12
CAPÍTULO II.....	13
MARCO TEÓRICO .....	13
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	13
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	15
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	15
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	17



2.4.1 <i>Fundamentación teórica variable independiente (organización de eventos)</i> .....	20
2.4.2 <i>Fundamentación teórica variable dependiente (Desarrollo turístico)</i> .....	24
2.5 HIPÓTESIS.....	29
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES .....	29
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>30</b>
<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>30</b>
3.1 ENFOQUE.....	30
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	32
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	33
3.4.1 <i>Población</i> .....	33
3.4.2 <i>Muestra</i> .....	33
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	34
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN. ....	36
3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	37
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>38</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	38
4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	60
4.2.1 <i>Planteamiento de la hipótesis</i> .....	60
4.2.2 <i>Selección del nivel de significación</i> .....	60
4.2.3 <i>Descripción de la población</i> .....	61
4.2.4 <i>Especificación de lo estadístico</i> .....	61
4.2.5 <i>Especificación de las regiones de aceptación y rechazo</i> .....	62
4.2.6 <i>Recolección de datos y cálculo de lo estadístico</i> .....	63
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>64</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>64</b>
CONCLUSIONES .....	64
RECOMENDACIONES .....	66
<b>CAPITULO VI.....</b>	<b>67</b>
<b>PROPUESTA.....</b>	<b>67</b>
6.1 DATOS INFORMATIVOS.....	67
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	68

6.3 JUSTIFICACIÓN .....	69
6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	70
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	70
6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	72
6.7 METODOLOGÍA.....	73
6.7.1 DESARROLLO OPERATIVO DE LA PROPUESTA .....	73
6.8 AMINISTRACIÓN Y PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN .....	95
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>96</b>
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	96
REFERENCIAS DE INTERNET.....	98
ENTREVISTAS.....	100
<b>ANEXOS.....</b>	<b>101</b>

## *ÍNDICE DE GRÁFICOS*

<b>Gráfico 1: Árbol de Problemas .....</b>	<b>8</b>
<b>Gráfico 2: Superordinación Conceptual .....</b>	<b>17</b>
<b>Gráfico 3: Subordinación conceptual (variable independiente) .....</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico 4: Subordinación conceptual (variable dependiente) ...</b>	<b>19</b>
<b>Gráfico 5: Pregunta1.....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico 6: Pregunta2.....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 7: Pregunta3.....</b>	<b>41</b>
<b>Gráfico 8: Pregunta4.....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico 9: Pregunta5.....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 10: Pregunta6 .....</b>	<b>44</b>
<b>Gráfico 11, Pregunta1 .....</b>	<b>45</b>
<b>Gráfico 12: Pregunta2 .....</b>	<b>46</b>
<b>Gráfico 13: Pregunta3 .....</b>	<b>47</b>
<b>Gráfico 14, Pregunta1 .....</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 15: Pregunta 5 .....</b>	<b>49</b>
<b>Gráfico 16: Pregunta 6 .....</b>	<b>50</b>
<b>Gráfico 17: Representación gráfica.....</b>	<b>62</b>
<b>Gráfico 18: Organigrama.....</b>	<b>82</b>

## *ÍNDICE DE CUADROS*

<b>Cuadro 1: Población.....</b>	<b>33</b>
<b>Cuadro 2: Organización de Eventos .....</b>	<b>34</b>
<b>Cuadro 3: Desarrollo turístico .....</b>	<b>35</b>
<b>Cuadro 4: Recolección de información .....</b>	<b>36</b>
<b>Cuadro 5: Pregunta 1.....</b>	<b>38</b>
<b>Cuadro 6: Pregunta 2.....</b>	<b>40</b>
<b>Cuadro 7: Pregunta 3.....</b>	<b>41</b>
<b>Cuadro 8: Pregunta 4.....</b>	<b>42</b>
<b>Cuadro 9: Pregunta 5.....</b>	<b>43</b>
<b>Cuadro 10: Pregunta 6 .....</b>	<b>44</b>
<b>Cuadro 11: Pregunta 1 .....</b>	<b>45</b>
<b>Cuadro 12: Pregunta 2 .....</b>	<b>46</b>
<b>Cuadro 13: Pregunta 3 .....</b>	<b>47</b>
<b>Cuadro 14: Pregunta 4 .....</b>	<b>48</b>
<b>Cuadro 15: Pregunta 5 .....</b>	<b>49</b>
<b>Cuadro 16: Pregunta 6 .....</b>	<b>50</b>
<b>Cuadro 17: Representación Gráfica .....</b>	<b>61</b>
<b>Cuadro 18: Categorías.....</b>	<b>61</b>
<b>Cuadro 19: Grado de libertad.....</b>	<b>62</b>
<b>Cuadro 20: Cálculo de lo estadístico.....</b>	<b>63</b>
<b>Cuadro 21: Factibilidad Económica. ....</b>	<b>71</b>
<b>Cuadro 22: Matriz FODA.....</b>	<b>80</b>
<b>Cuadro 23: Marco Presupuestario.....</b>	<b>92</b>
<b>Cuadro 24: Administración de la evaluación.....</b>	<b>95</b>

*UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*  
*FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA*  
*EDUCACIÓN*  
*CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA*  
*EN LA MODALIDAD DE ESTUDIOS PRESENCIAL*  
*RESUMEN EJECUTIVO*

**TEMA:** “LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

**AUTORA:** Keila Calozuma Fernández

**TUTOR:** Ing. Mg. Diego Melo

El presente trabajo de tesis se ha realizado con el propósito de colaborar con el desarrollo del turismo e impulsar el ingreso económico dentro del cantón Ambato, mediante la investigación realizada, que desea demostrar la importancia de la organización de eventos en materia de Turismo de eventos y negocios; debido a que Ambato se presenta como un lugar ideal para esta ocupación, ha sido reconocida como una de las ciudades más productivas del país, gracias a la gran actividad comercial que la caracteriza, por el desarrollo de varias industrias como: la agrícola, textil, entre otras. Las mismas que atraen un importante número visitantes, afluencia que podría ser bien aprovechada para fomentar el turismo de la Provincia de Tungurahua

Se ha constatado la debilidad de la organización de eventos en la ciudad, debido a varias falencias de los sectores involucrados. Por lo que se desea aportar con una

propuesta efectiva que regule esta actividad y permita gozar de sus beneficios a toda la población.

La creación de un Buró de Visitantes y Convenciones es el primer paso que deberían ejecutar los actores del Turismo, ya que es de suma importancia la regulación de los diferentes eventos y reuniones que se realicen en la ciudad para potencializar y promover sus recursos. De esta forma Ambato se daría a conocer como anfitriona de los diferentes eventos que acaparen la atención de varios gremios y asociaciones nacionales e internacionales.

Este trabajo se sustenta en el arduo estudio que se realizó, de toda la problemática mediante entrevistas y encuestas a los involucrados y el análisis de casos similares en otras ciudades.

Para el desarrollo de la propuesta, se creó un plan estratégico el cual contiene todos los aspectos relacionados con el funcionamiento de un Buró de visitantes y convenciones en la ciudad.

Es así que este trabajo pretende ser no solo un instrumento académico de análisis, sino también, una guía para emprender en el Turismo de eventos y reuniones en la ciudad.

### **PALABRAS CLAVES:**

- Organización de eventos.
- Turismo de eventos y negocios.
- Eventos institucionales.
- Buro de visitantes y convenciones.
- Relaciones públicas.
- Industrias predominantes.
- Demanda turística potencial.
- Plan estratégico.
- Sector RICE o MICE.
- Desarrollo turístico.

# *INTRODUCCIÓN*

El presente trabajo investigativo basado en la organización de eventos en la ciudad de Ambato y el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua, persigue identificar las falencias y necesidades de la actividad de la organización de eventos, que no permiten incursionar de manera óptima en el sector turístico y posicionar a la ciudad como anfitriona de diferentes eventos en el país, gracias a su privilegiada ubicación y justo reconocimiento como una de las ciudades más productivas del país.

La estructura de la investigación tuvo que seguir una secuencia de pasos que se explicarán a continuación mediante una síntesis.

## **CONTENIDO**

### **CAPÍTULO 1**

En el primer capítulo se trató sobre cuáles eran las problemáticas, causas y efectos, del tema de investigación, se realizó una contextualización dividida en tres niveles, macro, meso y micro, además, se desarrolló la prognosis del problema y se delimitó el contenido en tiempo y espacio, otro aspecto importante es que se pudo definir y aclarar los objetivos a nivel general y específico para encaminar el trabajo de mejor manera.

### **CAPÍTULO II**

En éste capítulo se trató acerca de los antecedentes investigativos, destacando algunas conclusiones y recomendaciones de dos tesis que se relacionan con la presente investigación, una de ellas se titula “TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE MURCIA. UN ENFOQUE DESDE EL TEJIDO EMPRESARIAL INVOLUCRADO”, la segunda, titulada: “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

CORPORATIVOS” también se fundamentó filosóficamente la investigación para medir la alternativa del incremento del turismo y así mismo se cito el aspecto legal para hacer constancia de las leyes que pueden amparar el documento, se desarrolló las categorías fundamentales y la subordinación conceptual de las dos variables para delimitar nuestro trabajo investigativo, y finalmente la hipótesis.

### **CAPÍTULO III**

Se estudió la metodología del trabajo, el enfoque, la modalidad de investigación, el nivel o el tipo de investigación, la asociación de variables, el muestreo respectivo, operacionalización de variables, el plan de recolección, plan de procesamiento y la metodología para el análisis, e interpretación de resultados.

### **CAPÍTULO IV**

En este capítulo se analizaron los resultados de las encuestas, las mismas que fueron tabuladas para poder calcular el chi cuadrado, y verificación de hipótesis.

### **CAPÍTULO V**

Cita las conclusiones y recomendaciones que se creyó pertinente, mencionar.

### **CAPÍTULO VI**

En este capítulo se aplica toda la información obtenida en el proceso de investigación, a los diferentes pasos necesarios para cumplir de manera satisfactoria con la propuesta de tesis, se fijó objetivos para delimitar la propuesta, se tomo de referencia algunos antecedentes de gran importancia, se analizó la factibilidad operativa y económica, además de la vasta información requerida en el plan estratégico para el funcionamiento de un Buró de convenciones en la ciudad.



# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 TEMA**

**LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.2.1 Contextualización**

La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades. Ha experimentado un auge espectacular en los últimos años, en nuestro país, a medida que, las personas van tomando conciencia de que un evento es un medio de comunicación y vinculación social, empresarial y familiar constituyéndose así en una herramienta de gestión táctica del área de Marketing, que permite el intercambio social, técnico y empresarial. Pero, la actividad se está desarrollando enfocada únicamente en los eventos sociales, dejando a un lado la continua preparación de sus integrantes, muy necesaria para crear un mercado competitivo en las diferentes variedades de eventos y reuniones que se pueden realizar en el país.

Captar, promover y organizar eventos también se ha transformado en un elemento que permite a los países divulgar y promocionar su imagen, además de generar ingresos para la ciudad o región anfitriona generando, principalmente flujos turísticos

con el objetivo de combatir uno de los mayores enemigos de la actividad turística que es la estacionalidad. De tal manera que se ha denominado a este segmento de la demanda turística como TURISMO DE EVENTOS, ya que invita a participar no solo del determinado evento a realizarse sino también, a disfrutar de todas las bondades que ofrece el sector donde se llevara a cabo.

Una reunión o evento es un término amplio que se refiere a la agrupación temporal de un número de personas en un lugar para llevar a cabo una actividad en particular. Los principales propósitos de las reuniones son motivar a los participantes, conducir negocios, compartir ideas y aprender. Adicionalmente, estas actividades pueden ser conducidas por una variedad de establecimientos asociados con las reuniones, incluyendo organizadores profesionales, corporaciones anfitrionas, asociaciones o entidades gubernamentales, expositores en ferias comerciales, delegados a Reuniones u otros establecimientos.

Las industrias centrales de Reuniones incluyen a las unidades de negocio registradas en la economía que se especializan en la producción de servicios típicamente relacionados con las Reuniones como su principal actividad económica. Tales negocios proveen servicios de apoyo, equipamiento y personal que son usados en la organización o participación en las Reuniones e incluyen:

- Alojamiento
- Transportación
- Equipamiento técnico
- Servicios de apoyo secretarial
- Banquetes, alimentos y servicio de restaurante
- Servicios de representación de conferencistas
- Construcción de pabellones
- Otros servicios de apoyo

Empresarios locales apuntan a convertir al Ecuador como uno de los principales destinos para la realización de convenciones y eventos internacionales. En las últimas décadas, el sector del Turismo de Eventos o reuniones se ha convertido en un contribuyente importante de las economías nacionales en varios países; Es así que se augura también un gran éxito a la explotación de esta oferta turística en nuestro país. La Federación Nacional de Cámaras de Turismo del Ecuador (FENACAPTUR) destacó la proyección del empresariado del sector, de convertir al país en uno de los principales destinos para convenciones internacionales y a través de su Presidente Louis Hanna, mencionó: “En el mundo los foros y convenciones internacionales mueven alrededor de USD 650 mil millones de dólares, la intención que tenemos en Ecuador, es apenas captar el 1% de ese total de inversión”

Según una investigación del Buró de Convenciones e incentivos de Quito, se estima que el segmento RICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones y Eventos) genera entre seis y siete veces más ingresos que el turismo tradicional de ocio o placer ya que, cada turista de negocios se estima tiene un gasto aproximado de 591 dólares diarios.

Pero obtener un servicio que satisfaga las expectativas de los clientes, a la hora de organizar un evento, es actualmente un problema cuando no se dispone de tiempo, ni de la información necesaria para el proceso de organización. En el Ecuador existen pocas empresas que presten el servicio completo de la organización de un evento, ya que la mayoría solo son proveedores que prestan cada servicio por separado, es decir, el servicio de alimentación, decoración, alquiler de equipos, etc. Y el cliente debe organizar su propio evento contratando cada uno de estos elementos en distintos lugares.

Localmente esta actividad se la realiza con muy poca experiencia y carencia de innovación, imitando muchas veces las tendencias de otros países, desaprovechando así las bondades que nos ofrece nuestro maravilloso país.

La región sierra-centro de nuestro país, es un punto de encuentro empresarial y comercial para muchas personas que llegan de todas partes del Ecuador, los eventos corporativos han tenido gran aceptación en este sector, los cuales requieren de un servicio completo de organización, el mismo que se compone de varios elementos, entre estos el servicio de catering, al que se le ha brindado mayor importancia y el cual es bastante conocido en la sociedad actual de este sector del país. El concepto de catering ha evolucionado en los últimos años, pasando de ser un servicio elitista a, en cierta forma, popularizarse. Pero no sólo ha cambiado el tipo de cliente, sino que también ha aumentado la competencia. Debido a este interés las empresas ofertantes tienen opciones muy parecidas ya que ninguna se dedica a la organización completa de un evento y así los clientes deben buscar los demás elementos en otros sitios para completar su requerimiento. De tal manera que esta actividad aun cuenta con muchas falencias en el proceso de brindar excelente calidad y comodidad al cliente quien desea hacer de su evento una experiencia memorable, ya que los eventos son únicos e irrepetibles, por lo que se debe pensar en todos los detalles, es por esta razón la importancia de las empresas organizadoras de eventos que prestan el servicio completo a los clientes encargándose de todo este proceso, responsabilizándose de los resultados y asegurando la satisfacción de acuerdo a las necesidades de cada ocasión, evitando así malestares, pérdidas de tiempo, preocupaciones y permitiendo solo el disfrute a los asistentes.

Por estas razones es evidente que, la actividad de organizar eventos no se la práctica de manera óptima estancándose así, en la oferta de un solo servicio para el mismo mercado, impidiendo, la explotación del turismo de eventos en este sector del país, la atracción de una demanda potencial de mayor aporte económico y cerrando la puerta a esta oportunidad de crecimiento.

En la ciudad de Ambato esta actividad se ha manifestado de manera positiva y de constante crecimiento desde que se empezó a dar a conocer el nivel de importancia de la gastronomía local, nacional e internacional; este tema despertó un gran interés en la ciudadanía quienes se involucraron en capacitaciones gastronómicas y hasta carreras

universitarias; luego estos mismos participantes empezaron a poner en práctica lo aprendido mediante las ofertas del servicio de alimentación y bebidas en restaurantes y el anteriormente mencionado servicio de catering. Ahora en las reuniones más sencillas hasta en las más grandes celebraciones, está presente el servicio de catering. Pero el mercado actual no satisface de manera amplia la demanda de servicios que se originan en la organización completa de un evento, donde el cliente desea recibir toda la asesoría, servicios y productos que necesite para realizar la actividad deseada de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias.

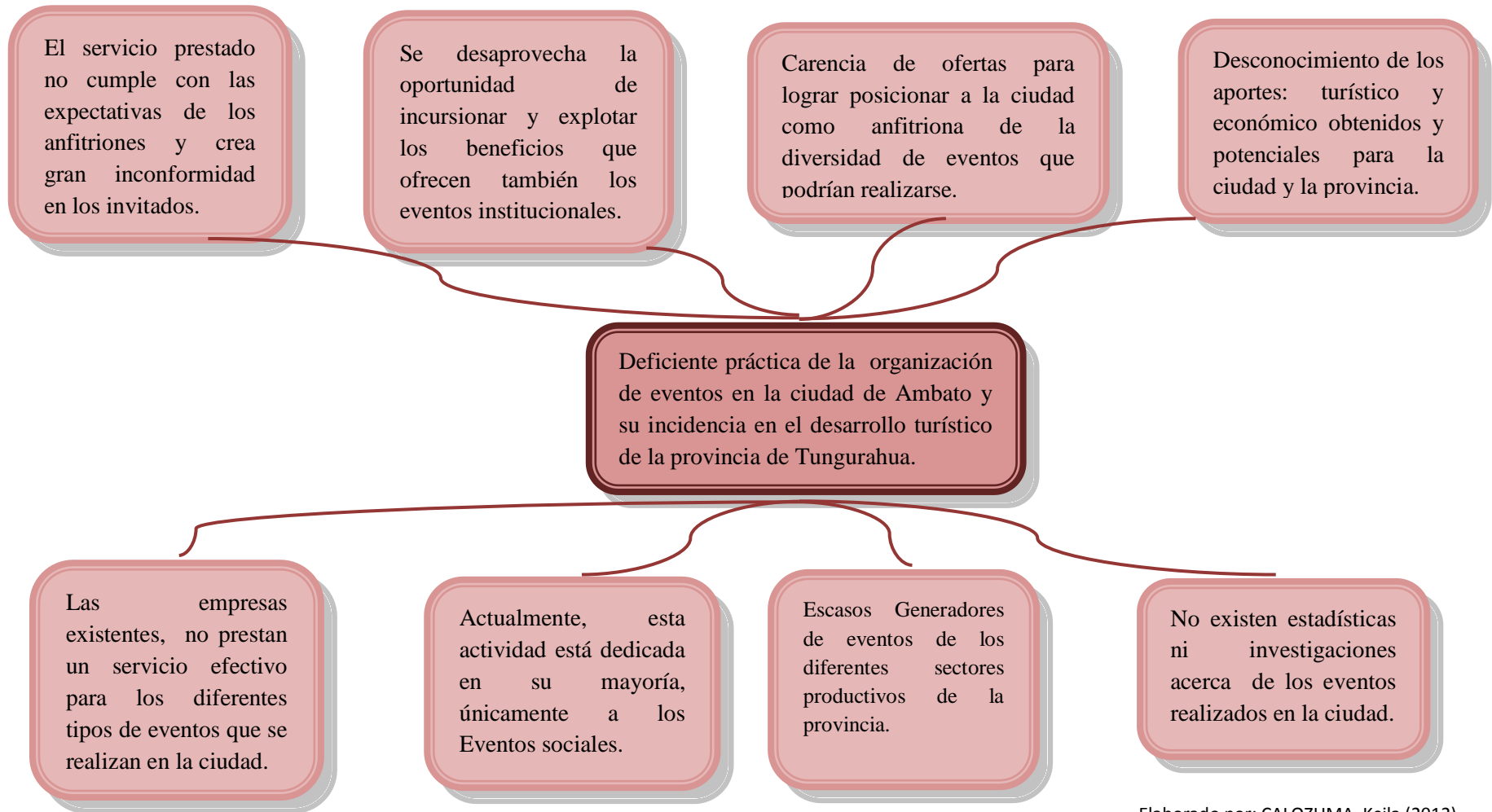
Organizar eventos es cumplir con las funciones de escuchar, proponer, asesorar y realizar los requerimientos de las personas que se disponen a celebrar una ocasión especial.

