



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca

Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de
Ingeniero en Turismo

Autores:

Verónica Jazmín Bermeo Hurtado

CI: 0106501984

veronica.bermeo@ucuenca.edu.ec

Franklin Patricio Fajardo Suquilanda

CI: 0106842339

frankln.fajardos@ucuenca.edu.ec

Director:

Dr. Miguel Ángel Galarza, Mg.

CI: 0102343191

Cuenca - Ecuador

02-junio-2020



Resumen:

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo diseñar una propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca con el fin de fomentar el turismo de eventos en el área local. Para ello, se analizó diversas fuentes bibliográficas de entidades especializadas en el turismo Meeting, Incentives, Conventions and Incentives (MICE) como la International Congress and Conventions Association (ICCA) y la Organización Mundial de Turismo (OMT), además de estudios realizados en años anteriores por consultorías expertas en turismo de eventos en el Ecuador. Se realizó un estudio de campo en varios establecimientos involucrados directamente con el desarrollo de eventos, para conocer si la ciudad cuenta con oferta y demanda que justifique la presente propuesta. Tras la obtención resultados positivos se procedió a estructurar la propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca, misma que se encuentra acorde a las necesidades de la ciudad, definiendo: objetivos, estructura y posibles afiliados, direccionando así el buen desarrollo del turismo de eventos en la ciudad.

Palabras claves: Turismo MICE – Bureau de Convenciones – Reuniones – Eventos – Propuesta – Cuenca.



Abstract:



UNIVERSIDAD DE CUENCA
ABSTRACT

This study aims to draft a proposal for the creation of a Convention Bureau in Cuenca, Ecuador to promote event tourism in the region. For this purpose, several bibliographical sources of institutions specialized in Meetings, incentives, conferences, and exhibitions, or Meetings, Incentives, Conferences, and Events (MICE) tourism, such as the International Congress and Convention Association (ICCA) and the World Tourism Organization (UNWTO), have been analyzed, as well as studies carried out in recent years by consultants specialized in event tourism in Ecuador. A field study has been carried out in several institutions directly involved in the development of events to find out whether the city has a supply and demand that justifies this proposal. After obtaining positive results, we structured the proposal to create a Convention Bureau in the city of Cuenca that would meet the needs of the city and defined the following points: objectives, structure and possible partners to guide the good development of event tourism in the city.

Key words: MICE Tourism, Convention Bureau, meetings, events, proposal, Cuenca.

Translated by Nancy Macas Calle



Índice del Trabajo

Cláusulas de licencia y autorización para publicación en el repositorio institucional	8
Cláusulas de propiedad intelectual	10
Agradecimiento	12
Dedicatoria	14
Introducción	16
Capítulo 1: El turismo MICE y <i>Bureau</i> de Convenciones.....	19
1.1 Conceptualización del turismo MICE	19
1.1.1 Turismo MICE.....	19
1.1.2 Evento.....	20
1.2 Conceptualización de <i>Bureau</i> de convenciones	25
1.2.1 <i>Bureau</i> de Convenciones	25
1.2.2 Servicios de un <i>Bureau</i> de Convenciones.....	26
1.3 Análisis del <i>Bureau</i> de España	27
1.4 Evolución del Turismo MICE en el Ecuador	28
1.4.1 Turismo MICE a nivel mundial.....	29
1.4.2 Turismo MICE a nivel del continente americano por país	31
1.4.3 Turismo MICE a nivel del continente americano por ciudad	35
1.4.4 Turismo MICE a nivel nacional.....	36
Capítulo 2: Oferta y demanda del turismo MICE para la creación del <i>Bureau</i> de Convenciones en la ciudad de Cuenca.....	40
2.1 Análisis de la oferta para el turismo MICE en la ciudad de Cuenca	40
2.1.1 Método de recolección de datos.....	41



2.2 Elaboración de un catastro turístico de establecimientos para la oferta MICE en la ciudad de Cuenca	42
2.2.1 Levantamiento de la información.....	42
2.2.2 Catastro turístico de establecimientos para la oferta de turismo MICE..	42
2.3 Análisis de la demanda turística MICE en la ciudad de Cuenca	53
2.3.1 Recolección de datos	54
2.4 Identificación del mercado meta	55
Capítulo 3: Propuesta para la creación de un <i>Bureau</i> de Convenciones en la ciudad de Cuenca.....	58
3.1 Misión, Visión, Objetivos.....	58
3.1.1 Misión	58
3.1.2 Visión	58
3.1.3 Objetivos.....	58
3.2 Marco legal	59
3.2.1 Constitución de la República del Ecuador	59
3.2.2 Tratados y convenios internacionales.....	60
3.2.3 Leyes ordinarias.....	60
3.2.3.1 Ley de Turismo	60
3.2.3.2 Ley de Defensa del Consumidor	60
3.2.4 Ordenanza que regula el sistema cantonal de turismo de cuenca	60
3.2.5 Decretos y reglamentos	61
3.2.5.1 Reglamento general a la ley de turismo	61
3.2.5.2 Reglamento general de actividades turísticas.....	62
3.2.6 Resoluciones y acuerdos.....	62
3.3 Análisis FODA.....	62
3.3.1 Cuadro FODA	63



3.3.1 FODA cruzado	64
3.4 Estatutos	64
3.5 Organigrama	67
3.6 Afiliados	68
Conclusiones.....	70
Bibliografía	72
Anexos	79
Anexo 1: Aprobación del diseño	79
Anexo 2: Modelo ficha	97
Anexo 3: Modelo entrevista	99
Anexo 4: Entrevistas	99
Entrevista Teatro Carlos Cueva Tamariz.....	99
Entrevista Universidad de Cuenca	100
Entrevista Federación Deportiva del Azuay.....	101
Entrevista Directora Ejecutiva Fundación Municipal Turismo para Cuenca María Angélica León.....	102
Anexo 5: Modelo de estatuto	104
Tabla 1 Rankin mundial: número de reuniones por país 2015.....	30
Tabla 2 Rankin mundial: número de reuniones por país 2016.....	30
Tabla 3 Rankin mundial: número de reuniones por país 2017.....	31
Tabla 4 Rankin mundial: número de reuniones por país 2018.....	31
Tabla 5 Ranking de América: número de reuniones por país 2015	32
Tabla 6 Ranking de América: número de reuniones por país 2016.....	33
Tabla 7 Ranking de América: número de reuniones por país 2017	34
Tabla 8 Ranking de América: número de reuniones por país 2018.....	35
Tabla 9 Ranking de América: número de reuniones por ciudad 2015	36



Tabla 10 Ranking de América: número de reuniones por ciudad 2016	36
Tabla 11 Ranking de América: número de reuniones por ciudad 2017	37
Tabla 12 Ranking de América: número de reuniones por ciudad 2018	37
Tabla 13 Catastro de establecimientos para turismo MICE	42
Tabla 14 Reuniones por región	53
Tabla 15 Campos	54
Tabla 16 Resultados de entrevistas	55
Tabla 17 Afiliados	68
Figura 1 Porcentaje de reuniones por continente 2013-2017	29
Figura 2 Tipo de establecimiento, porcentaje ocupacional	40
Figura 3 Cuadro FODA	63
Figura 4 Cuadro FODA cruzado.....	64
Figura 5 Organigrama	67



Cláusulas de licencia y autorización para publicación en el repositorio institucional

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Yo, Verónica Jazmín Bermeo Hurtado en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, Junio 02 de 2020

Verónica Jazmín Bermeo Hurtado

C.I: 0106501984



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Franklin Patricio Fajardo Suquilanda en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta para la creación de un *Bureau* de convenciones en la ciudad de Cuenca", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 29 de octubre del 2020

Franklin Patricio Fajardo Suquilanda

C.I: 0106842339



Cláusulas de propiedad intelectual

Cláusula de Propiedad Intelectual

Yo, Verónica Jazmín Bermeo Hurtado, autor/a del trabajo de titulación "Propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, Junio 02 de 2020

Verónica Jazmín Bermeo Hurtado

C.I: 0106501984



Cláusula de Propiedad Intelectual

Franklin Patricio Fajardo Suquilanda, autor del trabajo de titulación "Propuesta para la creación de un *Bureau* de convenciones en la ciudad de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 29 de octubre del 2020

Franklin Patricio Fajardo Suquilanda

C.I: 0106842339



Agradecimiento

Agradezco a Dios, que me guio a lo largo de esta gran travesía que es la universidad.

A mi tutor de tesis al Dr. Miguel Ángel Galarza, Mg., quien estuvo siempre impulsándome para ser mejor y llegar a cumplir esta meta, por sus horas de dedicación para que este trabajo de titulación sea posible.

A la Mg. Marlene Jaramillo que se convirtió en una gran amiga, siempre con palabras de aliento y buenos consejos.

A mis profesoras Ing. Ana Lucia Serrano y Eco. Silvana Astudillo por haberme apoyado y no dejarme rendir mientras tomaba sus clases de actualización.

Veronica Bermeo



Desde este espacio agradezco a la Universidad de Cuenca por haberme dado la oportunidad de cursar la noble carrera de turismo y por haberme provisto de un excelente tutor, Miguel Ángel Galarza, quien ha sido para mí un pilar fundamental para el desarrollo de este trabajo y al cual le expreso mi gratitud. Agradezco también a todos los docentes que me han guiado desde el inicio hasta el fin de este gran sueño.

Franklin Patricio Fajardo Suquilanda



Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación a mis padres Lenin y Fabiola, gracias a ellos he logrado esta importante meta, siempre me guiaron y apoyaron a lo largo de toda mi etapa estudiantil, inculcándome buenos valores y principios que me ayudaran a ser una buena persona y alcanzar las metas que me proponga. Los amo.

A mis hermanas Katherine y Carla gracias por haberme apoyado incondicionalmente, por su cariño y confianza.

A mi tía Betty que siempre tenía palabras de aliento. A mis primos Martín, Jorge y Cristian que a pesar del bullying siempre me apoyaron.

A los amigos que me dejo la universidad Cesar A., Chris H., Tefa T., Cris Z., Miri C., Davicho V., Angie P., gracias por haber estado ahí y por todos los lindos momentos vividos.

A las amigas que conocí a lo largo de esta travesía y se volvieron incondicionales Majo y Sami, gracias por siempre estar ahí, ser mi soporte y no dejarme rendir nunca.

Verónica Bermeo



El presente trabajo se lo dedico principalmente a mi madre por haber sido la persona que ha estado pendiente de mi educación académica. Por ser también la que se mantuvo firme en los momentos en los que yo no me creí tan fuerte para terminar este camino.

A mis abuelos por el cariño durante los primeros años de infancia y por haberme encaminado en la educación desde la calidez del hogar. Por todo el apoyo recibido en todos los momentos de mi vida.

A mis primos, Fanny, Jenny y Marco por haber compartido grandes momentos durante toda la vida y por la ayuda mutua que hemos prestado en el desarrollo de nuestros aprendizajes profesionales.

Finalmente, a los buenos compañeros que he encontrado en este largo trayecto; personas que comprueban que hay hermandad más allá de la sangre.

Franklin Patricio Fajardo Suquilanda



Introducción

El presente trabajo de titulación tiene como principal propósito elaborar una propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca, partiendo de la investigación y análisis de la posible oferta y demanda que la ciudad de Cuenca posee para el desarrollo del turismo Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions (MICE).

Los conceptos generales de turismo MICE se analizan profundamente para dar a conocer un significado global del mismo. Para conocer la oferta y demanda se elaboran fichas técnicas y entrevistas, así como recopilación de datos estadísticos. Finalmente, se procederá a la elaboración de la propuesta del *Bureau* de Convenciones cumpliendo con el objetivo principal.

Mediante una exhaustiva investigación bibliográfica dentro de la cual se analizan conceptos sobre lo que conforma el turismo MICE como conferencias, reuniones exhibiciones, incentivos, congresos, convenciones, se define el significado de *Bureau* de Convenciones, así como su importancia dentro del sector turístico. Con el fin de ampliar el concepto, se estudia también la evolución de este tipo de turismo en el Ecuador de manera general para conocer el grado de influencia que ha producido en la ciudad de Cuenca, mediante este estudio se da a conocer la factibilidad que ha generado y aportado al crecimiento del sector.

La elaboración de fichas técnicas y entrevistas tienen como fin analizar la oferta de servicios que posee la ciudad de Cuenca para el desarrollo del turismo MICE, mismas que se realizaron a los distintos establecimientos que ofertan servicios para diferentes tipos de eventos. El previo estudio de estos establecimientos permite la elaboración de un catastro turístico de establecimientos MICE en la ciudad de Cuenca, mismo que será utilizado en la elaboración de la propuesta, la entrevista servirá para confirmar la participación de los establecimientos que están de acuerdo con la propuesta y quieran formar parte de la misma; de igual manera, con las entrevistas conoceremos las posturas de: la Fundación Municipal Turismo para



Cuenca, Ministerio de Turismo y posibles autoridades e instituciones que se encuentre dentro de la competencia del sector turístico.

La demanda se estudia mediante una revisión bibliográfica de datos estadísticos del crecimiento del turismo MICE a nivel global, continuando con un estudio a nivel del continente americano a nivel de países y ciudades; consecutivamente el análisis culmina con un estudio a nivel nacional dentro del cual se indaga principalmente el desarrollo en la ciudad de Cuenca.

Para el desarrollo de la “Propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca”, se ha llevado a cabo el siguiente proceso: primero, definición de la misión, visión y objetivos de la misma; segundo, elaboración de un marco legal; tercero, se efectúa un análisis FODA para un mejor conocimiento externo e interno de la factibilidad de la propuesta; cuarto, elaboración de una estructura de un organigrama administrativo que estaría al frente del Bureau de convenciones. Quedando tras este proceso, abierta la posibilidad de que un sector interesado en la propuesta, la adopte y la lleve a cabo.



CAPÍTULO 1

El turismo MICE y *Bureau* de Convenciones



Capítulo 1: El turismo MICE y *Bureau* de Convenciones

1.1 Conceptualización del turismo MICE

Para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca es necesario conocer ciertas definiciones que facilitarán la comprensión de los diferentes términos utilizados en esta rama del turismo como son el Turismo MICE y los diferentes tipos de eventos que lo engloban como: conferencias, convenciones, exhibiciones, programas de incentivos y reuniones corporativas.

A continuación, se detallan definiciones sobresalientes del turismo MICE, las mismas que cuentan con un respectivo análisis para una mayor comprensión.

1.1.1 Turismo MICE

Para definir el turismo MICE, se ha tomado en cuenta los siguientes conceptos:

Se define al sector de Reuniones (a veces conocido como el Sector de Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones, o Sector MICE) aquel que incluye: actividades basadas en la organización, promoción, ventas y entrega de reuniones y eventos; Productos y servicios que incluyen reuniones corporativas, de asociaciones y de gobierno, incentivos corporativos, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, eventos, exposiciones y ferias (World Tourism Organization, 2006)¹.

“La industria de las reuniones abarca cuatro componentes: asociaciones de convenciones y congresos, reuniones corporativas, programas de incentivos y exhibiciones” (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2015)².

El concepto MICE hace referencia al turismo de negocios como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, profesionales y/o asociativas a través de la realización de reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones

¹ The meetings industry (sometimes referred to as the meetings, incentives, conferences and exhibitions – or ‘MICE’ sector) includes: activities based on the organization, promotion, sales and delivery of meetings and events; products and services that include corporate, association and government meetings, corporate incentives, seminars, congresses, conferences, conventions events, exhibitions and fairs. Traducción autores.

² The meetings industry comprises four components – association conventions and congresses, corporate meetings, incentives and exhibitions. Traducción autores.

similares a estas (jornadas, encuentros conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos...) convocados con diferentes propósitos y magnitudes (Departamento de industria, innovación, comercio y turismo del Gobierno Vasco, 2011).

Analizando los conceptos anteriores se puede concluir que, el turismo MICE es aquel que se desarrolla cuando un grupo de personas se desplazan de un lugar a otro por motivo de negocio o aprendizaje, usualmente estos viajes por lo general son remunerados y cuentan con viáticos para su estadía, además este tipo de turismo puede realizarse en diferentes épocas del año sin crear estacionalidades como sucede con el turismo convencional.

En los últimos años el turismo MICE ha llegado a su apogeo permitiendo generar grandes beneficios económicos y sociales en el destino como la creación de nuevas plazas de trabajo, inversión pública y privada, la difusión de conocimientos e intercambios culturales, tecnológicos y científicos lo que provoca un crecimiento en el conocimiento tanto en los asistentes como en la comunidad anfitriona.

Para comprender mejor el turismo MICE se detallan ciertas características que lo diferencian de otros tipos de turismo entre las cuales se destacan: la estacionalidad y rotación, conectividad dentro del destino, integración de agentes específicos y no específicos de este sector.

1.1.2 Evento

Con respecto a la definición de eventos se detalla que:

Los eventos son aquellos fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizativos establecidos de forma separada a la actividad normal diaria, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o generar experiencias en un grupo de personas (Shone y Parry, 2013, p. 6)³.

Los eventos son reuniones sociales, culturales o empresariales que permiten a los asistentes tener experiencias no comunes, permitiendo el disfrute y el crecimiento intelectual, emocional y social. Por lo que la realización del mismo proporciona a los participantes una mejor captación del objetivo por el cual se realiza. Se busca que

³ Events are that phenomenon arising from those non-routine occasion which have leisure, cultural, personal or organizational objectives set apart from the normal activity of daily life. Their purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people. Traducción autores.



mediante las emociones el público asistente adquiera conocimiento sobre un tema específico para que pueda aplicar esta información en el futuro.

Un evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general (Jijena Sánchez, 2003, p. 33).

Como se puede observar en las definiciones anteriormente mencionadas, los eventos son sucesos de carácter profesional, deportivo, académico o artístico que pertenecen al turismo MICE, los mismos que son realizados para un grupo de personas que poseen conocimientos sobre un tema determinado, quienes pueden ser profesionales o no, lo importante es que puedan interactuar entre ellos.

Por otra parte, para la ejecución de un evento se debe tomar en cuenta el objetivo, la meta, equipo de trabajo, presupuesto, número de asistentes, fecha, lugar y marketing, con el propósito de despertar el interés sobre un servicio o producto nuevo de una empresa, el cual brinda a los asistentes una experiencia única e inigualable. Además, es importante recalcar que estos son anunciados con antelación por medios de comunicación como: radio, televisión, prensa escrita y redes sociales, los mismos que permiten la difusión del evento.

1.1.2.1 Reuniones corporativas (Meetings)

En cuanto a la definición de reuniones corporativas varios autores indican que:

Las reuniones corporativas son eventos de alto nivel, que contribuyen directamente a comunicar una imagen positiva de la empresa. Existen dos tipos de reuniones corporativas: reuniones internas que se enfocan en actividades organizacionales y generalmente son de pequeña escala, y reuniones externas que están dirigidas a un público más grande y más global y se utilizan como una herramienta para comunicarse directamente con el grupo de interés y los clientes, como lanzamientos de productos (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2015)⁴.

