



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y
Recursos Naturales**

Licenciatura en Turismo

**ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU PROSPECTIVA**

INFORME DE PROYECTO INTEGRADOR

Previa a la obtención del Título de:
LICENCIADO EN TURISMO

VASCO ESPINOZA WILSON PATRICIO

GUAYAQUIL – ECUADOR

2017

TRIBUNAL DE EVALUACIÓN

M.Sc. Carolina Aguayo
TUTOR

M.Sc. Fanny Manner
Coordinadora de la Materia
Integradora

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, me corresponde exclusivamente; y doy mi consentimiento para que la ESPOI realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

Wilson Patricio Vasco Espinoza

ÍNDICE

TRIBUNAL DE TITULACION	ii
DECLARACION EXPRESA.....	iii
INDICE GENERAL	iv
RESUMEN	vii
CAPÍTULO 1	1
1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO.....	1
1.1.1 Nombre del proyecto.....	1
1.1.2 Localizacion Geografica.....	1
1.2 Introduccion.	2
1.2.1 Antecedentes	2
1.2.2 Justificacion	3
CAPÍTULO 2	5
2. DIAGNOSTICO Y PROBLEMA.....	5
2.1 Descripcion del problema.....	5
2.2 Instalaciones y Atractivos.....	6
2.3 Empresa Relacionadas al turismo de negocios y otras entidades. .9	
2.3.1 Empresa Publica Municipal de Turismo	9
2.3.2 Expoplaza	12
2.3.3 ExpoGuayaquil (Centro de Convenciones)	14
2.3.4 Hotel Sheraton Guayaquil.....	15
2.3.5 CAPTUR Guayas.....	16
2.4 Revision de la literatura.....	17
2.4.1 Propuesta del Buro de Visitantes y Convenciones Santiago de Guayaquil.....	17
2.4.2 Analisis de la situacion del Turismo de Negocios en la ciudad de Valencia.....	17
2.4.3 La brujula de los eventos. Turismo de negocios, actividad que va creciendo.....	18
2.4.4 Turismo de negocios.....	19
2.4.5 Turismo de convenciones	20
2.4.6 Aerolineas	21
2.4.7 Inversion turistica	22
2.4.8 Destinos del sector RICE	22

2.4.9	Vision global del turismo de negocios	23
2.5	Marco Teorico.	25
2.6	Metodologia de diagnostico.	25
CAPÍTULO 3		27
3.	OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	27
3.1	Objetivos Especificos.	27
CAPÍTULO 4		28
4.	PROPUESTA.....	28
4.1	Descripcion	28
4.1.1	Estrategias	28
4.2	Resultados	29
4.2.1	Analisis de las entrevistas.....	29
2.4.2	Analisis FODA.....	32
4.3	El turismo de negocios y su prospectiva	34
4.4	Salones para realizar eventos, dimensiones y capacidad	34
4.5	Eventos realizados en Guayaquil.....	38
4.6	Proximo Gran Evento.....	42
CONCLUSIONES.....		43
RECOMENDACIONES		44
REFERENCIAS.....		45
WEB.....		45
ANEXOS		46
Anexo A	46
Anexo B	49
Anexo C	50
Anexo D	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de la ciudad de Guayaquil.....	1
Figura 2: Mapa satelital de la ciudad de Guayaquil.....	2
Figura 3: Instalaciones para realizar Congresos y Convenciones.....	6
Figura 4: Pagina web Guayaquil es mi Destino.....	11
Figura 5: Sub Gerente BCVG.....	12
Figura 6: Pagina web EXPOPLAZA.....	13
Figura 7: Pagina web EXPOGUAYAQUIL.....	15
Figura 8: GHL Hotels. Hotel Sheraton Guayaquil.....	15
Figura 9: Pagina web CAPTUR Guayas.....	16
Figura 10: Aerolineas que llegan a Ecuador.....	21
Figura 11: Montajes Sugeridos en el Centro de Convenciones.....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Causa-Problema-Efecto.....	5
Tabla 2: Asociacion Hotelera del Guayaas.....	7
Tabla 3: Atractivos en la ciudad de Guayaquil.....	8
Tabla 4: Negocios o comercios que desempeñan las actividades relacionadas al turismo.....	10
Tabla 5: Informacion de los entrevistados.....	28
Tabla 6: Analisis de la entrevista a la Empresa Publica Municipal de Turismo.....	29
Tabla 7: Analisis de la entrevista a Empresas Privadas.....	30
Tabla 8: Analisis FODA.....	31
Tabla 9: Salones Centro de Convenciones, Dimensiones y Capacidad.....	34
Tabla 10: Salones Hotel Sheraton, Capacidad.....	36
Tabla 11: Salones Hotel Oro Verde, Capacidad.....	36
Tabla 12: Salones Hotel Hilton Colon, Capacidad.....	37
Tabla 13: Salas de conferencia y de junta, Capacidad.....	37
Tabla 14: Salones en las Torres del Mall del Sol, Capacidad.....	38
Tabla 15: Descripcion de eventos y periodicidad.....	38
Tabla 16: Preguntas para las entrevistas.....	49
Tabla 17: Registro de las entrevistas.....	50

RESUMEN

Este proyecto de investigación trata sobre la evolución de turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil y su prospectiva. Con el propósito de analizar y llevar a cabo propuestas y estrategias que pueden beneficiar y atraer un desarrollo del Turismo de Negocios en la ciudad.

Para la realización este proyecto se aplican varias metodologías tales como: la investigación de campo, entrevistas a personas involucradas en el sector turismo, revisión de artículos/noticias y análisis FODA; con el fin de obtener una información específica que sirvan para el análisis del proyecto.

Mediante entrevistas realizadas, se llegó a la conclusión de que personas que trabajan en el sector público y privado, están al tanto de que en la ciudad de Guayaquil ha ido creciendo en estos últimos años el sector dedicado a las reuniones, viajes de incentivos, conferencias y eventos (Turismo de Negocios). Pero se desconoce en cierta parte cuándo exactamente surgió por carecer de datos estadísticos que lo respalden.

La Empresa Pública Municipal de Turismo se destacan por estar llevando a cabo proyectos para atraer a esta nueva tipología del turismo a la ciudad mediante los eventos que se están planificando con anticipación y al ofrecer a este turista actividades para realizar en la ciudad y hacer que su estancia sea más prolongada, dejando a un lado la estacionalidad y el creer que Guayaquil solo es una ciudad de paso.

Por otra parte, las entidades privadas y profesionales proponen temas a tratarse en las convenciones, pero también esperan involucrarse más con el Municipio para realización y participación de estos eventos en la ciudad.

Con los resultados obtenidos y analizando punto por punto sobre el Turismo de Negocios, se puede reconocer que Guayaquil está capacitado para realizar eventos que capten turistas internacionales por tener las infraestructuras necesarias, pero aún nos falta para poder competir y estar a la par con ciudades que ya llevan años desarrollando esta actividad.

Se concluye que se debe trabajar en un plan estratégico en conjunto y en la promoción turística para que este nuevo turista llegue con mayor frecuencia a la ciudad.

Palabras clave: *Turismo de Negocios, promoción, desarrollo, plan estratégico.*

CAPITULO 1

1 DATOS GENERALES DEL PROYECTO

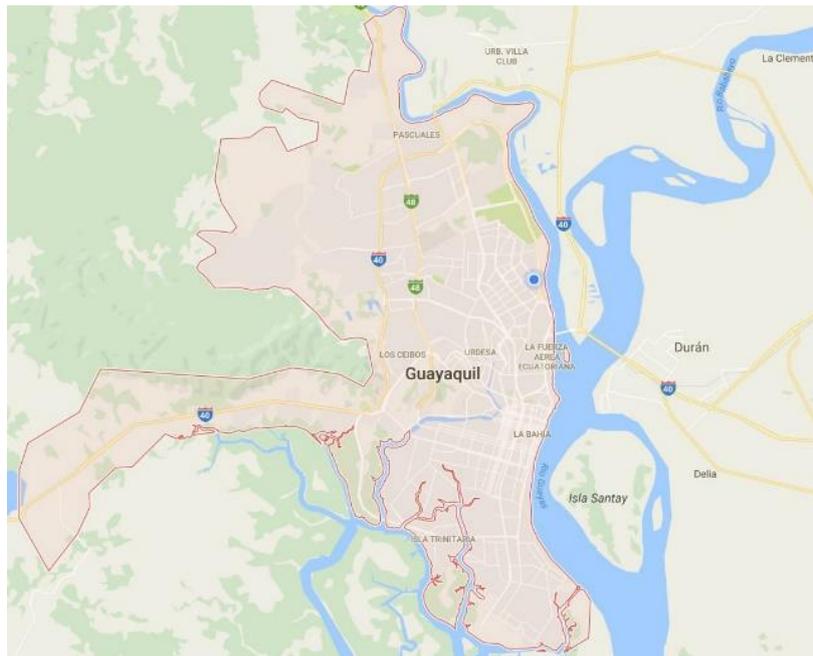
1.1.1 Nombre del proyecto

“ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU PROSPECTIVA”

1.1.2 Localización geográfica

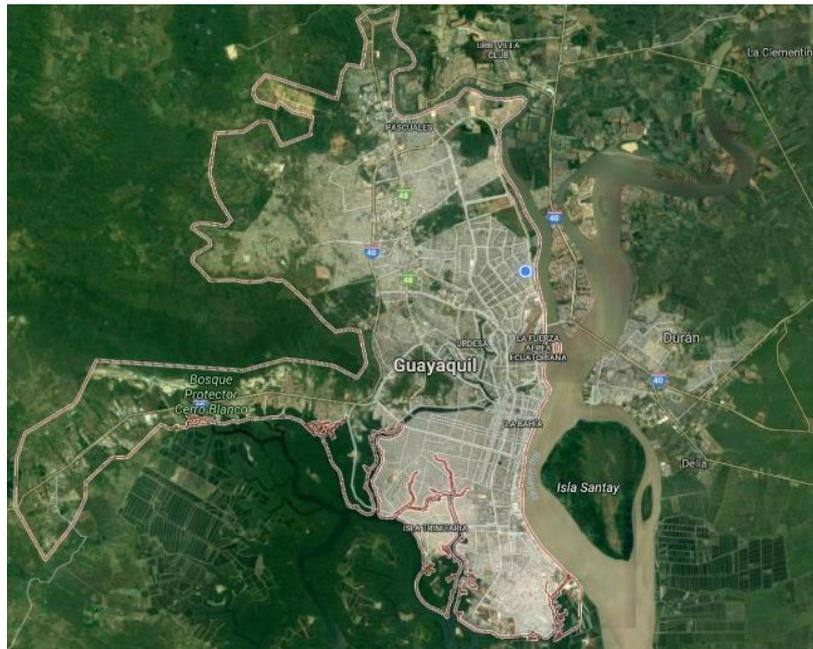
Guayaquil, ECUADOR

Figura 1: Mapa de la ciudad de Guayaquil



Fuente: Google Maps

Figura 2: Mapa Satelital de la ciudad de Guayaquil



Fuente: Google Earth

1.2 INTRODUCCIÓN

1.2.1 Antecedentes

Guayaquil es considerada la ciudad más poblada de Ecuador ya que cuenta con alrededor de 2 560 505 habitantes. Es la ciudad de mayor tamaño a nivel nacional con una superficie de 345 km² y adicional a esto, Guayaquil es el puerto fluvial marítimo más importante del país debido a su influencia comercial, cultural, turística y de entretenimiento.

La ciudad ha experimentado diversos cambios siendo el de más importancia el que estuvo a cargo de la muy ilustre Municipalidad de Guayaquil a través de su programa de Regeneración Urbana. Con esta regeneración se buscaba fomentar el turismo y el comercio a través de una restructuración en la imagen de la ciudad y convertirla así en un centro turístico internacional y de negocios de primera clase.

Debido a su gran extensión Guayaquil está dividida en sectores, siendo estos: el **norte** donde podemos encontrar la mayor cantidad de hoteles, instituciones bancarias, centros

comerciales y un Centro de Convenciones que lleva por nombre Simón Bolívar. La zona del **centro** de la ciudad es uno de los lugares de mayor importancia, debido a las actividades comerciales que se realizan y porque aquí se encuentran la mayor concentración de edificios y oficinas, considerándola el corazón financiero para el Ecuador. El desarrollo económico que ha tenido la ciudad se debe a la combinación de sus dos puertas de entrada, las mismas que trabajan durante todo el año, como lo son: el puerto marítimo y el aeropuerto internacional.

De la misma forma el turismo ha presentado un desarrollo bastante importante, esto como resultado del arduo trabajo en mejorar tanto la infraestructura, como el servicio. Todo esto en conjunto con otras actividades ha contribuido al avance en el posicionamiento del sector turístico, apuntando especialmente al mercado de los negocios y las convenciones

Dentro de la oferta de servicios de la ciudad podemos encontrar lugares idóneos para realizar los distintos eventos, reuniones y convenciones como hoteles de lujo con equipados salones de eventos y un centro de convenciones de gran capacidad.

En la actualidad, Guayaquil es considerada como ciudad de ferias, congresos y convenciones gracias a sus auditorios que cuentan con una capacidad desde 500 hasta 3500 personas, siendo los más destacados el Centro de Convenciones y el Palacio de Cristal. Además de su importante aeropuerto internacional José Joaquín de Olmedo y las carreteras a nivel nacional en excelentes condiciones que sirven de rápida conexión entre ciudades y provincias.