La ciudad de Ambato se encuentra ubicada en el centro del país y es conocida como una de las mayores ciudades comerciales, productoras, trabajadoras y emprendedoras del Ecuador, grandes ventajas que ofrecen maravillosas oportunidades para ser explotadas y así contribuir al desarrollo de la provincia de Tungurahua.

### 1.2.2 Análisis crítico

Gráfico 1: Árbol de Problemas

Árbol de problemas



Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)

Actualmente se desconoce la incidencia que tiene la deficiente práctica de la actividad de organización de eventos en la ciudad de Ambato, sobre el desarrollo turístico de la provincia de Tungurahua; Debido a que, no existen estadísticas ni investigaciones sobre los eventos que se han llevado a cabo en la ciudad, por lo que se carece de información acerca de los resultados en los aportes turístico y económico, obtenidos y potenciales para la ciudad y la provincia. Así mismo, Las empresas existentes, no prestan un servicio efectivo para los diferentes tipos de eventos que se realizan en la ciudad lo que ocasiona insatisfacción en los anfitriones y gran inconformidad en los invitados; Actualmente, esta actividad está dedicada en su mayoría, únicamente a los Eventos sociales, desaprovechando la oportunidad de incursionar y explotar los beneficios que ofrecen los eventos institucionales, los cuales poseen una gran variedad como: ferias, talleres, congresos, seminarios, cursos, entre otros.

También existen escasos Generadores de eventos de los diferentes sectores productivos de la provincia, lo que origina la carencia de ofertas para lograr posicionar a la ciudad como anfitriona de la diversidad de eventos que podrían realizarse, ya que se caracteriza por ser unas de las principales ciudades productivas del país, gracias a su actividad comercial desarrollada en diferentes industrias, como: la textil, agrícola, ganadera, entre otras.

### **1.2.3 Prognosis**

De no realizarse una investigación sobre la organización de eventos, los servicios que la complementan y como se está desarrollando esta actividad en la ciudad de Ambato, se seguirá desconociendo acerca de los aportes y beneficios que brinda la misma, al desarrollo turístico de la provincia de Tungurahua, debido a que la práctica de dicha labor atrae un importante segmento del turismo llamado TURISMO DE EVENTOS, el cual manifiesta una alta rentabilidad y contribución al desarrollo de otros sectores relacionados. De tal manera que, al no estudiar la utilidad de esta actividad en este sector de grandes oportunidades y maravillosa

oferta natural, turística y productiva; podría estarse cerrando la puerta a un interesante segmento del turismo que se encuentra aún por explotar.

#### **1.2.4 Formulación del problema**

¿Cómo incide la organización de eventos en la ciudad de Ambato, en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua?

#### **1.2.5 Interrogantes**

¿Se puede determinar claramente las falencias de las empresas organizadoras de eventos, existentes en la ciudad?

¿Existen datos estadísticos que puedan aportar información acerca del desarrollo turístico de la ciudad de Ambato?

¿Se puede elaborar una propuesta innovadora y de gran aceptación en el mercado que fomente la práctica del Turismo de eventos en la ciudad?

#### **1.2.6 Delimitación del objeto de investigación**

##### **1.2.6.1 Delimitación del Contenido**

**Campo:** Turismo

**Área:** Oferta Turística

**Aspecto:** Organización de eventos y desarrollo turístico.

##### **1.2.6.2 Delimitación Espacial**

La investigación se realizara en la ciudad de Ambato, Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.



### **1.2.6.3 Delimitación Temporal**

Este proyecto se llevara a cabo desde Diciembre del 2011 hasta Septiembre del 2012

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La organización de eventos es un tema de gran importancia social actualmente, abarca todos los aspectos relacionados con la planificación, diseño y ejecución de diversos tipos de acontecimientos como: reuniones, ferias, congresos, convenciones, seminarios, etc.; Dichos eventos manifiestan una alta rentabilidad y contribución al desarrollo turístico del sector anfitrión de los mismos, ya que atraen un significativo segmento de la demanda turística llamado Turismo de Eventos, una rama del Turismo que se encuentra aun por explotar, que ofrece varias opciones de crecimiento e innovación para los habitantes y la cual genera importantes ingresos económicos, debido al flujo de visitantes que llegan no solo a ser parte de determinado evento, sino también, a conocer, consumir y disfrutar de las bondades del sector donde éste se lleve a cabo, logrando así, un representativo crecimiento y por ende el desarrollo turístico del mismo.

Por esta razón es necesario investigar cómo se está desarrollando esta actividad en la ciudad de Ambato y su aporte al desarrollo turístico de la provincia Tungurahua, ya que ésta, es muy conocida como uno de los mayores sectores emprendedores del Ecuador, se dedica a la producción de diferentes artículos muy reconocidos y de gran interés por todo el país, se destaca en el ámbito agrícola, textil, turístico, entre otros.

Aspecto que se considera de vital importancia para posicionar a la ciudad de Ambato, como anfitriona de diferentes eventos y así atraer a este importante segmento turístico.

De tal manera, con los motivos suficientes a favor del desarrollo turístico, de la ciudad y la Provincia se considera sumamente necesario, aplicar esta investigación y así conocer a profundidad como se está dando la práctica de la organización de eventos, para aportar con una efectiva propuesta que impulse y

aporte a la práctica del Turismo de eventos, ofertante de provechosos beneficios para los habitantes.

La investigación es factible de realizarse debido a que, afortunadamente los recursos necesarios no son imposibles de conseguir, no son de un valor exageradamente costoso y también, los conocimientos teórico - prácticos vinculados con el tema por parte del investigador, aportaran a la recolección de información y elaboración de la propuesta.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 General**

Determinar la incidencia de la organización de eventos en la ciudad de Ambato sobre el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua.

### **1.4.2 Específicos**

- Diagnosticar claramente las falencias de las empresas organizadoras de eventos, existentes en la ciudad.
- Analizar datos estadísticos acerca de los aportes otorgados por la realización de eventos en la ciudad.
- Establecer el nivel de importancia de la visita de los asistentes a eventos en la ciudad.

Elaborar una propuesta innovadora y de gran aceptación en el mercado que fomente la práctica del Turismo de eventos en la ciudad.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se ha tomado como antecedentes investigativos dos tesis realizadas en diferentes ciudades, enfocadas en la temática pero, con un mayor aporte direccionado a la inversión económica en esta actividad; la primera tesis se titula “TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE MURCIA. UN ENFOQUE DESDE EL TEJIDO EMPRESARIAL INVOLUCRADO” María Dolores Ponce Sánchez, 2008

De la cual se ha tomado las conclusiones y recomendaciones más relevantes y originales, en vista que existía similitud en algunos de los aportes concluyentes de la autora, mismos que se presentan a continuación:

#### ***Conclusiones:***

- Los sectores empresariales más representados en la muestra conforman la oferta empresarial básica de esta especialidad turística, en orden de importancia: Hotelería, Restauración y OPC's. El perfil de estos agentes económicos entrevistados, corresponde a responsables jóvenes, mayor presencia de hombres que suelen ser propietarios; mientras que las mujeres ocupan puestos de dirección. El capital humano descrito constituye una potencialidad de primer orden, que contribuirá a alcanzar los objetivos que se pretenden.
- Se ha podido constatar que este colectivo empresarial reconoce la importancia y evolución del turismo de reuniones, pero que, todavía está lejos de alcanzar el desarrollo óptimo.
- Se entiende que las expectativas se fundamentan en la elección de un segmento de demanda conveniente para nuestra realidad urbana y en eficientes campañas de promoción del producto.

***Recomendaciones:***

- Las debilidades que se han detectado obedecen a los problemas endémicos de accesibilidad y alcanza un especial significado al aspecto que hace referencia a la falta de promoción y comunicación del producto; Factores claves para «vender la ciudad» e ir percibiendo beneficios de los esfuerzos inversores realizados.
- Las propuestas de actuación más urgentes deberían dirigirse a solventar los problemas denunciados: accesibilidad, promoción, gestión pública eficaz.

***Análisis personal:***

Es notable el interés por la práctica del turismo de reuniones en la ciudad de Murcia, el colectivo empresarial involucrado reconoce la rentabilidad y beneficios que ofrece esta actividad pero, para alcanzar un desarrollo óptimo de la misma es necesario solucionar varias falencias, que impiden su crecimiento ya que forman parte de los puntos claves para lograr posicionar a la ciudad como anfitriona de eventos; de tal manera que para conseguir las anheladas soluciones deben unir fuerzas los sectores público y privado con el mismo fin.

La segunda tesis relacionada se titula “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS” Fabiola Alexandra Murillo Paladines, 2009

***Conclusiones:***

- Según el estudio de mercado realizado pudimos concluir que el nicho de organización de eventos va seguir creciendo en nuestra sociedad, debido a la necesidad de satisfacer la organización y coordinación de eventos corporativos y empresariales.
- La parte más importante del proyecto son los convenios estratégicos que negociemos con nuestros proveedores, ya que de eso dependerá poder ofrecer los mejores precios y calidad logrando así, ser más atractivos para los clientes.

***Recomendaciones:***

- Se recomienda un continuo estudio a los interesados sobre este tema de gran crecimiento e innovación.
- Crear alianzas estratégicas con todos los involucrados en esta actividad de gran variedad.

***Análisis personal:***

La creación de una empresa organizadora de eventos conlleva varios aspectos que deben ser muy bien estudiados para garantizar el éxito de la misma, en este caso se debe profundizar mucho más en el asunto de la demanda a la que está dirigida para lograr posicionarse en el mercado.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Para la ejecución de la siguiente investigación utilizaremos el paradigma crítico-propositivo y constructivista social, ya que razona una realidad socioeconómica, y propone una alternativa para contribuir al desarrollo turístico de la provincia de Tungurahua.

## **2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

El turismo se desarrolla dentro de un marco legal que regula cada una de las actividades realizadas en este ámbito, para lo cual se respalda en leyes Generales, Reglamentos Internos, Normativas y otros, entre los cuales citaremos los relacionados con la presente investigación:

- Constitución Política de la República  
La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 238 y el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización en sus artículos 1 y 5 consagran la autonomía de los gobiernos autónomos descentralizados.
- Ley Orgánica de Organización Territorial Autonomía y Descentralización  
El Art. 54 del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, establece las funciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal entre las que se encuentran las contenidas en los literales g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal; y, q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón; por ello se torna imprescindible crear un organismo que se encargue del cumplimiento de las funciones antes indicadas, como parte integrante para la consecución de los derechos del buen vivir.
- Ley de Turismo, en los Art. 41, 42, 44. donde contempla la tramitología y Normas técnicas y reglamentarias para la creación y funcionamiento de los diferentes sectores de las actividades turísticas
- Codificación de la Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, Código Ético Mundial para el Turismo
- Reglamento General de Actividades Turísticas

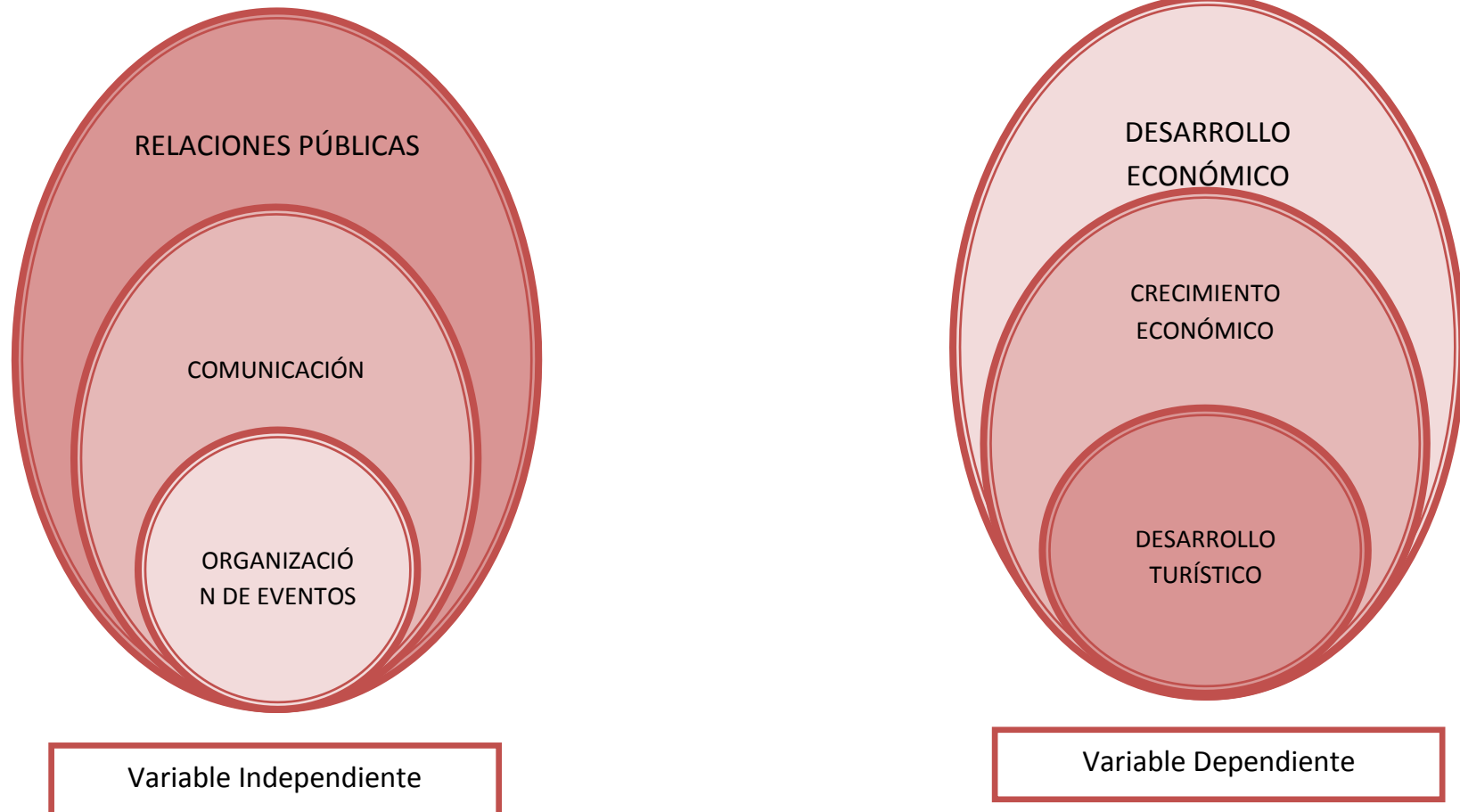
*Fuente: LEXIS S.A. - Silec, Sistema Integrado de Legislación Ecuatoriana*

*Lexis S.A.*

*www.lexis.com.ec - www.lexis.ec*

## 2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

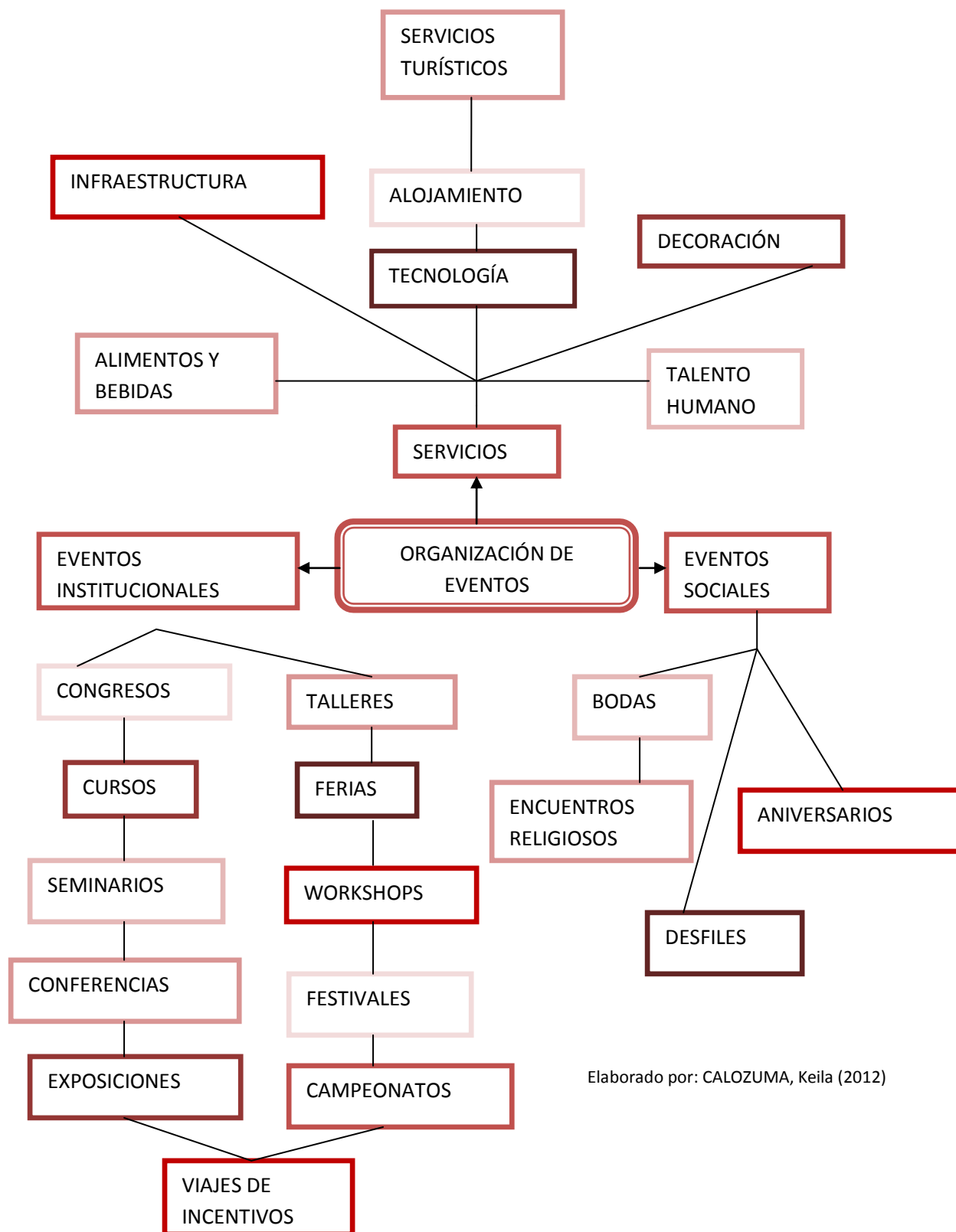
Gráfico 2: Superordinación Conceptual



Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)

**SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL. Variable independiente (Organización de eventos)**

**Gráfico 3: Subordinación conceptual (variable independiente)**

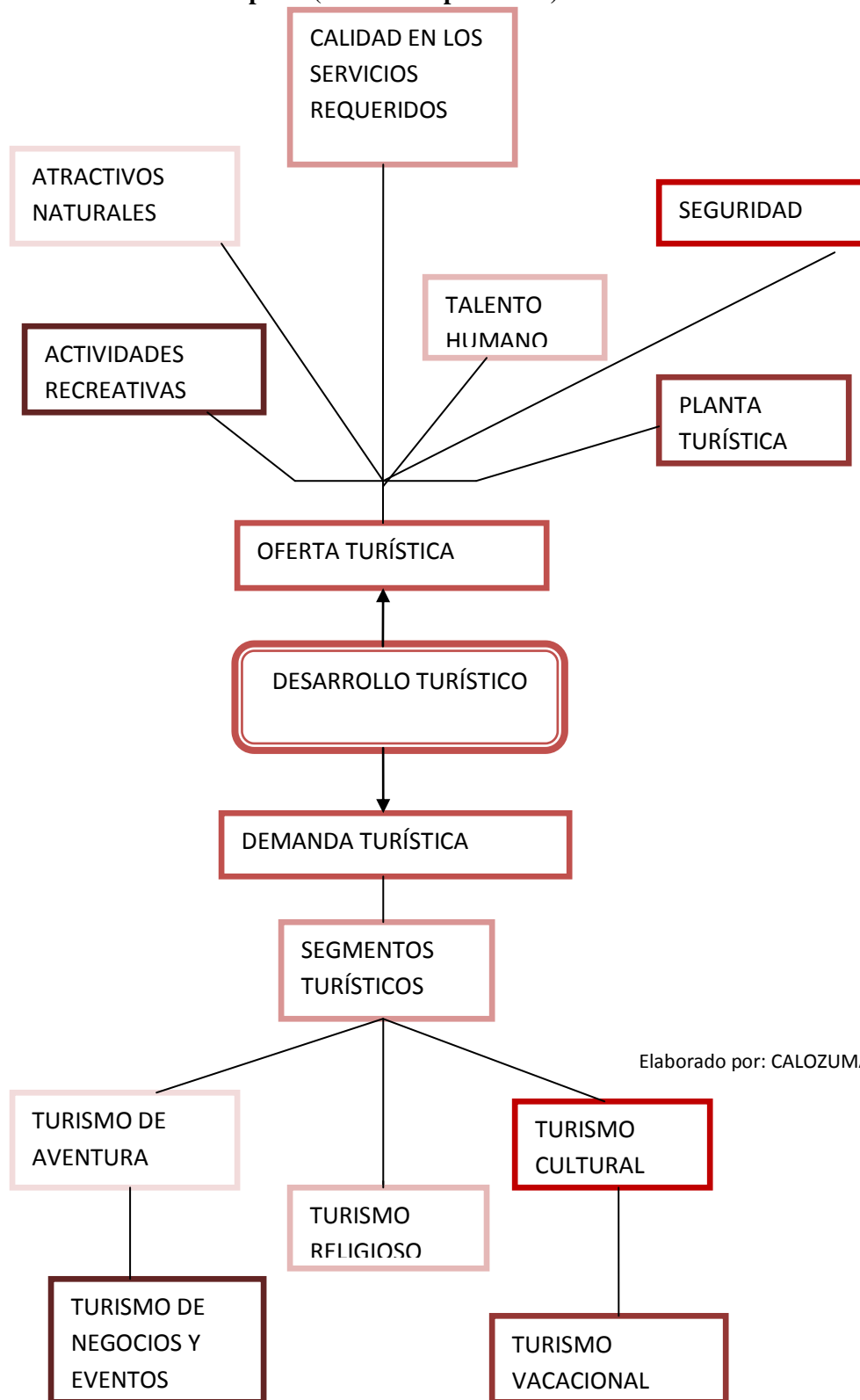


Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)



## SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL. Variable dependiente (Desarrollo Turístico)

Gráfico 4: Subordinación conceptual (variable dependiente)



#### **2.4.1 Fundamentación teórica variable independiente (organización de eventos).**

##### **Relaciones públicas:**

“las relaciones publicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras. Las relaciones públicas incrementan técnicas de negociación, marketing, publicidad y administración para complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social, particular y único que debe ser estudiado con máximo esmero para que esas acciones puedan ser bien interpretadas y aceptadas por los distintos públicos a quienes se dirige un programa de relaciones públicas”. Lic. Natalia Martini.

“las relaciones publicas son el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basados en una comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias”. SCOTT CUTLIP y ALLEN CONTER.

“la promoción de simpatía y buena voluntad entre una persona, empresa o institución y otras personas, publico especial o la comunidad en su conjunto, mediante la distribución de material interpretativo, el desarrollo del intercambio amistoso y la evaluación de la reacción pública”. JOHN MARSTON, Autor de MODERN PUBLIC RELATIONS.

“Las RRPP constituyen la función administrativa que avalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción y comunicación para generar la

comprensión y la aceptación del público”. WEBSTERS NEW INTERNATIONAL DICTIONARY.

“La práctica de las relaciones públicas es el arte y la ciencia social de analizar tendencias, predecir consecuencias, asesorar a los líderes de organizaciones y poner en práctica programas planificados de acción que servirán a los intereses de la organización y del público”. KOTLER y MINDAK

“Se llama relaciones públicas (RR.PP) a la rama de la comunicación que se encarga de crear, modificar y/o mantener la imagen positiva ya sea de una empresa, organización, ente público o privado; y fortalecer los vínculos con todos sus públicos (internos, externos o indirectos), utilizando diferentes estrategias, técnicas e instrumentos, su misión es generar un vínculo entre la organización, la comunicación y los públicos relacionados, además de convencer e integrar de manera positiva. ARCELO J.L. (coord.) (2004) LAS RELACIONES PÚBLICAS EN ESPAÑA.

### **Comunicación:**

“Comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes” MARÍA DEL SOCORRO FONSECA

Es la “bandera” de las Relaciones Públicas. Y en este apartado es fundamental, de nuevo, el trabajo de un Director de Comunicación, que puede adoptar varias funciones: Comunicación de Marketing. Según Van Riel

“Es una actividad importante de relaciones públicas para satisfacer el deseo de la mayoría de los participantes en una ocasión, mejorar sus conocimientos y disfrutar el estímulo del desarrollo de la actividad”. ORGANIZACIÓN D EEVENTOS.

Alicia Irureta Goyena

“El ámbito mercadológico de comunicación está definido por todas las acciones que tienen como objeto el producto de la organización enmarcado por un extenso paisaje que va desde los distribuidores a los consumidores, desde el producto a su publicidad y promoción, desde el lugar de compra hasta el de consumo final.”

JOAN COSTA

“Esta disciplina o conjunto de conocimientos sistematizados sobre una materia- se centra en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, entre éstos y el público externo y así fortalecer y mejorar la identidad y desempeño de las entidades”. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, Ingrid Rodríguez Guerra

### **Organización de eventos:**

Organizar eventos es complejo, quizás una de las disciplinas que requieren de más flexibilidad, control y supervisión para que todo lo que se ideó y construyó cumpla su objetivo. Son muchos los detalles que hay que tener en cuenta. La supervisión, la trazabilidad en el antes, en el durante y en el después son indispensables.

“Es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales

puede tener diferentes finalidades”. EVENTOS, REUNIONES Y BANQUETES, Luis Mesalles, Barcelona, 2003.

“Aparece como respuesta a las nuevas necesidades que plantean las empresas, hoteles, clubes, asociaciones, ámbitos relacionados con el arte, la cultura y la sociedad en general. Esta disciplina se implementa para dar a conocer un producto nuevo al mercado, para festejar un evento social, para motivar al cuerpo de ventas, organizar un torneo deportivo dentro de la empresa, mostrar la nueva colección de arte de determinado artista o muchos otros ejemplos” ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, UCES, 2010.

“La organización de un Acontecimiento Especial no tiene nada de "eventual" por lo que debe ser concebido y ejecutado de acuerdo a los más altos estándares de calidad organizativa y estilo. La organización de una Acontecimiento especial demanda gran profesionalismo y dedicación esmerada”. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, Antonio Di Génova.

“Los eventos surgen como un reclamo de la sociedad que necesita reunirse por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, en colectivos y grupos. Son un hecho económico y cultural que permite un intercambio social, técnico, profesional y científico”. EVENTOS, Guadalupe Maure.

“La organización es el resultado de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos del evento”. Iván Thompson.

“El evento es una experiencia social, programada y construida a partir de un conjunto de vivencias multimediáticas combinadas las cuales producen

significado, es decir, comunican”. DISEÑO Y COMUNICACIÓN, Dan Colter, Buenos Aires-Argentina, 2007.

“Un evento es ante todo una herramienta de gestión táctica del área Marketing y de Relaciones Públicas de una empresa o institución. Es decir importa beneficios tanto sea para la prosecución de los objetivos comerciales como para los comunicacionales e institucionales. De forma tal que un evento reporta una serie de acciones que impactan en las metas organizacionales de corto, mediano plazo y largo plazo”. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, Antonio Di Génova.

#### **2.4.2 Fundamentación teórica variable dependiente (Desarrollo turístico)**

##### **Desarrollo económico:**

“El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital”.

“Transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado, el cual se logra a través de un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo, con el consiguiente aumento de los factores productivos disponibles y orientados a su mejor utilización; teniendo como resultado un crecimiento equitativo entre los sectores de la producción”.

“El desarrollo implica mejores niveles de vida para la población y no sólo un crecimiento del producto, por lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos. Las expresiones fundamentales del desarrollo económico son: aumento de la producción y productividad per cápita”.

“Un proceso de expansión de las capacidades de que disfrutaban los individuos”.  
DESARROLLO Y LIBERTAD, Amartya Sen.

De esta manera, la pobreza no es un fenómeno meramente material, sino que es mucho más complejo. Abarca, además cuestiones relacionadas con las políticas sociales, la equidad y los derechos económicos, sociales y culturales.

"El desarrollo significa lograr una creciente eficacia en la manipulación creadora de su medio ambiente, tecnológico, cultural y social así como sus relaciones con otras unidades políticas y geográficas" EL SUBDESARROLLO LATINOAMERICANO Y LA TEORÍA DEL DESARROLLO. Sunkel y Paz. Esto se refiere a la reorientación de la política de desarrollo tanto interno como externo. Algo importante que marcan es el grado de control que el Estado-Nación tiene sobre influencias externas tan significativas Samir Amin. El desarrollo desigual. Capítulos 4 y 5 . pp.191-359. Fontanella Barcelona, 1975.

“Hemos de plantearnos las circunstancias que rodean su aparición en la concepción de la teoría económica, más aún cuando se ha llegado a la unívoca percepción por parte de varios autores de que los conceptos empleados para describirlo son insatisfactorios. Ahora bien, el lector se preguntará cuales son estos conceptos a lo cual yo responderé, siguiendo a Sunkel (1991) que *dependen de la percepción ideológica* que se le confiere a la clasificación diferenciada de los países de la periferia respecto de los del centro, como tal, distinguimos entre: países poco desarrollados o en vías de desarrollo, países pobres, países no

industrializados, de producción primaria, países atrasados y dependientes  
*Comparación Hecha Por El Autor Osvaldo Sunkel En Su Publicación: El  
Desarrollo Desde Adentro. Pg. 15*

### **Crecimiento económico:**

El concepto de crecimiento económico se refiere al incremento porcentual del producto bruto interno de una economía en un período de tiempo.

El crecimiento es una medida del bienestar de la población de un país o región económica. Implícitamente, se supone que un elevado crecimiento económico es beneficioso para el bienestar de la población, es decir que un elevado crecimiento económico sería un resultado deseado por las autoridades políticas y por la población de un país. FEDERICO ANZIL, 2004

El producto bruto interno es una medida numérica de fácil interpretación, además, "encaja" bien en los modelos económicos, donde en general el producto de una economía es el resultado de la combinación de insumos productivos (capital y trabajo) utilizando una tecnología determinada.

“La teoría económica se ha desarrollado en función de maximizar el bienestar social y económico de la nación. Bajo esta perspectiva, el aumento de bienestar viene de la mano con el crecimiento y desarrollo económico”. ADAM SMITH

“Uno de los principales factores que determinan el crecimiento económico, es el desarrollo del sistema financiero. El sistema financiero nace con el objeto de facilitar la intermediación financiera entre los diferentes agentes económicos en una sociedad, de manera más amplia, el sistema financiero nace como una



estructura formal para reducir los costos de adquirir información, hacer cumplir los contratos y llevar a cabo transacciones generan incentivos para el surgimiento de mercados, intermediarios y contratos financieros”. MC KINNON (1973) Y SHAW (1973).

“El sistema financiero juega un papel central para estimular el crecimiento. Por una parte los sistemas financieros movilizan y agrupan ahorro. Por otra, promueven una asignación eficiente del capital. Los sistemas financieros producen información ex ante sobre posibles inversiones y juegan un papel clave en la asignación del capital”. GALINDO (2003)

“El crecimiento económico es la expansión del producto nacional bruto (PNB) y del producto interno bruto (PIB) potencial de una zona determinada, con ello se esta indicando que la estructura productiva tiene posibilidades de aumentar lo producido en esa zona y se refiere a la cantidad máxima que se puede lograr con una determinada disponibilidad de factores productivos y de generación o adquisición de tecnología”. El crecimiento así entendido, puede expresarse como:

-Aumento de la capacidad de producción.

-Aumento del PIB por habitante (cumpliendo la condición de que la tasa de incremento del PIB sea mayor que la tasa de crecimiento de la población).

-Aumento del consumo por habitante, relacionado con el nivel de vida.

-Aumento de la productividad de los factores de producción.

PRINCIPIOS DE POLITICA ECONÓMICA, Josefa Fernández Arufe, 2006

### **Desarrollo Turístico:**

“Es la actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país.” Organización Mundial de Turismo, (2006).

“Es la actividad económica del conjunto de acciones y relaciones que se originan cuando se efectúa el desplazamiento de personas fuera de los confines de su residencia habitual, con fines de ocio, negocio, aventura, personales, religiosos, de salud, placer, profesionales, etc. Este conlleva a la realización de gastos los cuales reportan obligatoriamente beneficios al destino en cuestión y donde los turistas satisfacen las necesidades antes mencionadas, es una actividad multisectorial y multidisciplinaria en la que participan diferentes áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación y de sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. Este sector no tiene determinado con claridad la existencia de un producto tangible, sino que lo conforman un conjunto de servicios que no son los mismos en los diferentes países. Esto no es fruto de la casualidad, cada nación trata de diseñar su destino y producto turístico con peculiaridades y atractivos que los hagan únicos”. RODRÍGUEZ FARIÑAS, Ricardo, Organización y Técnica del Turismo. 1998.

“El desarrollo turístico depende mucho del historial particular en materia de turismo, del potencial de desarrollo de los atractivos, facilidades, mercados, infraestructura, etc., de los recursos movilizables en cada situación, del crecimiento de líneas productivas afines y de la capacidad organizativa demostrable de una nación”. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA UN ENFOQUE METODOLÓGICO, Hernández Díaz Edgar. 2003.

El turismo no sólo es un sector económico sino un hecho psicosocial. Sin embargo, los estudios que encontramos son muy dispersos y no podemos hablar

de una sola y única sociología del turismo. Jose Manuel Castaño (2005) destaca los siguientes autores:

a) Cohen (2001), no da una definición cerrada, sino que analiza el turismo desde diferentes perspectivas:

-El turismo como comercialización de la hospitalidad.

-El turismo como viaje democratizado.

-El turismo como moderna actividad de ocio.

-El turismo como una variedad moderna del peregrinaje tradicional.

-El turismo como una expresión de la cultura básica.

-El turismo como un proceso de aculturación.

-El turismo como un tipo de relación étnica.

-El turismo como una forma de neocolonialismo.

## **2.5 HIPÓTESIS**

La organización de eventos en la ciudad de Ambato incide en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua.

## **2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

### **Variable Independiente:**

Organización de eventos.

### **Variable Dependiente:**

Desarrollo turístico.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 ENFOQUE**

Esta investigación se enfocó en realizarse de forma cuali-cuantitativa, para hacer énfasis en dichos aspectos con la siguiente definición, que permitirá una mejor comprensión.

##### ***Cualitativo.-***

El enfoque de la investigación tiene carácter cualitativo por ser básicamente de carácter social. La investigación cualitativa reconoce la subjetividad de los sujetos como parte constitutiva de su proceso indagador. Ello implica que las ideologías, las identidades, los juicios y prejuicios, y todos los elementos de la cultura impregnan los propósitos, el problema, el objeto de estudio, los métodos e instrumentos, forman parte incluso de la selección de los recursos y los mecanismos empleados para hacer la presentación y divulgación de los resultados e interpretaciones del estudio. Las implicaciones de esta condición tienen grandes consecuencias.