⁴ Corporate meetings are high-end events, which are direct contributors to communicating a positive image of the company. There are two types of corporate meetings, internal meetings that focus on organizational activities and are usually small scale, and external meetings which are aimed at a



En relación a la definición anterior, las reuniones corporativas son un tipo de evento realizados cada cierto tiempo por una empresa bajo dos conceptos, el primero con la finalidad de que sus empleados obtengan información acerca de un nuevo producto o algún cambio en la estructura de la empresa y el segundo de magnitud más amplia y dirigido al público que manejan con el propósito de presentar un nuevo producto.

1.1.2.2 Programas de Incentivos (Incentives)

En relación con los programas de incentivos diferentes autores señalan que:

Una herramienta de gestión global que utiliza una experiencia de viaje excepcional para motivar y / o reconocer a los participantes para que aumenten los niveles de desempeño en apoyo de los objetivos de la organización; y puede ser realizado como una reunión u ofrecerse sólo como viaje (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2015)⁵.

Por lo que se refiere a los programas de incentivos se resume que, este tipo de evento generalmente se realiza con personal de una empresa que ha adquirido una gratificación por un buen desempeño laboral, dentro de la misma con la finalidad de mejorar la productividad y el compromiso hacia la organización, además estos incluyen actividades de ocio para los involucrados, los cuales generan beneficios económicos en el destino por la ocupación de hoteles, restauración, atractivos turísticos y demás.

1.1.2.3 Convención (Convention)

Con respecto a la definición de convención se tiene el criterio de varios autores:

“Se define como convención toda reunión gremial o empresarial cuyo objetivo es el tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca” (Secretaría de Turismo de México, s.f.).

La convención es un tipo de evento al cual asisten los miembros de una empresa para adquirir conocimiento sobre temas en boga relacionados con el sector al que pertenece, los diferentes tipos de industrias requieren de las convenciones para un

larger and more global public and are used as a tool for communicating directly to the group of interest and customers, such as product launches. Traducción autores.

⁵ A global management tool that uses an exceptional travel experience to motivate and/or recognize participants for increased levels of performance in support of organizational goals; and – It can be clubbed with a meeting or offered as travel only. Traducción autores.



mejoramiento continuo en cuanto a la calidad y servicio de los diversos productos o marcas que oferta.

“Evento en el que los participantes se dedican a asistir a sesiones educativas, tomar parte en reuniones o debates, hacer vida social o asistir a actividades organizadas. Las exposiciones son un componente secundario de las convenciones” (Marrero, 2016).

Se puede concluir, que la convención es un tipo de evento realizado por una empresa, con la finalidad de conseguir un target más variado, en el cual los asistentes obtienen información acerca de un nuevo producto o marca desarrollado por la misma. Por otra parte, para llevar a cabo una convención es necesario conocer cuatro características, estas son: lugar, transporte, alojamiento y alimentación, no obstante es importante que el destino cuente con una diversidad de atractivos que ayuden a la recreación de los participantes.

1.1.2.4 Exhibiciones (Exhibitions)

Acerca de las exhibiciones autores explican que:

“Tiene dos acepciones: 1. Disertación o conferencia. 2. Evento que se organiza con un propósito comercial o cultural para mostrar productos, servicios y/o documentos a un público objetivo” (Secretaría de Turismo de México, s.f.).

En consecuencia, las exhibiciones se realizan a diferentes escalas, dependiendo del reconocimiento que posee cada empresa, estas cuentan con un tema en común que ayuda al desarrollo comercial, el cual genera beneficios tanto para la empresa como para el destino. Además, de llegar al mercado meta establecido se puede alcanzar público nacional o internacional dependiendo del impacto que ha producido, también existen marcas líderes a nivel mundial que introducen un nuevo servicio o producto por medio de estos eventos para asegurar un mayor alcance e impacto global.

1.1.2.5 Conferencias

Referente a las conferencias se tiene que:

“Reunión con fines de discusión, investigativos y de consulta. Comparada con un congreso, la conferencia es por lo general más reducida y de carácter más selecto” (Secretaría de Turismo de México, s.f.).



“Reunión de representantes de una agrupación o sector determinados, para tratar o debatir asuntos importantes de su competencia” (Marrero, 2016).

Se resume, que la conferencia se desarrolla con un grupo selecto de personas elegidos por el orador de la misma que intercambian puntos de vista, con el objetivo de obtener resultados más efectivos que permiten el concreto entendimiento del tema tratado. Hay que mencionar, que para estos eventos se requiere de una planificación previa debido a que el público asistente debe conocer sobre el tema a tratar para contribuir con la investigación del especialista.

1.1.2.6 Congreso

Los congresos se definen como:

Toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico en torno a un tema de interés. La iniciativa de realizar el congreso puede ser gremial o institucional, la convocatoria es abierta y la participación voluntaria (Secretaría de Turismo de México, s.f.).

Con respecto a los congresos se puede establecer que este evento se desarrolla con la finalidad de impartir nuevos conocimientos sobre un tema determinado, su duración aproximada es de tres a cuatro días y cuenta con ponentes, quienes expondrán investigaciones que dan realce al mismo. Cabe recalcar que dentro de esta categoría se pueden desarrollar seminarios, talleres, mesas redondas, entre otros; los mismos que se pueden realizar de manera local, nacional, internacional.

En conclusión, se puede observar en lo anteriormente descrito que, existen varios tipos de eventos, los cuales son interesantes y necesarios para la creación de un *Bureau* de Convención en la ciudad de Cuenca debido a que pueden dinamizar la economía de la ciudad y terminar con la estacionalidad del flujo turístico existente.

Entre estos eventos se destaca principalmente los congresos, ya que en la actualidad, diferentes instituciones de educación superior de Cuenca los desarrollan con el objetivo de incrementar el nivel académico e impulsar el turismo en la ciudad.

Cabe mencionar, que las reuniones corporativas, viajes de incentivos, convenciones, exhibiciones y conferencias son eventos que han pasado a formar parte de una nueva tendencia en el área turística, especialmente en países como Alemania, Estados Unidos, Francia, Reino Unido y España, debido a que el turismo MICE dinamiza el flujo de personas y aumenta la economía en las diferentes ciudades de estos países.



Cuenca posee gran potencial para realizar turismo MICE, la variedad de oferta permite que esta ciudad junto a Quito y Guayaquil pueda convertir al Ecuador en un destino MICE, es por ello que la definición y la comprensión de los conceptos expuestos anteriormente son importantes para la elaboración de la propuesta.

1.2 Conceptualización de *Bureau* de convenciones

Ahora se tratara la definición de *Bureau* de convenciones y los servicios que ofrece, análisis que servirá para la propuesta de creación de un *Bureau* de Convenciones en Cuenca, el mismo que ayudará a incrementar el turismo en la ciudad y dinamizar la economía local.

1.2.1 *Bureau* de Convenciones

El *Bureau* de Convenciones es el principal punto de contacto de las organizaciones empresariales que requieran efectuar diferentes tipos de eventos con un determinado destino, es así que se define como un “organismo que se dedica al marketing de un destino, se ocupa fundamentalmente de incrementar el número de eventos, conferencias y reuniones realizadas en el destino sea este una ciudad, región o país” (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, 2017).

De igual modo un *Bureau* de Convenciones se convierte en un facilitador quien entrega información general sobre el destino como establecimientos, proveedores, entre otros, así mismo se encarga de la negociación entre los organizadores de los eventos y las empresas de turismo MICE. Así mismo, un factor importante del *Bureau* de Convenciones es que, ayuda y orienta en procesos de licitaciones que necesiten las compañías en cada uno de los destinos. Por lo tanto, “El Bureau es una herramienta que tiene por objeto captar y promocionar el mercado de eventos para llevar a cabo los acontecimientos de las empresa en una ciudad o país” (Yépez, 2013, p. 63).

Los *Bureaux* de Convenciones pueden formarse ya sea por gobiernos municipales, regionales, nacionales o diferentes organismos, sean estos públicos o privados. Su financiamiento generalmente es en base a sus socios, además es importante conocer que esta entidad no realiza los eventos sino que ayuda en el asesoramiento, siendo su principal responsabilidad “comercializar y vender el destino que representa así como asegurar reuniones, congresos, exhibiciones y otros eventos empresariales en el destino” (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, 2017).



1.2.2 Servicios de un *Bureau* de Convenciones.

Para conocer los servicios del *Bureau* de Convenciones, se analizó el informe “Trabajando con el Buró de Convenciones” del año 2017, elaborado por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA). El cual detalla los principales servicios que se debe brindar:

1 Materiales promocionales: Este servicio es de libre acceso debido a que tanto planificadores como organizadores puedan hacer uso del mismo y de esta manera promocionar el destino para que pueda ser elegido, además cuenta con diversos medios de difusión entre los que se destacan: material audiovisual, flayers, entre otros.

2 Visitas de inspección: El *Bureau* de Convenciones realiza viajes de familiarización para los planificadores con la finalidad de conocer a los proveedores y presentar la oferta con la que cuenta el destino motivándolos para la elección en sus futuros eventos.

3 Páginas web: Es importante que el *Bureau* de Convenciones cuente con una página web oficial, donde se encuentre toda la información sobre este y el destino a ofertarse, la misma que debe ser de fácil acceso para el público y de uso libre. Además cuenta con noticias actualizadas sobre esta industria y una agenda sobre todos los eventos que se realizarán próximamente, otro rasgo importante es que se puede acceder a las publicaciones a través de enlaces directos que facilitan la búsqueda de los mismos.

4 Información y cotizaciones del proveedor: Un servicio importante dentro del *Bureau* de Convenciones es la elaboración de cotizaciones, esta asistencia se puede realizar de dos maneras: por medio de la página web y de manera personal en las oficinas. Este proceso busca la intermediación entre organizadores y planificadores quienes ayudan a obtener costos factibles mediante distintas propuestas y cotizaciones.

5 Asistencia con la postulación de congresos - licitaciones oficiales: Para facilitar la realización de un evento, es necesario obtener los permisos de funcionamiento como: autorizaciones de ocupación de establecimientos, operación, logotipos oficiales y anuncios, debido a ello el *Bureau* de Convenciones presta ayuda como mediador entre los organizadores y la administración pública. Además busca obtener auspicios de empresas de renombre que ayuden al financiamiento del mismo.



6 Visualización del destino: el *Bureau* de Convenciones se encarga de proyectar una buena imagen del destino y asegura el cumplimiento de las actividades descritas en el cronograma. De esta manera se confirma la asistencia a próximos eventos, permitiendo un crecimiento firme de esta industria.

7 Información del destino: El *Bureau* debe contar con la información actualizada sobre los servicios y productos que ofrece un destino como: hospedaje, transporte, alimentación, entre otros. Esta debe ser de fácil acceso para los organizadores y planificadores, ya que influye directamente en la toma de decisiones de los mismos.

8 Adicionales: Kits informativos y paquetes de bienvenida para los asistentes, tarjetas o pases libres para la ciudad, entre otros.

1.3 Análisis del *Bureau* de España

El *Bureau* de convenciones de España es uno de los más reconocidos debido al trabajo en conjunto que realizan las autoridades con cada una de las ciudades pertenecientes al mismo, es por ello que se considera importante analizar este país para conocer el manejo de esta organización y plantear una propuesta de creación de un *Bureau* de convenciones en la ciudad de Cuenca.

España es líder en el turismo MICE, debido a la variedad de destinos con los que cuentan y al elaborado plan de marketing que posicionan al país con una sola marca "Spain Convention Bureau" tanto a nivel nacional como internacional. Además está conformada por una diversidad de oferta como: auditorios, centros de convenciones, escuelas, museos, monasterios, bodegas, edificios históricos, entre otros, la misma que busca cubrir las necesidades de los organizadores y participantes.

Por otra parte, España cuenta con atractivos reconocidos a nivel mundial y una infraestructura que permite ejecutar cualquier tipo de evento sin restricción, además, es importante mencionar que la mayor parte de ciudades poseen una *Convention Bureau* que ayudan al organizador a encontrar el mejor establecimiento y cubrir sus expectativas.

Los establecimientos destinados para el turismo MICE en España, poseen una tecnología de alta gama que ayuda al desarrollo del evento para un mejor entendimiento del público. Además cuenta con una infraestructura especializada para el acceso de personas con capacidades especiales.



Por último, España ha conseguido convertirse en un destino MICE gracias a las agencias especializadas en este tipo de turismo que se encargan de la planeación y organización de los eventos.

Se concluye que, España es un país líder en cuanto al turismo, por lo que es indescriptible el desarrollo en diferentes campos, siendo uno de ellos el turismo MICE la variedad de establecimientos para la organización de eventos que en conjunto con la infraestructura y atractivos generan una experiencia positiva tanto para el organizador como para el participante, superando las expectativas de quienes llegan a este lugar.

1.4 Evolución del Turismo MICE en el Ecuador

Para conocer sobre turismo MICE y la evolución en el Ecuador es importante analizar los estudios: Una historia moderna de la Asociación Internacional de Reuniones – actualizada 1963-2017, el Reporte Estadístico de la ICCA de los años 2015, 2016 y 2017 y la Consultoría para la elaboración del “Plan estratégico de desarrollo y promoción del turismo de congresos y convenciones de las ciudades sedes de Guayaquil, Cuenca, y Manta” del 2013 realizado por el Ministerio de Turismo. Estos documentos ayudaran a conocer el posicionamiento de este tipo de turismo a nivel mundial, continental (América) y nacional, además de brindar información verídica para el desarrollo de este trabajo de intervención.

En los últimos años el turismo ha llegado a tener una relevancia muy importante en el desarrollo económico y social de un país, esta actividad ha sido vinculada principalmente con el descanso y la recreación, sin embargo esta actividad ha desarrollado otras motivaciones que han dado paso a la diversificación de esta rama, una de ellas son los viajes de negocio y conocimiento que se han englobado en el turismo MICE.

Con respecto al turismo MICE, se han creado diversas entidades que ayudan a la Organización Mundial de Turismo (OMT), a desarrollar estudios para registrar el impacto que produce en diferentes países en los que se realiza, estas instituciones son: la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), Meetings Professional International (MPI), REED Travel Exhibitions, estas han desarrollado parámetros que ayudan a obtener información científica sobre este tipo de turismo.

A continuación se plantea la información a través de una comparación entre Ecuador y el resto de países que realizan el turismo MICE a nivel mundial, continental (América) y nacional.

1.4.1 Turismo MICE a nivel mundial

Gracias al estudio, una historia moderna, realizado por la Asociación Internacional de Reuniones – actualizada (1963-2017), se obtiene que en Europa se ha realizado el 50% de reuniones en estos últimos años; seguido se encuentra Asia con el 18,5%; América del Norte 11,7%; América Latina 9,6%, Oceanía/África 2,6% y el Medio Oriente 1.1%. Con respecto a lo mencionado se puede estipular que a nivel mundial se identifica a Europa como destino preferido para realizar este tipo de eventos.

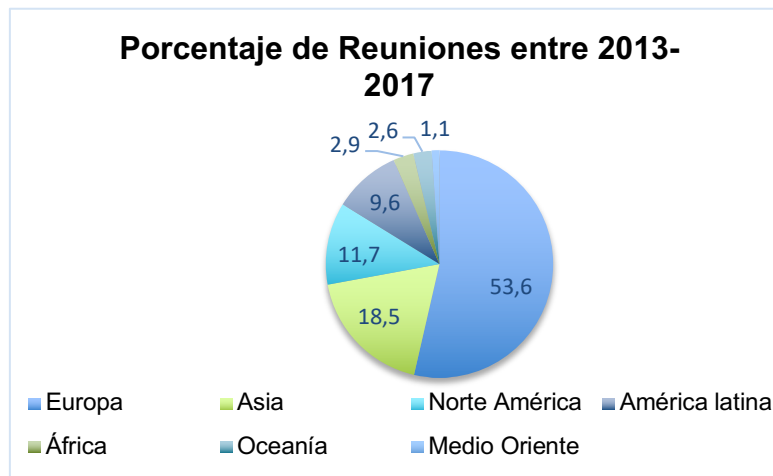


Figura 1 Porcentaje de reuniones por continente 2013-2017

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA

La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), cada año realiza un ranking en el que cual se puede observar el desarrollo que ha tenido cada país en materia de congresos y eventos este se elabora gracias a los datos aportados por cada socio de esta organización, debido a esto se analizara la investigación de los años 2015, 2016, 2017 y 2018, donde se obtuvo que a nivel mundial Europa lidera la lista con seis países; Alemania, Francia, España, Holanda, Italia y Reino Unido, en las primeras posiciones, seguido de Asia y Norte América con dos naciones, Japón, China, Estados Unidos y Canadá (véase en la tabla 1, 2, 3 y 4).

Se debe agregar también que Ecuador se encuentra dentro de este ranking, sin embargo su posición es variada como se puede observar en las tablas 1, 2, 3 y 4, donde su transición es negativa, debido a que el país no cuenta con buenas estadísticas internas acerca del turismo MICE, por lo que no se tiene una perspectiva real sobre el desarrollo de este turismo.

Tabla 1 Rankin mundial: número de reuniones por país 2015

Ranking	País	Número de Reuniones
1	U.S.A	925
2	Alemania	667
3	Reino Unido	582
4	España	572
5	Francia	522
6	Italia	504
7	Japón	355
8	China	333
9	Holanda	333
10	Canadá	308
52	Ecuador	44

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA.

Tabla 2 Rankin mundial: número de reuniones por país 2016

Ranking	País	Número de Reuniones
1	U.S.A	934
2	Alemania	689
3	Reino Unido	582
4	Francia	545
5	España	533
6	Italia	468
7	China	410
8	Japón	410
9	Holanda	368
10	Canadá	287
61	Ecuador	36

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA.

Tabla 3 Rankin mundial: número de reuniones por país 2017

Ranking	País	Número de Reuniones
1	U.S.A	941
2	Alemania	682
3	Reino Unido	592
4	España	564
5	Italia	515
6	Francia	506
7	Japón	414
8	China	376
9	Canadá	360
10	Holanda	307
56	Ecuador	39

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA.

Tabla 4 Rankin mundial: número de reuniones por país 2018

Ranking	País	Número de Reuniones
1	U.S.A	947
2	Alemania	642
3	España	595
4	Francia	579
5	Reino Unido	574
6	Italia	522
7	Japón	492
8	China	449
9	Holanda	355
10	Canadá	315
50	Ecuador	57

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA.

1.4.2 Turismo MICE a nivel del continente americano por país

En los años 2015, 2016, 2017 y 2018 las cinco primeras posiciones en el ranking de América fueron ocupadas por Estados Unidos, Canadá, Brasil, México y Argentina (véase tabla 5, 6, 7 y 8), países conocidos por liderar la economía en el continente, gracias a esto, mantienen una gran reputación a nivel mundial por lo que son considerados para realizar congreso y eventos, además es importante recalcar el trabajo conjunto que desarrolla cada gobierno con las empresas privadas dedicadas al turismo MICE que promocionan a su respectivo país como un solo destino.