1.2.2 Justificación

Con este proyecto de investigación se pretende en primer lugar conocer cómo surge el turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil. Posteriormente analizar la evolución que ha tenido el mismo y cuál ha sido su aporte en el desarrollo de la ciudad. Conocer qué reconocimientos ha recibido la ciudad de Guayaquil en los últimos años, gracias a dicha evolución. Definir que otras actividades de promoción turística pueden llevarse a cabo en esta área para de esta manera poder incrementar el número de visitantes y que sus estancias sean más prolongadas. Tener en claro cuáles son los efectos positivos y

negativos del turismo de negocios en Guayaquil. La ciudad cuenta con las instalaciones adecuadas para recibir eventos de gran alcance, sea este un público nacional o extranjero pues los servicios que se ofertan pueden satisfacer incluso a clientes muy exigentes.

Cambiar la mentalidad que se maneja actualmente de que Guayaquil es únicamente una ciudad de escala o paso. Analizar cuáles son los factores que ocasionan que este pensamiento se apodere de la mente de muchos visitantes. De esta manera sacar provecho del turismo de negocios como se lo hace en varias ciudades del mundo, en las que se puede evidenciar la gran llegada de empresarios que realizan negocios y que generan un beneficio económico en el sector turístico.

CAPITULO 2

2 DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

2.1 Descripción del problema

Actualmente no se cuenta con una base en la que se puedan consultar datos o información acerca de los alcances que han tenido los eventos realizados en la ciudad de Guayaquil. Si desea consultar este tipo de información, es posible a través de páginas web o también acercándose a consultar en las oficinas de la Empresa Pública Municipal de Turismo. Al no proporcionar esta información al público las empresas u organizaciones nacionales e internacionales desconocen la experiencia que tiene Guayaquil para realizar eventos de gran magnitud. Todo esto ocasiona un lento desarrollo en cuanto a la organización de congresos y eventos, además de posibles estancamientos en futuros proyectos orientados a esta temática.

Tabla 1: Causa-Problema-Efecto

CAUSA		EFEECTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>La información que se tiene actualmente es transmitida por páginas web o también boca a boca.</i> ✓ <i>Empresas u organizaciones internacionales desconocen que en Guayaquil se pueden realizar eventos de gran magnitud.</i> ✓ <i>Los trabajos en conjunto con el municipio, las empresas privadas y profesionales es muy poco evidente.</i> ✓ <i>Es necesario una búsqueda muy extensa y minuciosa para poder recopilar la información sobre el Turismo de Negocios.</i> 	<p>PROBLEMA:</p> <p>Recolección de información escasa para la elaboración de un correcto análisis referente al turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desconocimiento de información que se podría brindar al inversionista referente a si se realizan Negocios en la ciudad. ✓ Lento desarrollo en lo que respecta a la organización de congresos y eventos a gran escala. ✓ Estancamientos en futuros proyectos orientados al turismo de negocios. ✓ Incompetencia por carecer de información que se le brinde al turista de negocios.

Fuente: Autor

2.2 INSTALACIONES Y ATRACTIVOS

Los lugares idóneos para realizar congresos, convenciones y reuniones de negocios en Guayaquil son:

1. Centro de Convenciones Simón Bolívar
2. Palacio de Cristal
3. Centro de Exposiciones Plaza Rodolfo Baquerizo Moreno

Figura 3: Instalaciones para realizar Congresos y Convenciones



Fuente: Guayaquil es mi destino. (<http://www.guayaquilesmidestino.com/es/que-hacer>)

Recuperado el 10 febrero del 2017

Otras alternativas que ofrece dicha ciudad son los amplios salones de los importantes hoteles, los mismos que se encuentran correctamente adecuados para realizar este tipo de eventos sean a pequeña o a gran escala. Los hoteles son un importante soporte gracias a que brindan facilidades a sus visitantes al permitirles hospedarse y estar cerca de los lugares en los que se realizarán las convenciones.

A continuación, se presenta la tabla con información de los principales hoteles que conforman la Asociación Hotelera del Guayas.

Tabla 2: Asociación Hotelera del Guayas

Asociación Hotelera del Guayas		
HOTEL	ESTRELLAS	HABITACIONES
1 Hotel Hilton Colon Guayaquil	☆ ☆ ☆ ☆ ☆	294
2 Hotel Oro Verde Guayaquil	☆ ☆ ☆ ☆ ☆	212
3 Hotel Grand Hotel Guayaquil	☆ ☆ ☆ ☆ ☆	183
4 Hotel Wyndham Guayaquil	☆ ☆ ☆ ☆ ☆	179
5 Hotel Sheraton Guayaquil	☆ ☆ ☆ ☆ ☆	141
6 Hotel Unipark	☆ ☆ ☆ ☆ ☆	140
7 Hotel Sonesta	☆ ☆ ☆ ☆ ☆	112
8 Hotel Howard Johnson Guayaquil	☆ ☆ ☆ ☆	108
9 Hotel Hampton Inn by Hilton Guayaquil	☆ ☆ ☆ ☆	95
10 Hotel Palace	☆ ☆ ☆ ☆	95
11 Hotel Continental	☆ ☆ ☆ ☆ ☆	89
12 Hotel Alexander	☆ ☆ ☆	62
13 Hotel Rizzo	☆ ☆ ☆ ☆	60
14 Hotel Doral	☆ ☆ ☆ ☆	60
15 Hotel Sol de Oriente	☆ ☆ ☆ ☆	56
16 Hotel Castell	☆ ☆ ☆ ☆	48
17 Hotel del Rey	☆ ☆ ☆ ☆	47
18 Hotel CityPlaza	☆ ☆ ☆ ☆	42
19 Hotel Gold Center	☆ ☆ ☆ ☆	33
20 Apart Hotel Kennedy	☆ ☆ ☆ ☆	30

Fuente: Autor

Tabla 3: Atractivos en la ciudad de Guayaquil

ATRATIVOS		
1	Malecón Simón Bolívar	Ubicado junto al río Guayas. El Hemiciclo de la Rotonda, la Torre Morisca y la Noria “La Perla” son parte de su atractivo.
2	Las Peñas	Ubicado en la calle Numa Pompilio Llona, cuenta con una arquitectura colonial del barrio donde nació la ciudad.
3	Cerro Santa Ana	Cuenta con coloridas fachadas, 444 escalones hasta llegar al faro y la capilla de la Virgen de las Mercedes.
4	Puerto Santa Ana	Frente al río Guayas, se puede encontrar edificios de oficinas, museos, locales comerciales, una variedad de restaurantes, entre otros.
5	Parque Seminario	Conocido como el parque de las Iguanas, por ser ellas quienes reciben a los turistas.
6	Malecón del Salado	Desde el 2009 a impulso al turismo de la zona. Recorre la Plaza Rodolfo Baquerizo hasta el Puente del Velero.
7	Parque Histórico	Ubicado a orillas del río Daule, cuenta con tres áreas Zona de vida silvestre, zona urbana arquitectónica y zona tradicional.
8	Área Nacional de Recreación Isla Santay	Ubicado a orillas del río Guayas, tiene dos vías de conexión mediante dos puentes Guayaquil – Isla Santay y Duran – Isla Santay. Se caracteriza por su eco aldea, sus manglares y su riqueza en flora y fauna.
9	Iglesias del Centro de la Ciudad	Al recorrer la ciudad podemos conocer distintas iglesias patrimoniales como Catedral Metropolitana San Pedro Apóstol, San Francisco, De la Merced, entre otros.
10	Zona Rosa y Centros Comerciales	Ubicada en el centro de la ciudad, se pueden encontrar una variedad de bares, discotecas y restaurantes. Además, se pueden encontrar distintos centros comerciales tanto en norte y sur de la ciudad.

Fuente: Autor

2.3 Empresas relacionadas al Turismo de Negocios y otras entidades

2.3.1 Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil

Esta empresa se encarga de la promoción turística, cívica y las relaciones internacionales, además de trabajar arduamente en convertir a Guayaquil en icono del desarrollo turístico en el Ecuador.

Tienen entre sus principales objetivos el realizar estudios para la elaboración de diagnósticos y posteriormente contribuir al desarrollo turístico de la ciudad mediante planes estratégicos de marketing y comercialización turística.

Cuenta con una tasa para generar recursos en la ciudad, es un valor cobrado a turistas nacionales y extranjeros por visitar Guayaquil, este cobro lo podemos evidenciar en los negocios o actividades comerciales relacionadas al turismo.

El cobro de esta tasa representa un beneficio para la ciudad ya que gracias a su retorno se puede convertir en promoción y atraer visitas para convenciones en la urbe.

A continuación, se mencionan los negocios o actividades comerciales a las que se hace este cobro.

Tabla 4: Negocios o actividades comerciales relacionadas al turismo.

ACTIVIDADES RELACIONADAS AL TURISMO	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	INTERMEDIACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> – Restaurantes – Cafeterías – Fuentes de soda – Bares 	<ul style="list-style-type: none"> – Salones de recepciones y banquetes – Centro de convenciones – Organizadores de eventos
ALOJAMIENTO	PARQUES DE ATRACCIONES ESTABLES
<ul style="list-style-type: none"> – Hoteles – Hostales – Hostería, Lodge, Hacienda rustica – Resorts – Campamentos – Refugiados – Casa de huéspedes 	<ul style="list-style-type: none"> – Hipódromos – Termas y balnearios – Boleras, pistas de patinaje – Centros de recreación turística
OPERACIÓN	TRANSPORTE TURÍSTICO
<ul style="list-style-type: none"> – Agencias operadoras – Mayoristas – Dualidad – Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> – Fluvial – Marítimo – Terrestre y alquiler de vehículos – Aéreo

Fuente: Elaboración propia

Además, se creó un nuevo plan de promoción de la ciudad, dicha campaña lleva el nombre de “Guayaquil es mi Destino” la cual mediante su sitio web y su aplicación móvil permite conocer los malecones, hoteles, restaurantes, atractivos turísticos y otros sitios privados y públicos dentro de Guayaquil.

Figura 4: Pagina web “Guayaquil es mi Destino”



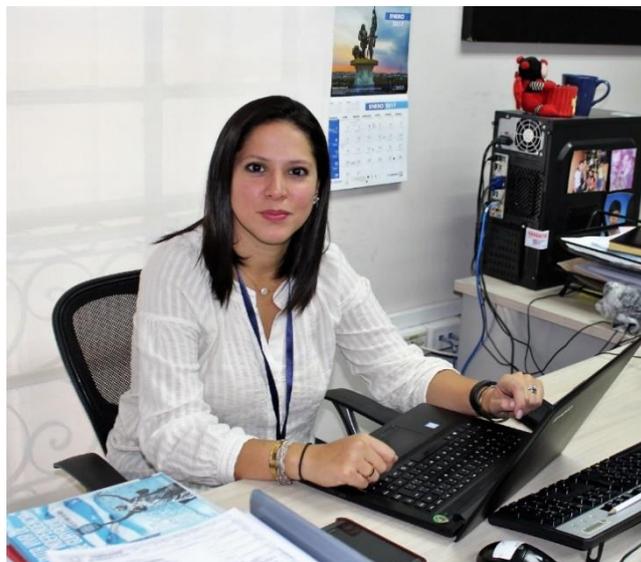
Fuente: Guayaquil es mi destino. (<http://www.guayaquilesmidestino.com>)

Recuperado el 10 de febrero del 2017

También en esta empresa municipal se creó el Buro de Convecciones y visitas de Guayaquil, con el fin de atraer e incrementar las visitas, impulsando la realización de congresos, convenciones y reuniones (Turismo de Negocios).

En la cual se pudo entrevistar a la Sub Gerente del Buró de Convenciones y vistas Ana María Moreira.

Figura 5: Sub Gerente del BCVG



Fuente: Autor

2.3.2 EXPOPLAZA

Esta empresa cuenta con más de 20 años de trayectoria y se dedican a la organización de eventos, también ellos se encargan de exposiciones donde han participado importantes profesionales y han asistido público en general. Uno de sus objetivos es el de innovar negocios.

Cuenta con un área que trabaja directamente en lo que refiere a congresos, la cual inició en el 2009 y desde ahí vienen desarrollando congresos propios y otros que se realizan junto a socios comerciales.

Los Congresos Internacionales más relevantes:

- CUMBRE MUNDIAL DEL BANANO
- CUMBRE MUNDIAL DEL CACAO
- CONGRESO INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN

Los Congresos Nacionales:

- CONGRESO NACIONAL DE VENTAS

Además, cuenta con una página web donde podemos apreciar la información de la empresa, eventos realizados, un calendario de actividades y eventos que se presentan mes a mes, galerías de fotos, noticias y como contactarlos.

Figura 6: Pagina web EXPOPLAZA



Fuente: Expoplaza. (<https://www.expoplaza.ec>)

Recuperado el 10 de febrero 2017

2.3.3 EXPOGUAYAQUIL (Centro de convenciones)

Esta empresa tiene más de 8 años de experiencia y cuenta con la infraestructura más grande del país las cuales se adaptan a las necesidades de cada cliente y el tipo de evento. Pueden desarrollar eventos masivos sin ningún problema gracias a sus amplias instalaciones.