Aparte de las dificultades ya presentes en las investigaciones de otros tipos, la investigación cualitativa tiene desafíos adicionales ante sí. La investigación cualitativa en las ciencias humanas indaga, como se indicó antes, en la condición humana. Eso significa que construye conocimiento mientras acoge y al mismo tiempo que evita caer en reduccionismos la complejidad, la ambigüedad, la flexibilidad, la singularidad y la pluralidad, lo contingente, lo histórico, lo contradictorio y lo afectivo, entre otras condiciones propias de la subjetividad del ser humano y su carácter social. Tales condiciones son características del objeto de estudio a la luz del enfoque cualitativo, al mismo tiempo que son también valores cultivados durante la investigación. Lo son porque en una buena medida la

riqueza de la investigación cualitativa depende de qué tan bien hemos captado y descrito dichas condiciones en la búsqueda de los significados.

Se trata de una búsqueda abierta de conocimiento comprometido con la verdad y con el bienestar de los seres humanos. Implica un compromiso entre las personas, una interacción y una negociación constante.

La validación y fiabilidad en la investigación cualitativa tiene que ver con el grado de acercamiento existente entre la investigación y la realidad, así como de la pertinencia de las técnicas empleadas.

**Cuantitativo.-** Pertenece o relativo a la cantidad, siendo la propiedad de lo que es capaz de número y medida y puede ser mayor o menor con algo que se compara.

Es significativo definir y recalcar, las cualidades de los participantes en esta investigación, ya que éstas, son categorías de la sociedad que hace posible el fortalecimiento de una realidad percibida; Y cuantitativa porque, será tabulada la información obtenida, para poder medir los objetivos planteados.

### **3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se basa en las modalidades: bibliográfica, linkográfica y de campo, ya que, la misma será posible mediante la utilización de libros, consultas en páginas web y la investigación de contacto directo con los involucrados en el lugar de estudio, mediante entrevistas y encuestas.

**Investigación de Campo.** La investigación de campo corresponde a un tipo de diseño de investigación, que se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos.

Lecturas, visitas al terreno, conversaciones con colegas, entrevistas a personas que conocen el problema por experiencia personal o debido a sus estudios.

**Investigación Bibliográfica** La investigación bibliográfica es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema, en este caso, acerca de la organización de eventos y el Desarrollo Turístico.

En un sentido amplio, el método de investigación bibliográfica es el sistema que se sigue para obtener información contenida en documentos. En sentido más específico, el método de investigación bibliográfica es el conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder a aquellos documentos que contienen la información pertinente para la investigación.

Atendiendo cualquiera de las dos definiciones, el método de investigación bibliográfica tendrá tanto niveles como tenga la información misma: información inmediata, datos específicos que responden a una cuestión determinada-, preparación de una exposición más o menos breve, preparación de una tesis o trabajo de investigación de más envergadura.

### **3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación se llevará a cabo mediante los siguientes tipos de estudio:

***Exploratorio.-*** Para analizar y contextualizar de manera global el problema en su totalidad.

***Descriptivo.-*** Permitirá analizar de manera específica el problema en singular, detallando cada una de las particularidades y elementos propios.

***Asociación de Variables.-*** De esta manera se establecerá la relación entre la variable independiente y la variable dependiente.

### 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.4.1 Población

**Cuadro 1: Población**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>%</b>
ORGANIZADORES DE EVENTOS.	10	6%
PRINCIPALES GENERADORES DE EVENTOS.	15	10%
LÍDERES DE OPINIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD.	7	5%
ASISTENTES A EVENTOS EN EL MES DE JULIO EN LA CIUDAD DE AMBATO.	125	79%
<b>TOTAL</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)

#### 3.4.2 Muestra

La investigación de campo se realizó a todo el universo de estudio, en vista de que era un número considerable para recolectar la información pertinente de las cuatro partes involucradas, por lo que no fue necesario establecer una muestra.

### 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Variable Independiente: Organización de Eventos

**Cuadro 2: Organización de Eventos**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	HERRAMIENTAS
<p><i>“La organización de eventos es el resultado de coordinar, disponer, ordenar los recursos necesarios. (humanos, económicos y físicos.) para lograr los objetivos propuestos, en cada ocasión ya que, un evento es un medio de comunicación y vinculación social, profesional, empresarial, una herramienta de gestión táctica del área de Marketing que permite el intercambio social, técnico y empresarial.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identidad</li> <li>▪ Imagen</li> </ul>	<p>-¿Con qué clase de destino identifica usted a la provincia de Tungurahua?</p>	Encuesta estructurada
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intercambio:</li> </ul> <p>Social</p> <p>Técnico</p> <p>Empresarial</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acontecimientos</li> <li>• Congresos</li> <li>• Convenciones</li> </ul>	<p>¿Para organizar eventos institucionales contrataría los servicios de un proveedor especializado?</p>	Encuesta estructurada
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tangibles</li> <li>▪ Intangibles</li> </ul>	<p>-¿Qué servicios requiere usted en un evento?</p> <p>-¿Qué resultados busca obtener usted de su evento?</p>	Encuesta estructurada
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Objetivos propuestos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cualitativos</li> <li>▪ Cuantitativos</li> </ul>	<p>¿En el caso de que su evento sea institucional qué margen de ganancia espera obtener como retorno de su inversión?</p>	Entrevista

Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)



Variable Independiente: Desarrollo turístico

**Cuadro 3: Desarrollo turístico**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	HERRAMIENTAS
<p><i>“Es una actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el adelanto de un país, que tiene como objetivo crear productos turísticos a partir de los recursos existentes, para lo cual habrá que definir lo que se puede realizar proponiendo un conjunto de actividades, formulando una propuesta de accesibilidad a los turistas potenciales.”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Socioeconómica</li> <li>▪ Estratégica</li> <li>▪ Productos turísticos</li> <li>▪ Recursos existentes</li> <li>▪ Accesibilidad</li> <li>▪ Turistas potenciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PEA vinculada directamente al turismo</li> <li>▪ Planificación estratégica</li> <li>▪ Oferta turística</li> <li>▪ Inventario de atractivos</li> <li>▪ Canales de distribución</li> <li>▪ Demanda turística</li> </ul>	<p>¿Cuántas personas laboran en su empresa?</p> <p>¿Existe un plan de promoción del destino Tungurahua?</p> <p>¿Se interesa usted por conocer los atractivos turísticos del lugar donde se lleva a cabo el evento?</p> <p>¿Se preocupa usted por brindar distracción turística a sus invitados?</p> <p>¿Qué canales de distribución utiliza usted para promocionar su evento?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta estructurada</p> <p>Encuesta estructurada</p> <p>Encuesta estructurada</p>

Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)

### 3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

**Cuadro 4: Recolección de información**

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>1.- ¿Para qué?</b>	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
<b>2.- ¿De qué persona u objeto?</b>	<p>Autoridades de turismo</p> <p>Propietarios de establecimientos prestadores del servicio de organización de eventos y catering.</p> <p>Representantes de la carrera de Turismo y Hotelería de las universidades de la ciudad.</p>
<b>3.- ¿Sobre qué aspectos?</b>	Organización de eventos y Desarrollo turístico.
<b>4.- ¿Quién?</b>	Investigador.
<b>5.- ¿Cuándo?</b>	Año 2012.
<b>6.- ¿Dónde?</b>	Ciudad Ambato – Provincia de Tungurahua.
<b>7.- ¿Cuántas veces?</b>	Tres veces, una para cada involucrado.
<b>8.- ¿Qué técnica de recolección?</b>	Encuesta.
<b>9.- ¿Con qué?</b>	Cuestionario estructurado.
<b>10.- ¿En qué situación?</b>	En plena practica de la actividad que vincula a los investigados.

### **3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

La investigación está dividida para lograr coordinación y coherencia en el trabajo:

1. Exploración del contexto a estudiar, permite detectar la situación del problema que se va a investigar, el objeto de investigación.
2. Documentación de ideas, conceptos, teorías, que sustente la investigación que se está efectuando.
3. Aplicación de cuestionarios, conforme a las áreas de análisis objeto de la investigación con la ayuda de técnicas de Observación.
4. Análisis e interpretación de información recolectada, que previamente fue tabulada e informada mediante matrices.
5. Establecimiento de conclusiones y recomendaciones, dando respuesta a las necesidades que arrojó el problema motivo de investigación.

Toda la información y datos a utilizarse serán procesados mediante la ayuda de programas de computación como:

- Microsoft Word
- Microsoft Excel

El análisis particular se lo realizará mediante cuadros, gráficos y técnicas estadísticas.

#### **Análisis e interpretación de resultados**

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados.
- Comprobación de la hipótesis o pregunta directriz.
- Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Análisis de los resultados.

#### RESULTADOS CUANTITATIVOS

##### ENCUESTA Nº 1

Encuesta dirigida a los Asistentes a eventos realizados en la ciudad de Ambato  
en el mes de julio/2012

##### PREGUNTA 1

¿A qué tipo de eventos ha asistido usted en la ciudad de Ambato?

Cuadro 5: Pregunta 1

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
EVENTOS SOCIALES	50	40%
EVENTOS INSTITUCIONALES	75	60%
TOTAL	125	100%

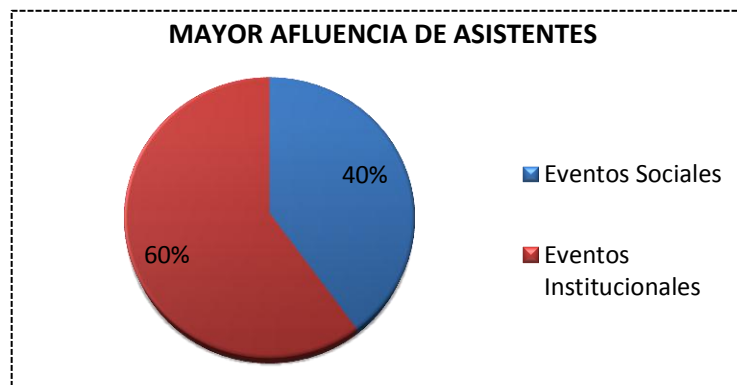


Gráfico 5: Pregunta 1

Fuente: Asistentes a eventos en la ciudad de Ambato en el mes de JULIO/2012

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 40% respondió que asiste frecuentemente a eventos sociales, mientras que el 60% prefieren los eventos institucionales.

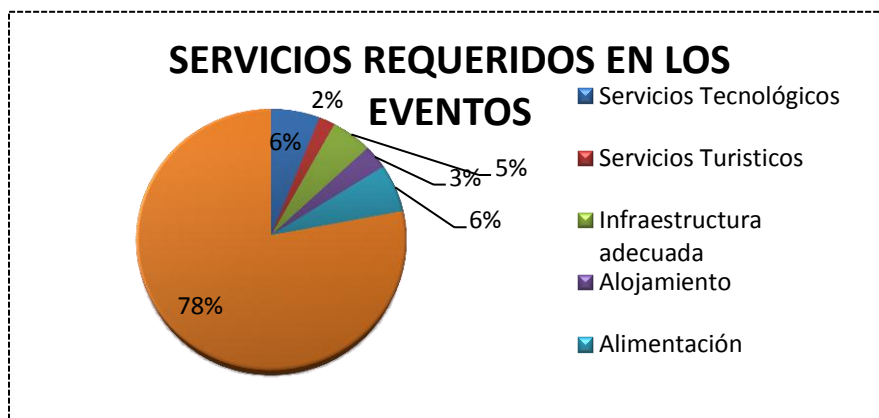
**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayoría de personas encuestadas asisten con mayor frecuencia a los diferentes eventos institucionales en la ciudad de Ambato, como: ferias, talleres, congresos, y de más.

## PREGUNTA 2

¿Qué servicios requiere usted en los eventos a los que asiste?

**Cuadro 6: Pregunta 2**

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SERVICIOS TECNOLÓGICOS	8	6%
SERVICIOS TURÍSTICOS	2	2%
INFRAESTRUTURA ADECUADA	6	5%
ALOJAMIENTO	4	3%
ALIMENTACIÓN	8	6%
TODOS SON INDISPENSABLES	97	78%
<b>TOTAL</b>	<b>125</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 6: Pregunta2**

Fuente: Asistentes a eventos en la ciudad de Ambato en el mes de JULIO/2012

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 6% respondió que necesitan los servicios tecnológicos para un evento, el 2% los servicios turísticos, el 5% creen indispensable una infraestructura adecuada, el 3% el alojamiento, otro 6% la alimentación, y la gran parte, el 78% consideran indispensable la asistencia de todos estos servicios juntos.

**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayoría de personas encuestadas consideran indispensable la asistencia de todos estos servicios juntos para conseguir un resultado satisfactorio en los eventos.

### PREGUNTA 3

¿Cuál es su interés por asistir a un evento?

**Cuadro 7: Pregunta 3**

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRESTIGIO DE LA INSTITUCIÓN ORGANIZADORA	30	24%
CONOCIMIENTOS/HORAS ACADÉMICAS	45	36%
CONTACTOS	25	20%
OPCIONES DE TRABAJO/NEGOCIOS	25	20%
TOTAL	125	100%



**Gráfico 7: Pregunta3**

Fuente: Asistentes a eventos en la ciudad de Ambato en el mes de JULIO/2012

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 24% respondió que asisten a los diferentes eventos interesados por el prestigio de la institución organizadora, el 20% por los contactos que pueden obtener, otro 20% por las opciones de trabajo y negocios potenciales y el 36% se interesan por los conocimientos y horas académicas que consiguen en determinado evento.

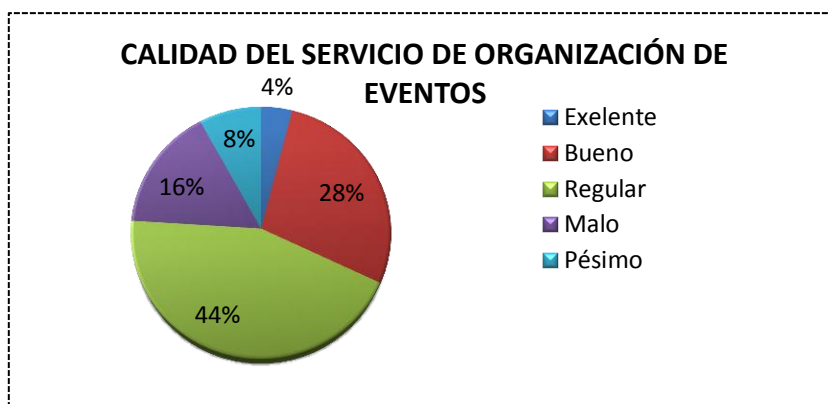
**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que las personas asisten a eventos interesados por varios aspectos, dependiendo del tipo de evento la mayoría acuden por obtener conocimientos y también por el prestigio de la institución organizadora.

## PREGUNTA 4

¿Cómo calificaría usted la calidad del servicio de organización en los eventos a los que ha asistido en la ciudad de Ambato?

**Cuadro 8: Pregunta 4**

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
EXELENTE	5	4%
BUENO	35	28%
REGULAR	55	44%
MALO	20	16%
PÉSIMO	10	8%
TOTAL	125	100%



**Gráfico 8: Pregunta 4**

Fuente: Asistentes a eventos en la ciudad de Ambato en el mes de JULIO/2012

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 4% calificó como excelente el servicio de la organización de los eventos a los que han asistido en la ciudad de Ambato, el 28% como bueno, el 44% como regular el 16% como malo y el 8% restante, como pésimo.

**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayoría de las personas consideran únicamente regular la calidad del servicio de organización de eventos en la ciudad de Ambato, por lo que, creemos preocupante el manejo de este servicio en la ciudad obstaculizando el logro de resultados efectivos en los diferentes eventos.

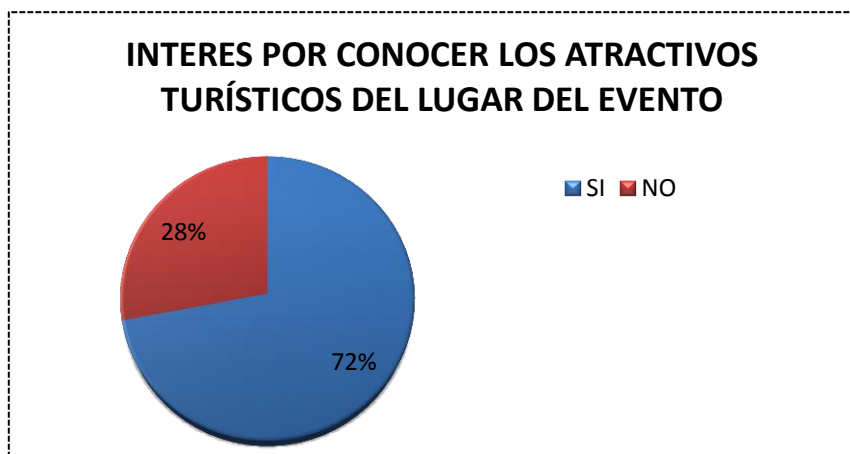


## PREGUNTA 5

¿Se interesa usted por conocer los atractivos turísticos del lugar donde se lleva a cabo el evento?

**Cuadro 9: Pregunta 5**

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	90	72%
NO	35	28%
TOTAL	125	100%



**Gráfico 9: Pregunta5**

Fuente: Asistentes a eventos en la ciudad de Ambato en el mes de JULIO/2012

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 72% respondió que se interesa por conocer los atractivos turísticos del lugar donde se lleva a cabo el evento al que asiste, mientras que el 28% respondió que no.

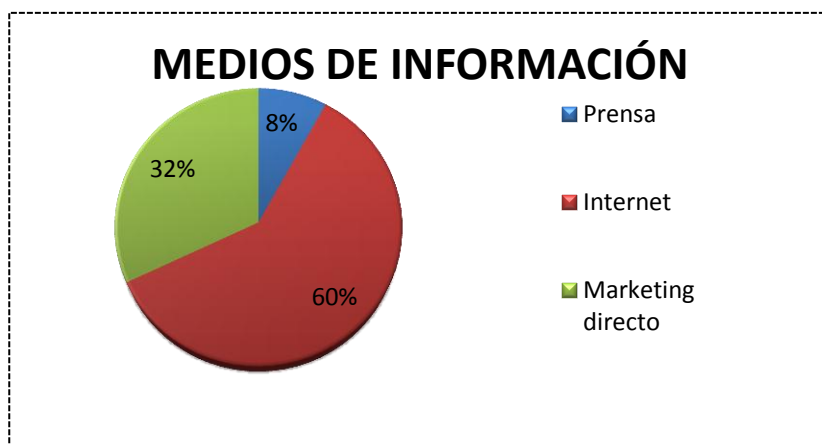
**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayoría de los asistentes a eventos también se interesan por conocer los atractivos turísticos del lugar donde se lleva a cabo determinada reunión, por lo que se considera importante incluir este tipo de actividades recreativas en los diferentes tipos de eventos.