Ecuador ocupa un lugar intermedio a comparación de otros países como Estados Unidos, Canadá y Brasil que se encuentran al inicio del ranking de los países de América, donde se ha desarrollado un mayor número de reuniones de turismo MICE, esto se debe a la falta de compromiso por parte de las entidades encargadas del turismo y la discontinuidad del personal delegado a estos proyectos debido a problemas políticos internos, que generan que el país no progrese en esta materia.

Tabla 5 Ranking de América: número de reuniones por país 2015

Rank	País	Número de Reuniones
1	U.S.A	925
2	Canadá	308
3	Brasil	292
4	México	184
5	Argentina	181
6	Colombia	138
7	Chile	118
8	Perú	105
9	Uruguay	56
10	Ecuador	44
11	República Dominicana	36
12	Panamá	35
13	Costa Rica	28
14	Guatemala	28
15	Paraguay	28
16	Puerto Rico	20
17	Bolivia	17
18	Cuba	16
19	El Salvador	11
20	Jamaica	6
21	Nicaragua	6
22	Bahamas	5
23	Honduras	5
24	Venezuela	5
25	Otros	30
	Total	2,627

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA.

Tabla 6 Ranking de América: número de reuniones por país 2016

Rank	País	Número de Reuniones
1	U.S.A	934
2	Canadá	287
3	Brasil	244
4	Argentina	188
5	México	182
6	Colombia	147
7	Chile	104
8	Perú	98
9	Uruguay	69
10	Panamá	45
11	Costa Rica	43
12	Ecuador	36
13	Paraguay	229
14	República Dominicana	25
15	Guatemala	25
16	Cuba	23
17	Puerto Rico	17
18	Bolivia	16
19	Honduras	7
20	Jamaica	7
21	Nicaragua	6
22	Otros	36
	Total	2,568

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA

Tabla 7 Ranking de América: número de reuniones por país 2017

Rank	País	Número de Reuniones
1	U.S.A	941
2	Canadá	360
3	Brasil	237
4	Argentina	199
5	México	198
6	Colombia	142
7	Chile	119
8	Perú	96
9	Uruguay	58
10	Panamá	42
11	Ecuador	39
12	Costa Rica	33
13	Cuba	31
14	Bolivia	28
15	República Dominicana	28
16	Paraguay	19
17	Guatemala	17
18	Puerto Rico	17
19	Honduras	12
20	El Salvador	10
21	Nicaragua	9
22	Bahamas	5
23	Otros	19
	Total	2,659

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA.

Tabla 8 Ranking de América: número de reuniones por país 2018

Rank	País	Número de Reuniones
1	U.S.A	947
2	Canadá	315
3	Brasil	233
4	Argentina	232
5	México	172
6	Colombia	147
7	Chile	109
8	Perú	87
9	Uruguay	59
10	Ecuador	57
11	Panamá	49
12	Costa Rica	45
13	República Dominicana	37
14	Bolivia	34
15	Paraguay	32
16	Guatemala	21
17	Cuba	17
18	Puerto Rico	12
19	El Salvador	10
20	Honduras	8
21	Jamaica	7
22	Otros	25
	Total	2,655

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA.

1.4.3 Turismo MICE a nivel del continente americano por ciudad

Las principales ciudades en América que realizan turismo MICE de acuerdo al ranking en el año 2015 fueron: Buenos Aires, Lima y Sao Paulo (véase tabla 9), a diferencia de los años 2016 y 2017 en los cuales lideraron Buenos Aires, Lima y Montreal (véase tablas 10 y 11). Estos lugares tienen éxito debido a que cuentan con una buena planificación en materia de turismo, además de tener una continuidad con los proyectos ya establecidos permitiendo su desarrollo.

Cabe mencionar, que Ecuador ha tratado de involucrarse dentro del turismo MICE, ciudades como Quito y Guayaquil ya son parte de este ranking, sin embargo no ocupan posiciones sobresalientes dentro del mismo, como se puede observar en el año 2015 estos lugares se encontraron en el número 20 y 83; en el 2016 en el 25 y

70, en el 2017 aparece únicamente Quito en el 23 y en el 2018 vuelve a aparecer Quito en la posición 27 y Guayaquil en el puesto 31 (véase tabla 8, 9, 10, 11 y 12), esto se debe a la falta de cooperación entre instituciones públicas encargadas del turismo lo que provoca poca seriedad para el desarrollo de nuevos proyectos en cuanto a este tema.

Tabla 9 Ranking de América: número de reuniones por ciudad 2015

Rank	Ciudades	Número de Reuniones
1	Buenos Aires	82
2	Lima	82
3	Sao Paulo	78
4	Vancouver	78
5	Montreal	76
6	Santiago de Chile	68
7	Rio de Janeiro	65
8	México	63
9	Washington	63
10	Toronto	60
20	Quito	30
83	Guayaquil	6

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA

Tabla 10 Ranking de América: número de reuniones por ciudad 2016

Rank	Ciudades	Número de Reuniones
1	Buenos Aires	103
2	Lima	76
3	Montreal	76
4	México	64
5	Santiago de Chile	64
6	Sao Paulo	63
7	Toronto	63
8	Nueva York	61
9	Washington	57
10	Boston	48
25	Quito	24
70	Guayaquil	7

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la ICCA

Tabla 11 Ranking de América: número de reuniones por ciudad 2017

Rank	Ciudades	Número de Reuniones
1	Buenos Aires	131
2	Montreal	96
3	Lima	74
4	Toronto	73
5	México	67
6	Santiago de Chile	66
7	Vancouver	61
8	Sao Paulo	55
9	Bogotá	52
10	Washington	51
23	Quito	25

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ICCA

Tabla 12 Ranking de América: número de reuniones por ciudad 2018

Rank	Ciudades	Número de Reuniones
1	Buenos Aires	133
2	Montreal	87
3	Toronto	75
4	Lima	67
5	Vancouver	62
6	Sao Paulo	60
7	Santiago de Chile	59
8	Ciudad de México	53
9	Chicago	51
10	Nueva York	49
27	Quito	21
31	Guayaquil	20

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la ICCA

1.4.4 Turismo MICE a nivel nacional

Para analizar el turismo MICE en Ecuador se consideró la consultoría para la elaboración del “Plan estratégico de desarrollo y promoción del turismo de congresos y convenciones de las ciudades sedes de Guayaquil, Cuenca, y Manta”, realizado por el Ministerio de Turismo, este documento se utiliza para entender las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del país para el posicionamiento de este nuevo tipo de turismo.



El turismo MICE en el Ecuador ha ido creciendo progresivamente, nuestro país cuenta con grandes ventajas para el desarrollo de este tipo de turismo las mismas que son: accesibilidad aérea, infraestructura, bajos costos, fácil visado para extranjeros y el corto tiempo que hay de un lugar a otro que permite la visita de las cuatro regiones que posee. El Ministerio de Turismo ha aprovechado de estas características para crear el Plan estratégico de desarrollo y promoción del turismo de congresos y convenciones de las ciudades sedes de Guayaquil, Cuenca, y Manta siendo su principal objetivo “mejorar la calidad de la oferta, incrementar el número de turistas y visitantes, los días de estadía y el gasto promedio” (MINTUR, 2013),

Este plan se consideró realizar en cuatro lugares del Ecuador: Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta. Las ciudades de Quito y Guayaquil aprovecharon de los atractivos, la planta turística y la infraestructura para la creación de *Bureaux* de convenciones lo que permite posicionar a estas dos ciudades en el mapa del turismo MICE. No obstante, Cuenca y Manta no se concretarían en dicha planeación, debido a los problemas políticos y económicos internos, especialmente en Cuenca donde existe una disputa por el manejo de este proyecto lo que dificulta el desarrollo del país en cuanto al turismo MICE.

Cabe recalcar, que Cuenca cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos, que ayudan a fomentar el desarrollo de eventos como: congreso, ferias y convenciones, la Mgst. Cinthya Cornejo, ex-coordinadora del departamento de eventos de la Fundación Turismo para Cuenca, indicó que:

“Cuenca es estratégica para la creación de un *Bureau* de convenciones debido a la infraestructura con la que cuenta la ciudad, el manejo interno, facilidad de movilidad de un punto a otro, el buen servicio de transporte y todavía la ciudad cuenta con bajos precios en el servicio de taxis” (Cornejo, 2019).

Sin embargo la ciudad no ha sabido comercializarlos de una forma correcta, impidiendo su competencia y su reconocimiento como destino MICE. Es por ello, que se propone la creación de un *Bureau* de Convenciones para crear un nuevo segmento de mercado permitiendo el quiebre de la estacionalidad turística, además de convertir al turismo MICE en una actividad altamente rentable que genere gastos elevados, fuentes de empleo y dinamización la economía, esto con el fin de aprovechar y potencializar los recursos turísticos disponibles en Cuenca.



CAPÍTULO 2

Oferta y demanda del
turismo MICE para la
creación del *Bureau* de
Convenciones en la ciudad
de Cuenca

Capítulo 2: Oferta y demanda del turismo MICE para la creación del *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca

Con el fin de determinar la propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca, se debe conocer la oferta y demanda de turismo MICE existente en la ciudad, dicha información será recolectada a través de fichas técnicas con el fin de determinar la oferta existente y el método de entrevistas semi estructuradas para conocer la demanda MICE en la ciudad.

2.1 Análisis de la oferta para el turismo MICE en la ciudad de Cuenca

A nivel mundial la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), en el estudio: Una historia moderna de la Asociación Internacional de Reuniones – actualizada 1963-2017, ha realizado una categorización de los establecimientos que más se ocupan al momento de realizar eventos, dicha clasificación servirá como guía en la elaboración de un catastro de establecimientos MICE para la ciudad de Cuenca.

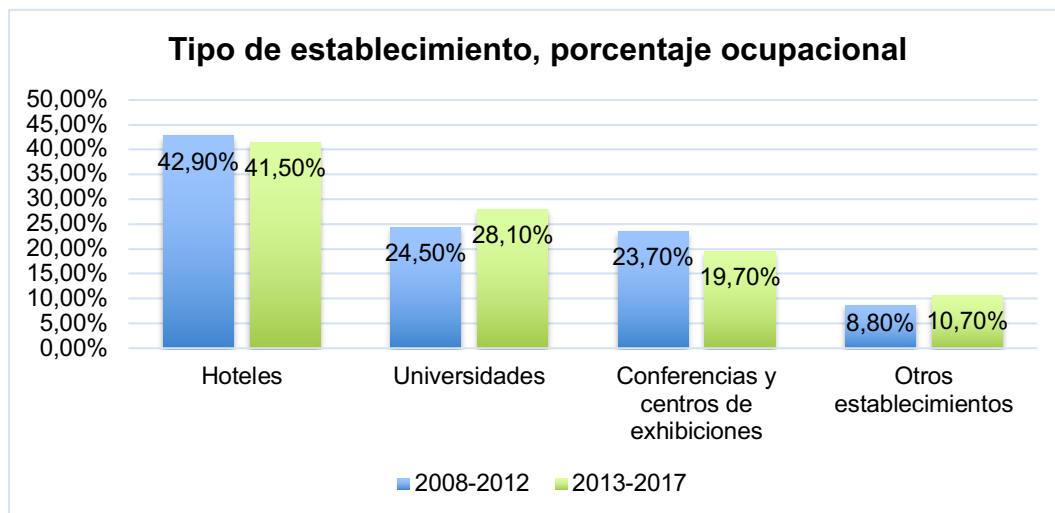


Figura 2 Tipo de establecimiento, porcentaje ocupacional
Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la ICCA

La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) ha diferenciado cuatro diferentes grupos, como se observa en la figura 2, en la cual el primer establecimiento son los hoteles que cuentan con facilidades para realizar reuniones en ellos con un 41,50%, el segundo con el 28,10% son las universidades, en tercer lugar están los centros de conferencias y exhibiciones con el 19,70% y por último con el 10,70% agrupa en otros centros a los teatros, auditorios, castillos, botes, entre otros, recolectando estos porcentajes entre el 2013 al 2017.



Con la finalidad de crear un catastro de oferta MICE que ayude a impulsar el turismo de reuniones en Cuenca, se ha realizado una clasificación en base a la ICCA, sin embargo se ha modificado esta clasificación para que se adapte al entorno de la ciudad, llegando a obtener seis tipos de establecimientos:

- Hoteles
- Hosterías
- Centros de eventos
- Universidades
- Teatros
- Otros

Para la selección de los establecimientos que pertenecen a la oferta de turismo MICE se tomó como referencia las empresas que constan en el folleto “Cuenca Ecuador, destino de convenciones, incentivos y eventos” realizado por la Fundación Municipal Turismo Cuenca en el año 2017 y entidades que realizan eventos corporativos.

2.1.1 Método de recolección de datos

Para analizar la oferta de turismo MICE en la ciudad de Cuenca, se elaboró una ficha técnica a partir de la investigación documental realizada con anterioridad, la misma que fue validada por diez profesores de la carrera de Turismo de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, la cual posteriormente fue aplicada a los establecimientos que realizan eventos como una de sus principales actividades.

Con respecto a la ficha técnica para el catastro de establecimientos MICE para el desarrollo de una propuesta de creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca, se divide en dos partes; la primera, cuenta con preguntas básicas que permite conocer la información general de la empresa y la segunda parte específica los servicios y facilidades con los que cuentan las diferentes entidades.

2.2 Elaboración de un catastro turístico de establecimientos para la oferta MICE en la ciudad de Cuenca

2.2.1 Levantamiento de la información

Durante los meses de julio y agosto del 2019 se realizaron visitas de campo a los diferentes establecimientos para aplicar la ficha técnica para el catastro de establecimientos MICE para la propuesta de creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca, misma que se propuso realizar a treinta y cinco establecimientos que afirman realizar eventos corporativos dentro de la ciudad.









A pesar de que al comienzo se contaba con tener a treinta y cinco empresas dentro del catastro, al terminar las visitas de campo veinte y siete fueron catastradas exitosamente, esto debido a que entidades públicas como el Museo de Arte Moderno, el Teatro Sucre, el Museo de la ciudad y el Teatro Casa de la Cultura se rentan con fines meramente culturales estos sean públicos o pagados, en cambio el Salón de la Ciudad es rentado para eventos públicos o precedidos por el alcalde.

De la misma forma algunos establecimientos privados no prestaron su colaboración con la información para la elaboración del catastro, aunque se explicó que la información iba a ser manejada en el ámbito académico, debido a malos entendido en el pasado con la empresa pública que se dedica al turismo en Cuenca.

2.2.2 Catastro turístico de establecimientos para la oferta de turismo MICE

Tabla 13 Catastro de establecimientos para turismo MICE

ID	TIPO	NOMBRE	DESCRIPCION
01	Hotel		<p>Hotel Oro Verde cuenta con cuatro salones con una capacidad total para 1200 personas, en el cual se puede desarrollar reuniones de negocios, convenciones, seminarios, incentivos.</p> <p>Acceso a personas con discapacidad.</p> <p>Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, menaje, decoración, WiFi, equipos de audio, personal de servicio, parqueadero para 160 vehículos.</p> <p>Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada.</p> <p>Teléfono: +593 7 409 0000</p> <p>Dirección: Av. Ordoñez Lasso</p>

02	Hotel		<p>Email: eventos_cue@oroverdehotels.com    Oro Verde Cuenca https://www.oroverdecuenca.com/es/</p> <p>Selina tiene con un salón con una capacidad total para 10 personas, perfecto para realizar reuniones de negocios e incentivos. Acceso a personas con discapacidad.</p> <p>Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, WiFi, equipos de audio.</p> <p>Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada.</p> <p>Teléfono: +593 7 284 7998</p> <p>Dirección: Calle Larga 7-93 y Luis Cordero   Selina Cuenca</p>
03	Hotel		<p>https://www.selina.com/es/ecuador/cuenca</p> <p>Four Points By Sheraton cuenta con tres salas con capacidad total para 100 personas, en las cuales se puede realizar congresos, convenciones, ferias, conferencias, incentivos. Acceso a personas con discapacidad.</p> <p>Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, decoración, WiFi, dispositivos electrónicos, traducción simultánea, equipos de audio, personal de servicio, transporte y parqueadero.</p> <p>Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada, punto de salud.</p> <p>Teléfono: +593 99 279 3001</p> <p>Dirección: Av. Circunvalación Sur y Av. Felipe II</p> <p>Email: eventos@fourpointscuenca.com   FourPointsBySheraton www.marriot.com /</p>
04	Hotel		<p>www.ghlhoteleslatinoamerica.com</p> <p>Valgus Hotel posee con tres salones, con una capacidad total de 210 personas, perfecto para desarrollar conferencias, congresos, incentivos y reuniones de negocios. Acceso a personas con discapacidad.</p> <p>Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, menaje, dispositivos electrónicos, WiFi, equipos de audio, iluminación, parqueadero con capacidad hasta 35 automóviles.</p> <p>Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada.</p>

05	Hotel		<p>Teléfono: +593 7 281 8651 Dirección: Av. Solano 4-31 y Florencia Astudillo Email: reservas@hotelvalgus.com  valgus hotel & suites http://hotelvalgus.com/newsite/es/hotel/inicio/ Zahir cuenta con tres salones, con capacidad total para 100 personas, con una excelente infraestructura, ideal para conferencias, exhibiciones, inventivos. Acceso a personas con discapacidad. Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, dispositivos electrónicos, WiFi, equipos de audio, iluminación, transporte, parqueadero. Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada. Teléfono: +593 7 410 5000 Dirección: Av. Del Estadio y Florencia Astudillo Email: info@trypcuencazahir.com  tryp cuenca zahir www.trypwyndhamcuenca.com</p>
06	Hotel		<p>El Dorado cuenta con tres salones, con capacidad total de 250 personas, con una buena infraestructura, ideal para congresos, convenciones, conferencias. Acceso a personas con discapacidad. Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, menaje, dispositivos electrónicos, WiFi, equipos de audio, iluminación, parqueadero. Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada. Teléfono: +593 7 283 1390 Dirección: Gran Colombia 7-87 Email: eventos@eldoradohotel.com.ec  el dorado hotel www.eldoradohotel.com.ec</p>
07	Hostería		<p>Dos Chorreras tiene dos salones, con capacidad total de 330 personas, ideal para conferencias, congresos. Acceso a personas con discapacidad. Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, decoración, WiFi, dispositivos electrónicos, equipos de audio y parqueadero.</p>

08 Hostería



Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada, punto de salud.

Teléfono: +593 7 404 1824

Dirección: Km 21 vía al Cajas

Email: info@hosterioschorreras.com

   hostería dos chorreras

www.hosterioschorreras.com

Hostería Durán cuenta con cuatro salas, con capacidad máxima para 300 personas, ideal para realizar eventos como: congresos, convenciones, conferencias, exhibiciones.

Cuenta con facilidad de accesibilidad para personas con movilidad, visibilidad y audición reducida.

Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, menaje, dispositivos electrónicos, WiFi, equipos de audio, iluminación, transporte, parqueadero.

Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores y seguridad privada.

Teléfono: +593 7 289 2485

Dirección: Av. Ricardo Durán

Email: reservaciones@hosteriaduran.com

   hostería duran

<https://www.hosteriaduran.com/en/home/>

09 Hostería



Hostería Caballo Campana posee 4 salones: Barabon, Establo, Eucaliptos y Piaffe, diseñado para más de 10000 personas.