Tipos de Eventos:

- Congresos y Convenciones
- Conferencias
- Ferias y Exhibiciones
- Conciertos y Espectáculos Artísticos
- Eventos Corporativos
- Eventos Sociales

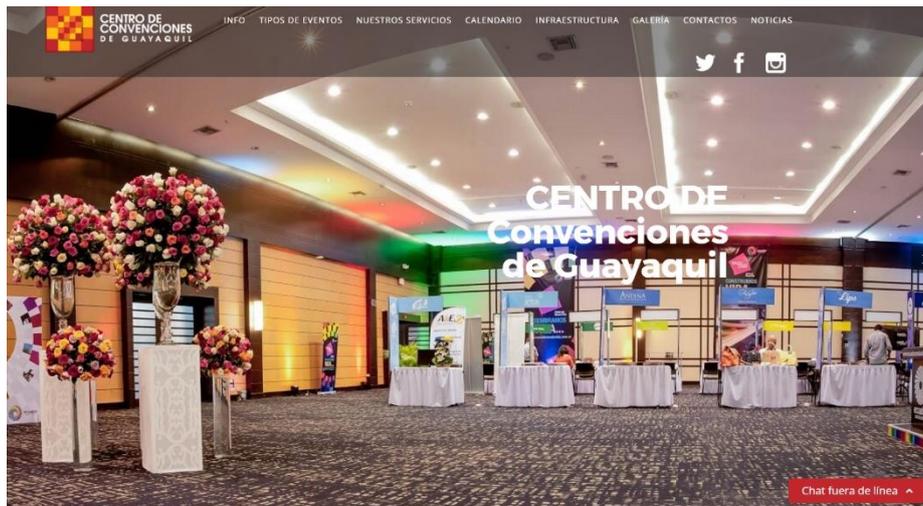
Servicios que ofrece:

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

Han realizado más de 5 000 eventos, entre ellos más de 500 Congresos de los cuales ha reunido unos 6 000 000 de visitantes.

En su página web se puede encontrar información variada como los tipos de eventos que realizan, los servicios que ofrecen, galería de fotos, noticias, sus instalaciones y contactos.

Figura 7: Pagina web EXPOGUAYAQUIL (Centro de Convenciones)



Fuente: Centro de Convenciones Guayaquil. (<http://www.expoguayaquil.com>)

Recuperado el 10 de febrero del 2017

2.3.4 HOTEL SHERATON GUAYAQUIL

Es un hotel de 5 estrellas, que se ubica muy cerca del aeropuerto y el Centro de Convenciones. Ofrecen servicios de lujo, para que el alojamiento del huésped sea realmente único. Además, cuenta con restaurantes gourmets, spa, piscina, gimnasio.

Este hotel es ideal para viajeros que vienen por negocios, tiene 9 salones para realizar eventos.

Figura 8: GHL Hoteles. Hotel Sheraton Guayaquil



Fuente: GHL Hoteles. (<http://www.ghlhoteles.com/hoteles/ecuador/guayaquil/sheraton-guayaquil>) Recuperado el 10 de febrero de 2017

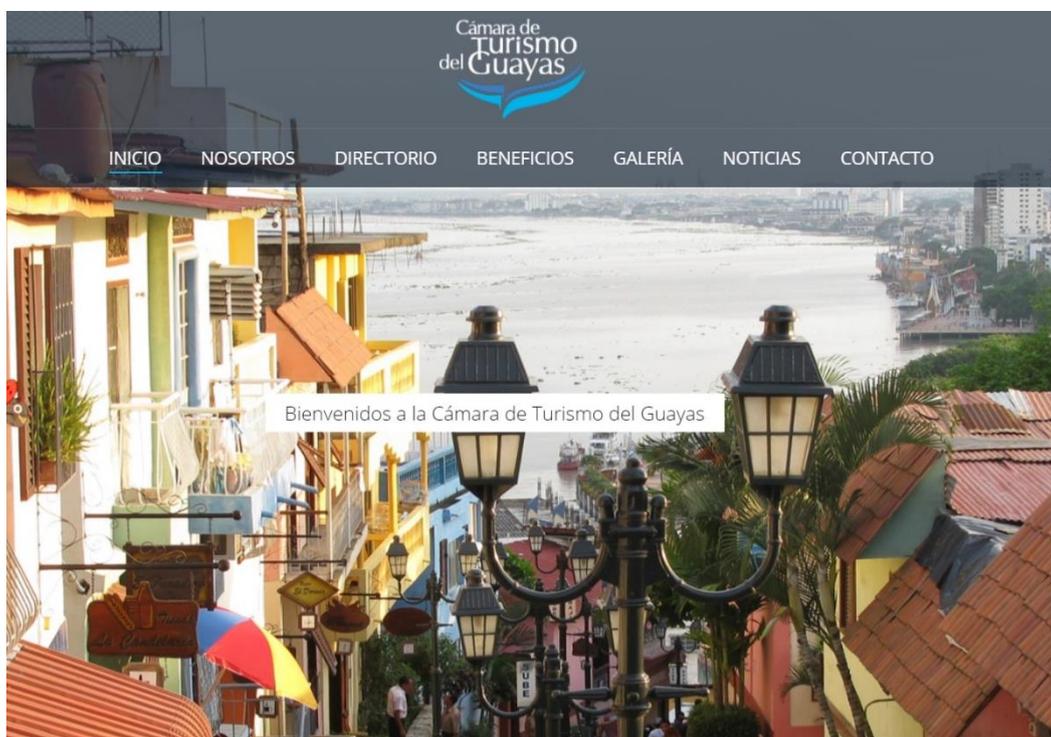
2.3.5 CÁMARA DE TURISMO DEL GUAYAS

Empresa creada en el año 1996, tiene como objetivo principal de impulsar el desarrollo de turismo y sus servicios.

Cooperan con entidades públicas, privadas y profesionales para que contribuyan en diferentes actividades en lo que respecta al desarrollo de las empresas turísticas.

Promueven la capacitación constante que debe aplicar en este sector, realizan visitas de inspección y evaluación que se efectúan a los gremios de turismo.

Figura 9: Pagina web CAPTUR



Fuente: Cámara de Turismo del Guayas (<https://turismoguayas.com>)

Recuperado el 10 de febrero del 2017

2.4 Revisión de la literatura

2.4.1 “Propuesta del Buro de Visitantes y Convenciones Santiago de Guayaquil” (2006), autores María Aguilar y Ángel Calderón.

Lo más importante y rescatable de esta tesis es la propuesta de creación de un Buro de visitas y convenciones algo que hasta ese momento no se había contemplado como opción para el desarrollo turístico de la ciudad. Como primer paso los actores del Turismo deberían potencializar y promover en lo que respecta a la planta hotelera, centro de exposiciones y otros recursos con los que contaba la ciudad.

Teniendo presente que los eventos que se podían realizar en la ciudad podrían tener un alcance multitudinario llamando la atención de varios gremios y asociaciones nacionales e internacionales.

Se menciona que se realizó un estudio de factibilidad, donde se daba a conocer las propuestas de financiamiento y de una organización interna en crecimiento a diez años plazo.

Esta tesis es una buena base de información a partir de la cual se puede analizar cómo en estos casi ocho años el Turismo de Negocios ha ido evolucionando.

Aunque el Buró de Convenciones ya cuenta con un plan, este aún no se encuentra en marcha y la competencia existente en otras ciudades a nivel internacional por su buen manejo en el Turismo de Negocios hace que Guayaquil como ciudad vaya quedando un poco rezagada en la promoción de estos eventos que atraen turistas e inversionistas que ayudarían al desarrollo en cuanto a la economía de la ciudad.

2.4.2 “Análisis de la situación del turismo de negocios en la ciudad de Valencia” (2012), autor Borja S. Marín Catalá.

En este trabajo se detalla la aportación que tiene el Turismo de Negocios en dicha ciudad que se evidencia en el PIB y el volumen de empleo que este sector genera. Esta actividad ayuda a la descentralización de la demanda, por el simple hecho de que las actividades que recoge el turismo de negocios se realizan mayormente en temporadas bajas.

Nos da a conocer que la ciudad de Valencia se ha consolidado como un destino de turismo de negocios y que la infraestructura y planta que posee están orientadas a satisfacer las necesidades del viajero de negocios.

Menciona también que en los últimos 10-15 años la ciudad de Valencia desde el Gobierno Local y los principales organismos y empresas turísticas se ha posicionado como un destino vacacional. La promoción que aplican ha sido principalmente en vender el destino y ofrecer los atractivos que posee.

Se concluye que la ciudad de Valencia ha estado en un constante trabajo para sobresalir en cuanto al Turismo de Negocios. Además, se evidencia un trabajo en conjunto con el gobierno local, organizaciones y empresas turísticas, algo primordial para que este tipo de turismo se desarrolle. Se debe aprovechar las cualidades que la ciudad tiene y potenciarlas para protegerse de la competencia que se pueda presentar, combinando diferentes factores, entre otros. Esto asegura que si se trabaja con un plan a seguir que beneficie a los diferentes actores que el Turismo de Negocios puede atraer, el impacto económico que genera este sector iría aumentado con los años.

2.4.3 La Brújula de los eventos. Turismo de negocios, actividad que va creciendo

Este es uno de los pocos por no decir el único libro que trata sobre turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil. Se puede destacar dos puntos importantes que son: la metodología para organizar un evento y el análisis de la situación del turismo de negocios.

Al momento de analizar este tema Ángel Calderón, indica:

“Para mí, como autor, ha sido una aventura intelectual el encontrar libros con estas temáticas, me ha tocado comprar o pedir en Argentina, Alemania y Estados Unidos. Países que tiene un concepto más avanzado y una amplia experiencia en el desarrollo de este mercado.”

En este libro es posible encontrar anécdotas, de diferentes eventos en los que el autor ha participado y a los que gracias a ellos ha podido ganar experiencia.

Nos menciona lo que hoy en día se ha visto a través de los años, ya que al observar a las personas que están involucradas en la realización de eventos, es posible notar que en muchos de los casos se trabaja empíricamente y no se tiene cuidado al brindar un servicio de calidad, calidad y compromiso.

Un dato interesante que Ángel Calderón, revela:

“Es la tendencia verde que existe a nivel mundial y que se los menciona como Green meetings o eventos ecológicos, es decir, comprometidos con el ambiente.”

Para finalizar el análisis de dicho documento este libro ayuda mucho a las personas que están o desean involucrarse en este tipo de turismo más a fondo. Trata el tema del Turismo de Negocios ya que es escasa la información en lo que a ello respecta.

2.4.4 Turismo de negocios

Para la industria de viajes y para la economía en general, el turismo de reuniones es cada vez más importante.

Durante la presentación del informe global sobre la industria de reuniones en Madrid (2014); el secretario general de OMT Taleb Rafai destaca:

“Es importante el turismo de reuniones por su elevado nivel de gasto y su capacidad para reducir la estacionalidad y regenerar los destinos”. También indico, “La industria de reuniones ha alcanzado su madurez, posicionándose en el núcleo del turismo como uno de los principales motores de desarrollo del sector y como un importante generador de ingresos, empleo e inversión”.

“Los viajes y el turismo ya no solo una cuestión de producto, sino que es una complicación de elementos que da lugar a experiencias turísticas para el viajero”

Por lo tanto, el turismo de negocios no debe ser clasificado como un tipo único de turismo, más bien como una interconexión de ellos que ofrece a los viajeros nuevos

formatos y conceptos, ya que con esto se oferta un valor añadido a sus reuniones de negocios.

El presidente de la junta directiva de miembros afiliados, Miguel Mirones destacó:

“Que los eventos relacionados con los negocios contribuyen de manera importante a la promoción turística del lugar donde se celebran”

Es primordial reconocer que existe un nuevo empresario que es más exigente y tiene nuevas necesidades por lo que se tienen que renovar los servicios que se ofrecen y así obtener el mayor beneficio.

2.4.5 Turismo de convenciones

En la conferencia internacional Habitat III (Quito), se dio a conocer a Ecuador como uno de los países más opcionados a convertirse en un importante destino para el turismo de convenciones.

El gerente de Copa Airlines en Ecuador Miguel Reyes expresó:

“Que el país está preparado para meterse de lleno en este tipo turismo, además, un reflejo de aquello es la demanda de vuelos aéreos”.

Se puede decir que el país está preparado para meterse de lleno en este tipo de Turismo. Sin olvidar que Ecuador está en muy buenas condiciones, las ciudades principales Quito y Guayaquil han estado trabajando mucho en sus instalaciones.

En Latino América se puede reconocer que se tiene buenos competidores como Panamá y Colombia. Destacando que el Turismo de convenciones es importante por los ingresos que se generan en hospedaje, traslado y alimentación.

2.4.6 Aerolíneas

Las aerolíneas juegan un papel primordial al momento de realizar grandes eventos, ya que llegan visitantes y turistas de diferentes países. Es cuando se toma en cuenta la conectividad de las aerolíneas, uno de los principales medios de transporte que usan estos turistas para llegar a su destino.

Se deberían llevar a cabo promociones al tratarse de este tipo de turistas y prestar especial atención a sus necesidades y requerimientos, según el gerente de Copa

Airlines en Ecuador Miguel Reyes ellos cuentan:

“Con un producto denominado Copa Convenciones, que se encarga de manejar costos y dar descuentos”

Se deberían establecer asociaciones entre Aerolíneas Nacionales y Extranjeras, para que exista un beneficio al momento del trasladar al turista, por ejemplo, se le puede reducir el tiempo de llegada por tener una buena conectividad.