## PREGUNTA 6

¿Mediante que medios se informa usted acerca de los eventos que se realizan en la ciudad de Ambato?

**Cuadro 10: Pregunta 6**

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRENSA	10	8%
INTERNET	75	60%
MARKETING DIRECTO	40	32%
TOTAL	125	100%



**Gráfico 10: Pregunta 6**

Fuente: Asistentes a eventos en la ciudad de Ambato en el mes de JULIO/2012

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 8% contestó que se informa acerca de los eventos que se realizarán en la ciudad de Ambato, mediante la prensa, el 60% por las diferentes opciones del internet y el 32% mediante el marketing directo.

**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayoría de las personas se informan de los eventos que se llevarán a cabo en la ciudad, mediante las diferentes opciones del internet y el marketing directo como: volantes, afiches, invitaciones, etc.

## ENCUESTA N° 2

Encuesta dirigida a los Principales generadores de eventos de la provincia de Tungurahua.

### PREGUNTA 1

¿Identifica usted a la Provincia de Tungurahua como un destino de? :

Cuadro 11: Pregunta 1

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
EVENTOS SOCIALES	4	27%
EVENTOS INSTITUCIONALES	11	73%
TOTAL	15	100%

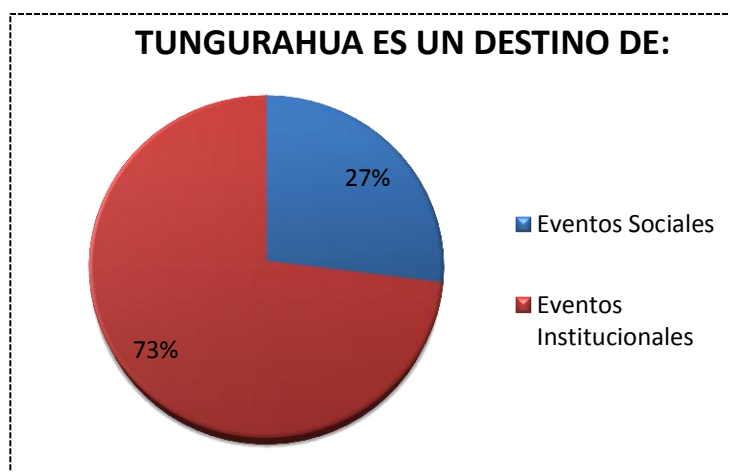


Gráfico 11, Pregunta1

Fuente: Principales generadores de eventos de la ciudad de Ambato  
Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 32% respondió que identifica a Tungurahua como un destino de eventos sociales, mientras que el 68% se inclina por los eventos institucionales.

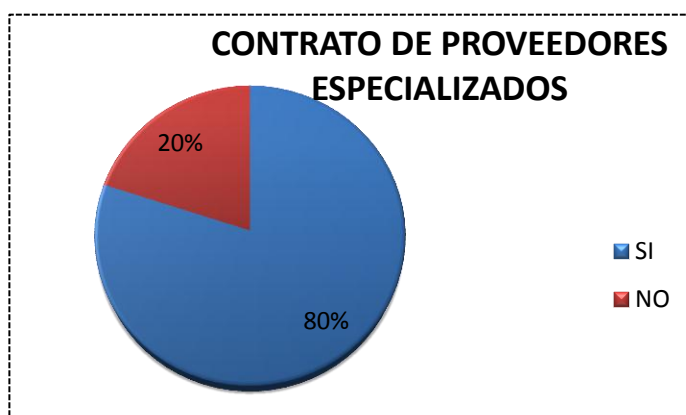
**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayor parte de generadores de eventos se dedican a la producción de eventos institucionales como: seminarios, talleres, congresos, ferias, etc.

## PREGUNTA 2

¿Para realizar eventos institucionales dentro de su organización, contrataría los servicios de un proveedor especializado? :

**Cuadro 12: Pregunta 2**

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	12	80%
NO	3	20%
TOTAL	15	100%



**Gráfico 12: Pregunta2**

Fuente: Principales generadores de eventos de la ciudad de Ambato

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 80% respondió que si contratarían los servicios de un proveedor especializado para que organice en su totalidad, determinado evento, mientras que el 20% no lo haría

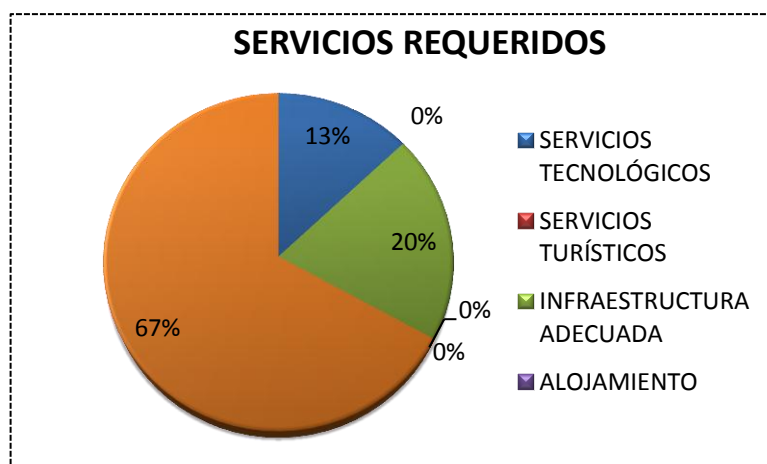
**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayor parte de generadores de eventos están dispuestos a contratar proveedores especializados para la organización de sus eventos y asegurar así la satisfacción y cumplimiento de objetivos.

### PREGUNTA 3

¿Qué servicios requiere usted para su evento? :

**Cuadro 13: Pregunta 3**

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SERVICIOS TECNOLÓGICOS	2	13%
SERVICIOS TURÍSTICOS		0%
INFRAESTRUTURA ADECUADA	3	20%
ALOJAMIENTO		0%
ALIMENTACIÓN		0%
TODOS SON INDISPENSABLES	10	67%
TOTAL	15	100%



**Gráfico 13: Pregunta 3**

Fuente: Principales generadores de eventos de la ciudad de Ambato

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 67% contestó que requieren de todos los servicios conjuntamente, para una organización óptima de sus eventos, el 20% una infraestructura adecuada, el 13% servicios tecnológicos.

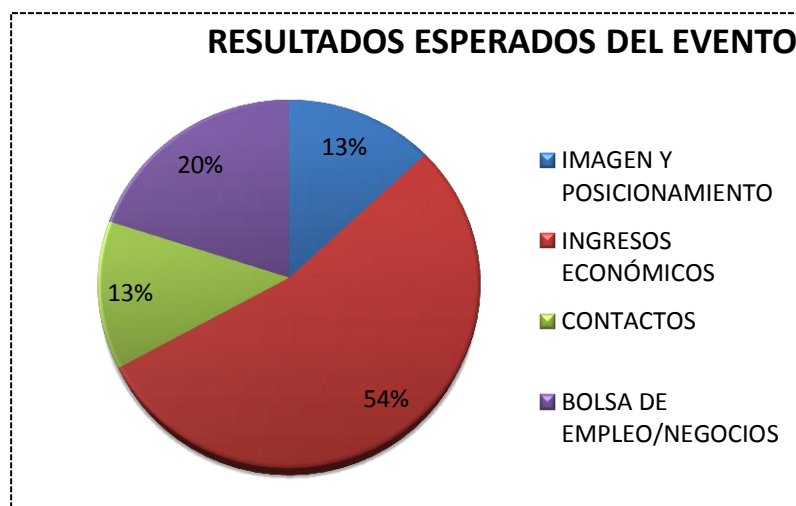
**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayor parte de generadores de eventos requieren la prestación de todos los servicios conjuntamente, para sus eventos y así garantizar los resultados efectivos propuestos mientras que otros generadores dan prioridad a la infraestructura y el servicio tecnológico

## PREGUNTA 4

¿Qué resultados busca obtener de su evento? :

**Cuadro 14: Pregunta 4**

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
IMAGEN Y POSICIONAMIENTO	2	13%
INGRESOS ECONÓMICOS	8	54%
CONTACTOS	2	13%
BOLSA DE EMPLEOS/NEGOCIOS	3	20%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 14, Pregunta1**

Fuente: Principales generadores de eventos de la ciudad de Ambato

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 13% contestó que buscan obtener de sus eventos imagen y posicionamiento de su empresa, otro 13% contactos, el 20% bolsa de empleo y negocios y el 54% ingresos económicos,

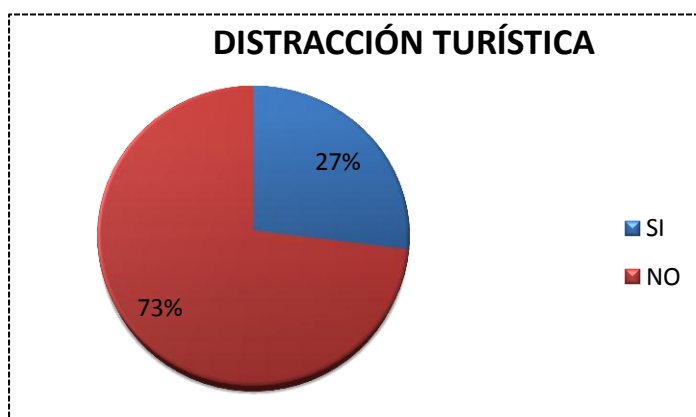
**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayor parte de generadores de eventos buscan obtener rentables ingresos económicos, como fruto de sus eventos además de imagen y posicionamiento de su empresa y negocios potenciales.

## PREGUNTA 5

¿Se preocupa usted por brindar distracción turística a sus invitados?

**Cuadro 15: Pregunta 5**

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	4	27%
NO	11	73%
TOTAL	15	100%



**Gráfico 15: Pregunta 5**

Fuente: Principales generadores de eventos de la ciudad de Ambato

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 73% contestó que no se ha preocupado por brindar distracción turística a sus invitados mientras que el 27% si lo ha hecho

**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayor parte de generadores de eventos no se preocupa por incorporar actividades recreativas turísticas para sus invitados, en los diferentes tipos de eventos, perdiendo una gran oportunidad de dinamización del turismo de la Provincia

## PREGUNTA 6

¿Qué canales de distribución utiliza usted para promocionar su evento? :

Cuadro 16: Pregunta 6

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRENSA	4	27%
INTERNET	7	46%
MARKETING DIRECTO	4	27%
TOTAL	15	100%

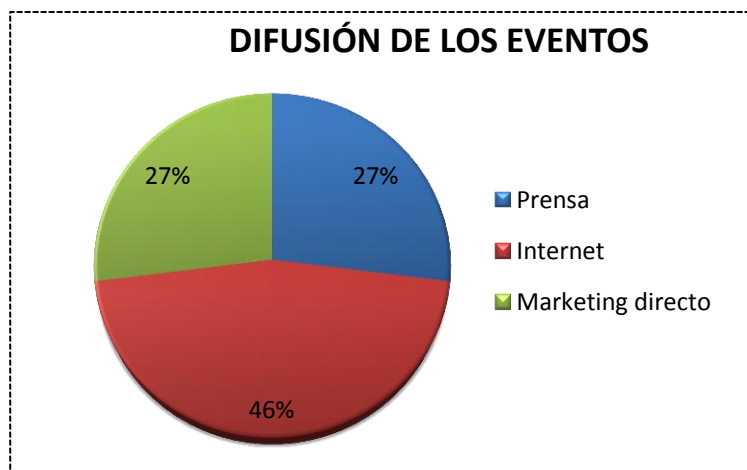


Gráfico 16: Pregunta 6

Fuente: Principales generadores de eventos de la ciudad de Ambato

Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

**ANÁLISIS:** Del 100% de los encuestados el 46% contestó que difunden la información de sus eventos mediante las diferentes opciones del internet, un 27% mediante la prensa y otro 27% mediante el marketing directo.

**INTERPRETACIÓN:** Mediante el análisis podemos deducir que la mayor parte de generadores difunden la información de sus eventos mediante las diferentes opciones del internet ya que es la herramienta más utilizada actualmente.



## **RESULTADOS CUALITATIVOS**

### **ENTREVISTA Nº 1**

#### **ENTREVISTA REALIZADA A LOS PRINCIPALES ORGANIZADORES DE EVENTOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.**

Los organizadores de eventos en la ciudad de Ambato son pocos, sin embargo, no existe una organización formal que esté enmarcada dentro de alguna ley como la de Turismo que permita ejercer esta actividad bajo parámetros de calidad.

Es por esa razón que se procedió a identificar a las empresas organizadoras de eventos que están registradas en la Dirección Provincial de Turismo, en el GADMA, en la Cámara de Turismo y otros contactos, de las cuales se obtuvo diez (10) las mismas que ofrecen servicios parciales, es decir, solo alimentación y catering o solo amplificación y música. La idea es que cuentan con diferentes proveedores en las distintas ramas.

Una vez localizadas las empresas organizadoras de eventos, se aplicó la investigación cualitativa en la que se aplicó la entrevista abierta, la misma que arrojó los siguientes resultados:

## **PREGUNTA 1**

### **¿Cuántas personas laboran en su empresa?**

En la mayoría de las empresas, estimativamente un 70% de las mismas tienen un aproximado de 7 colaboradores, los mismos que se encuentran por ley obligatoriamente afiliados al IESS, pero cuyo sueldo promedio es de USD 290, es decir el salario básico.

Este número de personas para una empresa que brinda este tipo de servicios es una cifra baja, pues un evento de 1.000 personas no puede ser atendido solo por 7 colaboradores, se entiende entonces, que se debe contratar por horas a ciertos empleados para poder brindar los servicios requeridos, por lo que se corre el riesgo de que las prestaciones brindadas no siempre cumplan los estándares de calidad que se requieren.

Por otro lado, se debe anotar que según el número de trabajadores este tipo de organizaciones son microempresas, por lo tanto desde el punto de vista económico es un integrante activo de dinamización económica de la provincia, ya que en Tungurahua se tiene un 60% de esta clase de empresas según la Cámara de Comercio de Ambato. (Datos proporcionados por el Sr. Mario Sánchez, Presidente de la Cámara de Comercio)

## **PREGUNTA 2**

### **¿Ha organizado usted eventos institucionales?**

Los organizadores en su mayoría declaran que no han tenido la opción de realizar eventos institucionales, pues este tipo de reuniones tienen necesidad de un mínimo conocimiento técnico, sin embargo sí se ha manejado por lo menos una parte de la organización, como por ejemplo, el catering, la amplificación, etc. Ya que han encaminado esta actividad únicamente a los eventos sociales, limitando así el desarrollo de la misma y la incursión en los diferentes tipos de eventos.

No existe experiencia en este campo, y en general no existe interés pues se cree que las empresas o instituciones que necesitan de estos servicios escatiman los montos a pagar pues generalmente se trata de organizaciones del sector público.

## **PREGUNTA 3**

### **¿Qué servicios ofrece usted en su empresa?**

Todos los organizadores entrevistados concuerdan en la prestación de determinados servicios como por separado:

- Catering y Bartending
- Equipamiento técnico
- Decoración

- Espacios / salones
- Shows artísticos
- Servicios de recreación, etc.

En su mayoría para eventos sociales, contratando proveedores para completar los requerimientos de cada ocasión.

#### **PREGUNTA 4**

**¿Cuántos eventos institucionales organiza usted anualmente?**

Como se ha explicado en su mayoría, los organizadores realizan un evento institucional de manera anual, estos generalmente tienen que ver con instituciones u organizaciones sin fines de lucro, como pueden ser empresas públicas o entidades colegiadas.

#### **PREGUNTA 5**

**¿Ha establecido alianzas estratégicas con el sector turístico para impulsar el turismo aprovechando la visita de los asistentes a sus eventos?**

Las alianzas estratégicas al momento es una práctica común, y el Ministerio de Turismo da la oportunidad de que se apliquen varias opciones para ofertar lugares o actividades como destinos turísticos.

El Gobierno Provincial también ha puesto mucho de su parte para lograr establecer productos turísticos, esto gracias a la creación del COMITÉ PROVINCIAL DE TURISMO. Estas facilidades han dado la oportunidad para que se puedan ofrecer tours complementarios, pero hay un desconocimiento en cuanto a lo que organizaciones relacionadas con el turismo pueden ofrecer sin costo para los organizadores.

### **PREGUNTA 6**

**¿Incluye usted como opcional de su evento, la visita a los diferentes atractivos turísticos de la Provincia para los asistentes?**

Los organizadores han manifestado que generalmente los asistentes a los eventos solicitan que se les lleve a lugares específicos, a manera de un tour, y los que más han solicitado son dos: Quisapincha de compras y Pelileo de compras, ambas con complemento en la ciudad de Baños.

Pero ofrecen esta opción sin contar con un servicio especializado, ya que no se han preocupado por crear alianzas con el sector turístico y así contar con su apoyo cuando sea necesario.

### **PREGUNTA 7**

**¿Practica usted la organización de eventos como profesional de esta actividad o su práctica es empírica?**

Se ha manifestado que todos han realizado estudios de alguna u otra forma, es decir con cursos complementarios, que han sido organizados por el Gobierno Provincial o el Gobierno Autónomo Municipal de la Municipalidad de Ambato.

## **ENTREVISTA Nº 2**

### **ENTREVISTA REALIZADA A LOS PRINCIPALES LÍDERES DE OPINIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD.**

#### **PREGUNTA 1**

**¿Cuenta usted con información estadística sobre los visitantes por motivo de asistencia a eventos realizados en la ciudad?**

Los líderes entrevistados han manifestado que no existe un sistema de información que maneje estadísticas continuas y rubros generales como número de visitantes, tampoco existe información de rubros específicos que indiquen algún tipo de segmentación socio demográfica y finalmente, los eventos realizados en la ciudad que pueden significar algún ingreso de personas, se manejan de forma independiente. Esto quiere decir que no se comparten datos de manera que se conviertan en una red para la toma de decisiones.

De parte de la Dirección Provincial de Turismo, el técnico William Pico menciona que en el año 2011 se realizaron estudios aislados del número de visitantes, sin embargo, esta información es muy vaga ya que solo comprende un periodo y es aislada.

En el Ministerio de Turismo se trabaja con extrapolaciones y proyecciones que no reflejan la realidad que se vive en la provincia, por lo que se ha indicado que la falta de información es una falencia muy importante en turismo, pues no se puede establecer una línea base.