Cuenta con 28 hectáreas de bosques y jardines. Perfecta para realizar múltiples tipos de eventos como congresos, convenciones, ferias, conferencias, exhibiciones, incentivos, eventos sociales, eventos musicales y deportivos.

Cuenta con accesibilidad para personas con movilidad reducida y personas con discapacidad intelectual.

Servicios: cuenta con alojamiento alimentos y bebidas, menaje, equipos de audio y video, iluminación, personal de servicio, WIFI, además jardines de uso múltiple, Juegos infantiles, Canchas deportivas, Traslados aeropuerto – hostería– aeropuerto, Club hípico, cabalgatas, caminatas, restaurante, cuenta con estacionamiento para alrededor de 700 vehículos.

10

Centro de
Eventos

Seguridad: cuenta con señalética actualizada, alarmas, personal capacitado, áreas de reunión en caso de emergencias, seguridad privada, salidas de emergencia, área de fumadores, protocolos de evacuación.

Teléfono: (07) 412-8767

Dirección: Vía Misicata Baños Km 4 Cuenca

Email: info@caballocampana.com

Hostería Caballo Campana.

www.caballocampana.com

Baguanchi Centro de Convenciones cuenta con 5 salones, con una capacidad total de 900 personas.

Cuentan con una excelente infraestructura en donde se pueden realizar eventos como: congresos, convenciones, conferencias, eventos sociales, entre otros.

Acceso a personas con movilidad reducida.

Servicios: alojamiento con un total de 250 camas, alimentos y bebidas, menaje, ambientación y música, dispositivos electrónicos, WiFi, equipos de audio, iluminación, parqueadero.

Seguridad: señalética, zona de fumadores y seguridad privada.

Teléfono: 2 350452

Dirección: Vía a Paccha km 9 1/2

Email: davide_2576@hotmail.com

Baguanchi, Hostería y Centro de Convenciones.

www.baguanchi.com

11

Centro de
Eventos

Mansión Vizcaya centro de eventos cuenta con capacidad total para 800 personas tiene ocho diferentes salones, con una excelente infraestructura, en los que se puede realizar eventos como: congresos, convenciones, ferias, exhibiciones.

Acceso a personas con discapacidad.

Servicios: alimentos y bebidas, menaje, dispositivos electrónicos, WiFi, equipos de audio, iluminación, parqueadero.

Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores y seguridad privada.

Teléfono: +593 7 281 9897

12	Centro de Eventos		<p>Dirección: Circunvalación Sur y redondel de subida a Turi</p> <p>Email: eventos@eldoradohotel.com.ec.</p> <p>  </p> <p>www.eldoradohotel.com.ec/Eventos-Convenciones/Mansi%C3%B3n-Vizcaya</p> <p>Mall del Río Centro de eventos posee una capacidad total de 5000 personas, cuenta con once salones con buena infraestructura, en los cuales se pueden realizar congresos, convenciones, ferias, conferencias, exhibiciones. Acceso a personas con discapacidad.</p> <p>Servicios: alimentos y bebidas, ambientación y música, menaje, dispositivos electrónicos, WiFi, equipos de audio, iluminación y amplio parqueadero.</p> <p>Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores y seguridad privada.</p> <p>Teléfono: +593 7 288 1477</p> <p>Dirección: Av. Felipe Segundo s/n y Autopista</p> <p>Email: ccmalldelrio1@gmail.com</p> <p>  centro de convenciones mall del rio</p> <p>www.convencionesdelrio.com</p>
13	Centro de Eventos		<p>Jardines de San Joaquín cuenta con dos salones, la capacidad máxima es de 800 personas, ideal para realizar congresos, convenciones, exhibiciones.</p> <p>Acceso a personas con discapacidad.</p> <p>Servicios: alimentos y bebidas, menaje, WiFi, dispositivos electrónicos, equipos de audio, personal de servicio, parqueadero.</p> <p>Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada.</p> <p>Teléfono: +593 7 285 3154</p> <p>Dirección: Isaura Rodríguez 2-53</p> <p>Email: ventas@jardinesdesanjaquin.com</p> <p>   jardines de san Joaquín</p> <p>www.jardinesdesanjaquin.com</p>
14	Centro de Eventos		<p>Lago Molino centro de eventos cuenta con capacidad para 250 personas con excelente infraestructura, perfecto para realizar ferias, exhibiciones.</p>

15

Centro de
Eventos

Servicios: alimentos y bebidas, ambientación y música, menaje, dispositivos electrónicos, equipos de audio, iluminación, parqueadero.



Seguridad: cuenta con señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores y seguridad privada.

Acceso a personas con discapacidad.

Teléfono: +593 7 288 7498

Dirección: Tarqui km 9 Panamericana Sur

Email: gonzalesfoodco.brand@gmail.com

  lago molino

Quinta Lucrecia tiene una excelente infraestructura para realizar varios tipos de eventos como convenciones, ferias, exhibiciones, incentivos sociales, empresariales, de entretenimiento y actuaciones.

Cuenta con accesibilidad adecuada para personas con movilidad reducida.

Servicios: alimentos y bebidas, menaje, audio y video, iluminación, catering, servicio de internet, servicio de fiestas y entretenimiento, planificador de eventos, estacionamiento (aparcacoches).

Seguridad: cuenta con seguridad privada, salidas de emergencia, alarmas, planes de contingencia, áreas de salud, zonas de fumadores, personal capacitado para situaciones de emergencia.

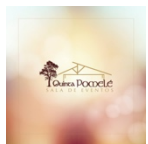
Teléfono: (07) 281-9980 - 07-4091222

Dirección: Av. 1ro de Mayo 5-39 y 12 de Octubre.

Email: info@quintalucrecia.com

   quinta Lucrecia

16

Centro de
Eventos

Quinta Pomelé cuenta con una excelente infraestructura dividida en 3 salas, con una capacidad total para 500 personas. Se pueden realizar eventos como: congresos, convenciones, conferencias, exhibiciones, incentivos, eventos sociales, entre otros.

Cuenta con accesibilidad para personas con movilidad, visibilidad y audición reducida. Tiene personal capacitado para ayudar a personas con discapacidad intelectual.

Servicios: alimentos y bebidas, ambientación y música, menaje, WiFi, dispositivos electrónicos, equipos de audio, iluminación, personal de servicio, referencias para tradición simultánea y parqueadero.

-
- Seguridad:** señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada y punto de salud.
Teléfono: 4075494
Dirección: Sector Challuabamba, autopista Cuenca – Azogues.
Email: quintapomele@hotmail.com
  Quinta Pomelé
www.quintapomele.com
- 17 Centro de Eventos  Rancho Grande Salón de Eventos tiene 3 salas: Principal, Rústica y Jardines. Capacidad total de 1000 personas.
Se puede realizar eventos como: congresos, convenciones, conferencias y eventos sociales.
Servicios: ambientación y música, menaje, decoración, dispositivos electrónicos, WiFi, iluminación, personal de servicio y parqueadero.
Seguridad: señalética, alarmas contra incendios, protocolos de desastres, zona de fumadores y punto de salud.
Teléfono: 0999663026 – 07 4075116
Dirección: Ricaurte, sector el Quinche
Email: chmontero@hotmail.com
  Rancho Grande Salón de Eventos
- 18 Centro de Eventos  Hacienda San Diego posee con una excelente infraestructura dividida en tres salas con capacidad total de 550 personas, esto puede variar dependiendo el tipo de evento. En este lugar se pueden realizar eventos como: congresos, convenciones, ferias, conferencias, exhibiciones y eventos sociales.
Cuenta con accesibilidad para personas con movilidad reducida y para personas con discapacidad intelectual.
Servicios: alimentos y bebidas, ambientación y música, menaje, decoración, dispositivos electrónicos, WiFi, equipos de audio, iluminación, personal de servicio y parqueadero.
Seguridad: señalética, alarmas contra incendios, zona de fumadores y seguridad privada.
Teléfono: 0999663026 – 07 4075116
Dirección: Julia Bernal s/n, vía Molinopamba, Ricaurte.
-

Email: info@haciendasandiego.com

  Hacienda San Diego.

www.haciendasandiego.com

19 Universidad



Universidad de Cuenca Aula Magna Mario Vintimilla Ordoñez, este espacio cuenta con una buena infraestructura y una capacidad para 200 personas, en la misma se puede realizar eventos como congresos, conferencias y otros eventos académicos.

Acceso a personas con discapacidad.

Servicios: cuenta con WiFi, equipos de audio, iluminación y parqueadero.

Seguridad: cuenta con señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores y seguridad privada.

Teléfono: +593 7 405 1000

Dirección: Av. 12 de Abril y Agustín Cueva

Email: secretaria.rector@ucuenca.edu.ec

   udecuenca

www.ucuenca.edu.ec

20 Universidad



Auditorio Central Universidad del Azuay cuenta con capacidad para 450 personas, con buena infraestructura donde se pueden desarrollar eventos como congresos, conferencias, workshops y otros eventos académicos.

Acceso a personas con discapacidad.

Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, decoración, WiFi, dispositivos electrónicos, traducción simultánea, equipos de audio, personal de servicio, transporte y parqueadero.

Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada, punto de salud.

Teléfono: +593 7 409 1000 Ext 151

Dirección: Av. 24 de Mayo 7-77 y Hernán Malo

Email: rector@uazuay.edu.ec

   uada

<https://www.uazuay.edu.ec/>

21 Universidad



Auditorio Poliforo Universidad Católica de Cuenca tiene una capacidad para 450 personas, con una infraestructura buena, ideal para realizar conferencias, foros, seminarios, congresos.

Acceso a personas con discapacidad.

Servicios: WiFi, dispositivos electrónicos, equipos de audio, parqueadero.

22 Universidad



Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada.

Teléfono: 593 7 283 0751

Dirección: Av. de las Américas y Humboldt

Email: info@ucacue.edu.ec

 ucatocue

<https://www.ucacue.edu.ec/>

Auditorio Monseñor Leónidas Proaño Universidad Politécnica Salesiana cuenta con capacidad para 190, perfecto para realizar eventos como congresos, conferencias.

Acceso a personas con discapacidad.

Servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, decoración, WiFi, dispositivos electrónicos, traducción simultánea, equipos de audio, personal de servicio, transporte y parqueadero.

Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada, punto de salud.

Teléfono: +593 7 413 5250

Dirección: Calle Vieja 12-30 y Elia Liut

Email: svicerrectorcue@ups.edu.ec

 Universidad Politécnica Salesiana

Ecuador Página Oficial

<https://www.ups.edu.ec/sede-cuenca>

El Carlos Cueva Tamariz posee una buena infraestructura con capacidad para 801 personas, ideal para realizar congreso, convenciones, conferencias.

Acceso a personas con discapacidad.

Servicios: WiFi, dispositivos electrónicos, equipos de audio, personal de servicio.

Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada.

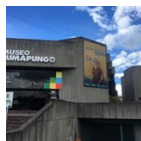
Teléfono: +593 7 405 1000 Ext 1258

Dirección: Av. 12 de Abril y Agustín Cueva

 udecuenca

www.ucuenca.edu.ec

24 Teatro



Museo y Parque Arqueológico Pumapungo cuenta con una buena infraestructura. El teatro cuenta con una capacidad para 700 personas y el museo pone a disposición 3 salas que abarcan un total de 100 personas.

25	Otros/ Estadio	 <p>FEDERACION DEPORTIVA DEL AZUAY</p>	<p>En este establecimiento se pueden realizar eventos como: congresos, convenciones, ferias, conferencias, exhibiciones, incentivos. Cuenta con una adecuada accesibilidad y personal capacitado para personas con movilidad, audición y visibilidad reducida, así como también para personas con discapacidad intelectual.</p> <p>Servicios: iluminación, baterías sanitarias y parqueadero.</p> <p>Seguridad: señalética, alarmas contra incendios, protocolo de desastres y seguridad privada.</p> <p>Teléfono: 2 831521 – 2 823461</p> <p>Dirección: Calle Larga y Avenida Huayna Cápac.</p> <p>Email:</p>
26	Otros/ Coliseo	 <p>FEDERACION DEPORTIVA DEL AZUAY</p>	<p>tlandivar.mpumapungo@culturaypatrimonio.ob.ec</p> <p>Estadio Alejandro Serrano Aguilar tiene capacidad para 20 000 espectadores, ideal para ferias, exhibiciones y eventos deportivos. Acceso a personas con discapacidad.</p> <p>Servicios: alimentos y bebidas, dispositivos electrónicos, equipos de audio, parqueadero.</p> <p>Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres, zona de fumadores, seguridad privada, punto de salud.</p> <p>Teléfono: +593 7 281 0644</p> <p>Dirección: Av. Del Estadio</p> <p>Email: info@fedezauay.com</p> <p>   federación deportiva del Azuay</p> <p>www.fedenador.org.ec/filiales/azuay/</p> <p>Coliseo Mayor Jefferson Pérez posee capacidad para 6000 personas, ideal para realizar exhibiciones, ferias. Acceso a personas con discapacidad.</p> <p>Servicios: alimentos y bebidas, WiFi, dispositivos electrónicos, equipos de audio, personal de servicio, transporte y parqueadero.</p> <p>Seguridad: señalética, protocolo de desastres, seguridad privada, punto de salud.</p> <p>Teléfono: +593 7 281 0644</p> <p>Dirección: Av. 12 de Abril y Av. Unidad Nacional</p> <p>Email: info@fedezauay.com</p> <p>   federación deportiva del Azuay</p> <p>www.fedenador.org.ec/filiales/azuay/</p>

27	Otros/ Monasterio de las Conceptas		Las Conceptas cuenta con un auditorio para 80 personas con buena infraestructura, ideal para conferencias. Acceso a personas con discapacidad. Servicios: WiFi, dispositivos electrónicos, traducción simultánea, equipos de audio. Seguridad: señalética, alarma contra incendios, protocolo de desastres. Teléfono: +593 7 283 0625 Dirección: Hermano Miguel y Juan Jaramillo museo de las conceptas www.museodelasconceptas.com
----	---	--	---

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante la aplicación de una ficha técnica

2.3 Análisis de la demanda turística MICE en la ciudad de Cuenca

A nivel mundial la demanda de turismo MICE se ha incrementado en gran porcentaje en los últimos años, en el 2018 las reuniones internacionales a nivel mundial fueron 698, mientras que las reuniones nacionales fueron 289. En cuanto al gasto turístico a nivel mundial en el 2004 el 10% era por parte de la industria de reuniones, incrementándose al 24% para el año 2018, según datos estadísticos de la International Congress & Convention Association (ICCA).

Esta misma institución en el estudio: Una historia moderna de la Asociación Internacional de Reuniones – actualizada 1963-2017, como se puede observar en la tabla 11, recalca el crecimiento de la industria de reuniones desde el 2012 hasta el 2017, siendo Asia, Latinoamérica y Medio Oriente las regiones que han crecido estos últimos años, sin embargo Europa continúa realizando más del cincuenta por ciento de reuniones a nivel mundial.

Tabla 14 Reuniones por región

Continente	2008-2012	2013-2017
Europa	53.50%	52.60%
Asia	17.90%	18.50%
Norteamérica	12.60%	11.70%
Latinoamérica	9.50%	9.60%
África	3.10%	2.90%
Oceanía	2.60%	2.50%
Medio Oriente	0.90%	1.10%

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la ICCA

En cuanto a los principales campos que realizan reuniones cada año son: la medicina con el 16.6%, la tecnología 14.4%, las ciencias 13.5% y la educación 13.5%, datos del año 2017 visibles en la tabla número 11, dentro del estudio: Una historia moderna de la Asociación Internacional de Reuniones – actualizada 1963-2017, elaborado por la International Congress & Convention Association ICCA. Estos datos son importantes ya permiten visualizar el mercado al que como destino MICE debemos apuntar.

Tabla 15 Campos

Campos	2017
Ciencias Médicas	16.60%
Tecnología	14.40%
Ciencias	13.50%
Educación	6.40%
Industrial	6.30%
Ciencias Sociales	5.00%
Economía	4.20%
Marketing	4.20%
Cultura	3.30%
Transporte y comunicación	3.30%
Leyes	2.80%
Comercio	2.70%
Agricultura	2.60%
Ecología y Ambiente	2.20%
Deportes y Placer	1.90%
Otros	10.50%

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la ICCA

Dentro del marco nacional, Ecuador no cuenta con estadísticas que permitan conocer si la industria de las reuniones ha crecido en estos últimos años, no cuenta con un perfil de turista MICE, ni se conoce cuáles son los principales campos que realizan reuniones dentro del país, lo que dificulta concretar una buena estrategia que permita el crecimiento de esta industria.

2.3.1 Recolección de datos

Para conocer si existe demanda dentro del turismo MICE en la ciudad de Cuenca se realizaron veinte y cinco entrevistas en diferentes establecimientos que realizan reuniones corporativas como principal actividad.

Las entrevistas se realizaron directamente a las personas encargadas del área de eventos de cada establecimiento, la entrevista fue semi estructurada debido que

aparte de las preguntas escritas mientras se daba la entrevista se contestaron otras dudas que se creaban durante la misma.

Los resultados obtenidos en las entrevistas son alentadores para la propuesta de creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca, como se puede visualizar en la tabla a continuación:

Tabla 16 Resultados de entrevistas

Variable	Descripción
Eventos realizados al año	Se realizan alrededor de 300 reuniones corporativas.
Meses de mayor demanda	Junio, julio, noviembre, diciembre.
Duración de los eventos	1,5 días.
Público	Corporativo
Desarrollo de turismo MICE en Cuenca	Tiene potencial como destino MICE, pero se necesita más preparación por parte de los prestadores de servicios.
Percepción de la creación de un <i>Bureau</i> de convenciones	Una idea que permitirá la competencia limpia entre las empresas dedicadas a los eventos y ayudara a la ciudad a consolidare como destino MICE.
Disposición para pertenecer al mismo	El 90% de las empresas catastradas están dispuestos a pertenecer al <i>Bureau</i>

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante la aplicación de entrevistas

2.4 Identificación del mercado meta

El mercado meta es definido como el “conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir” (Kotler, Armstrong, 2013). Es un grupo de personas que poseen una necesidad o un deseo adquirir un servicio, los mismos que deben ser cubiertos por una empresa.



El objetivo de determinar un mercado meta es conocer si existen clientes que estén dispuesto a adquirir el producto que se oferta, en el caso del *Bureau* de Convenciones ofrece un servicio intangible, se ha determinado que si existe un mercado al cual dirigirse, entre los que se encuentran gremios, asociaciones, empresas que se dedican a eventos.

Los clientes que puede adquirir los servicios prestados por el *Bureau* de Convenciones son organizaciones o empresas establecidas dentro de la ciudad o de diferentes partes del mundo, siendo clientes muy exigentes debido a que viajan por motivo de negocios, están acostumbrados a una atención 5 estrellas.