Se prevé que cuando el nuevo aeropuerto esté funcionando se incrementen las llegadas de vuelos internacionales, así como la llegada de aerolíneas que antes solo llegaban a la capital. Esto generaría un impacto positivo en el turismo de negocios, pues con más vuelos directos a Guayaquil será posible que más eventos se lleven a cabo en esta ciudad y por ende se aprecie un aumento de asistentes de diversas nacionalidades.

A continuación, se podrá apreciar algunas de las compañías aéreas que llegan al país.

Figura 10: Aerolíneas que operan en Ecuador



Fuente: Proecuador (<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/turismo>)

Recuperado el 10 de febrero del 2017

2.4.7 Inversión Turística

El turismo es una actividad que se encuentra en constante evolución, por eso es posible decir que es de vital importancia atraer inversionistas del sector turístico, ya que en el país el turismo es la tercera fuente de divisas.

Según la información obtenida de la revista TRANSPORT en su artículo sobre la realización del SOUTH AMERICA HOTEL & TOURISM INVESTMENT CONFERENCE (SAHIC); el Ministro de Turismo (2016) Fernando Alvarado expuso:

“Que se cuenta con bondades naturales y el desarrollo de infraestructura de Ecuador que lo convierten en un destino atractivo para invertir”.

En el mismo artículo el Secretario de Estado resalto:

“Ecuador cuenta con una de las mejores infraestructuras para hacer negocios. Tiene puertos, aeropuertos, conectividad, ocho hidroeléctricas, carreteras y condiciones de estabilidad jurídica y política”.

Además, el presidente del SAHIC Arturo García señaló:

“Que el de que esta conferencia del SAHIC se dé por segunda ocasión en el país es una muestra de que el gobierno de Ecuador trabaja para potenciar el turismo”. Y que “América Latina es una región de desarrollo muy importante para la industria de hoteles y turismo”

2.4.8 Destinos del sector RICE (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos).

El Ministerio de Turismo, mediante la promoción turística que tiene el país ha creado un nuevo calendario para aumentar el crecimiento en el sector dedicado a las reuniones, viajes de incentivos, conferencias y eventos.

El estudio realizado por la revista Harvard Business Review, detalla:

“Que cada tres de cada cinco ejecutivos prefieren realizar negocios cara a cara, pese a las actuales herramientas tecnológicas de comunicación”

Esta tendencia de generar reuniones de negocios a nivel global crece de forma constante cada año. Se puede destacar que cada evento atrae desde 300 visitas al destino en las cuales se gastan de 4 a 6 veces más que un turista de sol y Playa.

Para atraer eventos del sector RICE en la ciudad de Guayaquil, se cuenta con un moderno Aeropuerto, centro de convenciones, capacidad hotelera de alto nivel y salones dentro de los hoteles que brindan los servicios y necesidades que el turista de negocios requiere. Uno de los proyectos que tiene la ciudad es contar con más de 6000 puntos de wifi para el año 2019.

La afiliación que se hizo con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) es un punto a favor que permitirá conocer a otras asociaciones que organizan congresos en diferentes partes del mundo, y poder así también postular a Guayaquil como sede de eventos internacionales.

2.4.9 Visión global del turismo de negocios

El turismo de negocios es considerado como uno de los principales motores de desarrollo del sector turístico, conocido además como un importante generador de ingresos, empleo e inversión.

La OMT, afirma:

Que se trata de una modalidad turística muy a tener en cuenta por parte de un destino debido a que, en promedio, genera un mayor nivel de gasto que el turismo de ocio, reduce la estacionalidad, contribuye a la regeneración de destinos, promueve la divulgación de conocimientos y potencia la innovación y la creatividad.

La ICCA y Meeting Professional International, definen:

El término “reunión” se refiere al encuentro de un número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta.

Los aspectos positivos de esta industria, según la OMT se resumen:

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

Las principales características en estas reuniones y organizaciones o asociaciones, según la ICCA son:

- Puede tratarse de organizaciones gubernamentales o privadas (asociaciones).
- Estas asociaciones suelen ser de carácter médico, académico, comercial, de profesionales, etc.
- Normalmente las reuniones de estas asociaciones se repiten de manera periódica (anual, bienal, etc.) en un emplazamiento distinto cada vez.
- La rama nacional de la asociación internacional es la encargada de promover su país como destino entre el resto de países miembros.
- El tiempo de preparación y organización de cada reunión suele ser largo, incluso de 5 años.

2.5 Marco Teórico

A. Turismo de Negocios

Según la OMT, este segmento se desarrolla con el objetivo de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial

B. Perfil del turista de negocios

Según la OMT, este turista tiene un alto nivel económico, viajan en temporada baja y se dirigen a grandes urbes.

Este se caracteriza primordialmente por tener un perfil más estable a lo largo del año.

C. Turista de Negocios Individual

Son los que se desplazan en un destino turístico para realizar actividades laborales y profesionales.

D. Turista de Negocios Grupal

Son los que se desplazan para formar parte de diversos eventos como: convenciones, congresos, viajes de incentivo y viajes de familiarización.

E. Visitante de negocios

Un visitante de negocios es un visitante para el que los negocios y motivos profesionales son el motivo principal de un viaje turístico.

2.6 Metodología de Diagnóstico

Para recopilar la información que se desea analizar es necesario primero realizar una investigación de campo, ya que permite comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. Básicamente se trabaja en el ambiente en el que se desenvuelven las personas o las fuentes a consultar, o sea de quienes se desea obtener la información. Según el nivel de medición y análisis de la información, para este proyecto se desarrollará una investigación a nivel cualitativo.

Para cumplir con los objetivos establecidos en este proyecto se tiene previsto aplicar las siguientes herramientas:

- **Artículos/Noticias sobre Turismo.** – Es posible echar un vistazo por medio de periódicos o revistas referentes a los eventos, reuniones o congresos y también sobre a lo que respecta en Turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil.
- **Entrevistas.** - Entre las personas seleccionadas para las entrevistas se encuentran personas del sector público y privado. Todo esto con el propósito de conocer sus puntos de vista sobre el turismo de negocios, su evolución en la ciudad de Guayaquil y de qué manera consideran estas que este tipo de turismo contribuya en el desarrollo de la ciudad. Las entrevistas que se realizaron son de carácter informativo, en la modalidad cara a cara.
- **Análisis FODA.** - Se aplicará un análisis FODA con el propósito de conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta en la actualidad el turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil, todo esto obtenido de las entrevistas y noticias que se ha podido recopilar.

CAPITULO 3

3 OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1 OBJETIVO GENERAL

“Analizar la evolución del turismo de negocios en Guayaquil durante los últimos años, mediante la aplicación de métodos investigativos, apoyándonos en la opinión de diferentes actores que estén relacionados en este medio y así de esta manera proponer propuestas o estrategias que contribuyan al avance de esta tipología de turismo en la ciudad”.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recopilar la información para tener un mejor entendimiento y conocimiento de cómo ha ido evolución el turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil.
- Interpretar la información obtenida, a través de la metodología aplicada para de esta manera profundizarnos en el tema y desarrollar un trabajo más eficaz.
- Sugerir estrategias que se le puede aplicar al Turismo de Negocios (Convenciones, Congresos y Reuniones) para poder captar más visitas y a largas estancias de estos turistas.

CAPITULO 4

4 PROPUESTA

4.1 Descripción

Posterior a toda la información recolectada, se pueden mencionar estrategias que podrían tomarse en cuenta por parte de las autoridades Municipales para contribuir con el desarrollo del Turismo de Negocios en la ciudad de Guayaquil.

Cabe destacar que lo propuesto es basándose en las opiniones y sugerencias que se extrajo mediante las entrevistas a empresas privadas.

4.1.1 Estrategias

- A. Impulsar el turismo a través de la promoción turística, con el fin de atraer al turista de negocios.
- B. Implementar una plataforma web o escrita, con artículos que contengan únicamente información detallada y específica acerca de los eventos relacionados a las convenciones, congresos, reuniones, incentivos, conferencias; que se han llevado a cabo y los que se podrían llevar a cabo en la ciudad de Guayaquil.
- C. Crear más conectividad para que al turista no le tome mucho tiempo trasladarse de una ciudad desde su lugar de origen.
- D. Establecer alianzas con las agencias u operadoras de viajes para que se oferte o brinde promociones que se ajusten a las necesidades de este turista.
- E. Fortalecer la seguridad, para que el turista no tenga ningún inconveniente al momento de explorar la ciudad.
- F. Tener salones que estén totalmente equipados, para que puedan brindar las facilidades y cubrir las necesidades que los eventos internacionales requieren.
- G. Capacitar a los distintos servicios turísticos especialmente en lo que se refiere a servicio al cliente, ya que este tipo de turista es exigente y es necesario cumplir con sus requerimientos.

- H. Consolidar a los gremios, para que se trabaje en conjunto y que no lo tomen como un interés particular; porque el beneficio que deja este tipo de turismo supera al turismo convencional.
- I. Monitorear constantemente los avances que presenta el turismo de negocios, mediante reportes anuales para ver en qué aspectos se puede mejorar, donde están las falencias y que procesos hay que mantener por los resultados positivos que presentan.

4.2 Resultados

En este capítulo se presentan los resultados que se obtuvieron de las metodologías que se aplicaron para este proyecto.

Mediante las visitas que se realizaron a diferentes empresas, el autor de este trabajo realizó entrevistas mediante las cuales le fue posible recolectar la información más relevante para análisis de la evolución del Turismo de Negocios en Guayaquil.

4.2.1 Análisis de las entrevistas

En las visitas que se realizaron, se procedió a hacer entrevistas para conocer el punto de vista o la opinión que las personas seleccionadas tienen acerca de la evolución del Turismo de Negocios en la ciudad.

En la siguiente tabla se mencionan las personas que fueron entrevistadas.

Tabla 5: Información de los entrevistados

No.	INSTITUCIÓN	CARGO	NOMBRE	SECTOR
1	Empresa Pública Municipal de Turismo	Sub Gerente del BCVG	Ana María Moreira	Publico
2	CAPTUR – Guayas	Director de Negocios Internacionales	Alex Molina	Privado
3	Hotel Sheraton Guayaquil	Gerente de A&B	Rossy Orellana	Privado
4	Hotel Sheraton Guayaquil	Gerente de Ventas	Verónica Yagual	Privado
5	ESPOL	DIRECTOR UBEP	Ángelo Calderón	Publico

Fuente: Autor

A. Empresa Pública Municipal de Turismo

Tabla 6: Análisis de la entrevista a la Empresa Pública Municipal de Turismo

No.	Variable	Análisis
1	Actividades	Mediante la creación del Buró de Convenciones, las actividades que se están realizando netamente tratan sobre el turismo de negocios, se están encaminando en atraer este tipo de turistas, de que sus llegadas sean más frecuentes a la ciudad y tengan una estancia más prolongada.
2	Apoyo	Empresa pública municipal de turismo, acota que ellos están brindando el suficiente apoyo a distintos gremios para que este tipo de turismo se desarrolle.
3	Promoción	Están llevando a cabo la respectiva promoción turística gracias a la campaña de Guayaquil es mi Destino, donde se presentan diversas actividades y atractivos que atraigan al turista extranjero. También se detalla que en la ciudad se pueden llevar a cabo eventos relacionados a las convenciones, congresos, reuniones, incentivos, conferencias, etc.
4	Proyectos	Se espera que cada año se puedan evidenciar más eventos. Ya que están trabajando con anterioridad en la planificación de este tipo de eventos que atrae la turista de negocios.
5	Sugerencias	Reconocen que aún les falta trabajar en lo que respecta al Turismo de Negocios, pero que van por muy buen camino y esperan que mediante el plan que están siguiendo en un futuro no muy lejano, la ciudad este al nivel de otras y se pueda competir como se debe.

Fuente: Autor

B. Empresas privadas

Tabla 7: Análisis de las entrevistas a Empresas Privadas

No.	Variable	Análisis
1	Actividades	Indistintamente las empresas realizan actividades similares, que no se alejan a lo que se refiere al Turismo de Negocios. Más bien cada una es parte de la evolución que está surgiendo por parte de este turismo.
2	Apoyo	Mientras que las empresas privadas confirman que si existe hay apoyo pero que no es el suficiente, a su punto de vista creen que se está trabajando muy lento y exigen que se trabaje más en conjunto para que este tipo de turismo sea reconocido en la ciudad.
3	Promoción	Destacan que la promoción turística que se está llevando a cabo actualmente, no solo se centra en el turismo de negocios propiamente dicho, si no que presentan una mezcla de actividades que la ciudad ofrece. Lo que desean es que se trabaje de forma independientemente con una promoción que solo se centre en este turismo.
4	Proyectos	Cada una de estas entidades está trabajando para atraer a este tipo de turista. Presentando más alternativas para que se realicen estos eventos siempre ajustándose a las necesidades y requerimientos de sus turistas.
5	Sugerencias	Lo que sugieren para atraer este tipo de turistas, es crear incentivos para que el turista le llame la atención. Mejorar la conectividad en los vuelos para que le sea más sencillo llegar a la ciudad, aparte de ajustar o presentar precios promocionales para cautivar en grandes cantidades estos turistas y también creen que los demás servicios turísticos deben estar capacitados para brindar y cubrir las necesidades que este tipo de turista exige.

Fuente: Autor

4.2.2 Análisis FODA

A continuación, se presentan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se fueron descubriendo sobre el Turismo de Negocios en Guayaquil, como el resultado del análisis que se obtuvo de la información previa.