La Dirección de Migración tampoco posee este dato, pues como institución cuenta con datos referentes a los extranjeros que han ingresado en nuestra ciudad. En años anteriores se tenía una cifra más o menos cercana de los ambateños que salían al exterior, con lo que se podría tener una cifra de la balanza turística, pero mediante un decreto presidencial, se ha implantado que ningún ecuatoriano tenga la necesidad de solicitar permiso de salida, que era el documento que se necesitaba anteriormente

Las universidades también han tratado de suplir esta carencia en la información, es así que la Universidad Autónoma de los Andes UNIANDES emprendió un proyecto piloto que a través de su presencia en la terminal terrestre que en alguna ocasión trató de levantar información.

La Cámara de Turismo, a través de su Director Ejecutivo el Sr. Marcelo Rubio, mencionó también que se tenía a través de los registros de alojamiento en los hoteles cierta información que correspondía a los pasajeros que debían alojarse en los establecimientos hoteleros en las empresas inscritas en el gremio.

Las otras instituciones, definitivamente no contaban con ninguna clase de información estadística acerca de la llegada total de pasajeros a la ciudad de Ambato, muchos menos aún por conceptos específicos como por motivos de negocios o por eventos.

Una vez realizada la investigación, se llega a la conclusión de que no existe información acerca de lo que se interroga en la pregunta.

## **PREGUNTA 2**

**¿Conoce usted si existen planes de dinamización turística para la provincia de Tungurahua y quién los encabeza?**

Consultadas las diferentes instituciones manifestaron que sí existe un Plan que es la guía para la provincia en cuanto al tema de desarrollo turístico, este instrumento que sirve de guía es la Estrategia de Turismo de Tungurahua.

## **PREGUNTA 3**

**¿Existe una oferta turística planteada como propuesta única de ventas?**

A nivel de Ambato, se ha realizado esfuerzos por establecer una propuesta única de venta (PUV) pero nunca se ha dado un planteamiento formal de la misma.



#### **PREGUNTA 4**

**¿Existe un mensaje de marketing para un segmento específico?**

No, al no existir un plan de marketing, no tenemos tampoco mensajes para segmentos específicos.

#### **PREGUNTA 5**

**¿Se usa una marca turística?**

En Tungurahua, existe una marca turística que no ha tenido la correspondiente difusión para que sea conocida a nivel de los mismos tungurahueses.

#### **PREGUNTA 6**

**¿Hay un slogan permanente y unificado de la ciudad?**

No lo existe, pero se conoce a la ciudad de Ambato de diferentes maneras como: “Ambato tierra ternura”, “Ambato tierra de flores y frutas”, etc. Muchos de estos dependen del motivo que se dé a la tradicional FFF de cada año.

## PREGUNTA 7

**¿Se integran las acciones de las instituciones públicas con las de las privadas?**

Consultados los líderes han manifestado que en el instrumento que es la Estrategia para el turismo, se ha tratado de unir ambos campos, sin embargo, no se ha concretado en su totalidad la integración.

### **4.2 Verificación de la Hipótesis**

#### **4.2.1 Planteamiento de la hipótesis**

H0. La organización de eventos en la ciudad de Ambato **NO** incide en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua.

H1. La organización de eventos en la ciudad de Ambato **SI** incide en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua.

#### **4.2.2 Selección del nivel de significación**

Para la verificación de la hipótesis se utilizará el nivel de  $\alpha = 0.01$

### 4.2.3 Descripción de la población

Se ha tomado como referencia para la investigación de campo al universo de la investigación que son el total de asistentes a eventos en el mes de julio del 2012 en la ciudad de Ambato.

**Cuadro 17: Representación Gráfica**

<b>ASISTENTES A EVENTOS EN EL MES DE JULIO DEL 2012 EN LA CIUDAD DE AMBATO.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
125	100%

### 4.2.4 Especificación de lo estadístico

Es necesario mencionar que para la verificación de la hipótesis se expresará un cuadro de contingencia de 2 filas por 2 columnas con el cual se determinará las frecuencias esperadas, tomando las preguntas orientadas netamente al proceso de planificación.

**Cuadro 18: Categorías**

	<b>CATEGORIAS</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>Opción 1</b>	<b>Opción 2</b>	<b>SUB TOTAL</b>
1	50	75	125
5	90	35	125
<b>TOTAL</b>	140	110	250

<b>FRECUENCIAS ESPERADAS</b>	
	70,00
	55,00

#### 4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro consta de 2 filas y 2 columnas.

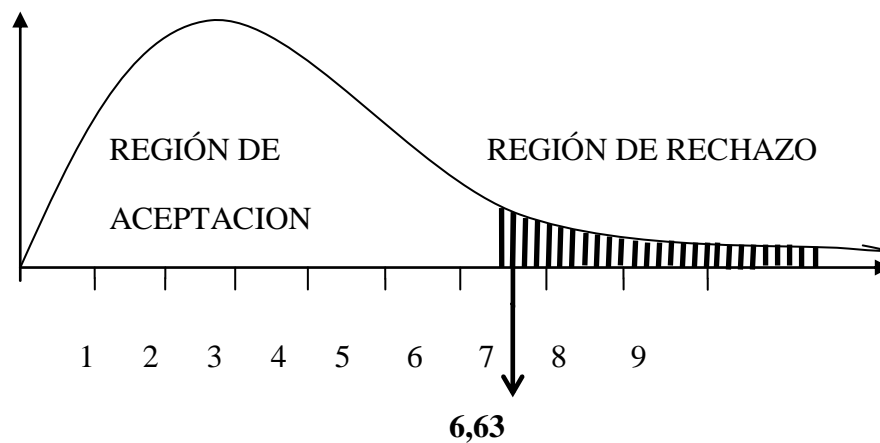
**Cuadro 19: Grado de libertad**

GRADO DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(2-1)	(2-1)
gl=	1	1
gl=	1 * 1	
gl=	1	
		<b>X<sup>2</sup>T = 6.63</b>

Por lo tanto con 1 grado de libertad y a nivel 0.01 de significación la tabla de  $X^2T=6.63$ , por tanto si  $X^2C \leq X^2T$  se aceptará la  $H_0$ , caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa.

**Gráfico 17: Representación gráfica**

La representación gráfica sería:



#### 4.2.6 Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Para esto se utilizará la siguiente fórmula:

$$\chi^2 = \frac{\sum (O - E)^2}{E}$$

**Cuadro 20: Cálculo de lo estadístico**

O	E	(O-E)	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
50	70,00	-20,00	400,00	5,7143
75	55,00	20,00	400,00	7,2727
90	70,00	20,00	400,00	5,7143
35	55,00	-20,00	400,00	7,2727
250,00	250,00			25,97

Cuadrado tabular (6.63), por tanto se acepta la hipótesis alternativa H1: La organización de eventos en la ciudad de Ambato **SI** incide en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### CONCLUSIONES

Después de haber realizado un arduo trabajo investigativo en instituciones públicas y privadas, vinculadas al sector turístico, en clientes y asistentes a eventos de la ciudad, en donde se emplearon herramientas como: encuestas y entrevistas, concluimos que:

La ciudad de Ambato es una de las principales ciudades del país reconocida por su alta rentabilidad en diferentes industrias y comercio, además su privilegiada ubicación en el centro del país son grandes ventajas que posibilitan el posicionamiento de la ciudad como anfitriona de diferentes eventos para todo el país.

- ❖ Se constató que existe una mayor afluencia de asistentes a eventos institucionales en la ciudad, como son: ferias, seminarios, talleres, cursos, congresos, etc. de las diferentes industrias, los cuales no cuentan con un servicio efectivo de organización ya que, no existe una organización formal que esté enmarcada dentro de alguna ley, y permita ejercer esta actividad bajo parámetros de calidad.
- ❖ La mayoría de los asistentes han demostrado su interés por hacer turismo, en el lugar de su estadía por motivo de determinado evento pero, los organizadores de eventos no se han preocupado por incluir esta actividad en sus programas y ofrecer las diferentes opciones con las que cuenta la Provincia, desaprovechando así, la oportunidad de captar este importante

segmento de la demanda turística.

- ❖ Se verifica claramente la carencia del trabajo en equipo entre el sector turístico público y privado, lo que no permite el desarrollo óptimo de esta actividad en la ciudad.

Ninguna entidad turística se dedica a coordinar esta actividad en la ciudad, por lo que no existen datos estadísticos de visitantes ni de flujos económicos originados por la organización de eventos en las diferentes industrias productivas con las que cuenta la provincia de Tungurahua.

## RECOMENDACIONES

Por todo lo expuesto en las conclusiones que antecede y toda vez que las proyecciones se presentan viables recomendando su realización e implantación, siempre y cuando se cumplan las siguientes premisas:

- ❖ Elaborar planes de capacitación y orientación sobre la organización de eventos, para los empresarios turísticos, que aporte a su profesionalismo y por ende a la prestación de servicios de calidad.
- ❖ Promover el turismo en todos los eventos que se realicen la ciudad, mediante la difusión de propagandas y publicidad de los diferentes atractivos que ofrece la provincia, es una opción que no requiere mayores gastos de inversión y se puede lograr únicamente uniendo esfuerzos entre los involucrados.
- ❖ Crear alianzas estratégicas entre los empresarios privados y las entidades del sector turístico, que permitan elaborar opciones atractivas para ofrecer a los visitantes, durante su estadía en la ciudad por motivo de determinado evento.

Proyectar la creación de una entidad coordinadora de la organización de eventos en la ciudad, que regule, dirija y promueva esta actividad con el fin de posicionar a Ambato como anfitriona de eventos en el centro del país.



## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

**TÍTULO:** PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN BURÓ DE VISITANTES Y CONVENCIONES, QUE PROMUEVA EL POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE AMBATO COMO ANFITRIONA DE EVENTOS EN EL CENTRO DEL PAÍS

**PROVINCIA:** TUNGURAHUA

**CANTÓN:** AMBATO

**PARROQUIA:** LA MATRIZ

**ORGANIZACIÓN:** POLÍTICA- URBANA

**FECHA DE FUNDACIÓN:** 13 de agosto de 1698 y se legaliza el 6 de Diciembre de 1698.

**FECHA DE INDEPENDENCIA:** 12 de Noviembre 1820

**LÍMITES:** Norte: Provincia de Cotopaxi

Sur: Provincia de Chimborazo y cantones Tisaleo, Mochay Cevallos

Este: Cantón Píllaro y Pelileo

Oeste: Provincia de Bolívar

**POBLACIÓN AMBATEÑA:** 287.282 habitantes (censo 2001).

**EXTENSIÓN:** 999.1 km<sup>2</sup> (EID 2020)

**CLIMA:** Templado seco

**TEMPERATURA:** Varía entre 12.5 y 19 grados centígrados

**ALTITUD:** 2577 m.s.n.m. (Centro de Ambato)

**Distancia desde la capital:** 136 km, (2 horas 15 minutos velocidad promedio de 60 km/h)

Fuente: Formación de Productos Turísticos del Cantón Ambato. Noviembre 2010.

## **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se tomó como antecedente investigativo la tesis titulada “PROPUESTA DEL BURÓ DE VISITANTES Y CONVENCIONES SANTIAGO DE GUAYAQUIL” realizada por: María Fernanda Aguilar Granda, Angelo Iván Calderón Salazar, Peter Rodríguez Pontón, de la cual se extrajo las conclusiones y recomendaciones más relevantes y originales, en vista que existía mucha similitud en cada uno de los aportes concluyentes de los autores, entre estos: un Buró de Eventos y Convenciones es el primer paso que deberían ejecutar los actores del Turismo para potencializar y promover la planta hotelera, centros de exposiciones y demás recursos turísticos con que cuenta la ciudad, ya que de esta forma Ambato se daría a conocer para acoger una variedad de eventos que acaparen la atención de varios gremios y asociaciones nacionales e internacionales. Actualmente, los certámenes feriales siguen esta misma tendencia vertiginosa de incrementar y diversificar la oferta, hasta tal punto que podríamos afirmar que casi todo producto o servicio cuenta con alguna feria. Gastronomía, enseñanza, informática, artes gráficas, agricultura, industria textil, son algunos ejemplos. Es por eso que se establece claramente que existe una demanda potencial importante.

Ambato tiene características para ser exitosa y por lo cual la creación del Buró de Visitantes y Convenciones en la urbe es vital para promocionar la ciudad y así unir diferentes entidades prestadoras de servicios, las mismas que aportarían con sus recursos en la realización y promoción como ciudad de destino de turismo de congresos, ferias y convenciones.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

Basada en los resultados de la investigación se constata la importancia de la ciudad de Ambato como destino de negocios, eventos y convenciones; Debido a su ubicación central en el país, las diferentes actividades productivas de la provincia de Tungurahua, la gran variedad de atractivos turísticos, es así conocida como una de las ciudades de mejor productividad económica del país. El Plan estratégico, es la principal herramienta que permitirá la actuación de un buro de convenciones y eventos como organismo coordinador de los responsables de la realización de eventos en la ciudad de Ambato, permitirá dirigirse a los mercados de las diferentes industrias y aprovechar los canales de comercialización más adecuados que faciliten llegar a ellos de forma eficaz y eficiente.

El Buró de Visitantes y Convenciones se encarga unificar esfuerzos de planificación entre el sector privado y el público; promover a Ambato como sede de congresos, exhibiciones, visitas y convenciones; promover la alta calidad en los diferentes servicios para ser competitivos; crear eventos innovadores de trascendencia internacional, promover los eventos ya existentes en la ciudad. Y así integrar más actividades comerciales y turísticas en la Provincia, lo cuál de manera automática ampliaría las plazas de trabajo y oportunidad de crecimiento, beneficiando a su población.

## **6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

### **Objetivo General**

Elaborar un Plan estratégico para el funcionamiento de un buró de convenciones y visitantes en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

### **Objetivos Específicos**

- Enunciar los conceptos y metodologías técnicas a seguir para la formulación del Plan estratégico: misión, visión, objetivos y estrategias.
- Definir los grupos de presión que tienen el poder para facilitar el ingreso de este mercado y los incentivos a ofrecer.
- Aportar con una alternativa que contribuya al posicionamiento de la ciudad de Ambato como anfitriona de eventos y convenciones y así fomentar el desarrollo de este segmento turístico en la Provincia de Tungurahua.

## **6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

### **Factibilidad operativa**

La propuesta de la elaboración de un plan estratégico para el funcionamiento de un buro de visitantes y convenciones en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, debe ser elaborada de fácil comprensión para que pueda ser entregada y ejecutada por todo tipo de persona que desee ponerla en práctica; La estructura organizacional con que se manejaría un buró de convenciones no es complicada, solamente se debe establecer un organigrama estructural, para manejar una correcta sistematización de la información. El mismo estaría integrado por los empresarios turísticos de la provincia (socios), por representantes de cada una de las organizaciones y entidades turísticas.

Es así que se considera el desarrollo y aplicación de la presente propuesta como operativamente factible.

### **Factibilidad económica**

Análisis y presentación de indicadores que muestran la posibilidad de ejecutarse este proyecto en función de la disponibilidad de recursos.

**Cuadro 21: Factibilidad Económica.**

INDICADORES	ESCALA				
	1	2	3	4	5
Apoyo de Organismos Seccionales				X	
Participación de los empresarios turísticos.					X
Interés de los generadores de eventos					X
Sostenibilidad del proyecto durante la etapa de ejecución.					X
Aceptación de la creación del proyecto				X	
<b>Resultado:</b> El presente proyecto tendrá altas posibilidades de respaldo financiero de diversas fuentes debido a las características socio-económicas que presenta.					

Fuente: Principales Entidades involucradas al turismo  
Elaborado por: CALOZUMA, Keila 2012

Una vez establecidos los indicadores y su ponderación en una escala del 1 al 5, se concluye que el proyecto es económicamente factible.

## **6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **Buro de convenciones.-**

“El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo, esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente para el caso específico del funcionamiento de un Buró de Convenciones. Una organización sin ánimo de lucro dedicada a posicionar una ciudad y la región como destino del Turismo de eventos, mediante la ejecución de una función de mercadeo dirigida a los públicos nacionales e internacionales interesados en los diferentes eventos: congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivos, seminarios, talleres, etc. y a los proveedores de servicios turísticos y afines, involucrados en la realización de dichos eventos; como son los recintos feriales y centros de exposiciones, hoteles, transporte, mayoristas y agencias de viajes, operadores turísticos, gremios, organizadores profesionales de eventos, servicios, etc. El Buro contribuye a la integración del sector, al desarrollo económico y al cumplimiento de los planes turísticos de la ciudad. Cuenta con el apoyo de los organismos oficiales del sector, como son el Ministerio de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Gobiernos autónomos descentralizados, Cámara Provincial de Turismo.

## **6.7 METODOLOGÍA**

La actual propuesta se basara en el procedimiento de la disciplina de planificación estratégica

### **6.7.1 DESARROLLO OPERATIVO DE LA PROPUESTA**

Finalizada la fase de análisis, y partiendo de esta información tan detallada y extensa obtenida a partir de las encuestas, reuniones y levantamiento de textos, se comenzó a trabajar en la segunda fase, que corresponde a la fase operativa, el plan estratégico para el funcionamiento de un buró de visitantes y convenciones.

Esta fase se denomina también: lo que se quiere obtener y, a continuación lo que se va a proponer. En otras palabras, se ha elegido el camino que se quiere seguir para lograr los objetivos, que tienen que ser específicos, medibles, alcanzables, orientados a resultados y limitados en tiempo, y que también son, al mismo tiempo, un reto.

Por lo tanto, se ha centrado la atención en los siguientes aspectos:

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN BURÓ DE VISITANTES Y CONVENCIONES EN LA CIUDAD DE AMBATO.**

## **CONTENIDO:**

1Planeamiento Estratégico.

1.1 Visión.

1.2 Misión.

1.3 Diagnóstico Situacional.

1.3.1 Análisis Externo.

1.3.2 Análisis Interno.

1.4 Análisis FODA

1.4.1 Componentes

1.4.2 Matriz FODA

1.5 Objetivos Estratégicos.

1.5.1 Objetivo General.

1.5.2 Objetivos Específicos.

1.6 Plan de acción



## **1.1 VISIÓN**

Lograr Que Ambato sea reconocida como un destino del Turismo de Eventos y se consolide como líder en el centro del país, explotando conjuntamente los Servicios Turísticos y de Negocios, en la realización de los diferentes Eventos que captan una considerable demanda turística.

## **1.2 MISIÓN**

Esta entidad tiene como misión promover, posicionar y fortalecer la imagen de la ciudad como anfitriona para la realización de ferias, congresos, convenciones y eventos en el centro del país, a través de la unión de esfuerzos de los diferentes actores públicos y privados comprometidos con la atracción, vinculación y operación dentro del segmento RICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones y Eventos). Mediante la ejecución de una función de mercadeo eficiente y efectiva, dirigida a todos aquellos que deseen realizar un evento inolvidable en la ciudad de Ambato, brindando un servicio altamente profesional, eficiente y personalizado que garantizará la satisfacción de todos sus participantes.