El servicio que se presta dentro del *Bureau* de Convenciones es de intermediador entre la empresa que aspiran realizar un evento corporativo y las empresas dentro de la ciudad que pueden realizar este evento, además de promocionar a la ciudad como un destino para reuniones corporativas. Se cuenta con varios competidores a nivel nacional que son el *Bureau* de Quito y Guayaquil, por lo que Cuenca deberá desarrollar una buena estrategia para poder competir con las ciudades antes mencionadas y atraer la atención de potenciales clientes.

Este plan debe contar con una estrategia de precio, luego de consolidar el *Bureau* de Convenciones en la ciudad los afiliados deberán concretar la capacidad de sus establecimientos para diferentes tipos de eventos y manejar una tarifa mínima que ayude a todos los involucrados. La estrategia de venta se deberá enfocar principalmente en los clientes potenciales de la ciudad como gremios, asociaciones, fundaciones, empresas nacionales, a los que se debe vender la ciudad como destino MICE con viajes de incentivo, cocteles de presentación, entre otros, después de ganarse a los clientes que se encuentran dentro de la ciudad ampliar la cartera a clientes a nivel nacional.

Otro punto importante de un buen plan de mercado es la estrategia promocional, este debe empezar por la creación de una web y redes sociales propias del *Bureau*, debido a que es mucho más fácil llegar a más público de esta manera, también diseñar flayers y folletos que cuenten con información actualizada sobre la ciudad y sus lugares turísticos.

Cuenca cuenta con diversas asociaciones y gremios que permitirán en un futuro incrementar el número de reuniones anuales, para ello debe fidelizar a las mismas con diferentes tácticas que ayuden a traer a la ciudad diferentes eventos corporativos.



CAPÍTULO 3

Propuesta para la creación
de un *Bureau* de
Convenciones en la ciudad
de Cuenca



Capítulo 3: Propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca

El presente capítulo tiene como objetivo presentar la propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad, para lo cual se ha analizado con anterioridad la oferta y demanda de turismo MICE (capítulo 2) existente en Cuenca, con la finalidad de conocer si es viable la creación de este tipo de empresa.

3.1 Misión, Visión, Objetivos

3.1.1 Misión

Desarrollar a Cuenca como un destino de reuniones, articulando y capacitando a los actores (gobierno, empresa privada, academia y sociedad) con la finalidad de captar un número mayor de eventos diseñando propuestas para diferentes candidaturas que permitan colocar a la ciudad en el radar de la industria de reuniones.

3.1.2 Visión

Ser para el 2021 un *Bureau* de Convenciones reconocido a nivel nacional y de Sudamérica gracias a la responsabilidad empresarial, social y ambiental, y el compromiso con la satisfacción y seguridad de los visitantes contribuyendo así con el aumento del turismo de la ciudad.

3.1.3 Objetivos

3.1.3.1 Objetivo General

- Crear una empresa que ayude con el desarrollo del turismo MICE en la ciudad de Cuenca.

3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Efectuar alianzas entre los actores del medio que son: el gobierno, la empresa privada, la academia y la sociedad.



- Capacitar a los actores de este medio para la profesionalización del destino y para el desarrollo de diseños de candidaturas, propuestas y visitas de inspección.
- Visibilizar a Cuenca mediante la creación de un sitio web propio del *Bureau*, realizar marketing digital en las diversas redes sociales y la asistencia a diferentes ferias internacionales.
- Analizar eventos potenciales que puedan ser llevados a cabo en la ciudad.
- Realizar estadísticas del turismo MICE de la ciudad.
- Apoyar a los diferentes establecimientos que conforman el *Bureau* de Convenciones en diferentes postulaciones.

3.2 Marco legal

Para la creación de un *Bureau* de Convenciones, se debe tomar en cuenta el marco legal que rige sobre la creación de empresas turísticas y sobre el turismo de eventos en el país.

3.2.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador (2008), en el contenido expresado en el artículo 39 garantiza el desarrollo de la economía en sus diferentes ámbitos, con un gran apoyo en trabajos y emprendimientos de los jóvenes, permitiendo una mejor dinamización de la economía y el surgimiento de proyectos que innovan el mercado actual (p. 13).

Los objetivos expresados en los numerales 1 y 2 del artículo 304 de La Constitución de la República del Ecuador (2008), nos indican que al formar parte de la política comercial del país se debe alcanzar principios de desarrollo, fortalecimiento, dinamización a través de diferentes regularizaciones y promoción lo cual permitirá una mejor inserción del país en la economía mundial (p. 304).



3.2.2 Tratados y convenios internacionales

Con respecto a los tratados y convenios, se revisaron los instrumentos que constan en la página web oficial de la Asamblea Nacional entre los años 2009 al 2013 y en la biblioteca virtual del Ministerio de Turismo, obteniendo como resultado que el país no ha firmado ningún tratado o convenio en materia de turismo MICE.

3.2.3 Leyes ordinarias

3.2.3.1 Ley de Turismo

En el capítulo 2, artículo 5, literal e, se define como una actividad turística “La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones”.

En este mismo capítulo en el artículo 8 se estipula que para ejercer una actividad turística se requiere el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento las mismas que acreditaran la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

3.2.3.2 Ley de Defensa del Consumidor

Debido a que el *Bureau* de Convenciones es una empresa que presta un servicio a la sociedad se ve en la obligación de cumplir lo estipulado en la Ley de Defensa del Consumidor para salvaguardar los derechos de las personas que hacen uso de este servicio.

3.2.4 Ordenanza que regula el sistema cantonal de turismo de cuenca

De acuerdo a los objetivos planteados en los literales a, b, c, d, e y g del artículo 4 de la Ordenanza que Regula el Sistema Cantonal de Turismo de Cuenca publicada por el GAD Municipal Cuenca (2019), plantea que todo el sistema turístico del Cantón debe direccionarse al impulso, desarrollo, fomento y sobre todo a la contribución de un crecimiento económico social. Los emprendimientos tanto públicos como privados deberán fortalecer la marca de la ciudad como destino turístico nacional e internacional a través de la inversión y mejora continua de la calidad de servicios, así como salvaguardar y controlar el patrimonio turístico local (p. 4).

Así mismo la normativa contemplada en los artículos, 20, 22, 23 y 24 de la Ordenanza que Regula el Sistema Cantonal de Turismo de Cuenca (2019), como regla general establece que “toda actividad o prestación de un servicio turístico en



el cantón Cuenca, debe obtener el Registro de Turismo conferido por la Autoridad Nacional de Turismo y la Licencia Única Anual de funcionamiento” (GAD Municipal Cuenca, 2019, pp.9-10).

De la misma manera el GAD Municipal de Cuenca (2019), establece que las personas naturales o jurídicas pueden ser prestadores de servicios turísticos de acuerdo a la normativa de la autoridad nacional de turismo, misma que está en la competencia de regir la clasificación y categorización de los mismos. El gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca es el único que otorgará la Licencia Anual de Funcionamiento, así mismo se prohíbe la ejecución de servicios turísticos sin obtener la misma (pp. 09-10).

Por mandatos de los artículos 44, 45, 46 y 49 de la presente ordenanza el GAD Municipal de Cuenca (2019), decreta que, la licencia Única anual de Funcionamiento se otorga una vez y esta debe ser renovada cada año, la tasa de obtención y renovación de la misma será generada únicamente por la Autoridad Nacional de Turismo, que en este caso sería el Ministerio de Turismo Zonal 6. Como disposición final de acuerdo al artículo 60 de la ordenanza las personas naturales o jurídicas serán sancionadas de acuerdo a la normativa vigente si prestaran servicios turísticos sin obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento (pp. 16, 19).

3.2.5 Decretos y reglamentos

3.2.5.1 Reglamento general a la ley de turismo

En el artículo 43 literal e de este reglamento definen como una actividad de intermediación;

Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial.

Sobre el Registro Único de Turismo

Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.



3.2.5.2 Reglamento general de actividades turísticas

En el Título 4 que habla sobre la obligación de registro y de la obtención de licencia anual de funcionamiento, se detalla en los artículos 141 y 142 como los requisitos para obtener el registro y la licencia. En los artículos 146, 147, 148 y 149 se especifican los valores de pago del registro y la licencia.

3.2.6 Resoluciones y acuerdos

El Ministerio de turismo cuenta con resoluciones y acuerdos que le permiten un mejor control de las empresas turísticas, sin embargo estos instrumentos se refieren puntualmente a las que brindan servicio de alojamiento, restauración y agencias de viaje, control de horarios y expendio de bebidas alcohólicas; excluyendo a las empresas que se dedican totalmente a la industria de reuniones.

3.3 Análisis FODA

El análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) parte del entorno interno y externo de una empresa, en el cual las amenazas y oportunidades corresponden al entorno externo y las fortalezas y debilidades al entorno interno. Es importante para la empresa conocer este análisis ya que gracias a este se pueden plantear estrategias que ayuden a consolidarse en el mercado.

3.3.1 Cuadro FODA

	Positivo	Negativo
Factores Internos	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición de empresas a formar parte del <i>Bureau</i> • Demanda de turismo MICE • Interés por parte de autoridades para desarrollar turismo MICE • Corta distancia existente entre establecimientos y puntos turísticos • Bajo costo en el sistema de transporte público 	<ul style="list-style-type: none"> • Fallido intento de creación • No todos los establecimientos dedicados a los eventos quieren formar parte del <i>Bureau</i> • Competencia desleal existente • El personal no cuenta con capacitación sobre el tema • Falta de un plan de financiación
Factores Externos	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento por la UNESCO de Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad • Se cuenta con la oferta necesaria para desarrollar el turismo MICE • Tipo de moneda que utilizamos • Cuenca es una de las ciudades menos contaminadas del país 	<ul style="list-style-type: none"> • Situación socio-política del país • No existen leyes que ayuden al desarrollo del turismo MICE • Frecuencia aérea de la ciudad • Red vial que conecta con Guayaquil no siempre se encuentra en buen estado • Los <i>Bureaux</i> de Convenciones de Quito y Guayaquil como competencia

	Fortalezas
	Debilidades
	Oportunidades
	Amenazas

Figura 3 Cuadro FODA
Nota: Elaboración propia

3.3.1 FODA cruzado

	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> -Reconocimiento por la UNESCO de Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad -Se cuenta con la oferta necesaria para desarrollar el turismo MICE -Tipo de moneda que utilizamos -Cuenca es una de la ciudades menos contaminadas del país 	<ul style="list-style-type: none"> -Situación socio-política del país -No existen leyes que ayuden al desarrollo del turismo MICE -Frecuencia aérea de la ciudad -Red vial que conecta con Guayaquil no siempre se encuentra en buen estado -Los <i>Bureaux</i> de Convenciones de Quito y Guayaquil como competencia
Fortalezas		
<ul style="list-style-type: none"> -Disposición de empresas a formar parte del <i>Bureau</i> -Demanda de turismo MICE -Interés por parte de autoridades para desarrollar turismo MICE -Corta distancia existente entre establecimientos y puntos turísticos -Bajo costo en el sistema de transporte público 	<p>Por medio de la preparación del personal que laborará en el <i>Bureau</i> se podrá aprovechar las virtudes que se tiene para desarrollar el turismo MICE en la ciudad</p>	<p>Se debe mejorar a nivel país las política de turismo, en especial del turismo MICE, debido a que hasta el momento no cuenta con bases legales que ayuden al proceso de creación de empresas y categoricen a las mismas.</p>
Debilidades		
<ul style="list-style-type: none"> -Fallido intento de creación -No todos los establecimientos dedicados a los eventos quieren formar parte del <i>Bureau</i> -Competencia desleal existente -El personal no cuenta con capacitación sobre el tema -Falta de un plan de financiación 	<p>Realizar más reuniones con los involucrados en la creación del <i>Bureau</i> para llegar a un acuerdo unánime que ayude al desarrollo de sus empresas por separado y ayude al desarrollo económico de la ciudad.</p>	<p>Crear vínculos con el sector público para que ayuden a la mejora de la ciudad, en especial con el tema de frecuencias aéreas y mantenimiento de vías que permiten el ingreso de turistas a la ciudad.</p>

Figura 4 Cuadro FODA cruzado

Nota: Elaboración propia

3.4 Estatutos

Para crear una estructura sólida que desarrolle reglamentariamente la presente propuesta se debe constituir un conjunto de normas o leyes de constitución para su desarrollo, a los cuales se define como estatutos. El concepto de estatuto lo define como, “Un documento de constitución de una sociedad o asociación redactado por escrito y que contiene cierto número de cláusulas obligatorias que fijan los objetivos, así como las normas de funcionamiento de la sociedad o asociación” (Enciclopedia Jurídica, 2020).

Una vez entendido el concepto se realiza una breve investigación en donde se estudia el proyecto a cargo del Ministerio de Turismo en años anteriores en la ciudad de Cuenca que tenía como fin la creación de un *Bureau* de Convenciones para la ciudad. Se tomó también como referencias los estatutos del *Bureau* de Convenciones de Bogotá y Cundinamarca, así como el de Cartagena de Indias Convention and Visitors Bureau (CICAVB).

Mediante este estudio realizado, a continuación se presentan parámetros sobre los cuales los estatutos de la “Propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca” deberían estar sujetos.



1) Contar con un primer capítulo en donde se establezcan los aspectos generales de constitución del *Bureau* de Convenciones, tales como:

- Denominación.
- Denominación comercial.
- Domicilio.
- Objetivos.
- Duración de la empresa a constituirse.
- Parámetros y fines sobre los cuales se constituye la empresa.

2) Establecer un segundo capítulo en donde se definan los tipos de miembros, los cuales pueden ser:

- Afiliados, ya sean como personas naturales o jurídicas.
- Miembros Patrocinadores que contribuyan a la empresa.

En este capítulo se definirá también qué miembros serán designados como: miembros fundadores, miembros ordinarios y miembros institucionales en el caso que lo hubiere.

Finalmente, en este capítulo se determinarán los derechos y obligaciones que deberán cumplir cada uno de los miembros, así como sus respectivas sanciones en el caso de no cumplirlas.

3) Capítulo tercero donde se estipule la estructura de la administración. Esta puede estar conformada por una Junta Directiva, Gerencia General y demás órganos que sean necesarios.

4) Capítulo cuarto, que permita definir la constitución de una Asamblea General, la cual deberá estar conformada por todos los miembros afiliados, así como la Junta Directiva y Gerencia General.



Se fijarán los representantes que presidirán la Asamblea ya sea en reuniones ordinarias o extraordinarias; siendo, para mejor efecto de este parámetro, el presidente o en su defecto el vicepresidente quienes la presiden

Para el cumplimiento de la asamblea y toma de decisiones se establecerá el Quórum respectivo para cada una de estas actividades, mismas que serán registradas en un libro de actas y como punto final de este capítulo deberán fijarse las funciones de la Asamblea General.

- 5) Crear un quinto capítulo en donde se estructure la formación de una Junta Directiva, sus departamentos y los métodos mediante los cuales será elegida la misma.

Se fijarán también las funciones que deberán cumplir según los derechos y obligaciones que les sean otorgados.

- 6) Un capítulo sexto en donde se defina el proceso de: nombramiento, periodo de representación, destitución y funciones del Gerente General.
- 7) Capítulo séptimo en el cual se aclare como estaría conformado el patrimonio de la empresa.
- 8) Un capítulo octavo que fije las normas que se deberán cumplir para la toma de decisiones con respecto a una reforma de estatutos.
- 9) Instaurar un capítulo noveno que exprese las reglas a seguir para la disolución y liquidación de la empresa.
- 10) Capítulo décimo, que presente disposiciones finales a tomar en cuenta dentro de la constitución de la empresa.

Finalmente, se aclara que los parámetros de constitución establecidos en los numerales presentados anteriormente servirán para la creación de estatutos legales de un *Bureau* de Convenciones. Cada uno de los numerales podrá ser desglosado a manera de conveniencia y necesidad de la empresa. Los estatutos se crearán conforme a las leyes que rijan en su lugar de constitución.

3.5 Organigrama

La buena funcionalidad del *Bureau* de Convenciones de Cuenca depende de una estructura formal organizada con el fin de cumplir los objetivos planteados con anterioridad. Este *Bureau* contará con una junta de afiliados la misma que escogerá un gerente que dirija cada oficina para cumplir su propósito.

En primera instancia el *Bureau* contara con cinco departamentos (véase figura 2), la primera que estará a cargo de la presidencia; la segunda, la ocupará la Gerencia General; la tercera, que se encargara del marketing de la ciudad como destino MICE, del manejo de redes sociales y relaciones pública; la cuarta oficina será el departamento de administración y finanzas el mismo que se encargara del manejo de los recurso humanos, la buna distribución de los recursos financieros y la contabilidad de la empresa; la quinta oficina se encargará de las estadísticas de turismo MICE y la creación de un perfil de turista MICE dentro de Cuenca, la planificación de programas, talleres, entre otros, que fortalezca la profesionalización de la ciudad; por último, se ha incluido dentro del organigrama a los afiliados debido a que forman parte fundamental de la empresa, pero no como administrativos.

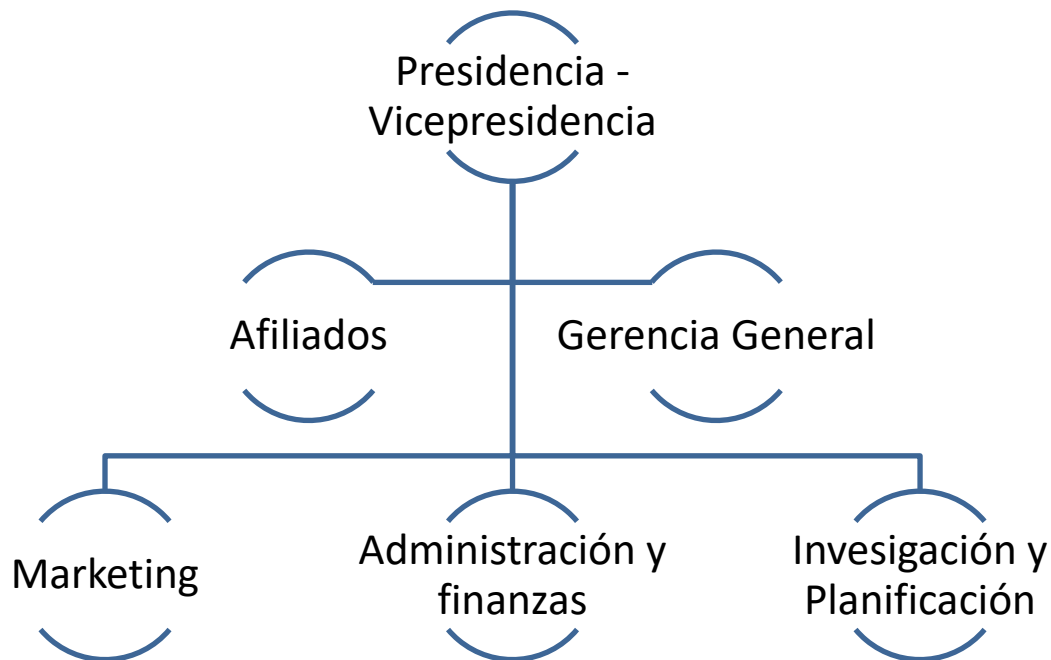









Figura 5 Organigrama
Nota: Elaboración propia

3.6 Afiliados

Con respecto a los afiliados del *Bureau* de Convenciones de Cuenca, se ha realizado la siguiente lista con las entidades que en la entrevista realizada manifestaron que estarían dispuestos a formar parte de este, siempre y cuando la propuesta terminada sea socializada y se ajuste a las políticas de cada empresa.