Tabla 8: FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Importante centro de negocios. -Amplios lugares para realizar eventos. -Atractivos turísticos. -Hoteles que brindan todas las facilidades. -Existen asociaciones con empresas extranjeras. 	<ul style="list-style-type: none"> -No brindar la suficiente información sobre el turismo negocios. -No siempre trabajan en conjunto, las empresas públicas, privadas y profesionales. -No se organizan eventos consecutivos. -No existe suficiente promoción
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Atraer público extranjero para que la ciudad se desarrolle como un punto importante en el turismo de negocios. -Atraer la inversión extranjera, ingresos y visitas prolongadas. -Rompen con la estacionalidad. -Nueva tipología de turismo diferente a la de sol y playa. 	<ul style="list-style-type: none"> -Seguir considerando a la ciudad de Guayaquil como un lugar de paso. -Postular eventos que no sean de interés y que no cumplan los parámetros que este tipo de turista busca.

Fuente: Autor

- **Fortalezas**

Guayaquil es considerado como un importante centro de negocios para atraer la inversión local y extranjera. El turista de negocios al llegar a sus eventos planificados puede confirmar que los lugares para realizar los eventos son amplios. Se destaca por tener hoteles cerca de los centros de convenciones que cumplen con sus facilidades y necesidades. Es muy importante crear alianzas con empresas extranjeras ya que estos abren muchas puertas y hace que inversionistas quieran planificar eventos de convenciones o similares en la ciudad, consecuentemente

- **Oportunidades**

Al contar con un Buro de convenciones, Guayaquil es más capaz de atraer turistas extranjeros, presentarse como un punto importante para realizar negocios. Se capta la inversión extranjera por lo cual se genera un aumento en el ingreso en el sector turismo.

Se rompe la estacionalidad, este turista puede llegar a la ciudad en cualquier época del año, también se puede evidenciar que al ser una ciudad atractiva las visitas serían más prolongadas. No forma parte del turismo convencional.

- **Debilidades**

Se puede evidenciar que existe muy poca información en lo que respecta al turismo de negocios. Las empresas públicas, privadas y los profesionales no siempre se sientan a trabajar en conjunto con el fin de generar beneficios para la ciudad.

Es necesaria la promoción de los eventos de convenciones que se realizaran en la ciudad, poder incluir en el calendario del año más eventos en lo que respecta a Congresos y convenciones.

- **Amenazas**

En la actualidad se debe dejar de considerar a Guayaquil como una ciudad de paso.

Es probable que el turista que venga a la ciudad no esté conforme en cómo se realiza o lleva a cabo los eventos por no cumplir con los parámetros que buscan las sedes internacionales.

4.3 El turismo de negocios y su prospectiva

Al realizar un análisis de aproximadamente diez años es posible evidenciar que se carecía de información referente al turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil y con lo poco que se conocía no es posible hacer un avance significativo, es por ello que no hubo más remedio que ver los ejemplos e información de otras ciudades.

Cabe recalcar que gracias a la creación del Buró de Convenciones este tipo de turismo va por buen camino, aunque recién se está empezando se están atrayendo eventos relacionados a las convenciones, congresos, reuniones, incentivos, conferencias, etc.

Gracias a la creación de este Buro se espera que en aproximadamente diez años Guayaquil este a un nivel más competitivo y pueda ser reconocido como un destino líder en el turismo de negocios.

Esto muestra una prospectiva positiva para el turismo en la ciudad, ya que por la manera en la que se ha ido desarrollando, se puede evidenciar que existe una planificación en la que Guayaquil se postulará para ser la sede de futuros eventos internacionales.

4.4 Salones para realizar eventos, dimensiones y capacidad

Guayaquil cuenta con diversos espacios para realizar eventos así mismo se los puede acomodar a las especificaciones que un cliente determinado lo pida. En las páginas web podemos obtener la información de estos espacios o también la podemos obtener yendo al lugar donde deseemos realizar los eventos.

Los salones que se pueden mencionar para realizar eventos son:

a) Salones en el Centro de Convenciones

Ubicado en la Avenida de Las Américas, a pocos minutos del aeropuerto y de importantes hoteles.

Tabla 9: Salones Centro de Convenciones, Dimensiones y Capacidad.

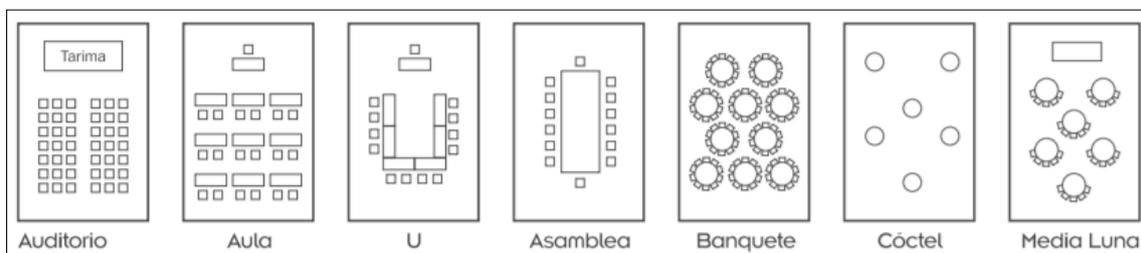
Salas de Exposiciones			
Nombre	m2	CAPACIDADES	
		Auditorio	Aula
<i>Salón A</i>	3 802	4 000	900
<i>Salón B</i>	1 440	600	150
<i>Salón C</i>	1 126	1 400	300
Salas de Convenciones			
Nombre	m2	CAPACIDADES	
		Auditorio	Aula
<i>Salón de los presidentes</i>	1 781	2 160	879
<i>Hall Salón de los presidentes</i>	1 300		
<i>Vicente Rocafuerte Bejarano</i>	530	500	180
<i>Alfredo Baquerizo Moreno</i>	717	700	252
<i>Clemente Yerovi Indaburu</i>	508	500	180
Salas de Conferencias			
Nombre	m2	CAPACIDADES	
		Auditorio	Aula
<i>José de Villamil</i>	141,29	140	56
<i>Lorenzo de Garaicoa</i>	64,41	60	24
<i>Eloy Alfaro Delgado</i>	304	300	96
<i>Sala de Directorio</i>	46,32		
Sala de Reuniones			
Nombre	m2	CAPACIDADES	
		Auditorio	Aula
<i>Medardo Ángel Silva</i>	43,51	40	18
<i>Joaquín y Luis Orrantía Gonzales</i>	42,11	40	18
<i>Juan Tanca marengo</i>	57,22	56	24
<i>José de Cuadra</i>	62,98	60	24
<i>Abel Romero Castillo</i>	30,13	28	10
<i>Alfredo Pareja Diez-Canseco</i>	27,41	21	8

Fuente: Centro de Convenciones (<http://www.expoguayaquil.com/nuestros-salones>)

Recuperado el 10 de febrero del 2017

En la imagen 11 se puede apreciar los montajes que sugiere el centro de convenciones para realizar lo eventos.

Imagen 11: Montajes Sugeridos en el Centro de Convenciones



Fuente: Centro de Convenciones (<http://www.expoguayaquil.com/nuestros-salones>)

Recuperado el 10 de febrero del 2017

b) Palacio de Cristal

Ubicado a la altura de la calle Manabí, Plaza de la Integración, Malecón Simón Bolívar.

Área de construcción de 20 975 m²

Con una capacidad de 1 000 a 1 500

c) Centro de Exposiciones Plaza Rodolfo Baquerizo Moreno

Ubicado en la Avenida 9 de octubre y calle Tungurahua, Malecón del Salado.

Espacio para exposiciones

Con una capacidad de 600

d) Hotel Sheraton

Ubicado en la calle Joaquín José Orrantia González, Plaza del Sol.

Consta con 3 salones grandes que se pueden dividir en 10 salones.

Tabla 10: Salones Hotel Sheraton, capacidad.

		Capacidad
Nombres		Auditorio
<i>Gran salón Mercurio</i>		900
<i>Pegaso</i>		
<i>Constelaciones</i>		

Fuente: Autor

e) Hotel Oro Verde Guayaquil

Ubicado en la Avenida 9 de octubre y calle García Moreno
Eventos & Reuniones Corporativas

Tabla 11: Salones Hotel Oro Verde, capacidad.

Numero de Salones	m2	Capacidad
10 salones	3 330	1 000

Fuente: Autor

f) Hotel Hilton Colon

Ubicado en la Avenida Francisco de Orellana Mz.111
Eventos (Congresos y Convenciones) y Reuniones de Negocios

Tabla 12: Salones Hotel Hilton Colon, capacidad

Nombre	Capacidad
Gran Salón Isabela	1 800
Se divide en 3	
Santa Fe	400
Fernandina	200

Fuente: Autor

Cuenta con 8 salas de conferencias y 6 salas de junta.

Tabla 13: Salas de conferencias y de junta, capacidad.

Nombre	Capacidad
Santa Cruz (Se divide en 2)	100
Pinzón, Pinta, San Cristóbal, Española, Seymour, Rabida, Darwin, Floreana.	20 - 30

Fuente: Autor

g) Grand Hotel Guayaquil

Ubicado en la Avenida Boyacá y calle Clemente Ballén.
Conferencias y Eventos
Cuenta con 5 salas poli funcionales.

Espacios versátiles como salas de reuniones y encuentros de negocios.
Con una capacidad de 250 personas

h) **Salón de Eventos Torres del Mall del Sol**

Ubicado en la Avenida Juan Tanca Marengo y Joaquín J. Orrantía.

Eventos Empresariales

Cuenta con 5 salones

Tabla 14: Salones en Torres del Mall del Sol, capacidad.

Nombre	Capacidad
<i>Diamante</i>	300
<i>Rubí</i>	200
<i>Topacio</i>	100

Fuente: Autor

Cuenta con el Salón Ámbar para una sala de reuniones de una capacidad de 20 a 30 personas.

4.5 Eventos realizados en Guayaquil

Tabla 15: Descripción de eventos y periodicidad.

Descripción del Evento	Periodicidad
<p>FITE</p> <p>Ha proporcionado un encuentro internacional en Guayaquil, para promover la provincia del Guayas y el Ecuador en su totalidad.</p> <p>La finalidad de que globalicen, canalicen y difundan todas las alternativas de la mega diversa oferta turística en el país.</p>	(2002 – hasta la actualidad)

<p>Cumbre Mundial del Banano (I – II – III – IV – V – VI – VII)</p> <p>Cuenta con foros de discusión y conversatorios para debatir problemáticas relacionadas al cultivo y compartir experiencias nacionales e internacionales. Realizado en el Centro de Convenciones. Próxima entrega octubre del 2017, Cumbre Mundial del Banano VIII.</p>	<p>2011 – 2012 – 2013 – 2014 – 2015 – 2016</p>
<p>Cumbre Mundial del Cacao (I – II – III – IV)</p> <p>Se presentó con nuevos componentes importantes de la industria cacaotera nacional e internacional como lo son la Rueda de Negocios Aromas del Ecuador. Más de 20 charlas magistrales sobre investigación y avances tecnológicos. Dirigido a: Técnicos, gerentes, administradores, productores, investigadores, consultores, exportadores, navieras, estudiantes, catedráticos y afines a la cadena de producción del cultivo de cacao. Realizado en el Centro de Convenciones Próxima entrega septiembre 2017, Cumbre Mundial del Cacao V.</p>	<p>2013 – 2014 – 2015 – 2016</p>
<p>Congreso Nacional de Ventas</p> <p>Se brindó conferencias y capacitaciones que se solicitan en América y España en temas de influencia, persuasión y cierre aplicados a las ventas y la negociación comercial. Realizado en el Centro de Convenciones</p>	<p>2013 – 2014 – 2015 – 2016</p>

<p>XXIV Congreso Latinoamericano de Avicultura</p> <p>Realizado en el Centro de Convenciones, donde se ubicaron 50 stands. Es la segunda vez que se realizan en Ecuador. La primera vez fue el XII Congreso en Quito en 1991.</p> <p>Usualmente se realizan en distintos países de América Latina</p>	2015 (Segunda vez en Ecuador)
<p>Premios Latinoamérica Verde (I – II)</p> <p>Empresas nacionales y extranjeras participaron en 7 categorías, en diversas áreas para desarrollar un mundo sostenible, esto implica políticas públicas, uso sostenible de los recursos, energías limpias o nuevas tecnologías, manejo adecuado de residuos como plásticos, gases, recuperación de recursos y otros componentes que permitirán la sostenibilidad.</p> <p>Realizado en las instalaciones del Palacio de Cristal en el año 2015 y el Hotel Hilton Colon en el año 2016.</p> <p>Próxima entrega agosto del 2017, Premios Latinoamérica Verde III.</p>	2015 – 2016
<p>Congreso Raíces (I – II – III)</p> <p>Feria Gastronómica Internacional Chefs y conferencistas que vienen desde distintos países.</p> <p>Se da a conocer los productos de gran calidad que ofrece el Ecuador, como el cacao, el chocolate, los quesos y productos cárnicos. También se analiza la utilización en la alta cocina ecuatoriana de</p>	2014 – 2015 – 2016

<p>productos nativos de zonas emblemáticas de nuestro país; como los manglares, la Amazonía, Galápagos y los bosques húmedos de la Sierra.</p> <p>Desarrollado en el Centro de Convenciones</p> <p>Próxima entrega en Julio del 2017, Raíces IV.</p>	
<p>I – II – III Congreso internacional de construcción, diseño y acabados</p> <p>Es un encuentro sobre las tendencias y desafíos actuales de la construcción y el diseño.</p> <p>Las charlas estuvieron a cargo de un arquitecto extranjero y dos nacionales. Realizado en el Centro de Convenciones.</p>	2014 - 2015 – 2016
<p>XLVI del Foro Pleonástico Internacional (FOLAC)</p> <p>Se trató temas como: Liderazgo, Mujer y Familia, Apoyo a la Juventud, Protección del planeta, entre otros. Asistieron unos 1000 leones procedentes de 23 países para la celebración de los 100 años de su creación.</p> <p>Realizado en el Hotel Hilton Colon</p>	18-20 enero del 2017

Fuente: Autor

4.6 Próximo Gran Eventos: XXII Conferencia Mundial de Orquídeas

Las conferencias proporcionan una oportunidad para reunir a la comunidad mundial de orquídeas, ya que el espectáculo exhibirá una muestra exótica de países de todo el mundo que serán disfrutados tanto por los asistentes, como por los residentes de la ciudad de acogida.