## **1.3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1.3.1 ANÁLISIS EXTERNO**

Ambato es reconocida como la cuarta ciudad en importancia del Ecuador, poseedora de un gran motor industrial y comercial de gran repercusión para la economía del centro del país y del Ecuador entero. Cuenta con el principal centro de acopio de

alimentos para los diferentes puntos del país, el Mercado Mayorista, con un área útil actual de 118.383 m<sup>2</sup>, de este centro se distribuye al resto de mercados minoristas de la ciudad, provincia, y en casi su totalidad a la Amazonia.

También Aquí se encuentra el CEPIA, Corporación de Empresas del Parque Industrial Ambato, con un área total de 659.389,49 m<sup>2</sup>. Con un sector industrial principalmente enfocado a: textiles, alimentos, construcción, curtiembres - carrocerías plantas de caucho, poliuretano, madera, plásticos, confección, químicos, botas de caucho, balanceados, reencauche, comercializadoras, etc.

Se dedican primordialmente a la curtiduría, es así como en la ciudad se encuentra la fábrica de calzado más grande del país y una de las más importantes de la región. Otro sector industrial que tiene su sede en Ambato es el de la industria metal-mecánica dedicada a la manufactura de vehículos de transporte masivo.

La banca también considera a Ambato una zona clave para abrir sucursales y agencias debido al comercio de la ciudad: la gran mayoría de bancos y aseguradoras del Ecuador tienen su sede en Ambato, además las cooperativas de ahorro y crédito más grandes del país tienen su matriz en la ciudad, así como las más grandes financieras del Ecuador.

Así mismo ostenta el título de tierra muy fértil ya que entre diciembre y abril, Ambato produce una gran cantidad de fruta, por tener un clima muy apto para variedades como las claudias, peras, manzanas, duraznos, abridores, capulí, neptarinos, babacos, mora, fresa, entre otros.

Actualmente La Secretaría Nacional de Planificación Semplades definió las ciudades que servirán como sedes administrativas de las siete regiones creadas para reorganizar la gestión de la Función Ejecutiva. Dentro de este contexto Ambato es la capital de la Región Sierra Centro #3, que corresponde a las provincias centrales del Ecuador: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza.

### **1.3.2 ANÁLISIS INTERNO**

La ciudad de Ambato cuenta con el Comité Permanente de la Fiesta de las Flores y Frutas, el cual se dedica a la organización y ejecución de esta tradicional celebración, cada año; está conformado por profesionales especializados en: administración, arte y folklore, publicidad, mercadeo, turismo y promoción cultural, etc. El mismo que fue creado con la intención de que se encargase de la coordinación de todos los eventos de la ciudad; dadas las circunstancias, se ha desorientado este propósito y actualmente su labor está dirigida exclusivamente al cumplimiento de la Fiesta de las Flores y las Frutas.

De tal manera que se ha restado importancia a la regulación de la variedad de eventos que se llevan a cabo en la ciudad, con relación a las industrias predominantes que se desarrollan en la Provincia de Tungurahua, y en toda la región centro del país; los cuales necesitan también una entidad coordinadora de todos los aspectos relacionados con la organización de eventos, que permitan ofrecer servicios de calidad, eventos de renombre que promuevan el posicionamiento de la ciudad como anfitriona de eventos en el centro del país.

## **1.4 ANÁLISIS FODA**

### **1.4.1 Componentes**

#### ***FORTALEZAS***

- Organismo coordinador existente C.P.F.F.F.
- Patrimonio Cultural del Ecuador - Fiesta de las Flores y Frutas
- Industrias predominantes
- Desarrollo constante de la gestión empresarial y comercial

- Ubicación privilegiada y de favorable acceso
- Riqueza Turística-Cultural
- Agenda de productividad y competitividad
- Importante desarrollo de la urbanización

### ***OPORTUNIDADES***

- Demanda turística potencial
- Alianzas estratégicas entre ciudades
- Reconocimiento de los productos Tungurahueses
- Posicionamiento de la ciudad de Ambato como anfitriona de Eventos en el centro del país.
- Sede de importantes eventos de las diferentes industrias productivas.

### ***DEBILIDADES***

- Escaso trabajo en equipo entre el sector público y privado
- Inconvenientes tecnológicos
- Deficiente desarrollo de una cultura del servicio de calidad
- Deficientes sistemas de comercialización
- Carencia de una marca territorial
- Inadecuada infraestructura
- Limitada internacionalización
- No existen estadísticas segmentadas de los visitantes a la ciudad

### ***AMENAZAS***

- Desacuerdos entre los involucrados del sector público y privado
- Posible insatisfacción de los visitantes

- Inestabilidad económica del país
- Contingencias climáticas
- Preocupación por posibles desastres naturales

**Cuadro 22: Matriz FODA**

<p style="text-align: center;"><b>MATRIZ F.O.D.A.</b> <b>Buró de convenciones y visitantes de la ciudad de Ambato</b></p>	<p><b>F1</b> Entidad coordinadora existente C.P.F.F.F. <b>F2</b> Fiesta de las Flores y Frutas. <b>F3</b> Industrias predominantes. <b>F4</b> Desarrollo de la gestión empresarial y comercial. <b>F5</b> Ubicación privilegiada. <b>F6</b> Riqueza Turística-Cultural. <b>F7</b> Importante desarrollo de la urbanización.</p>	<p><b>D1</b> Escaso trabajo en equipo entre el sector público y privado <b>D2</b> Inconvenientes tecnológicos <b>D3</b> Deficiente desarrollo de una cultura del servicio de calidad <b>D4</b> Deficientes sistemas de comercialización <b>D5</b> Carencia de una marca territorial <b>D6</b> Inadecuada infraestructura. <b>D7</b> No existen estadísticas segmentadas de los visitantes a la ciudad</p>
<p><b>O1</b> Demanda turística potencial. <b>O2.</b> Alianzas estratégicas entre ciudades <b>O3</b> Reconocimiento de los productos Tungurahueses <b>O4</b> Posicionamiento como anfitriona de Eventos en el centro del país. <b>O5</b> Sede de importantes eventos de las diferentes industrias productivas.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategia de crecimiento (FO)</b></p> <p>1.- (F1, 2,6-O1,4) Fusionar las labores del Comité Permanente con las del buró, para consolidar la oferta de la ciudad como anfitriona de eventos y de la F.F.F, que promueva el ingreso de una importante demanda turística. 2.- (F3,4,5,7-O2,3,5) Captar la mayoría de eventos de las diferentes industrias que fomentan el desarrollo económico, para establecer a Ambato como sede de los mismos, mediante el aprovechamiento de su favorable ubicación en el centro del país, y la elaboración alianzas con las ciudades del sector.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategia de supervivencia (DO)</b></p> <p>1.- (D1,2,3,6-O5) Afianzar las alianzas entre el sector turístico público y privado que permitan la prosperidad del trabajo en equipo, para adecuar los servicios de calidad necesarios en los eventos de las diferentes industrias predominantes del sector. 2.- (D4,5-O,3,4) Establecer una marca turística, como eje del sistema de comercialización que permita el reconocimiento de la ciudad como anfitriona de eventos en el centro del país. 3.- (D7-O1,2) implementar un sistema de recopilación de datos estadísticos eficiente, que ayude a mantener una base actualizada sobre la demanda turística segmentada en la provincia.</p>
<p><b>A1</b> Desacuerdos entre los involucrados del sector público y privado <b>A2</b> Posible insatisfacción de los visitantes <b>A3</b> Inestabilidad económica del país <b>A4</b> Contingencias climáticas <b>A5</b> Preocupación por posibles desastres naturales</p>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategia de confrontación (FA)</b></p> <p>1.- (F4,7-A1) Involucrar constantemente las labores de los sectores público y privado en las actividades de desarrollo empresarial, comercial y la urbanización de manera que fortalezcan la unión y el trabajo en equipo 2.- (F5-A4) Diseñar diversos planes de evacuación exclusivamente para los turistas, aprovechando la ventajosa ubicación.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias de cambio (DA)</b></p> <p>1.- (D2,3,6-A5) implementar sistemas de capacitación sobre la cultura del servicio para los ofertantes de la ciudad, también crear convenios que faciliten la inversión de los empresarios en el adecuamiento de instalaciones y servicios para los diferentes eventos.</p>

Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 Objetivo general**

Posicionar a la ciudad de Ambato como anfitriona de eventos en el centro del país.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Captar la mayor cantidad de eventos del centro del país, para que se lleven a cabo en la ciudad de Ambato.
- Difundir los servicios de los socios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad.
- Captación y sostenibilidad de miembros.
- Obtener estadísticas, del flujo turístico por motivo de eventos.
- Garantizar un servicio especializado mediante el respaldo de nuestros socios.
- Participar en capacitaciones especializadas que permitan conocer avances del sector RICE, actualización en temas como: legislación turística y mercadeo de ciudad, entre otros.

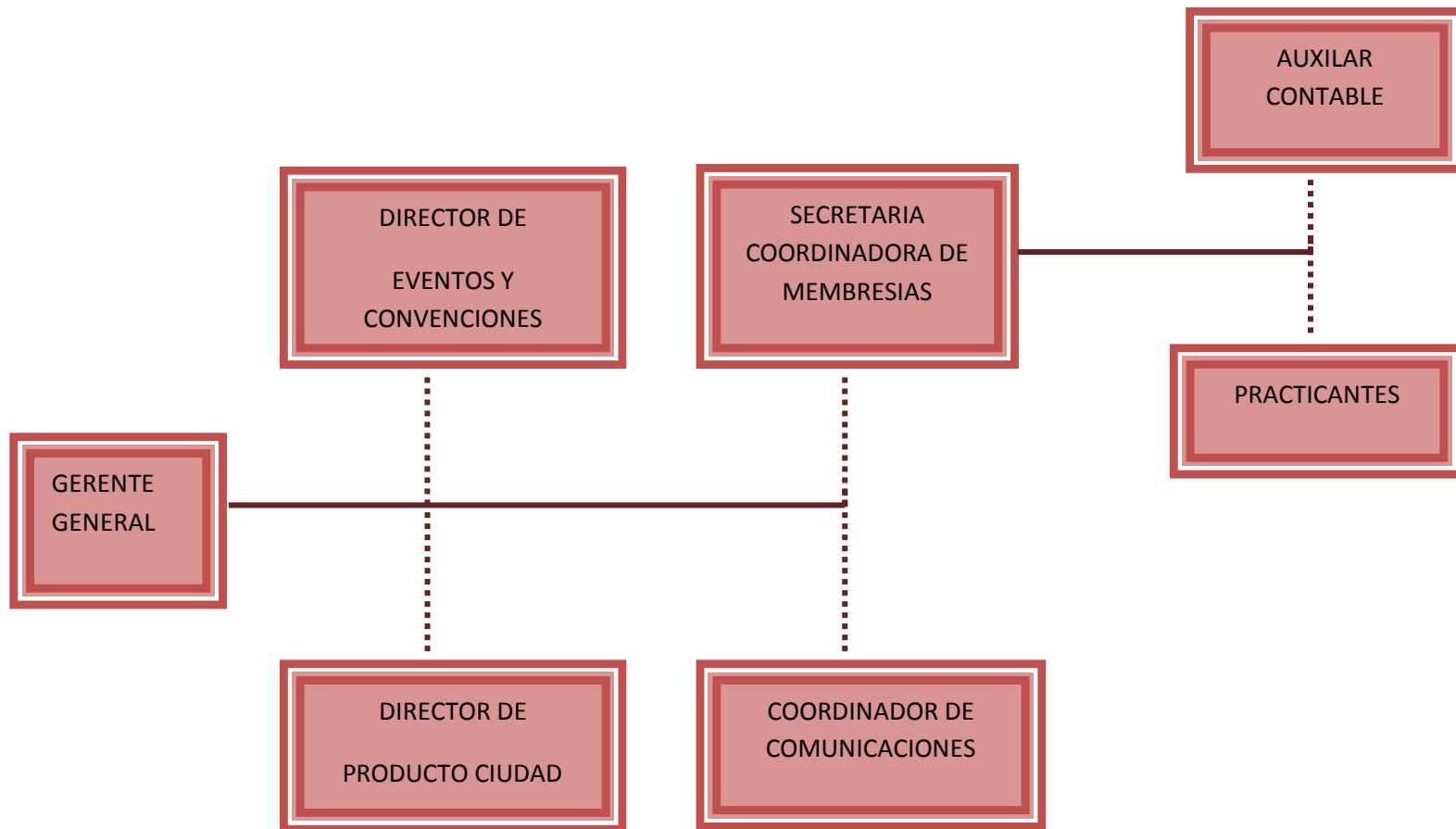
## **1.6 PLAN DE ACCIÓN**

Después de establecer las estrategias pertinentes que se deben emprender para poner en marcha el buró de convenciones, a continuación detallamos el plan operativo, compuesto por todas las acciones, que se deben efectuar para el funcionamiento efectivo del mismo.

## 1.6.1 DISTRIBUCIÓN OPERATIVA

### Organigrama

Gráfico 18: Organigrama



Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)



- **Gerente General:** quien tomara las decisiones a aplicarse en el Buró.
- **Director de eventos y convenciones:** encargado de la coordinación y captación de eventos nacionales e internacionales para realizar en la ciudad.
- **Director de producto ciudad:** encargado de la promoción y operación de la festividad más importante de la ciudad, como lo es: “*La Fiesta de las Flores y las frutas*”. Cargo que deberá ser asumido por el Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y las Flores, luego de concretar la fusión de labores y unificar el organismo coordinador de eventos en la ciudad.
- **Secretariado:** encargado de la coordinación de membresías.
- **Coordinador de comunicaciones:** Cobertura en Medios de Comunicación y promoción.
- **Auxiliar contable:** responsable de la contabilidad del Buro

Tomando en cuenta las funciones y colaboradores actuales del COMITÉ PERMANENTE DE LA FIESTA DE LAS FLORES Y LAS FRUTAS, en este organigrama, se pone en consideración la delegación de dichas funciones y colaboradores dentro del Directorio de Producto ciudad.

### **1.6.2 FUNCIONES DEL BURÓ DE VISITANTES Y CONVENCIONES**

El Buro de Visitantes y Convenciones se pondrá al servicio de los generadores de todo tipo de eventos en la ciudad, conformado por los empresarios del sector turístico de la Provincia de Tungurahua que serán los proveedores de los diferentes servicios necesarios para

garantizar el perfecto desarrollo de cualquier acto en la ciudad y para promoverla como ciudad anfitriona de encuentros.

Por tal motivo desempeñará las siguientes funciones:

- Apoyo en la organización de todo tipo de eventos.
- Promoción y Operación de las festividades más importantes de la ciudad.
- Sugerir espacios, actividades complementarias y viajes de incentivos.
- Coordinar y ejecutar visitas a espacios singulares y viaje de familiarización para conocer las facilidades de la ciudad.
- Garantizar un servicio especializado mediante el respaldo de su amplio abanico de socios relacionados al mercado RICE.
- Captación y sostenibilidad de miembros.
- Dar la bienvenida oficial a los congresistas.
- Proporcionar información sobre la ciudad a los participantes.
- Organizar visitas de inspección en Ambato para mostrar de forma detallada la oferta de la ciudad a los organizadores de los diversos eventos
- Facilitar los contactos con los prestatarios de los servicios más idóneos en cada caso.
- Apoyo en la difusión y comunicación del encuentro a través de nuestra página web y redes sociales.
- Cuenta con la mayor gama de productos promocionales e informativos sobre Ambato y sobre servicios para todo tipo de eventos.

- captar eventos nacionales e internacionales para realizar en la ciudad.
- Vínculos institucionales.
- Elaboración de informes sobre la actividad congresual de la ciudad.
- Participación en cursos y capacitaciones especializadas que permitan conocer avances del sector, actualización en temas como legislación turística y mercadeo de ciudad, entre otros.
- Formar parte de los informes generales de evolución turística y hotelera de la ciudad.
- Generar un boletín informativo mensual con noticias y novedades del sector.

### **1.6.3 SUSTENTACIÓN ECONÓMICA**

El Buró de Visitantes y Convenciones se regirá al programa de Miembros Adherentes, que trabaja con un esquema de aportes económicos, a través de la creación de diferentes categorías de membresías, permitiendo así la vinculación de un gran número de sectores beneficiados con la labor del Buró. Gestión que pretende buscar no sólo la integración y el trabajo conjunto entre el Buró y el sector turístico, sino una fuente de ingresos importante que permite la consolidación y fortalecimiento del Buró en la Ciudad y la Región. De esta manera la captación de nuevos miembros y sostenibilidad de los mismos se convierte en el objetivo primordial de esta unidad de negocio.

Ser miembro del Buró de Visitantes y Convenciones es un sello de calidad, garantía, seriedad y responsabilidad para las empresas afiliadas.

Para la descripción de cada una de las acciones, se ha tomado como lineamiento de base lo establecido en el Buró de Convenciones de Quito, al cual se le han hecho adaptaciones e inclusiones de ciertos comentarios importantes para el Plan estratégico de funcionamiento del Buró de Convenciones de Ambato.

**Miembros:**

***Miembros activos:*** Son aquellas personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, públicas o privadas, con o sin fines de lucro, habitualmente dedicadas al fomento y desarrollo del turismo, los eventos, o a la prestación de servicios o realización de actividades relacionadas con el Objeto de la Corporación, que hayan cumplido los requisitos necesarios y hayan sido aceptadas como tales por el Directorio.

La mención en estos Estatutos y en sus Reglamentos de la palabra Miembro se refiere a los Activos, la mención a las otras clases de Miembros debe ser expresa.

***Miembros honorarios:*** Son aquellas personas naturales o jurídicas, a quienes por decisión del Directorio se les otorgue tal distinción por su labor de beneficio al Buró y a la actividad;  
y,

***Miembros corresponsales:*** Son aquellas personas naturales o jurídicas integrantes de instituciones similares del Ecuador u otros países que no realicen sus actividades dentro del domicilio de la Corporación.

Los Miembros Corresponsales y Honorarios no tienen voz ni voto en los órganos administrativos de la Corporación. El Directorio dictará el Reglamento con los requisitos mínimos para poder optar por las distintas calidades de membresía

La manera en que se organiza cada sector y se clasifica a cada Miembro, a efectos del cumplimiento de sus obligaciones y el ejercicio de sus derechos, será determinado por el Directorio, a través del Reglamento que se dicte para el efecto.