Tabla 17 Afiliados

ID	TIPO	NOMBRE
01	Hotel	 Oro Verde
02	Hotel	 Four Points By Sheraton
03	Hotel	 Valgus Hotel & Suites
04	Hotel	 Zahir
05	Hotel	 El Dorado
06	Hostería	 Hostería Durán
07	Hostería	 Caballo Campana

08	Centro de Eventos		Baguanchi
09	Centro de Eventos		Mansión Vizcaya
10	Centro de Eventos		Mall del Río
11	Centro de Eventos		Jardines de San Joaquín
12	Centro de Eventos		Lago Molino
13	Centro de Eventos		Quinta Pomelé
14	Centro de Eventos		Hacienda San Diego
15	Universidad		Universidad de Cuenca
16	Universidad		Universidad del Azuay

17	Teatro		Universidad de Cuenca
18	Teatro		Pumapungo
19	Otros/ Estadio		Federación Deportiva del Azuay
20	Otros/ Coliseo		Federación Deportiva del Azuay
21	Otros/ Monasterio de las Conceptas		Monasterio de las Conceptas

Nota: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante la aplicación de una entrevista.

Conclusiones

Después de haber consultado bibliográficamente a profundidad acerca de lo que el turismo MICE y el *Bureau* de Convenciones significan; y todas las demás áreas que estos abarcan, se ha logrado tener una visión más amplia para continuar y fortalecer la idea sobre la propuesta que dentro de este trabajo se presenta.

Tomando en cuenta la información encontrada y conociendo el progreso de la industria de reuniones, se ha propuesto a Cuenca como una de las ciudades idóneas para desarrollar este sector. Para ser más asertivos se ha desarrollado un análisis de la oferta y demanda del turismo MICE dentro de la ciudad, en el cual



participan treinta y cinco establecimientos tanto públicos como privados tales como: Centros de Convenciones, Teatros, Hoteles, Universidades etc.

Los lugares analizado previamente, la mayoría ha dado gran acogida a la propuesta y ha presentado sugerencias a conveniencia; cabe mencionar que el sector privado es el que preferiría una administración desde el mismo sector; mientras que desde el sector público no parece haber inconveniente siempre y cuando el sector que esté a cargo de la administración cumpla ciertos requerimientos. Por otra parte, el dialogo ha sido una de las ideas principales para mediar este tema logrando así que el sector privado quede; más allá de sus sugerencias, abierto a la posibilidad de participar de la propuesta planteada.

Finalmente, tras el resultado; mayormente positivo, arrojado por los diversos sectores que han sido implicados en este estudio fue posible iniciar y plantear la misión, visión y los objetivos de la “propuesta para la creación de un *Bureau* de Convenciones en la ciudad de Cuenca” y fijar los pilares legales y administrativos sobre los cuales éste se desarrollará, esperando que los mismos sean la base de un organismo que beneficie, diversifique y promueva el sector económico de la ciudad.

Recomendaciones

Tras la experiencia obtenida en el desarrollo de este trabajo y con el fin de lograr la ejecución futura de la “propuesta de un *Bureau* de Convenciones para la ciudad de Cuenca” se recomienda utilizar métodos de investigación que estén abiertos al diálogo, en donde todas las propuestas y opiniones de establecimientos tanto del sector público como del privado, interesados en formar parte del mismo, puedan ser escuchadas.

Se recomienda a los estudiantes de la Carrera de Turismo de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca la continuidad de la



investigación, ya que mediante la misma se podrían generar mejores métodos que sean aceptables para el sector privado, principalmente en el área de financiación del *Bureau* de Convenciones, debido a que este ha sido el principal factor por el cual aún no se ha desarrollado este proyecto en la ciudad de Cuenca.

Otra recomendación sería que, la creación de un *Bureau* de Convenciones sea realizada por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca puesto que, al ser una entidad promotora del turismo de la ciudad podría desarrollar este proyecto estableciendo un departamento que este dentro de su competencia.

Por último, sería recomendable para la Fundación Municipal Trismo para Cuenca estudiar y adoptar ciertas medidas de financiación del modelo del *Bureau* de Convenciones de Guayaquil que actualmente se encuentra en un crecimiento positivo continuo.

Bibliografía

Aguilar Granda, M. F. y Calderón Salazar, A. I. (2006). *Propuesta del buró de visitantes y convenciones Santiago de Guayaquil*. (Tesis de grado en licenciatura en turismo, Escuela Superior Politécnica del Litoral). Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/39734>

Álvarez Navarro, R. F., y Gallegos Ordoñez, J. M. (2015). *Creación de un catálogo digital con la información de la capacidad de planta turística para reuniones y eventos en la ciudad de quito*. (Tesis de grado en ingeniería en administración de empresas hoteleras y turísticas, Universidad de las Américas). Recuperado de



<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4254/1/UDLA-EC-TLAEHT-2015-05%28S%29.pdf>

American Psychological Association. (2010). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association*. (3ra ed.). México: El manual moderno.

Anfitriones turismo. (2009). *Buenas prácticas para la atención al cliente. Convetion Bureau*. Recuperado de http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_CONVENTION_may09.pdf. Recuperado de http://www.acs-aec.org/sites/default/files/turismo_de_reuniones_june_2017.pdf

Asociación Internacional de Congresos y Convenciones. (2017). *Trabajando con el Buró de convenciones. Ideas y consejos para los planificadores de reuniones de asociaciones y tomadores de decisiones*. Recuperado de <https://www.iccaworld.org/cnt/ES/W%20CVBs%20ES.pdf>

Calderón, A & Vallejo, J. (2015). *Análisis del sector hotelero de Guayaquil frente a la creación de un bureau de convenciones*. (Trabajo de Grado). Universidad de Especialidades Espíritu Santo UEES.

Cámara Provincial de Turismo Pichincha. (2017). *Proyecciones para el 2017 en el segmento MICE y turismo en la ciudad de Quito*. Recuperado de <https://www.captur.travel/images/PDF/PresentacionAQTUR2017.pdf>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Artículo 39 – 304. Quito, Ecuador.

Departamento de industria, innovación, comercio y turismo de Gobierno Vasco. (2011). *Estudio para el desarrollo y gestión del producto turístico MICE en Euskadi*. Recuperado de http://www.basquetour.eus/archivos/descargas/Estudio_para_el_desarrollo_y_gestion_del_producto_turistico_MICE_en_Euskadi_2011_09_14_16_23_59.pdf

Ecuador el mejor destino turístico para congresos, convenciones y eventos internacionales. (agosto, 2015). Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-mejor-destino-turistico-para-congresos-convenciones-y-eventos-internacionales/>

Ecuador es Potencia Turística para convenciones, congresos y eventos. (abril, 2014). Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-es-potencia-turistica-para-convenciones-congresos-y-eventos/>



El MINTUR capacitó en Cuenca sobre la creación de burós de convenciones. (mayo, 2014). Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/el-mintur-capacito-en-cuenca-sobre-la-creacion-de-buros-de-convenciones/>

Enciclopedia jurídica. (2020). *Estatuto*. Recuperado de <http://www.encyclopedia-juridica.com/d/estatuto/estatuto.htm>

Estatutos. (2018). *Bureau de convenciones de Bogotá y Cundinamarca*. Recuperado de http://bogotacb.com/esal_archives/2019/ESTATUTOS_2018.pdf

Estrada Carpio, A. E. (2016). *Planificación y organización de eventos. Caso hotel Oro Verde Cuenca*. (Tesis de grado en ingeniería en turismo, Universidad de Cuenca). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24454/1/TESIS.pdf>

Fundación de Turismo para Cuenca. (2017). *Cuenca, destino de convenciones, incentivos y eventos*. Cuenca, Ecuador: Fundación Turismo para Cuenca.

Fundación Municipal Turismo para Cuenca & Ministerio de Turismo. (2011). *Plan estratégico de desarrollo turístico del destino cuenca y su área de influencia*. Cuenca, Ecuador. Recuperado de <http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2011/10/PlanDesarrolloTuristicoCuenca.pdf>

GAD Municipal Cuenca. (2004). *Ordenanza que regula la tasa de la licencia anual para el funcionamiento de los establecimientos turísticos*. Cuenca, Ecuador.

GAD Municipal Cuenca. (2019). *Ordenanza que regula el sistema cantonal de turismo de cuenca*. Cuenca, Ecuador.

García López, R. (2016). *Marketing de destinos en el segmento MICE*. Recuperado de <https://www.aprendedeturismo.org/marketing-de-destinos-en-el-segmento-mice/>

García López, R. (2017). *Cambios en el rol y las funciones del convention bureau*. Recuperado de <https://www.aprendedeturismo.org/cambios-en-el-rol-y-las-funciones-del-convention-bureau/>

García, M. G. (2016). *Turismo de reuniones en la ciudad de Mar del Plata: situación actual desde la percepción de Mar del Plata Convetion & Visitors Bureau*. (Monografía de grado en licenciatura en turismo, Universidad Nacional de



Mar del Plata). Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/2622/1/garcia-2016.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil. (2015). *Plan estratégico de la empresa municipal de turismo, promoción cívica y relaciones internacionales de Guayaquil, EP*. Recuperado de http://www.guayaquilturismoep.gob.ec/sites/default/files/transparencia/anexos/2016/K-PLANES-PROGRAMAS/PLAN_ESTRATEGICO.pdf

Islas González, L. (2011). *Oficina de convenciones y visitantes Hidalgo A.C. Plan de marketing*. (Tesis de grado de maestra en administración innovación turística, Instituto Politécnico Nacional). Recuperada de <https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/13418/1/OFICINA%20DE%20CONVENCIONES%20Y%20VISITANTES%20DE%20HIDALGO%20ex.pdf>

Jijena Sánchez, R. (2003). *Eventos. Como organizarlos con éxito*. Buenos Aires, Argentina: Nobuko.

Jiménez Castillo, D., Marín Carrillo, M. B., y Sánchez Pérez, M. (2007). Los convention bureaux: coordinación, orientación e impacto en la comercialización del destino turístico. *Papers de turismo*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Manuel_Sanchez-Perez2/publication/239522687_Los_Convention_Bureaux_coordinacion_orientacion_e_impacto_en_la_comercializacion_del_destino_turistico/links/54e46bec0cf2dbf606967df6/Los-Convention-Bureaux-coordinacion-orientacion-e-impacto-en-la-comercializacion-del-destino-turistico.pdf.

Kotler, P., y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Education.

Madrid Convention Bureau. (2017). *Manual de reuniones. Todo lo que necesita para un evento de éxito en nuestra ciudad*. Recuperado de https://www.esmadrid.com/mcb/recursos/descargas/Manual_de_Reuniones_2017_web.pdf

Marrero, M. (2017). *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados*. Recuperado de <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>



- Maure Agüero, G. (julio, 2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. *Contribuciones a la economía*, 82. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>
- MICE consulting. (2016). *Plan estratégico producto MICE*. Recuperado de https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/C%20PLAN-MICE002.pdf
- Moyano Fuentes, J., Bruque Cámara, S., Maqueira Marín, J. M., Fidalgo Bautista, F. A., y Martínez Jurado, P. J. (2011). *Administración de empresas: un enfoque teórico-práctico*. Madrid, España: Pearson Educación.
- Muñoz, M. (2016). *El turismo MICE. Análisis del turismo de reuniones en la ciudad de Cartagena*. (Trabajo fin de Máster). Facultad de Ciencias de la Empresa Universidad Politécnica de Cartagena, Colombia.
- Organización Mundial de Turismo, AM Reports. (2014). *Informe global sobre la industria de reuniones*. Recuperado de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf
- Proyecto Reforma de Estatutos. (2018). *Cartagena de indias convention and visitors bureau*. Recuperado de https://www.cartagenaconventionbureau.com/documents/ESAL/10_Estatutos_CICAVB.pdf
- Quituisaca Nieves, M. B. (2012). *El turismo de eventos como alternativa para incrementar la rentabilidad turística en Cuenca*. (Tesis de grado en ingeniería en turismo, Universidad de Cuenca). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1713/1/tur70.pdf>
- Romero, A. (2015). *Turismo MICE: elementos y destinos más representativos del sector*. Recuperado de <https://www.tecnohotelnews.com/2015/01/turismo-mice-elementos-y-destinos-mas-representativos-del-sector/>
- Sánchez Amboague, E., Mora Jácome, V., Sánchez Cevallos, E., y Martínez Fernández, V. A. (2015). *Posicionamiento de la Región Sur del Ecuador a través del desarrollo de eventos y su difusión en medios sociales*. Recuperado de <https://delosmediosalosmetamedios.files.wordpress.com/2016/03/40-posicionamiento-de-la-regiocc81n-sur-del-ecuador-a-travecc81s-del-desarrollo-de-eventos-y-su-difusiocc81n-en-medios-sociales.pdf>



- Secretaria de Turismo de México. (2002). *Glosario de Turismo de Negocios: Terminología, Medidas y Capacidades*. Recuperado de <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/002082Pri0000.pdf>
- Seghelmeble, S. (2012). *Diagnóstico para el desarrollo de turismo MICE en la ciudad de Lima: Una perspectiva desde los stakeholders*. (Trabajo de Grado). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- Shone, A. y Parry, B. (4 Ed.). (2013). *Successful event management. A partial handbook*. Hampshire, United Kingdom: Cengage Learning EMEA.
- Torres León, L., Jaramillo Granda, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D., y Pesantez Loyola, S. (2016). *Manual para trabajos de titulación. Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Unidad de titulación*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>
- Turismo Chile. (2009). *Turismo de congresos y convenciones*. Recuperado de https://www.camara.cl/camara/media/seminarios/turismo/turismo_congresos.pdf
- Turismo de congresos y convenciones toma fuerza en Guayaquil. (septiembre, 2013). Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/turismo-de-congreso-y-convenciones-toma-fuerza-en-guayaquil/?fbclid=IwAR3rKtGccV0yUX4GbOp4yMZauAHCTOLK5NqMwnT6hrjhd5eEtazZXzJb6Yc>
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, Colombia: Prentice Hall.
- Viajes de incentivos. En qué consisten y cómo organizarlos. (septiembre, 2018) Premium Incoming. Recuperado de <http://www.premiumincoming.com/es/viajes-de-incentivo/viajes-de-incentivos-en-que-consisten-y-como-organizarlos/>
- World Tourism Organization and European Travel Commission. (2015). *The Decision-making Process of Meetings, Congresses, Conventions and Incentives Organizers*. Madrid: UNWTO.
- World Tourism Organization. (2006). *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry – Developing a Tourism Satellite Account Extension*. Madrid: UNWTO.



Yépez Villareal, Y., M. (2013). *Creación de un buró de convenciones para el centro cultural Nicolás Herrera en la ciudad de Ibarra*. (Tesis de grado en ingeniería comercial, Universidad Técnica del Norte). Recuperada de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3129/1/02%20ICO%20404%20TESIS.pdf>





Anexos

Anexo 1: Aprobación del diseño

Dieciocho / 18 / 19

Aprobado.
13/01/2019.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

Propuesta para la creación de un *Bureau* de convenciones en la ciudad de
Cuenca

Proyecto de intervención previo a la obtención del título de: Ingenieros en
Turismo

TUTOR:

Dr. Miguel Ángel Galarza Cordero, Mg.

AUTORES:

VERONICA JAZMIN BERMEO HURTADO / 0106501984
FRANKLIN PATRICIO FAJARDO SUQUILANDA / 0106842339

CUENCA, ENERO, 2019



Dieciséis (16)

A

1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Propuesta para la creación de un *Bureau* de convenciones en la ciudad de Cuenca

2. NOMBRE DE ESTUDIANTE/ CORREO ELECTRÓNICO

Verónica Jazmín Bermeo Hurtado (verónica.bermeo@ucuenca.edu.ec)

Franklin Patricio Fajardo Suquilanda (frankln.fajardos@ucuenca.edu.ec)

3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de intervención propone el desarrollo de una propuesta para la creación de un bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca; para cumplir con este objetivo en primera instancia se explicarán mediante fuentes científicas las características del turismo MICE y el bureau de convenciones, se determinará la oferta de turismo MICE con la que cuenta la ciudad para lo cual se realizarán entrevistas a los establecimientos que formarán parte de la presente propuesta, también se utilizarán fichas técnicas donde se definirá el tipo de establecimiento y las actividades que se permiten, una vez organizada y determinada toda la oferta de la ciudad se procederá a la creación de una propuesta del Bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca, mediante esta propuesta se presentará el rol indispensable que desempeñará el bureau en la ciudad y las maneras en las que favorecerá al incremento de un nuevo tipo de mercado turístico.

Para realizar este proyecto de intervención se tomará en cuenta las direcciones del Manual de Titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la



Para realizar este proyecto de intervención se tomará en cuenta las direcciones del Manual de Titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca y el Manual de Publicaciones de la American Psychological Association.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Taleb Rifai, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo en el *Informe Global de la industria de reuniones 2014*, comenta que 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 ingreso, empleo e investigación.

De acuerdo a la entrevista realizada a la Mgst. Cinthya Cornejo, ex-coordinadora del departamento de eventos de la Fundación Turismo para Cuenca, actual directora del departamento de Relaciones Internacionales de la alcaldía de Cuenca, quien dio a conocer que según la consultoría realizada en el año 2017 al Ecuador por el expresidente de la ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones), Arnaldo Nardone, la ciudad de Cuenca es estratégica para la creación de un bureau de convenciones debido a la infraestructura con la que cuenta la ciudad, el manejo interno, facilidad de movilidad de un punto a otro caminando, el buen servicio de transporte y todavía la ciudad cuenta con bajos precios en el servicio de taxis.

Tomando estas referencias en consideración y con el fin de aprovechar y potencializar los recursos turísticos disponibles en la ciudad de Cuenca, se

Quince (15)
①



propone la creación de un Bureau de convenciones debido a que es el mejor modelo estratégico para impulsar este tipo de turismo en la ciudad, al crear el bureau de convenciones se obtendrá un nuevo segmento de mercado; permitiendo el quiebre de la estacionalidad turística que presentan comúnmente los destinos turísticos; se convertirá en una actividad altamente rentable debido a que los asistentes generalmente realizan elevados gastos durante su permanencia ya que por sus características profesionales mantienen altos niveles de ingresos económicos, se crearán nuevas fuentes de empleo dinamizando así la economía interna de la ciudad; como lo han demostrado las ciudades de Quito y Guayaquil que son un modelo de éxito.

5. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

María Fernanda Aguilar Granda y Ángel Iván Calderón Salazar en su tesis de grado *Propuesta del buró de visitantes y convenciones Santiago de Guayaquil* ofrecen una definición de buró de eventos al igual que la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones en su publicación *Trabajando con el Buró de convenciones. Ideas y consejos para los planificadores de reuniones de asociaciones y tomadores de decisiones*, que aparte de la definición de buró, explica cómo está organizado y los servicios que el buró debe ofrecer, esta información será utilizada en el desarrollo del primer capítulo El turismo MICE y bureau de convenciones, en el cual se definirá la conceptualización de bureau de convenciones.

Para la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el artículo *The desseason-making Process of Meetings, Conferences, Conventions and Incentives Organizers*, la industria ve una sólida recuperación de la reciente crisis financiera



mundial, muchos destinos en todo el mundo están considerando a la industria de MCCI como un medio para avanzar en sus agendas de desarrollo económico. En este contexto, las oficinas de convenciones y visitantes (CVB) se han convertido en actores principales para ayudar a las ciudades, regiones y países de todo el mundo a cumplir sus objetivos estratégicos en áreas de prioridad económica.

De igual manera para la elaboración del capítulo uno, se definirá los principales conceptos de turismo MICE y bureau de convenciones, se tomará como referencia a la Asociación de Estados del Caribe. Dirección de Turismo Sostenible con su publicación *Turismo de reuniones: conceptualización y visión regional*, y a Guadalupe Maure Agüero con su publicación *Definiciones y tendencias del turismo de eventos*.

Tomando como referencia al Quito Meetings Board y al Guayaquil Convention and Visitors Bureau entidades miembros de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), se realizará un análisis de los mismos, el cual servirá para la elaboración del capítulo uno El turismo MICE y bureau de convenciones.

El Plan Estratégico Producto RICE, elaborado por MICE Consulting se menciona que el segmento de mercado denominado "Congresos y Convenciones" hoy llamado LA INDUSTRIA DE REUNIONES ha cambiado dramáticamente el destino y futuro de infinidad de ciudades a lo largo y ancho del planeta, otorgando una nueva oportunidad de desarrollo abriendo las puertas del gran mercado global del turismo. Esta información será de gran utilidad en el desarrollo del capítulo uno El turismo MICE y bureau de convenciones donde se analizará los bureaux de las ciudades de Quito y Guayaquil.

Trece (13)
A



Rubén Fernando Álvarez Navarro y José Martín Gallegos Ordoñez, en su trabajo de titulación *Creación de un catálogo digital con información de la capacidad de la planta turística para reuniones y eventos en la ciudad de Quito*, proporcionan directrices para la recolección de datos para determinar la oferta de turismo MICE en la ciudad, las mismas que servirán para la elaboración del capítulo dos oferta para el turismo MICE en la ciudad de Cuenca.

Para la elaboración del capítulo dos Oferta del turismo MICE para la creación de bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca, se utilizará la referencia de Mayra Belén Quituisaca Nieves en su tesis de grado *El turismo de eventos como alternativa para incrementar la rentabilidad turística en Cuenca*, en la cual comenta que la ciudad es una sede potencial para el desarrollo del turismo de MICE debido a que es Patrimonio Cultural de la Humanidad y cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales.

Para la elaboración del capítulo dos se analizará la oferta del turismo MICE para la creación del bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca, por lo que se hará uso de los catastros turísticos elaborado por la Fundación Turismo para Cuenca y por el Ministerio de Turismo.

En el capítulo tres Propuesta para la creación del bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca, se abordará el marco legal para la creación del bureau, el cual se obtendrá a través de las leyes ecuatorianas en curso.

Doc (12)
A



6. OBJETIVOS, METAS, TRANSFERENCIA DE RESULTADOS E IMPACTOS

- **Objetivo general:**

Proponer la creación de un bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca.

- **Objetivos específicos:**

1. Explicar las características del turismo MICE y el bureau de convenciones.
2. Determinar la oferta y demanda de turismo MICE para la creación del Bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca.
3. Desarrollar una propuesta para la creación de un bureau de convenciones en Cuenca.

- **Metas**

Este proyecto de intervención propone la creación de un Bureau de convenciones para aprovechar el potencial de la ciudad de Cuenca, generando un nuevo segmento de mercado que rompa la estacionalidad turística de la ciudad, convirtiéndola en un producto MICE de calidad que con un trabajo conjunto con los bureaux de Quito y Guayaquil posicionando al Ecuador como un producto MICE estrella.

- **Transferencia de resultados**

Los resultados obtenidos en el proyecto "Propuesta para la creación de un bureau de convenciones para la ciudad de Cuenca" estarán disponibles virtualmente en el repositorio digital y físicamente en el Centro de Documentación Juan Bautista Vázquez de la Universidad de Cuenca.



- Impactos

El presente trabajo de intervención pretende dinamizar la economía local de la ciudad de Cuenca debido a que con la propuesta de constitución del bureau de convenciones para la ciudad de Cuenca se pretende crear nuevas plazas de trabajo además que con la llegada de este nuevo segmento

7. TÉCNICAS DE TRABAJO

El proyecto de intervención "Propuesta para la creación de un bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca" es de carácter cualitativo y para lograr con los objetivos establecidos en este proyecto se aplicarán las siguientes técnicas de trabajo:

- Análisis documental: para obtener información científica sobre el presente tema.
- Fichas técnicas: para levantar información de los establecimientos, registrando datos como: nombre, dirección, capacidad, contacto, etc.
- Estudio de eventos pasados: se estudiará los eventos realizados el pasado año en la ciudad como el Festival de la Orquídea, Cumbre Mundial Hambre Cero, congresos académicos.
- Entrevistas semiestructuradas: a los representantes de los establecimientos que formarán parte de bureau de convenciones para obtener su opinión acerca de la propuesta para la creación del mismo.



8. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Granda, M. F. y Calderón Salazar, A. I. (2006). *Propuesta del buró de visitantes y convenciones Santiago de Guayaquil*. (Tesis de grado en licenciatura en turismo, Escuela Superior Politécnica del Litoral). Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/39734>
- Álvarez Navarro, R. F., y Gallegos Ordoñez, J. M. (2015). *Creación de un catálogo digital con la información de la capacidad de planta turística para reuniones y eventos en la ciudad de Quito*. (Tesis de grado en ingeniería en administración de empresas hoteleras y turísticas, Universidad de las Américas). Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4254/1/UDLA-EC-TLAEHT-2015-05%28S%29.pdf>
- American Psychological Association. (2010). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association*. (3ra ed.). México. El manual moderno.
- Anfitriones turismo. (2009). *Buenas prácticas para la atención al cliente*. *Convention Bureau*. Recuperado de http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_CONVENTION_may09.pdf. Recuperado de http://www.acs-aec.org/sites/default/files/turismo_de_reuniones_june_2017.pdf
- Asociación Internacional de Congresos y Convenciones. (2017). *Trabajando con el Buró de convenciones. Ideas y consejos para los planificadores de reuniones de asociaciones y tomadores de decisiones*. Recuperado de <https://www.iccaworld.org/cnt/ES/W%20CVBs%20ES.pdf>



Cámara Provincial de Turismo Pichincha. (2017). *Proyecciones para el 2017 en el segmento MICE y turismo en la ciudad de Quito*. Recuperado de <https://www.captur.travel/images/PDF/PresentacionAQTUR2017.pdf>

Cornejo, C. (17 de diciembre de 2018). *Entrevista de [Grabación de audio]. Directora de Relaciones Internacionales, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cuenca. Cuenca, Ecuador.*

Ecuador el mejor destino turístico para congresos, convenciones y eventos internacionales. (agosto, 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-mejor-destino-turistico-para-congresos-convenciones-y-eventos-internacionales/>

Ecuador es Potencia Turística para convenciones, congresos y eventos. (abril, 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-es-potencia-turistica-para-convenciones-congresos-y-eventos/>

El MINTUR capacitó en Cuenca sobre la creación de burós de convenciones. (mayo, 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/el-mintur-capacito-en-cuenca-sobre-la-creacion-de-burös-de-convenciones/>

Estrada Carpio, A. E. (2016). *Planificación y organización de eventos. Caso hotel Oro Verde Cuenca*. (Tesis de grado en ingeniería en turismo, Universidad de Cuenca). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24454/1/TESIS.pdf>

Fundación de Turismo para Cuenca. (2017). *Cuenca, destino de convenciones, incentivos y eventos*. Cuenca, Ecuador: Fundación Turismo para Cuenca.

García López, R. (2016). *Marketing de destinos en el segmento MICE*. Recuperado de <https://www.aprendedeturismo.org/marketing-de-destinos-en-el-segmento-mice/>



- García López, R. (2017). Cambios en el rol y las funciones del *Convention Bureau*. Recuperado de <https://www.aprendedeturismo.org/cambios-en-el-rol-y-las-funciones-del-convention-bureau/>
- García, M. G. (2016). *Turismo de reuniones en la ciudad de Mar del Plata: situación actual desde la percepción de Mar del Plata Convetion & Visitors Bureau*. (Monografía de grado en licenciatura en turismo, Universidad Nacional de Mar del Plata). Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/2622/1/garcia-2016.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil. (2015). *Plan estratégico de la empresa municipal de turismo, promoción cívica y relaciones internacionales de Guayaquil, EP*. Recuperado de http://www.guayaquilturismoep.gob.ec/sites/default/files/transparencia/anexos/2016/K-PLANES-PROGRAMAS/PLAN_ESTRATEGICO.pdf
- Islas González, L. (2011). *Oficina de convenciones y visitantes Hidalgo A.C. Plan de marketing*. (Tesis de grado en administración innovación turística). Recuperado de <https://repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/13418/1/OFICINA%20DE%20CONVENCIONES%20Y%20VISITANTES%20DE%20HIDALGO%20ex.pdf>
- Jiménez Castillo, D., Marín Carrillo, M. B., y Sánchez Pérez, M. (2007). Los *convetion bureaux*: coordinación, orientación e impacto en la comercialización del destino turístico. *Papers de turismo*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Manuel_Sanchez-Perez2/publication/239522687_Los_Convention_Bureaux_coordinacion_orientacion_e_impacto_en_la_comercializacion_del_destino_turistico/links/54e46bec0cf2dbf606967df6/Los-Convention-Bureaux-coordinacion-orientacion-e-impacto-en-la-comercializacion-del-destino-turistico.pdf.



Madrid Convention Bureau. (2017). *Manual de reuniones. Todo lo que necesita para un evento de éxito en nuestra ciudad*. Recuperado de https://www.esmadrid.com/mcb/recursos/descargas/Manual_de_Reuniones_2017_web.pdf

Maure Agüero, G. (julio, 2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. *Contribuciones a la economía*. 82. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

MICE consulting. (2016). *Plan estratégico producto MICE*. Recuperado de https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/C%20PLAN-MICE002.pdf

Organización Mundial de Turismo, AM Reports. (2014). *Informe global sobre la industria de reuniones*. Recuperado de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf

Quituisaca Nieves, M. B. (2012). *El turismo de eventos como alternativa para incrementar la rentabilidad turística en Cuenca*. (Tesis de grado en ingeniería en turismo, Universidad de Cuenca). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1713/1/tur70.pdf>

Sánchez Amboague, E., Mora Jácome, V., Sánchez Cevallos, E., y Martínez Fernández, V. A. (2015). Posicionamiento de la Región Sur del Ecuador a través del desarrollo de eventos y su difusión en medios sociales. Recuperado de <https://delosmediosalosmetamedios.files.wordpress.com/2016/03/40-posicionamiento-de-la-regiocc81n-sur-del-ecuador-a-travecc81s-del-desarrollo-de-eventos-y-su-difusiocc81n-en-medios-sociales.pdf>

Torres León, L., Jaramillo Granda, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D., y Pesantez Loyola, S. (2016). *Manual para trabajos de titulación*. Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Unidad de titulación. Recuperado de



<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>

Turismo Chile, (2009). *Turismo de congresos y convenciones*. Recuperado de https://www.camara.cl/camara/media/seminarios/turismo/turismo_congresos.pdf

Turismo de congresos y convenciones toma fuerza en Guayaquil. (septiembre, 2013). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/turismo-de-congreso-y-convenciones-toma-fuerza-en-guayaquil/?fbclid=IwAR3rKtGccV0yUX4GbOp4yMZauAHCTOLK5NqMwnT6hrjhd5eEtazZXzJb6Yc>

World Tourism Organization and European Travel Commission (2015), *The Decision-making Process of Meetings, Congresses, Conventions and Incentives Organizers*, Madrid, UNWTO.

Yépez Villareal, Y., M. (2013). *Creación de un buró de convenciones para el centro cultural Nicolás Herrera en la ciudad de Ibarra*. (Tesis de grado en ingeniería comercial, Universidad Técnica del Norte). Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3129/1/02%20ICO%20404%20TESIS.pdf>



9. TALENTO HUMANO

Propuesta para la creación de un bureau de convenciones en la ciudad de
Cuenca

RECURSOS	DEDICACIÓN	VALOR TOTAL
DIRECTOR	4 horas/Semana/6 Meses	288.00
ESTUDIANTES	20 horas/Semana/6 Meses (por dos estudiantes)	650.00
TOTAL		938.00

10. RECURSOS MATERIALES

Propuesta para la creación de un bureau de convenciones en la ciudad de
Cuenca

CANTIDAD	RUBRO	VALOR
1	Computadora	500,00
2	celulares	300,00
3	CD's	1,50
1	Resma papel bond A4	5,00
300	Impresiones (\$0,03 B/N) (\$0,20 color)	50,00
TOTAL		856,00

Año (4)
A



11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Propuesta para la creación de un bureau de convenciones en la ciudad de
Cuenca

Periodo enero 2019 - junio 2019

ACTIVIDAD	MES					
	1	2	3	4	5	6
1. Recolección y organización de la información	*					
2. Discusión y análisis de la información		*				
3. Trabajo de campo			*	*		
4. Realización de entrevistas				*	*	
5. Redacción del trabajo					*	*
6. Revisión final						*



12. PRESUPUESTO

Propuesta para la creación de un bureau de convenciones en la ciudad de
Cuenca

CONCEPTO	APORTE DE LAS ESTUDIANTES	OTROS APORTES	VALOR TOTAL
TALENTO HUMANO			2.288,00
INVESTIGADORES	2.000,00		
DIRECTOR		288,00	
GASTOS DE MOVILIZACIÓN			300,00
TRANSPORTE	100,00		
SUBSISTENCIA	100,00		
IMPREVISTOS	100,00		
GASTOS DE LA INVESTIGACIÓN			120,00
MATERIALES DE ESCRITORIO	20,00		
INTERNET	100,00		
EQUIPOS, LABORATORIO Y MAQUINARIA			500,00
COMPUTADORAS	500,00		
TOTAL			3.208,00



13. ESQUEMA

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN BUREAU DE CONVENCIONES EN LA CIUDAD DE CUENCA

Índice

Abstract

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1: El turismo MICE y bureau de convenciones

- 1.1 Conceptualización del turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions)
- 1.2 Evolución del turismo MICE en el Ecuador
- 1.3 Conceptualización de bureau de convenciones
- 1.4 Análisis de los bureau de Quito y Guayaquil

Capítulo 2: Oferta y demanda del turismo MICE para la creación del bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca

- 2.1 Análisis de la oferta para el turismo MICE en la ciudad de Cuenca
- 2.2 Elaboración de un catastro turístico de establecimientos para la oferta MICE en Cuenca
- 2.3 Análisis de la demanda turística MICE en la ciudad de Cuenca
- 2.4 Identificación del mercado meta

Capítulo 3: Propuesta para la creación de un bureau de convenciones en la ciudad de Cuenca.

- 3.1 Misión, Visión, Objetivo

010 (1)
A



3.2 Marco Legal

3.3 Análisis FODA

3.4 Funciones

3.4 Organigrama

3.5 Afiliados

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

Certifica: Que el documento que antecede en 18 foja(s), es igual a su original, que reposa en el archivo.

Cuenca a, 18/02 del 2019

SECRETARIA ABOGADA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



Anexo 2: Modelo ficha

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE TURISMO

FICHA TECNICA PARA EL CATASTRO DE ESTABLECIMIENTOS MICE PARA EL DESARROLLO DE UNA PROPUESTA DE CREACION DE UN BUREAU DE CONVENCIONES EN LA CIUDAD DE CUENCA

1. Razón social:

2. RUC:

3. Dirección:

4. Teléfonos:

5. Email:

6. Horarios de atención días normales y fines de semana:

7. Número de salas:

8. Capacidad total del espacio:

9. Redes sociales:

Facebook	
Instagram	
Twitter	
Página web	
Otras	

10. Infraestructura:

Excelente	
Bueno	
Malo	
Pésimo	

11. Tipo de establecimiento:

Tipo	Capacidad
Centro de convenciones	
Teatro	
Auditorio	
Coliseo	
Estadio	
Salas de eventos	
Otros	

12. Tipo de evento que realiza:

Congresos	
Convenciones	
Ferías	
Conferencia	
Exhibición	
Incentivo	
Eventos sociales	
Otros	

14. Accesibilidad:

Personas con movilidad reducida	
Personas con visibilidad reducida	
Personas con audición reducida	
Personas con discapacidad intelectual	

13. Servicios propio del sitio:

Alojamiento	
Alimentos y bebidas	
Ambientación y música	
Menaje	
Decoración	
Dispositivos electrónicos	
WiFi	
Traducción simultanea	
Equipos de audio	
Iluminación	
Personal de servicio	
Numero de baterías sanitarias	
Transporte	
Parqueadero	
Otros	

15. Seguridad:

Señalética	
Alarmas contra incendios	
Protocolo de desastres	
Plan de contingencia	
Zona de fumadores	
Seguridad privada	
Punto de salud	



Anexo 3: Modelo entrevista

ENTREVISTA

1. ¿Cuántos eventos realiza al año?
2. ¿En su mayoría a que publico van dirigidos?
3. ¿Conoce usted sobre el turismo MICE?
4. ¿Cree usted que en la ciudad se pueda desarrollar este tipo de turismo?
5. ¿Conoce usted que es bureau de convenciones?
6. ¿Qué opina sobre la creación de un bureau de convenciones en la ciudad?
7. ¿Usted estaría dispuesto a formar parte del? ¿Por qué?

Anexo 4: Entrevistas

Entrevista Teatro Carlos Cueva Tamariz.

Respuestas: Administradora Jenny Castro.

1. ¿Cuántos eventos realiza al año?

Realmente no le podría dar específicamente porque las cosas van surgiendo en ese momento, pero sí tenemos meses específicos donde se dan un mayor número de eventos.

2. ¿En su mayoría a qué público van dirigidos?

Realizamos todo tipo de eventos siempre y cuando sean culturales o similar. Si no permitimos algún evento es porque la agenda ya está llena.

3. ¿Conoce usted sobre el turismo MICE?

No estoy relacionada. (Se dio una breve explicación)

4. ¿Cree usted que en la ciudad se pueda desarrollar este tipo de turismo?

Yo creo que la ciudad esta apta para este tipo de turismo debido a sus espacios, hotelería, restaurantes y demás.



5. ¿Conoce usted que es bureau de convenciones?

No realmente.

6. ¿Qué opina sobre la creación de un bureau de convenciones en la ciudad?

Yo pienso que sí.