Guayaquil haya sido escogida como sede, por su calidad turística, ya que brinda todas las facilidades a los visitantes, con transporte masivo, una excelente terminal terrestre y el aeropuerto más grande del país. Además, la ciudad ofrece una amplia variedad de atractivos turísticos en los que destacan los sitios para apreciar su naturaleza.

La conferencia se realizará en noviembre del 2017, se espera que lleguen 3 000 visitantes.

CONCLUSIÓN

1. Luego de analizar la información recopilada de toda la presente investigación realizada en instituciones públicas y privadas, se puede concluir acotando que la evolución del turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil está avanzando en la dirección correcta, aunque definir las estrategias más apropiadas dependiendo el caso, es una labor que toma tiempo, este proceso podría aminorarse si trabajan en equipo la Empresa Pública de Turismo y demás empresas privadas y alcanzar juntos el objetivo final que sería atraer nuevos turistas. Se espera poder llegar al nivel óptimo y así poder competir, primero con otras ciudades de Latinoamérica y después enfocarse en lograr posicionarse entre las mejores ciudades del mundo.
2. En la actualidad, gracias al Buró de convenciones, se puede prever que en un futuro este tipo de turismo se despliegue de tal manera que será posible atraer reuniones, incentivos, conferencias y eventos a gran escala. Todo esto podría dar como resultado un turista o inversionista extranjero cautivado por la belleza de la ciudad y a su vez encontrar las comodidades que se requieren para un destino ideal de negocios. No obstante, es importante trabajar en conjunto con entidades privadas para que la ciudad se desarrolle económicamente.
3. Este estudio puede servir como base para que dentro de unos años se realice un nuevo análisis y se pueda constatar si los logros planteados en este documento han sido alcanzados o si han sido eficaces al momento de promocionar la ciudad de Guayaquil como destino ideal para el turismo de negocios tanto en Latinoamérica como a nivel mundial.

RECOMENDACIONES

- El Buró de Convenciones y visitantes de Guayaquil, debe apoyar constantemente a las empresas privadas que hicieron posible su creación.
- Los puntos positivos fueron la afiliación al ICCA, pero deben presentar más propuestas atractivas para que la ciudad sea sede de eventos internacionales.
- En cuanto a las empresas relacionadas con turismo, es recomendable en invertir en la creación de incentivos, promociones, membresías que sean dirigidas al turista de negocios.
- Las instalaciones deben ser las adecuadas y altamente calificadas, para cumplir los requerimientos cuando la ciudad es sede de eventos internacionales.
- Trabajar en un plan de promoción turística donde el turismo de negocios sea el principal producto a destacar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, M. y Calderón, A. (2006). Propuesta del buro de visitas y convenciones Santiago de Guayaquil. Ecuador
- Caiza, R y Molina, M. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano. Quito
- Calderón, A. (2012). La Brújula de los eventos. Turismo de negocios, actividad que va creciendo. Guayaquil
- Borja, S. (2014). Análisis de la situación del turismo de negocios en la ciudad de Valencia. España

WEB

- “Guayaquil es mi Destino” Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/> [Recuperado el 10 de febrero del 2017]
- Revista Transport. Noticias y Boletines acerca del Turismo de Negocios. Obtenido de <http://transport.ec/tecnologia-turismo/> [Recuperado el 10 de enero del 2017]
- Organización Mundial del Turismo. Obtenido de <http://www.omt.com/> Visitado entre enero y febrero del 2017
- Ministerio de Turismo. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/> Visitado entre enero y febrero del 2017

ANEXOS

ANEXO A

Entrevista (Diagnostico); dirigida a Ana María Moreira Sub Gerente del Buró de Convenciones y visitas de la ciudad de Guayaquil

Tenemos mucho apoyo del sector privado en este caso es la Hotelería y los salones del Centro de Convenciones. El centro de convenciones es un aliado estratégico con nosotros, entonces no tenemos una cifra exacta de cuentas personas llegan a Guayaquil para un tema de congresos, tenemos de los eventos que nosotros podemos monitorear porque también está sucediendo mucho que la gente se acerca como empresa de turismo para trabajar en conjunto para que las estancias de las personas que vienen a un congreso sean más largas obviamente mostrándoles los atractivos turísticos de la ciudad, ósea no contamos con una información específica digamos en el 2011 llegaron tantas mil personas por el tema de congresos o vinieron a hacer negocios entonces no tenemos un histórico.

Nosotros tenemos dentro de la empresa tres líneas de negocios muy importantes todas relacionadas con turismo, tenemos la parte de promoción cívica que se encarga de hacer todas las fiestas y actos oficiales de la ciudad, luego tenemos la parte de turismo de tour and travel tanto receptivo que es lo que nos interesa que venga a Guayaquil y tenemos la parte del buró de convenciones que no funciona propiamente como una sugerencia si no que tiene su propio nombre Buro de Convenciones y visitantes de Guayaquil. Esta empresa es prácticamente una Destination Marketing Company (DMC), entonces el buró de convenciones se constituyó dentro de la empresa y el buró de convenciones tiene para este año, su primer año operativo en los años anteriores va venido haciendo un ejercicio en el cual hemos logrado constituir marcas, todo lo que queremos promocionar hacer un levantamiento de toda la información y de todos los establecimientos que tenemos; de los metros cuadrados que tenemos para poder realizar eventos, que tipo de eventos estamos preparados para recibir eso es algo muy importante de acuerdo a cada ciudad, nosotros por ejemplo al ser una ciudad puerto tenemos mucha afinidad buscando congresos portuarios, por ejemplo a ser una ciudad que tiene una capacidad máxima de 3 mil en habitaciones de hoteles de tres estrellas para arriba obviamente buscamos determinados segmentos que sus congresos no sobre pasen ese número de visitantes porque igual tienes el turista que viene en un viaje ya programado que no necesariamente viene a ese congreso, tenemos que también verlo de acuerdo a las capacidades que nosotros tenemos en cuanto a infraestructura hotelera, tenemos meses en los que nos especializamos en determinados eventos que

no necesitan por ejemplo realizar actividades en exteriores porque tenemos épocas de lluvia, etc. Entonces un poco así es como hemos ido segmentando y así es la forma en cómo vamos a trabajar este año, el primer año también hicimos una consultoría para levantar un diagnóstico de cómo estaba la ciudad frente a la industria de negocios, cuáles eran las ventajas y desventajas y obviamente en que teníamos que enfocarnos para poder competir con nuestros países vecinos en este caso las ciudades con las que más competimos son Bogotá, Medellín, Cartagena a pesar de no ser una ciudad capital o importante de Colombia pero son lugares que mayormente nos restan a nosotros como Guayaquil o como Ecuador en general negocios igualito que Lima, etc.

Entonces ir abriendo toda esa estrategia para poder llegar a las diferentes asociaciones, porque nosotros como buro de convenciones trabajamos directamente con las asociaciones de profesionales, ir abriéndonos de menos a más para luego poder abarcar o buscar Congresos o Eventos mundiales, entonces los primeros pasos que hicimos fueron hacer esa consultoría para poder levantar el diagnóstico, obviamente esa consultoría ha arrojado un primer plan estratégico que deberíamos seguir hasta el 2019 porque ese es un negocio a mediano plazo que eso también es muy importante que la industria lo tenga claro porque normalmente los Congresos se planean con dos o tres años de anticipación entonces todo lo que estamos haciendo en la actualidad se va ver reflejado en cuanto lo económico en el 2019 o 2018.

Luego lo que hicimos es afiliarnos a la ICCA el año pasado, esto es para poder acceder a una base de datos de más de 10000 Congresos que pasan en todo el mundo y así es la forma en la que vamos un poco segmentando como por ejemplo nosotros tenemos muy buenos profesionales médicos en la rama de Ortopedia entonces vas y buscas congresos en esa rama en la actualidad cuando se habla de Buros de convenciones se habla también de un plan de embajadores, entonces los embajadores de la ciudad en determinadas áreas van a ser profesionales destacados que han hecho o tienen publicaciones en Papers internacionales y que la gente los tiene como referentes en determinados negocios por ejemplo de la ESPOL tienes muchos embajadores obviamente en temas de ingeniería, que nos han ayudado en el mes de noviembre tuvimos un proceso de postulación para conseguir un congreso de economía, estamos buscando así mismo en noviembre fuimos con unos médicos ginecólogos a postular a Guayaquil como sede para un congreso de la federación latinoamericana de ginecología, esa es la forma en la que vamos a ir avanzando.

Las cámaras de comercio y de turismo, son un excelente aliado nuestro para este tema también tenemos muy buenos exponentes en la cámara de Comercio, Agricultura es un

plus importante que tiene la ciudad, todos los negocios que se desarrollan a través del agua, entonces vamos un poco segmentando en qué tipo de congresos queremos especializarnos y obviamente esta la búsqueda constante de congresos porque de alguna manera generar negocios para los hoteles y todas nuestras actividades de promoción porque además de hacer los procesos de postulación tenemos exposiciones en ferias donde exponemos la marca de Guayaquil para que la gente lo conozca, el mayor problema que existe es el desconocimiento del destino para esta industria específicamente, la gente habla mucho de Quito porque tiene su Buro de Convenciones desde hace 13 años entonces nos llevan una ventaja importante, ahora que hemos venido haciendo un trabajo paralelo de funciones de postulación y que hemos participado en ferias multiexpos especializadas en este tipo de negocios, hemos logrado llevar el nombre de Guayaquil a determinados nichos, mercados que se han interesado muchísimos porque es un destino nuevo y sobre todo porque la región de América Latina está creciendo muchísimo en destinos de negocios, esas son ventajas que debemos aprovechar a corto plazo pero esa es específicamente las funciones que está haciendo este momento el buró de convenciones de que se inició.

ANEXO B

Tabla 16: Preguntas para las entrevistas

	PREGUNTAS	 <p>FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES</p>
Proyecto: “ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU PROSPECTIVA”		
<p><i>La entrevista ha sido diseñada para obtener información y la opinión propia acerca de la evolución del turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil durante los últimos 10 años.</i></p>		
<p>Entrevistado: Cargo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- ¿Hace cuánto tiempo desempeña esta labor? Breve descripción de su perfil laboral 2. - ¿Qué actividades se lleva a cabo que estén relacionadas directamente al Turismo de Negocios (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos)? 3.- ¿Con qué otras entidades ha trabajado en el tema de Turismo de Negocios? 4.- Según su punto de vista ¿Cómo ha sido el turismo de negocios en los últimos 10 años? 5.- ¿Conoce usted cuáles son las ciudades más importantes del mundo o Latinoamérica en lo que a turismo de negocios respecta? Mencíonelas y ¿Por qué? 6.- ¿Cree usted que Guayaquil se encuentra al nivel de estas grandes ciudades? 7.- ¿Cree usted que estamos preparados para realizar congresos, convenciones o reuniones a gran escala? 8.- ¿Qué factores positivos considera usted que el Turismo de Negocios ha contribuido en el desarrollo de la ciudad? 9.- ¿Cómo cree que la Promoción turística se maneja en la actualidad para atraer esta tipología del turismo en Guayaquil? 10.- ¿Usted actualmente está llevando a cabo proyectos relacionados con turismo de negocios? 11.- Conclusión ¿Qué ideas podría aportar, proponer o sugerir para que este tipo de eventos se sigan realizando con más frecuencia en la ciudad? 		

Fuente: Autor

ANEXO C

Tabla 17: Registro de Entrevistas

 <p>ESPOL</p>	REGISTRO DE ENTREVISTAS			 <p>FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES</p>
Proyecto: "ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU PROSPECTIVA"				
LUGAR	CARGO	NOMBRE	FIRMA	

Fuente: Autor

ANEXO D

	ENTREVISTA 1	 <p>FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES</p>
<p>Proyecto: “ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU PROSPECTIVA”</p>		
<p><i>La entrevista ha sido diseñada para obtener información acerca de la evolución del turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil durante los últimos 10 años.</i></p>		
<p>Nombre: Ana María Moreira</p> <p>Cargo: Sub Gerente del Buró de Convenciones y visitantes de Guayaquil</p> <p>1.- ¿Hace cuánto tiempo desempeña esta labor? Breve descripción de las labores que se desempeña</p> <p>Dos años y un mes.</p> <p>2. - ¿Qué actividades se lleva a cabo que estén relacionadas directamente al Turismo de Negocios (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos)?</p> <p>Si. Esta es una oficina que se creó para desarrollar a Guayaquil como un destino de negocios.</p> <p>3.- ¿Con qué otras entidades ha trabajado en el tema de Turismo de Negocios?</p> <p>Si. Trabajamos con el Centro de Convenciones, directamente con el municipio de Guayaquil, con el Aeropuerto; con todos los involucrados para desarrollar</p>		

un evento y que la ciudad de proyecte como un destino de congresos y convenciones.