La clasificación atribuida por el Directorio puede ser modificada, Con el fin de involucrar a todos los actores de la cadena del turismo de Negocios, ferias, congresos y convenciones, se ha diseñado una tabla de categorías para los miembros adherentes.

Cada una de las categorías deberá tener un valor anual diferente:

***CATEGORÍA A:*** Centros de Convenciones, salones de recepciones, recintos de concentración, servicios técnicos.

***CATEGORÍA B:*** Operadoras turísticas, mayoristas y agencias de viajes.

***CATEGORÍA C:*** Hoteles, restaurantes y bares.

***CATEGORÍA D:*** Universidades, entidades y gremios.

**CATEGORÍA E:** Organizadores profesionales de eventos.

**Beneficios que ofrece el buró de visitantes y convenciones a sus miembros.**

- Captación de encuentros para llevarse a cabo en la ciudad de Ambato.
- Soporte técnico y asistencia en los diferentes tipos de eventos.
- Posibilidad de presencia en ferias internacionales de turismo y viajes de incentivo.
- Presencia en material de promoción turística que maneja el Buró: Meeting Planner (documento de gran formato en el que se detallan todos los servicios y posibilidades de Ambato como ciudad sede de eventos), CD interactivo, página Web y cualquier otro material que se produjera.
- Presencia en la página web del Buró con un enlace directo hacia las páginas de cada miembro.
- Auspicio y difusión del servicio de los socios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad.
- Canalización de peticiones de servicios específicos.
- Distribución de bases de datos relacionadas con los diferentes tipos de eventos.
- Capacitación en la organización profesional de eventos.
- Emisión del boletín electrónico mensual con noticias y novedades del sector.
- Apoyo a visitas de inspección a la ciudad para clientes exclusivos de su empresa.
- Vínculo con guías y resguardo policial.

- Apoyo con la gestión en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Ambato para obtener servicios relacionados con eventos: por ejemplo cierre de calles, limpieza, etc.
- Logotipos y diseños.
- Banco de fotos.

## **Obligaciones y derechos de los miembros**

### *Obligaciones*

- Abonar puntualmente sus cuotas.
- Prestar un servicio de óptima calidad y manejar su actividad con profesionalismo y diligencia.
- Cumplir las condiciones contractuales con sus clientes;
- Facilitar al Buró la información periódica que se le requiera sobre su actividad y el desarrollo de congresos, ferias, convenciones, viajes de incentivos y eventos en general, ya sea ellos hayan participado o que tengan conocimiento por otros medios; que no sean de afectación general.
- Difundir los datos, estadísticos e informativos sobre los eventos realizados en Ambato a organismos nacionales e internacionales especializados;
- Informar sobre las irregularidades o faltas de ética profesional que pueda detectar en el sector, a ser posible de forma documentada.
- Respetar los buenos usos y prácticas comerciales.

- Notificar al Buró de convenciones e incentivos de Quito los cambios realizados en la administración y datos de registro de la empresa.

### ***Derechos***

- Constar como, dar a conocer y publicitar su condición de Miembro del Buró de Visitantes y Convenciones de Ambato.
- Constar como Miembro en las publicaciones que edite el Buró, en cualquier caso, el espacio que le corresponda a cada empresa; son competencias del Buró de Visitantes y Convenciones de, sin existir ningún tipo de relación entre el anuncio y el importe de las cuotas;
- Acceder al boletín confidencial de noticias.
- Recibir el calendario de congresos, ferias, convenciones, viajes de incentivos y eventos en general, y la información especializada para establecer los contactos comerciales.
- Acceder a la contratación de otros servicios ofrecidos por el Buró.
- Solicitar el soporte del Buró de Visitantes y Convenciones de Ambato
- Solicitar la donación de material de promoción del Buró para acciones promocionales, siempre que el Miembro justifique su uso y destino.
- Formar parte de los órganos Directivos del Buró de Visitantes y Convenciones de Ambato.



#### **1.6.4 FUENTES DE INGRESO ECONÓMICO:**

Luego de fusionar las labores del COMITÉ PERMANENTE Y EL BURÓ DE CONVENCIONES y lograr establecer una sola entidad coordinadora de eventos en la ciudad, las principales fuentes de ingreso serian:

- Las cuotas de incorporación, las cuotas ordinarias y las cuotas extraordinarias, cuyos montos, plazos de pago y periodicidad serán fijadas por el Directorio, de acuerdo a los sectores de actividades de los socios;
- Los bienes tangibles e intangibles que el Buró adquiera a cualquier título;
- El producto que generen los bienes y las actividades que realice el Buró; y, los aportes obligatorios y voluntarios que reciba del Estado, del Gobierno Autónomo descentralizado de Ambato y sus dependencias.
- Los aportes que reciba el Buró en servicios, especie o en numerario de cualquier persona o entidad pública privada, nacional o extranjera.
- Patrocinios en eventos, publicaciones y folletería en general; presencia de marca a cambio de venta de publicidad, incluyendo en la Web.
- Auspicios en general.

## 1.6.5 MARCO PRESUPUESTARIO GENERAL ANUAL

**Cuadro 23: Marco Presupuestario**

<b>BURÓ DE VISITANTES Y CONVENCIONES</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>
<b>VENTA DE BIENES Y SERVICIOS</b>	<b>\$45.824,00</b>	
Cuotas y Membresías	\$15.000,00	
Entradas Eventos	\$30.824,00	
<b>TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES</b>	<b>\$33.000,00</b>	
Transferencias Corrientes del Sector Público		
Entidades del Gobierno Seccional Gobierno Provincial de Tungurahua		
<b>OTROS INGRESOS</b>	<b>\$234.580,00</b>	
Auspicios Generales y Otros		
<b>FINANCIAMIENTO INTERNO</b>	<b>\$620.000,00</b>	
Saldos en Caja y Banco		
De Fondos de Gobierno Central ( Aporte Fonsal 2011 y saldos 2010)		

<b>GASTOS EN PERSONAL</b>		<b>\$103.297,17</b>
Remuneraciones Básicas		\$71.908,00
Remuneraciones Complementarias		\$8.285,67
Subsidios (Vacaciones)		\$1.534,29
Remuneraciones Temporales		\$7.747,77
Aportes Patronales a la Seguridad Social		\$13.721,44
<b>BIENES Y SERVICIOS</b>		<b>\$827.476,83</b>
Servicios Básicos		\$4.411,60
Servicios Generales		\$775.041,58
Traslados, Instalaciones, Viáticos		\$2.000,00
Instalación, Mantenimiento y Reparaciones		\$3.100,00
Arrendamiento de bienes		\$300,00
Contrataciones de Estudios, Investigaciones y Capacitaciones		\$36.123,65
Bienes de uso y consumo corriente		\$6.500,00
<b>OTROS GASTOS</b>		<b>\$830,00</b>
Seguros		
Comisiones Bancarias		
		<b>\$1.800,00</b>
<b>TRANSFERENCIAS CORRIENTES</b>		
Transferencias Corrientes al Sector Público		

<b>Total</b>	<b>\$933.404,00</b>	<b>\$933.404,00</b>
Estos valores han sido relacionados con el informe económico del C.P.F.F.F. (2011), tomando como referencia, la participación de 50 socios de las diferentes actividades turísticas en el Buró de Convenciones de la ciudad, con un aporte anual de aproximadamente USD 300,00		

Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)

### 6.7.5 Ubicación sectorial y física

El Buró de Visitantes y Convenciones formaría parte de las instalaciones del Comité Permanente de la Fiesta de las Flores y las Frutas; por lo que sus oficinas estarían ubicadas en:

- Dirección: Centro Cultural La Liria, Atocha  
Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

## 6.8 AMINISTRACIÓN Y PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

**Cuadro 24: Administración de la evaluación**

ETAPA DEL PROYECTO	OBJETIVOS	RESPONSABLES	TIEMPO	OBSERVACIONES
Identificación de las necesidades y requerimientos de los eventos en la ciudad de Ambato.	Determinar las falencias de esta actividad en la ciudad.	Ejecutor del proyecto	Julio 2012	Investigación efectuada en los eventos realizados el mes de Julio en la ciudad de Ambato.
Recolección de toda la Información pertinente.	Obtener toda la información posible sobre los burós de convenciones y su funcionamiento	Ejecutor del proyecto	Del 2 al 13 de Agosto 2012	Gran parte de la Información será recolectada de situaciones similares en otras ciudades.
Diseño del Plan estratégico	Definir todos los aspectos necesarios para el funcionamiento del Buro de convenciones.	Ejecutor del proyecto	14 al 27 de Agosto del 2012	Asesoramiento general
Evaluación del Plan estratégico.	Alcanzar resultados positivos y satisfactorios.	Ejecutor del proyecto	30 de Agosto del 2012	

Elaborado por: CALOZUMA, Keila (2012)

## BIBLIOGRAFÍA

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Mesalles Luis “EVENTOS, REUNIONES Y BANQUETES”. BARCELONA, 2003
- Estévez Alvarenga Erika, Mendoza Galdámez Roxana, Portillo Bonilla Rosa “DISEÑO DE UN DOSSIER DE PROTOCOLO DE EVENTOS QUE PERMITA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS HOTELES DE LA ZONA OCCIDENTAL DE EL SALVADOR”. UFG
- Sanz Marco Álvaro “EL TURISMO DE REUNIONES”
- Banderas Avilés Janet, Borja Merchán Linda, Morales Boloña Juan “GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ORGANIZACIÓN DEL TURISMO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES”. ESPOL
- MSc. Fernández González Nancy Lic. Borroto Martínez Jorge Luis “LA GESTIÓN DE LOS EVENTOS COMO UN PRODUCTO TURÍSTICO”. JULIO, 2011
- Rigol Madrazo Lourdes María, Pérez Campdesuñer Reyner “LA GESTIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA COMO CONCEPTO”. FEBRERO, 2011
- Carrizo Moreira Antonio, Vieira Batista Alexandra “TURISMO DE EVENTOS: DESAFÍOS ESTRATÉGICOS DE LA CIUDAD DE JOÃO PESSOA (BRASIL)”. 2009
- CESTUR (Centro de Estudios Superiores en Turismo) “LA RELEVANCIA ECONÓMICA DE LAS REUNIONES EN MÉXICO” 2011
- Agüero Maure “DEFINICIONES Y TENDENCIAS DEL TURISMO DE EVENTOS” JULIO, 2007
- OTERO ALVARADO, M<sup>a</sup> Teresa “TEORÍA Y ESTRUCTURA DEL CEREMONIAL Y EL PROTOCOLO”. SEVILLA, 2000.

- Colter Dan “EVENTO, RETÓRICA Y METÁFORA”. ARGENTINA, FEBRERO, 2007
- Grupo B y L eventos.“ORGANIZACIÓN INTEGRAL DE FIESTAS Y EVENTOS” ABRIL, 2010
- Luque Yuliana “TURISMO”, CARACAS, 2006 LEY DE TURISMO DEL ECUADOR, (2008).
- TOLEDO Marco. “INTRODUCCIÓN Y TEORÍA DEL TURISMO”, (2007).
- Dávila Álvarez Patricia “IMAGEN, ETIQUETA Y PROTOCOLO” UTPL, LOJA, 2005.
- Aragay J. & Grande, A. (1978) “MARKETING TURÍSTICO”.
  
- McGraw Hill. México, MITOS DEL MARKETING QUE ESTÁN MATANDO A LOS NEGOCIOS. (1994)
  
- Figuerola, M, TEORÍA ECONÓMICA DEL TURISMO. AUT. ESPAÑA, (1985).
  
- Molina, S. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO, Editorial Limusa. México, (1991).
  
- Naresh Malhotra, INVESTIGACION DE MERCADOS – UN ENFOQUE APLICADO, (2003)
  
- Organización de Congresos, Exposiciones y Eventos, Carlos Alberto Monferrer, Buenos Aires 2003.
- OMT, Ferias de Turismo: Guía para Expositores, Madrid, 1998.
- 39. Revista Eventos Latinoamérica, Abril/Junio 2005, Año VI, No. 20.

## **REFERENCIAS DE INTERNET**

1.- Organización de eventos

[http://www.organizareventos.com/organizacion\\_de\\_eventos/nuestra\\_filosofia.html](http://www.organizareventos.com/organizacion_de_eventos/nuestra_filosofia.html)

2.- Organización de eventos (claves principales)

<http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=78>

3.- Mercadotecnia

<http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

4.- Economía

<http://www.tueconomia.net/demanda-oferta-y-mercado>

5.- Economía

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/O.htm>

6.-Servicio al cliente

<http://www.conocimientosweb.net/portal/html.php?file=cursos/curso0011.htm>

7.- Liderazgo

[liderazgo.seminarios@gmail.com](http://liderazgo.seminarios@gmail.com)

8.- Revista turística

[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322006000100004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322006000100004&script=sci_arttext)

9.- Marketing



[www.Gestiopolis.com](http://www.Gestiopolis.com)

10.- Negociación

[www.Masterdisseny.com](http://www.Masterdisseny.com)

11.- Asociación Internacional de Buró de Visitantes y Convenciones

[www.iacvb.org/iacvb/index.ast](http://www.iacvb.org/iacvb/index.ast)

12.- Meeting Professional International

[www.mpiweb.org](http://www.mpiweb.org)

13.- Asociación Internacional de Congresos y Convenciones

[www.itca-latinoamerica.com](http://www.itca-latinoamerica.com)

14.- Congresos y Afines de América Latina (COCAL)

[www.cocalonline.com](http://www.cocalonline.com)

15.- Asociación de Ferias Internacionales de América Latina (AFIDA)

[www.afida.org](http://www.afida.org)

16.- Desarrollo económico

El desarrollo económico, según Amartya Sen Suite 101.net

<http://suite101.net/article/el-desarrollo-economico-segun-amartya-sen-a20500#ixzz25ZAcxgeG>

## **ENTREVISTAS**

1.-Ing. Edwin Vásquez, DECANO DE LA FACULTAD DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIANDES.

2.- Ing. Marco Toledo, DIRECTOR PROVINCIAL DE TURISMO DE TUNGURAHUA.

3.- Ing. Bolívar Cevallos, PRESIDENTE DE LA CAMARA DE TURISMO DE TUNGURAHUA

4.- Sr. Marcelo Rubio, DIRECTOR DE LA CAMARA DE TURISMO DE AMBATO.

5.- Ing. Fausto Velarde, DIRECTOR DE LA UNIDAD DE TURISMO DEL GADMA.

6.- Ing. Marco Calero, COORDINADOR COMITÉ PERMANENTE DE LA FFF DE AMBATO.

7.- Danilo Arostegui, COORDINADOR COMITÉ DE TURISMO DEL HILUSTRE GOBIERNO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA.

## ANEXOS

### Formato de encuestas

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA  
EDUCACIÓN**



### **CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**ENCUESTA REALIZADA A LOS PRINCIPALES GENERADORES DE EVENTOS  
DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

**Objetivo:** Determinar la oferta de eventos que existe en la ciudad.

❖ ¿Identifica usted a la provincia de Tungurahua como un destino de?:

Eventos sociales

Eventos institucionales

❖ ¿Para organizar eventos institucionales dentro de su organización, contrataría los servicios de un proveedor especializado?

Si

No

❖ ¿Qué servicios requiere usted en un evento?

-Alimentación

-Alojamiento

-Servicios tecnológicos

-Servicios turísticos

❖ ¿Qué resultados busca obtener de su evento?

- Imagen y posicionamiento
- Ingresos económicos
- Contactos
- Bolsa de trabajo/negocio

❖ ¿En el caso de que su evento sea institucional qué margen de ganancia espera obtener como retorno de su inversión?

- 40%
- 20%
- Punto de equilibrio
- Otros

❖ ¿Qué canales de distribución utiliza usted para promocionar su evento?

- Prensa
- Internet
- Marketing directo
- Otros  Mencione:

❖ ¿Se preocupa usted por brindar distracción turística a sus invitados?

- Si
- No

Gracias por su colaboración!!!

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**



**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**ENCUESTA REALIZADA A LOS ASISTENTES A EVENTOS REALIZADOS EN**  
**EL MES DE JULIO EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE**  
**TUNGURAHUA.**

**Objetivo:** Dictaminar la afluencia, satisfacción e intereses de los asistentes a los diferentes eventos en la ciudad de Ambato.

❖ ¿A qué tipo de eventos ha asistido usted en la ciudad de Ambato?:

- Eventos sociales
- Eventos institucionales

❖ ¿Qué servicios requiere usted en los eventos a los que asiste?

- Alimentación
- Alojamiento
- Servicios tecnológicos
- Servicios turísticos

❖ ¿Cuál es su interés por asistir a un evento?

- Prestigio de la institución organizadora
- Conocimientos/Horas académicas
- Contactos
- Opciones de trabajo/negocios

❖ ¿Cómo calificaría usted la calidad del servicio de organización en los eventos a los que ha asistido en la ciudad de Ambato?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Pésimo

❖ ¿Se interesa usted por conocer los atractivos turísticos del lugar donde se lleva a cabo el evento?

- Si
- No

❖ ¿Mediante qué medios se informa usted acerca de los eventos que se realizarán en la ciudad de Ambato?

- Prensa
- Internet
- Marketing directo

Gracias por su colaboración!!!

**ENTREVISTA REALIZADA A LOS PRINCIPALES ORGANIZADORES DE  
EVENTOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.**

- ❖ ¿Cuántas personas laboran en su empresa?
- ❖ ¿Ha organizado usted eventos institucionales?
- ❖ ¿Qué servicios ofrece usted en su empresa?
- ❖ ¿Cuántos eventos institucionales organiza usted anualmente?
- ❖ ¿Ha establecido alianzas estratégicas con el sector turístico para impulsar el turismo aprovechando la visita de los asistentes a sus eventos?

Menciónelas:

- ❖ ¿Incluye usted como opcional de su evento, la visita a los diferentes atractivos turísticos de la Provincia para los asistentes?
- ❖ ¿Practica usted la organización de eventos como profesional de esta actividad o su práctica es empírica?

## **ENTREVISTA REALIZADA A LOS PRINCIPALES LÍDERES DE OPINIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO**

- ❖ ¿Cuenta usted con información estadística sobre los visitantes por motivo de asistencia a eventos realizados en la ciudad?
  
- ❖ ¿Conoce usted si existen planes de dinamización turística para la provincia de Tungurahua y quién los encabeza?
  
- ❖ ¿Existe una oferta turística planteada como propuesta única de ventas?
  
- ❖ ¿Existe un mensaje de marketing para un segmento específico?
  
- ❖ ¿Se usa una marca turística?
  
- ❖ ¿Hay un slogan permanente y unificado?
  
- ❖ ¿Se integran las acciones de las instituciones públicas con las de las privadas?