7. ¿Usted estaría dispuesto a formar parte de él? ¿Por qué?

Yo creo que sería interesante el proyecto por el hecho de que el teatro pertenece a la Universidad de Cuenca y en el área de educación sería muy interesante, yo pienso que sí.

Entrevista Universidad de Cuenca

Respuestas: Ing. Priscila Ugalde

1. ¿Cuántos eventos realiza al año?

Los meses de más uso son junio, julio y diciembre. Con un aproximado de 200 eventos.

2. ¿En su mayoría a qué público van dirigidos?

La mayoría de eventos que se realizan son académicos debido a que en términos universitarios el aula magna es el espacio donde el rector dicta su charla magistral.

3. ¿Conoce usted sobre el turismo MICE?

No estoy familiariza con este tipo de turismo.

4. ¿Cree usted que en la ciudad se pueda desarrollar este tipo de turismo?

Si, Cuenca por ser una ciudad netamente turística atrae a muchas personas, yo pienso que ponerle un atractivo adicional eta bien, aunque debe de ir de mando con muchas otra cosas que limitan como por ejemplo la accesibilidad, el aeropuerto, debido a que la gente solo llega a Cuenca vía terrestre.

5. ¿Conoce usted que es bureau de convenciones?

No tengo conocimiento de lo que es un bureau de convenciones.

6. ¿Qué opina sobre la creación de un bureau de convenciones en la ciudad?



Me parece interesante, pero no sé qué tan factible sea unirnos nosotros como ya que somos sector público, el aula magna para cualquier persona no tiene ningún costo, el costo se maneja con recursos internos, no hay un sistema que este abierto al público el costo de la misma, habría que de pronto para estar incluidos se debería hacer una reforma interna para poner un valor, debido a que ningún espacio en la universidad, excepto el teatro, tienen un costo.

7. ¿Usted estaría dispuesto a formar parte de él? ¿Por qué?

La decisión está en las autoridades administrativas y financieras de la institución, a lo mejor escuchando una propuesta que suene interesante y que pueda generar ingreso atractivos para la institución se podría ver como favorable el ingreso de la institución al bureau.

Entrevista Federación Deportiva del Azuay

Respuestas: Ing. Carlos Tenesaca

1. ¿Cuántos eventos realiza al año?

La mayor cantidad de eventos son en julio, agosto, noviembre, febrero, abril.

2. ¿En su mayoría a qué público van dirigidos?

Son eventos en su mayoría dirigidos a un público deportista.

3. ¿Conoce usted sobre el turismo MICE?

No, he escuchado sobre este turismo.

4. ¿Cree usted que en la ciudad se pueda desarrollar este tipo de turismo?

Sí, tenemos varios lugares que pueden manejar este turismo.

5. ¿Conoce usted que es bureau de convenciones?

No, pero me imagino que puede ser con el bureau de créditos, un lugar donde les califican a los centros de convenciones y les dan un puntaje.

6. ¿Qué opina sobre la creación de un bureau de convenciones en la ciudad?

Sería importante, siempre y cuando sea en beneficio tanto de la empresa pública y privada, nosotros como FDA en el tema de experticia de organizar eventos tenemos buena reputación a nivel nacional, es importante una empresa que realice el tema



de marketing de eventos y capacitaciones que ayuden a mejorar el turismo de eventos.

7. ¿Usted estaría dispuesto a formar parte de él? ¿Por qué?

Si, planteando el costo beneficio, proyecciones de cómo se beneficiara la empresa, el marketing que se manejara, es muy probable que si formemos parte del burea.

**Entrevista Directora Ejecutiva Fundación Municipal Turismo para Cuenca
María Angélica León.**

¿Podría comentarnos acerca del proyecto realizado hace algunos años para crear un Bureau de convenciones en la ciudad?

El proyecto estaba a cargo de todo el sector ya que en ese entonces hubo unidad. Debido a que desde hace muchos años Cuenca viene queriendo crear un Bureau de convenciones. Ahora, partimos desde que si bien no somos un destino con grandes hoteles para abarcar convenciones si tenemos la capacidad para realizar eventos medios, de hasta mil personas inclusive, y particularidades como por ejemplo la importancia del turismo de salud, de tener una muy buena reputación en cuanto a médicos hace que todos los años existan por lo menos quince congresos médicos en Cuenca y esto es parte del segmento MICE. Se iniciaron conversaciones con el sector privado, el ministerio de turismo y la fundación para coordinar el apoyo para que la figura del bureau salga tanto con fondos públicos y privados. Se avanzó bastante, incluso en temas de estatutos, pero el proyecto se cayó cuando se comenzó a hablar del aporte económico por parte del sector privado.

¿Cómo se iba a constituir jurídicamente el Bureau?

Se iba a crear como una empresa mixta, tanto con capital público y privado, la idea era que la Fundación este a cargo del proyecto ya que la competencia local esta descentralizada.

¿Cuáles fueron las principales razones por las que decidieron realizar este proyecto?

Conocedores de las potencialidades que tiene cuenca para este tipo de turismo y sobre todo hay una gran necesidad de llenar esas camas vacías que tiene la ciudad y una de las tipologías del turismo que permite tener una ocupación importante en la ciudad es el turismo de negocios.



¿Si nosotros presentamos una propuesta de un bureau de convenciones a la Fundación, la presentaríamos como empresa o como un departamento que pertenezca a la misma?

Si, debido a que la idea es fortalecer tanto a la institución, a la fundación de turismo para que en un par de años podamos adoptar la figura de empresa pública y de esa empresa pública exista un brazo que es MICE, ya que de ello podremos obtener ingresos para poner en marcha el proyecto.

¿Con respecto a los estatutos que se crearon en su momento, podría aclararme un poco más acerca de los mismos?

Bueno los estatutos quedaron en borrador a partir del problema que le comenté, estos estatutos no fueron de agrado para el sector privado como ya le mencioné en el aspecto de aportaciones económicas.

Si ustedes necesitan yo podría ayudarle y mandar a buscar el borrador de estos estatutos, como sabemos serán utilizados con fines académicos.

¿Qué opina del turismo MICE actualmente en la ciudad y fuera de la misma?

El turismo MICE ya se habla de que incluso no debería ser solo turismo, es una industria de negocios en donde el peso del sector comercial, industrial, médicos, educativos, etc. Todo esto ya no es turismo, pero se vuelve parte de ello y se llama incluso la industria de los negocios y la competencia de Cuenca no es nada más Guayaquil o Quito si no del mundo entero ya que esto está creciendo a pasos agigantados y especialmente Latinoamérica que es un destino emergente ya que somos un destino muy apetecido y eso hay que aprovecharlo.



Anexo 5: Modelo de estatuto

MODELO DE CONSTITUCIÓN DE ESTATUTOS PARA UN BUREAU DE CONVENCIONES EN LA CIUDAD DE CUENCA.

BUREAU DE CONVENCIONES DE LA CIUDAD DE CUENCA

CAPITULO I

GENERALIDADES DE CONSTITUCIÓN

Artículo 1.- La empresa se constituye con la denominación BUREAU DE CONVENCIONES DE LA CIUDAD DE CUENCA, denominándose también como nombre comercial, BUREAU DE CONVENCIONES DE CUENCA.

Artículo 2.- El domicilio del BUREAU DE CONVENCIONES DE CUENCA estará establecido en la ciudad de Cuenca. En el caso se necesitare establecer domicilios adicionales se decidirá mediante la Junta Directiva.

Artículo 3.- Los objetivos de la empresa son los siguientes:

- Crear alianzas entre los actores del medio que son: el gobierno, la empresa privada, la academia y la sociedad.
- Capacitar a los actores de este medio para la profesionalización del destino y para el desarrollo de diseños de candidaturas, propuestas y visitas de inspección.
- Visibilizar a Cuenca mediante la creación de un sitio web propio del *Bureau*, realizar marketing digital en las diversas redes sociales y la asistencia a diferentes ferias internacionales.
- Analizar eventos potenciales que puedan ser llevados a cabo en la ciudad.
- Realizar estadísticas del turismo MICE de la ciudad.
- Apoyar a los diferentes establecimientos que conforman el *Bureau* de Convenciones en diferentes postulaciones.

Artículo 4.- La empresa durará 80 años, dejando como opción a disolución y liquidación de adecuado a las normas que se presentarán en el presente estatuto.

Artículo 5.- El BUREAU DE CONVENCIONES DE CUENCA se constituye como persona jurídica y como una empresa sin fines de lucro.



CAPITULO II

MIEMBROS

Artículo 6.- EL BUREAU DE CONVENCIONES DE CUENCA contará con dos tipos de miembros: afiliados que serían las personas naturales o jurídicas que sean admitidas por la administración de la empresa y se sujeten a las reglas planteadas en el presente estatuto, de igual manera generarán los aportes económicos que se fijen en artículos posteriores; y miembros patrocinadores que contribuyan con la empresa siempre y cuando se apruebe por la administración.

ARTÍCULO 7.- Serán asignados como “miembros fundadores de la empresa, aquellas personas naturales o jurídicas que hayan concurrido a su constitución en el carácter de tales, quienes realizan los aportes económicos establecidos por la Junta Directiva” (CARTAGENA DE INDIAS CONVENTION AND VISITORS BUREAU, 2008).

ARTÍCULO 8.- Serán asignados como “miembros ordinarios aquellas personas naturales o jurídicas que presenten su solicitud de admisión, sean aprobados como tales por la Junta Directiva de la empresa, y se comprometan a pagar los aportes económicos que establezca la Junta Directiva” (CARTAGENA DE INDIAS CONVENTION AND VISITORS BUREAU, 2008).

ARTÍCULO 9.- En el caso de existir miembros institucionales, estos estarán sujetos a los reglamentos que establezca la Junta Directiva.

ARTÍCULO 10.- Los miembros de la empresa perderán su afiliación siempre y cuando no cumplan con cada una de las disposiciones establecidas en el presente documento, ya sea por falta de cumplimiento en los aportes o por el cese de sus actividades comerciales.

ARTÍCULO 11.- Personas naturales y jurídicas que quieran afiliarse deberán cumplir con los requerimientos establecidos por la Junta Directiva y presentar la solicitud pertinente.



CAPÍTULO III

ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO 12.- La empresa estará dirigida por los órganos siguientes:

- Gerente General.
- Junta Directiva.

LITERAL 1.- Los dos órganos mencionados conformarán tanto la representación legal como la junta directiva respectivamente.

CAPÍTULO IV

ASAMBLEA GENERAL

ARTÍCULO 13.- La Asamblea General la constituirán todos los miembros afiliados, los cuales mantendrán reuniones periódicas según el establecido por la junta directiva.

ARTÍCULO 14.- Se mantendrán reuniones extraordinarias por decisión de la Junta Directiva y cuando el mayor del 50% de los miembros lo solicite.

LITERAL 1.- En las reuniones extraordinarias se tratarán puntos específicos para los cuales fue convocada la Asamblea, puntos secundarios se desarrollarán en las Asambleas ordinarias.

ARTÍCULO 15.- La Asamblea la presidirá el presidente de la Junta Directiva o en caso de ausencia por el vicepresidente, si se diere la ausencia de ambos miembros la Asamblea acogerá un miembro que presida la reunión.

ARTÍCULO 16.- El Quórum estará formado por la mitad más uno del total de los miembros, sin embargo para toma de decisiones tales como reforma de estatutos se deberá contar con un mínimo del 80% de los miembros. Se aplicarán tanto para las reuniones ordinarias como extraordinarias, en el caso de no cumplirse con las dos reglas antes mencionadas la Junta Directiva decidirá otra fecha no mayor a 20 días para el desarrollo de la misma.

ARTÍCULO 17.- Funciones de la Asamblea General:

- a- Elaborar y/o reformar el reglamento de estatutos que regirán a la empresa.
- b- Elegir a los representantes de la Junta Directiva por un periodo de 2 años.



- c- Aprobar o improbar la rendición de cuentas ya sean financieras o de actividades generales que presente la junta directiva.
- d- Establecer las políticas a seguir por la Junta Directiva.
- e- Determinar si el valor de las cuotas o aportes económicos obligatorios para cada miembro presentados por la Junta Directiva son factibles.
- f- Presentar problemas o inquietudes que se produzcan dentro de la empresa.
- g- Sugerir posibles mejoras para la empresa con bases muy justificadas y fundamentadas.

ARTÍCULO 18.- Todos los temas tratados en las Asambleas quedarán registrados en el libro de actas, mismas que serán numeradas y constara también la fecha y ubicación de la asamblea, finalmente estas deben ser firmadas por el presidente y secretario, o caso contrario por el representante que haya decidido la Asamblea General.

CAPÍTULO V

JUNTA DIRECTIVA

ARTÍCULO 19.- Ocho miembros conformarán la Junta Directiva de acuerdo al organigrama planteado posteriormente en la presente propuesta, la estructura es de cuatro departamentos mismos que estarán conformados por dos personas cada uno. De acuerdo a la función de cada departamento se elegirán personas profesionales respectivamente, en lo posible se elegirán personas de; miembros que se encuentren afiliados en el momento a la empresa, pueden ser tanto de Hoteles, Hosterías, Centros de Convenciones, Teatros, Centros Deportivos, Universidades y demás Centros de Eventos.

LITERAL 1.- Cada miembro tendrá un suplente que podrá ser escogido personalmente.

ARTÍCULO 20.- Funciones de la Junta Directiva:

- Organizar y convocar las asambleas pertinentes, así como reuniones de Junta Directiva, sean estas ordinarias o extraordinarias.
- Elegir al Gerente General.
- Mantener reuniones periódicas mensuales para analizar las actividades realizadas durante cada periodo.



- Realizar el plan de Marketing y actuación de la empresa en el mercado turístico y de negocios.
- Acoger los presupuestos definidos que obtendrá la empresa.
- Establecer parámetros de ética y moral sobre el cual actuarán tanto miembros de la empresa como la junta directiva.
- Decidir sobre la expulsión de algún miembro siempre y cuando el mismo esté incidiendo en lo estipulado en el artículo 7.
- Implantar los requisitos para nuevas admisiones.
- Analizar y aprobar el ingreso de nuevos miembros.
- Determinar los distintos salarios de todos los empleados, mismos que serán expuestos en la Asamblea General.
- Crear un reglamento que permita un óptimo desarrollo empresarial.
- Ejecutar constantes análisis de mercado que ayuden y permitan alcanzar los objetivos planteados en la constitución de esta empresa.
- Estar en cumplimiento de todo lo estipulado en los presentes estatutos, así como vigilar el cumplimiento de todos los miembros.
- Exponer la rendición de cuentas en cada Asamblea General.
- Por último, la junta directiva estará en pleno derecho de tomar cualquier tipo de decisión empresarial que sea a beneficio y mejora del BUREAU DE CONVENCIONES DE CUENCA.

ARTÍCULO 21.- La Junta Directiva puede mantener diferentes reuniones que sean necesarias para toma de decisiones aparte de las mencionadas en el artículo anterior, mismas que serán constatadas de acuerdo a lo que se estipula en el artículo 22.

ARTÍCULO 22.- La Junta Directiva deberá mantener un libro de actas en donde consten todas las reuniones ya sean ordinarias o extraordinarias, mismo que contará con todo lo tratado en dichas reuniones, este es un registro legítimo de la empresa y será responsabilidad únicamente de la Junta Directiva. Cada acta será firmada por el presidente y secretario o en su defecto el representante asignado por Asamblea General en caso de ausencia.



CAPÍTULO VI

GERENTE GENERAL

ARTÍCULO 23.- El Gerente General es el representante Legal de la empresa. La Junta Directiva estará a cargo de su nombramiento y/o destitución, así como su periodo de funciones. El Gerente General podrá ser re-elegido según decisión de la Junta Directiva.

ARTÍCULO 24.- Funciones del Gerente General.

- Representar legalmente al BUREAU DE CONVENCIONES DE CUENCA frente diferentes organismos, autoridades y personas naturales o jurídicas.
- Estar en pleno derecho de realizar contratos con entidades, organizaciones y empresas que sean necesarias para el cumplimiento de los objetivos empresariales.
- Mantener la dirección de la empresa de acuerdo a los estatutos presentados y de acuerdo al reglamento que sea decretado por la Junta Directiva.
- Rendir judicialmente todos los actos necesarios que se presenten a la empresa.
- Presentar informes de sus actividades ante la Junta Directiva y Asamblea General, según como lo estipule el reglamento.
- Convocar reuniones de Asamblea General o de Junta Directiva, sean estas ordinarias o extraordinarias conforme a la necesidad del caso.
- “Constituir apoderados judiciales o extrajudiciales, especiales o generales, que estime necesario para la adecuada representación de la empresa” (CARTAGENA DE INDIAS CONVENTION AND VISITORS BUREAU, 2008).
- Demás funciones que surgieren de acuerdo a su cargo o que sean otorgadas por la Junta Directiva y la Asamblea General.



CAPÍTULO VII

PATRIMONIO DE LA EMPRESA

ARTÍCULO 25.- El patrimonio del BUREAU DE CONVENCIONES DE CUENCA, estará conformado primeramente; por todas las cuotas o aportes que sean generados por los miembros afiliados; segundo, por los bienes que adquiera la empresa; por donaciones que sean otorgadas a la empresa; y por último, dejando abierta la posibilidad de nuevos ingresos que constituyan el patrimonio de la empresa.

CAPÍTULO VII

REFORMA DE ESTATUTOS

ARTÍCULO 26.- Para ser aprobadas reformas a los estatutos presentes se deberá contar con la aprobación del 80% del total de miembros que conforman la Asamblea General en una convocatoria oficial.

CAPÍTULO IX

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO 26.-

La empresa se disolverá por las siguientes causas: por la expiración del término pactado para su duración, por la imposibilidad de cumplir con sus objetivos, por la extinción total de sus bienes, por decisión de la Asamblea General adoptada con el voto favorable de por lo menos el 80% de los miembros y por demás previstas en las leyes (CARTAGENA DE INDIAS CONVENTION AND VISITORS BUREAU, 2008).

ARTÍCULO 27.-

Disuelta la empresa, se procederá por la Asamblea General a nombrar uno o varios liquidadores. En caso de no llegase a un acuerdo en el nombre del liquidador, ejercerá como tal el Gerente General de la empresa [...]. Durante el periodo de liquidación y hasta la extinción definitiva de la Empresa, la Junta Directiva continuará ejerciendo sus



funciones (CARTAGENA DE INDIAS CONVENTION AND VISITORS BUREAU, 2008).

CAPÍTULO X

DISPOCISIONES FINALES

ARTÍCULO 28.- El posicionamiento de la Junta directiva, así como la de le Gerente General no debe ser mayor al periodo de un mes a partir de la elección tomada en la Asamblea General y Junta Directiva respectivamente.

ARTÍCULO 29.- La Junta Directiva podrá adoptar y ejecutar asuntos que no estén estipulados en los presentes estatutos, estas acciones estarán regidas conforme a las leyes municipales, regionales y nacionales de la República del Ecuador.

Fuente: El presente documento pertenece a la propuesta de estatuto que ha elaborado la fundación de turismo para Cuenca, a través de su presidenta la magister María Angélica León.