4.- Según su punto de vista ¿Cómo ha sido el turismo de negocios en los últimos 10 años?

La ciudad tiene unas características únicas para el desarrollo de ese segmento específico, entonces no es que existen más eventos por que se ha creado esta dirección. Pero básicamente lo que se está tratando es de lograr que Guayaquil pueda captar la mayor cantidad de congresos a nivel no solamente latinoamericano sino mundial. Entonces esta oficina ha conseguido hasta el momento 8 eventos y ha podido hacer que los eventos que ya estaban previstos realizarse en esta ciudad tengan una afluencia masiva de asistentes.

5.- ¿Conoce usted cuáles son las ciudades más importantes del mundo o Latinoamérica en lo que a turismo de negocios respecta? Mencíonelas

Si. Directamente Lima, Medellín es un muy buen competidor al norte, tenemos otro buen competidor que es Bogotá, sin duda Buenos Aires por lo menos es una ciudad con la que competimos directamente y Panamá que es una ciudad tubo y que genera muchísimas competencias y expectativas no solamente a nivel regional si no a nivel mundial pero que en este momento está un poco estancada en cuanto al desarrollo de este segmento.

6.- ¿Cree usted que Guayaquil se encuentra al nivel de estas grandes ciudades?

Si, por supuesto. Tenemos no probablemente mejor conectividad, pero las mejores instalaciones aeroportuarias que el aeropuerto de Lima por ejemplo hop latinoamericano

7.- ¿Cree usted que estamos preparados para realizar congresos, convenciones o reuniones a gran escala?

Si. Tenemos la mejor infraestructura en cuanto a Centro de Convenciones si lo comparamos con un C.C de Lima, con un C.C del mismísimo Buenos Aires. Entonces si tiene un potencial importante para desarrollarse en este segmento y poder ocupar los primeros lugares en la región.

8.- ¿Qué factores positivos considera usted que el Turismo de Negocios ha contribuido en el desarrollo de la ciudad?

Sin duda el Turismo de Negocios es mucho más rentable que el turismo convencional, que el turista que viene a un destino es completamente diferente cuando a su rama económica versus cuanto deja un turista para un Congreso determinado ya que viene auspiciado por una empresa, porque consume servicios diferentes, porque aloja en buenos hoteles, etc. Pero obviamente ambos segmentos se complementan, la ciudad tiene que también además demostrar toda la infraestructura que tiene, mostrar sus atractivos turísticos para que la gente quiera quedarse dos noches más o dos días más, visitando los atractivos que tiene la ciudad.

9.- ¿Cómo cree que la Promoción turística se maneja en la actualidad para atraer esta tipología del turismo en Guayaquil?

Tener estándares más altos en cuanto a servicio tiene que profesionalizarse mucho en este ámbito y poder ofrecer otro tipo de servicios complementarios que siempre son muy necesarios como transporte de calidad, de manera masiva, servicios de imprenta; múltiples servicios que se utilizan específicamente en este segmento de congresos.

10.- ¿Usted actualmente están llevando a cabo proyectos relacionados con turismo de negocios?

Actualmente estamos trabajando en congresos que pueden dejar algo más a la ciudad, lo que se busca es que los eventos que se realizan el turista no solo venga a la ciudad durante dos o tres días y obviamente las personas que están

dentro de este segmento adquieran conocimientos de otras personas que vienen, si no también que sean eventos que generen un valor adicional como por ejemplo Un congreso mundial de médicos sin fronteras que además puedan venir una misión de médicos y hacer operaciones a niños que tienen x problema o realizar eventos con características verdes, conservacionistas, etc. Pero buscar de alguna u otra manera generar ese intercambio en ese segmento específico de tal forma que la ciudad se beneficie y no solamente la ciudad si no también el país en general.

Estamos haciendo la contratación de un consultor muy reconocido a nivel internacional que es Arnaldo Nardone, él nos va a ayudar a implementar algunas estrategias de marketing que necesitamos para poder posicionar a Guayaquil no solamente como un destino ocio que es conocido, si no posicionarlo con un destino de negocios que es una tarea completamente diferente a la anterior.

Esto va a generar varias tareas como crear un plan de embajadores dentro de la ciudad, esto no es nada más que hacer que los líderes que tienes en tu comunidad en determinadas ramas sean científicas, prácticas, etc. Te ayuden a ti a poder traer un congreso a la ciudad. Y de alguna manera retribuir eso que hacen estos profesionales por su ciudad, que probablemente para un medio es súper complicado encargarse de organizar un evento, pero ese médico sin duda va a dejar de trabajar unas horas específicas para contribuir con su ciudad, entonces hay que retribuir esa contribución que hace estos profesionales.

11.- Conclusión ¿Qué ideas podría aportar, proponer o sugerir para que este tipo de eventos se sigan realizando con más frecuencia en la ciudad?

Un poco planteando y poniendo referencia a la ciudad de Lima que según está ubicada en el ranking latinoamericano como el #1, esto es importante y nos ha costado trabajo que los hoteles entiendan que este no es un negocio a corto plazo, si no a mediano y largo plazo.

Actualmente existen congresos o asociaciones que están buscando una sede 2021-2024, entonces nosotros nos hemos puesto una meta de hacer una medición a 5 años. Yo pienso que la primera meta que nos planteamos la vamos a superar que era hasta el 2019.

Trabajar en el servicio al cliente ya que este turista es más exigente, también en la calidad del servicio, también establecer parámetros para poder monitorear constantemente no solo los servicios hoteleros si no también los servicios de los restaurantes, así como se hace en Chicago cuando alguien se sube a los taxis, el mismo taxista ya te va diciendo que eventos hay o se realizaran a lo largo del año.

Poder tener una agenda clara que se pueda comunicar constantemente para que la gente sepa lo que está pasando en su ciudad. El guayaquileño tiene esa característica simpática de atender a la gente.

Mejorar la conectividad, también se abren grandes oportunidades con el nuevo aeropuerto que ya algunas aerolíneas que quieren tomarlo como hop internacional.

	ENTREVISTA 2	 <p style="text-align: center; font-size: small;">FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCÉANICAS Y RECURSOS NATURALES</p>
<p>Proyecto: “ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU PROSPECTIVA”</p>		
<p><i>La entrevista ha sido diseñada para obtener información acerca de la evolución del turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil durante los últimos 10 años.</i></p>		
<p>Nombre: Alex Molina</p> <p>Cargo: Director de Negocios y Promociones – CAPTUR</p> <p>1.- ¿Hace cuánto tiempo desempeñando esta labor? Breve descripción de las labores que se desempeña</p> <p>Hace poco más de 20 años.</p> <p>Nos encargamos al desarrollo del turismo en la provincia del Guayas, tratamos de no solo este encasillado en un lugar, promocionar a la provincia y sin dejar a un lado nuestra ciudad.</p> <p>2. - ¿Qué actividades se lleva a cabo que estén relacionadas directamente al Turismo de Negocios (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos)?</p> <p>Cuando se viaja se trata de hablar de país y por no de un lugar, también tratamos de que las personas conozcan nuestra ciudad y lo que ofrece.</p> <p>La promoción del lugar y dar a conocer las actividades que se pueden realizar.</p>		

3.- ¿Con qué otras entidades ha trabajado en el tema de Turismo de Negocios?

Los gremios, como las cámaras siempre dispuesto a trabajar con entidades gubernamentales al igual que con privadas.

Muy de la mano con la Municipalidad de Guayaquil, la prefectura del Guayas, trabajamos con el ministerio zonal, con la Fundación Malecón, con el Aeropuerto, el Terminal Terrestre, también con las Asociaciones tanto con la asociación de hoteles, Agencias de Viajes y con organizaciones internacionales. También con la seguridad ciudadana que velan mucho por la protección de los turistas.

4.- Según su punto de vista ¿Cómo ha sido el turismo de negocios en los últimos 10 años?

El trabajo que ha venido haciendo la cámara también han sido un aporte significativo, gracias al presidente de la CAPTUR Holbach Muñeton, él ha hecho que conjuntamente con Gloria Gallardo, han trabajado muchísimo para que se den las ferias de eventos corporativos.

Es importante porque de una u otra manera se está ayudando muchísimo sobre todo en la parte de la producción turística. Por ejemplo, que los hoteles puedan estar de lunes a viernes llenos y también los fines de semana.

Se está organizando una agenda de actividades para los diferentes feriados, y guayas está desarrollándose mucho con sus rutas.

5.- ¿Conoce usted cuáles son las ciudades más importantes del mundo o Latinoamérica en lo que a turismo de negocios respecta? Mencínelas

Ciudades europeas son muchas, pero compitiendo con Latinoamérica tenemos a Bogotá, Medellín, Lima que está haciendo convenciones.

6.- ¿Cree usted que Guayaquil se encuentra al nivel de estas grandes ciudades?

Si, aunque aún se está trabajando en ello.

7.- ¿Cree usted que estamos preparados para realizar congresos, convenciones o reuniones a gran escala?

Si. Justamente se firmó lo de los trece hoteles sobre Travel Mark en el 2017. Esto es para atraer el turismo de negocios.

8.- ¿Qué factores positivos considera usted que el Turismo de Negocios ha contribuido en el desarrollo de la ciudad?

Trae dinero de afuera, dinero fresco.

La gente por lo general viene a ver información y se lleva bastante información sobre Ecuador en general y respectivamente Guayaquil.

9.- ¿Cómo cree que la Promoción turística se maneja en la actualidad para atraer esta tipología del turismo en Guayaquil?

Antes el turismo se lo toma unipersonal, cada gremio hacia su función de alguna manera y a la larga si sumabas todo hacían la misma función, entonces no había esa unidad pienso que hay ahora. Se ha unido tantas inversionistas, franquicias marcas internacionales, cadenas de hoteles, restaurantes. Pero pienso que para el próximo gobierno se puede abrir más el abanico.

10.- ¿Usted actualmente está llevando a cabo proyectos relacionados con turismo de negocios?

Estamos con varios proyectos, ya que nosotros somos conocidos como creadores y podemos estar como medida de negociación para que empresas privadas y públicas puedan llegar a un acuerdo.

11.- Conclusión ¿Qué ideas podría aportar, proponer o sugerir para que este tipo de eventos se sigan realizando con más frecuencia en la ciudad?

El sentido de pertenencia que se tiene en cuanto a la promoción, hacerla mediante ferias en otros países y para poder atraer turismo.

Capacitaciones para el mejoramiento de la planta laboral turística, sobre todo de la provincia del Guayas.

El turismo de negocios, en cuanto a los hoteles se puede evidenciar que pasan ocupado pero los fines de semana no queden como días muertos, trabajando en ofrecer promociones.

	ENTREVISTA 3	 <p style="text-align: center; font-size: small;">FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCÉANICAS Y RECURSOS NATURALES</p>
<p>Proyecto: “ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU PROSPECTIVA”</p>		
<p><i>La entrevista ha sido diseñada para obtener información acerca de la evolución del turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil durante los últimos 10 años.</i></p>		
<p>Nombre: Verónica Yagual</p> <p>Cargo: Gerente de Ventas – Hotel Sheraton Guayaquil</p> <p>1.- ¿Hace cuánto tiempo desempeñando esta labor? Breve descripción de las labores que se desempeña</p> <p>En el hotel ya poco más de 15 años.</p> <p>Me encargo en todo lo que es la gerencia de marketing y toda la comercialización del hotel.</p> <p>2. - ¿Qué actividades se lleva a cabo que estén relacionadas directamente al Turismo de Negocios (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos)?</p> <p>El hotel es un hotel de negocios, el 70% de la venta viene por el mercado cooperativo.</p> <p>3.- ¿Con qué otras entidades ha trabajado en el tema de Turismo de Negocios?</p> <p>Con diferentes empresas privadas el Hotel Sheraton ha trabajado, con sus salones que tiene aproximadamente más de 1400 metros cuadrados, conocidos</p>		

también como un Convention Center, las empresas nos buscar para realizar sus eventos de igual maneras otras asociaciones que realizan congresos grandes.

También trabajamos mucho con el Buró de Convenciones.

4.- Según su punto de vista ¿Cómo ha sido el turismo de negocios en los últimos 10 años?

El turismo de negocios si ha crecido poco a poco, haciendo a Guayaquil una ciudad más atractiva para el turismo de convenciones.

Logrando evidenciar que aún no se puede realizar eventos a gran escala, porque aún se debe pulir la capacidad hotelera.

5.- ¿Conoce usted cuáles son las ciudades más importantes del mundo o Latinoamérica en lo que a turismo de negocios respecta? Mencíónelas

Una de las ciudades internamente hablando podemos mencionar a Quito que ya lleva un poco más adelante con nosotros en lo que respecta este turismo.

Internacionalmente a Medellín, Cartagena, Lima, Las Vegas, pero lugares que ya llevan mucho tiempo desarrollando este tipo de turismo.

6.- ¿Cree usted que Guayaquil se encuentra al nivel de estas grandes ciudades?

Posicionar es que la gente tenga en mente a Guayaquil para realizar sus eventos. Competimos con ciudades que tienen mucha historia.

Pero si vamos por un camino acertado por ya tener un Buro de Convenciones y ya con ello es bastante en la actualidad.

7.- ¿Cree usted que estamos preparados para realizar congresos, convenciones o reuniones a gran escala?

No. Yo creo que aún estamos iniciando para poder competir con estas grandes ciudades. Esto primero es llevar un camino de posicionamiento frente al

turismo, ver que Guayaquil tenga identidad en lo que se refiera a una ciudad de Congresos y convenciones.

8.- ¿Qué factores positivos considera usted que el Turismo de Negocios ha contribuido en el desarrollo de la ciudad?

Sobre todo, cuando tú tienes un turismo de negocios es diferente al turismo convencional. Hay mayores ingresos de dinero que se genera mediante las contribuciones.

9.- ¿Cómo cree que la Promoción turística se maneja en la actualidad para atraer esta tipología del turismo en Guayaquil?

Todavía hay mucha oportunidad de crecer, sobre todo de organizar en eso que es la promoción.

Si me lo dices como el turismo interno, a mí me queda debiendo Guayaquil.

La promoción se da asistiendo a ferias hacer presencias en los diferentes eventos. La promoción turística es algo que no se hace de la noche a la mañana.

10.- ¿Usted actualmente está llevando a cabo proyectos relacionados con turismo de negocios?

En el hotel existen productos que se les acomodan a estos turistas, ya que trabajamos con muchos eventos de Congresos.

Le damos muchos beneficios a las los clientes y a estas personas para que realicen eventos en el hotel.

11.- Conclusión ¿Qué ideas podría aportar, proponer o sugerir para que este tipo de eventos se sigan realizando con más frecuencia en la ciudad?

Primero tienen que hacer que la ciudad sea atractiva donde se cuente una historia de lugar y la persona que va hacer sus convecciones se sienta interesado.

Que sea una ciudad que tenga que decir algo, una historia por contar al turista.

Respaldos y concesiones, ya que estamos compitiendo con fuertes jugadores para marcar diferencias y valores agregados.

	ENTREVISTA 4	 <p style="text-align: center; font-size: small;">FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES</p>
<p>Proyecto: “ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU PROSPECTIVA”</p>		
<p><i>La entrevista ha sido diseñada para obtener información acerca de la evolución del turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil durante los últimos 10 años.</i></p>		
<p>Nombre: Rossy Orellana</p> <p>Cargo: Gerente de A&B – Hotel Sheraton Guayaquil</p> <p>1.- ¿Hace cuánto tiempo desempeñando esta labor? Breve descripción de las labores que se desempeña</p> <p>Hace 15 años. Pero en el Cargo de A&B 5 años.</p> <p>Encargada de la aérea de Restaurantes, Servicios y Eventos.</p> <p>2. - ¿Qué actividades se lleva a cabo que estén relacionadas directamente al Turismo de Negocios (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos)?</p> <p>Si. En el área de Eventos, por los salones que tenemos.</p> <p>3.- ¿Con qué otras entidades ha trabajado en el tema de Turismo de Negocios?</p> <p>Para los eventos trabajamos en conjunto con empresas que organizan congresos, por ejemplo, Metropolitan Touring, Market Gate, que son empresas que se encargan de ciertos tiempos de eventos como los médicos que usualmente contratan este tipo de empresas para que les organice todo. De</p>		

ahí todas las sociedades de Ingenieros, Arquitectos, Médicos, etc. Ellos se contactan con nosotros, ya que nosotros hacemos los eventos, pero ellos son los que lo consiguen.

4.- Según su punto de vista ¿Cómo ha sido el turismo de negocios en los últimos 10 años?

En 10 años si ha crecido bastante, pero si falta muchísimo realmente. Se creó hace dos años es Buro de Convenciones, son los que realmente nos va apoyar en traer un Turismo de Convenciones más frecuentes durante el año, nosotros podemos comenzar un año sin nada ya que no debería ser así, uno tiene que comenzar el año sabiendo que todos los meses tiene algo internacional, porque el evento internacional es el que mueve negocios por todos lados, pero comenzamos con uno o dos eventos internacionales y los demás van saliendo uno a uno por negociaciones directas. Falta como que la parte del gobierno en incentivar un poquito y fortalezca en esta parte para tener más eventos internacionales, pero también depende de muchas cosas. Porque en un evento internacional eligen la sede, dependiendo de qué otras cosas encuentran o facilidades en una ciudad.

5.- ¿Conoce usted cuáles son las ciudades más importantes del mundo o Latinoamérica en lo que a turismo de negocios respecta? Mencíonelas

Lima, Argentina y Brasil están muy en boga para lo que todo son los Congresos y Convenciones.

6.- ¿Cree usted que Guayaquil se encuentra al nivel de estas grandes ciudades?

Sí, pero aún nos falta seguir trabajando para que este tipo de eventos se desarrolle con más frecuencia.

7.- ¿Cree usted que estamos preparados para realizar congresos, convenciones o reuniones a gran escala?

Si. Aunque no se tiene donde llevar una mayor cantidad de gente, a veces la capacidad hotelera no da para cumplir con esos grandes eventos, todo depende de que evento se quiera.

Además, puede ser por la accesibilidad, por ejemplo, en Ecuador a veces les resulta caro llegar por los tickets aéreos.

8.- ¿Qué factores positivos considera usted que el Turismo de Negocios ha contribuido en el desarrollo de la ciudad?

Antes se veía que este tipo de eventos solo llegaba a Quito, pero en estos últimos años se ha podido ver un movimiento aquí en Guayaquil.

Sin embargo, lo que afecto años atrás a la ciudad eran los vuelos. Antes se cerraba el aeropuerto 7 u 8 de la noche y a veces la gente se tenía que quedar a dormir para esperar el vuelo del siguiente día, ahora hay bueno hasta las 10 u 11 de la noche para regresar a Quito.

Ya que este tipo de turista llegaba a la ciudad porque solo tenía alguna reunión en la mañana y ya por la tarde tomaba un avión y se iba.

La ciudad ya está en la mira de los Congresos, ya que es una ciudad que a través de los años ha mejorado muchísimo

9.- ¿Cómo cree que la Promoción turística se maneja en la actualidad para atraer esta tipología del turismo en Guayaquil?

En cuanto solo aun promoción turística en lo que respecta a Turismo de Negocios, no del todo.

10.- ¿Usted actualmente está llevando a cabo proyectos relacionados con turismo de negocios?

Tenemos durante todo el año este tipo de eventos. Nos manejamos más con médicos. En enero tuvimos un evento por parte del Club de Leones donde

vinieron visitantes extranjeros, en noviembre tenemos en el Congreso de Orquídeas, va a ver el TravelMart eso es en junio.

11.- Conclusión ¿Qué ideas podría aportar, proponer o sugerir para que este tipo de eventos se sigan realizando con más frecuencia en la ciudad?

La promoción que la gente lo conozca a fuera, no solo por un destino para visitar sino también como un destino donde se puedan realizar eventos internacionales.

Trabajar en seguridad, la capacidad, transportación, alimentación, adecuados hoteles, todo esto complementa a cumplir las necesidades de este tipo de turista.

Capacitaciones en servicio al cliente a esa gente informal, los que no tiene una empresa solida que los esté manejando, los están involucrados indirectos.

	ENTREVISTA 5	 <p style="text-align: center; font-size: small;">FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCÉANICAS Y RECURSOS NATURALES</p>
<p>Proyecto: “ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU PROSPECTIVA”</p>		
<p><i>La entrevista ha sido diseñada para obtener información acerca de la evolución del turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil durante los últimos 10 años.</i></p>		
<p>Nombre: Ángel Calderón</p> <p>Cargo: Director Unidad de Bienestar Estudiantil y Politécnico – ESPOL</p> <p>1.- ¿Hace cuánto tiempo desempeñando esta labor? Breve descripción de las labores que se desempeña</p> <p>En ESPOL como estudiante desde el 2001-2006, ya como la plata de ESPOL desde el 2007 hasta la actualidad. A cargo del protocolo y eventos en ESPOL, especialmente del rector y vicerrectora.</p> <p>2. - ¿Qué actividades se lleva a cabo que estén relacionadas directamente al Turismo de Negocios (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos)?</p> <p>Yo como estudiante en ese entonces trabajé en conjunto con distintas entidades, porque yo trabajé mi tesis sobre la importancia de un Buro de Convenciones en la ciudad de Guayaquil. La CAPTUR Guayas apoyo esta iniciativa donde hubo un convenio de por medio entre la ESPOL y la CAPTUR Guayas, donde se puedo utilizar la información de mi tesis.</p>		

3.- ¿Con qué otras entidades ha trabajado en el tema de Turismo de Negocios?

Hemos trabajado tanto con entidades públicas y privadas, es una Universidad que cobija bastantes eventos, hemos servido de sede para que se realicen Congresos que organizan entes públicos y privados.

Se pueden mencionar que hemos trabajado con Ministerios, Cámaras, etc. Que han querido realizar en la ESPOL y se han podido realizar estos eventos.

4.- Según su punto de vista ¿Cómo ha sido el turismo de negocios en los últimos 10 años?

Yo creo que la política implementada por los entes públicos y privados ha servido para que la ciudad evolucione en el tema de que se levante más hotel por parte de cadenas internacionales.

La conformación de Buro de Convenciones es también un punto importante, si uno ve y analiza mi tesis que fue en el 2006, en esa época era solo una idea, en la actualidad no tiene más de dos años que está constituido. Desde el 2006 prácticamente han pasado un poco más de 8 años, donde se ha tenido que llegar a consensos no solo con el gremio hotelero, si no algunos otros gremios que participan, nos damos cuenta de que hay beneficiarios directos e indirectos.

5.- ¿Conoce usted cuáles son las ciudades más importantes del mundo o Latinoamérica en lo que a turismo de negocios respecta? Menciónelas

Las ciudades de Colombia han tenido un auge en los últimos años, se ha cambiado su enfoque, refiriéndonos a que es un país inseguro. Ahora se promociona como un país cálido, podemos mencionar el Buro de Cartagena, Bogotá, Medellín; ha servido para que cambie la imagen del país y de la ciudad. En Buenos Aires, se puede evidenciar que el Turismo de Negocios ya está consolidado.

Brasil ni se diga, con las ciudades de Sao Paulo, Brasilia; ya que es considerada para la ICCA como un lugar atractivo en lo que se refiere los Congresos y Convenciones. Esto lo podemos evidenciar en los últimos años, por ejemplo,

se ha llevado a cabo en el 2012 en la Jornada Mundial de la Juventud, en el 2014 el Mundial de Futbol, el 2016 los Juegos Olímpicos y el 2019 se va llevar acabo la Copa América.

6.- ¿Cree usted que Guayaquil se encuentra al nivel de estas grandes ciudades?

En la actualidad no, pero se está trabajando en ello.

7.- ¿Cree usted que estamos preparados para realizar congresos, convenciones o reuniones a gran escala?

Sí, pero de igual manera se debe trabajar en conjunto con los gremios.

8.- ¿Qué factores positivos considera usted que el Turismo de Negocios ha contribuido en el desarrollo de la ciudad?

En el aumento de la planta Hotelera, en la profesionalización del sector, personal capacitado en lo que es turismo de reuniones porque si nos enfocamos en una sola área solo se puede ver lo que se ha logrado en esa posición.

Ha generado empleo directo e indirecto, el gasto del turista de negocios es mayor al turista convencional. Porque este tipo de turista viene con un rubro que muchas veces le cubre la empresa, lo que le permite su dinero lo pueda utilizar directamente otras actividades.

Coordinar en el momento de la transportación de este turista no se tope con la hora pico, no se le atrase llegar a su evento.

9.- ¿Cómo cree que la Promoción turística se maneja en la actualidad para atraer esta tipología del turismo en Guayaquil?

Para este segmento de mercado todavía falta no hay una promoción consolidada. En la actualidad se difunde la campaña Guayaquil es mi Destino, pero es un concepto general todavía falta generar, falta trabajar en una marca

propia de la ciudad en el tema de Turismo de Reuniones, sé que ya están trabajando y esperando que ya este año se lance.

Obviamente Guayaquil ya es escuchada a nivel internacional en el tema de un destino de reuniones.

10.- ¿Usted actualmente está llevando a cabo proyectos relacionados con turismo de negocios?

En ESPOL se han realizado varios eventos, yo he dirigido tesis sobre el tema de Turismo de Reuniones aquí en la ESPOL también en otras universidades.

Hemos trabajado con diversas entidades, entre ellas el municipio, algunos ministerios.

11.- Conclusión ¿Qué ideas podría aportar, proponer o sugerir para que este tipo de eventos se sigan realizando con más frecuencia en la ciudad?

Dar a las posibilidades de más conectividad, se espera con el nuevo aeropuerto las llegadas de nuevas aerolíneas se den con más frecuencia.

Apuntarnos al turismo de reuniones verde, sostenible; obviamente la tendencia es al cuidado del ambiente. Pero todavía no nos estamos adentrando en esta área nos falta mucho.

Fortalecer la seguridad y de brindar la información turística necesaria.

Tener salones totalmente equipados a los requerimientos y estándares internacionales.

Personal capacitado para cubrir las exigencias de este turista.

Además, que los gremios no ven su interés particular, al contrario que vean un interés local donde la ciudad se beneficie y sus habitantes también salgan beneficiados.