

PERFIL DEL TURISTA DE NEGOCIOS Y SU GASTO PROMEDIO



CUMPLIMIENTO DE LOS PLIEGOS:

1. Características demográficas y perfil de los turistas que visitan la ciudad de Quito

CUANTITATIVO:

Diapositiva 43 - 48.

2. Rango de los gastos diarios en dólares realizados por los turistas de negocios en la visita que realizan a la ciudad de Quito

CUANTITATIVO:

Diapositiva 45

3. Comparativo de gastos realizados por los turistas de negocios que visitan las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca

CUANTITATIVO:

Diapositiva 62

4. Los meses de mayor presencia de turismo de negocios dentro del segmento RICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos)

CUANTITATIVO:

Diapositiva 52

CUALITATIVO:

HOTELES

Diapositivas 83, 84

OPERADORES TURÍSTICOS

Diapositivas 111, 112

ORGANIZADORES DE EVENTOS

Diapositivas 133, 134

SOCIOS DE CONVENCIONES

Diapositivas 155, 156

5. Necesidades y preferencias de los turistas de negocios

Necesidades: CUALITATIVO:

HOTELES

Diapositivas 92 - 94

OPERADORES TURÍSTICOS

Diapositivas 111, 112

ORGANIZADORES DE EVENTOS

Diapositivas 141, 142

SOCIOS DE CONVENCIONES

Diapositivas 163, 164

Preferencias: CUANTITATIVA:

Diapositiva 59

6. Capacidad hotelera para soportar la visita de 1500 a 2000 turistas de negocios

CUANTITATIVA

Diapositiva 29

CUALITATIVA

Diapositiva 79

INTRODUCCIÓN

- Antecedentes
- Objetivos
- Ficha técnica

ANÁLISIS DE RESULTADOS

- Análisis Cuantitativo fuentes secundarias
- Capacidad Hotelera fuentes secundarias
- Perfil del turista Resultados de encuestas
- Hábitos del turista de negocios
- La ciudad de Quito, evaluación del turista
- Nuevo aeropuerto de Quito

ANTECEDENTES:



- I. A la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico EPMGDT-QUITO Turístico, le corresponde el correcto funcionamiento del sistema turístico de la ciudad mediante el diseño y establecimiento de políticas, normas, promoción y desarrollo de productos e información sostenida, que conviertan al turismo en la principal actividad económica y estratégica del desarrollo Local, con el fin de constituirlo en una fuente generadora de empleo e ingresos, garantizando la conservación de los recursos naturales de su jurisdicción.
- II. La nueva ley de empresas públicas y las Ordenanzas Metropolitanas relativas a la materia, establece que la Empresa Metropolitana Quito Turístico adquirió una estructura pública y administrativa de gestión de destino, para cuyo desempeño, necesita información continua y oportuna sobre la situación y evolución de la actividad económica del turismo en la ciudad.



1

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Determinar el perfil del turista de negocios y el monto de gastos que éste realiza en el Distrito Metropolitano de Quito (SIIT.DMQ), con el fin de dotar a la empresa y a la ciudad de información continua útil para la gestión integral del segmento RICE (reuniones, incentivos, congresos y eventos) y para la planificación, seguimiento y evaluación de las actividades del turismo de negocios en general.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- I. Determinar las características demográficas y el perfil, de los turistas que visitan la ciudad de Quito.**
- II. Determinar el rango de gastos diarios en dólares realizados por los turistas de negocios en la visita a la ciudad de Quito.**
- III. Establecer un comparativo de gastos realizados por los turistas que visitan las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.**
- IV. Determinar en la ciudad de Quito los meses de mayor presencia de turismo de negocios dentro del segmento RICE (reuniones, incentivos, congresos y eventos) .**
- V. Conocer las necesidades y preferencias de los turistas.**
- VI. Determinar la capacidad hotelera para soportar la visita de 1.500 a 2.000 turistas a la ciudad de Quito.**

2

FICHA TECNICA

El estudio PERFIL DEL TURISTA DE NEGOCIOS Y SU GASTO PROMEDIO se compone de dos fases, una cuantitativa y otra cualitativa, las mismas que recogerán prácticas, hábitos y percepciones del turista de negocios

FASE DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION CUANTITATIVA:

Una primera parte del presente estudio utilizo información obtenida en forma directa de fuentes oficiales como el Sistema Institucional de Indicadores de Turismo. Esta información se organizo en forma paralela al desarrollo de la fase de investigación de fuentes primarias y servirá para determinar el perfil del turista de negocios y el monto de gastos que éste realiza en el Distrito Metropolitano de Quito.

La fase de levantamiento de información (cuantitativa) recogió información obtenida de turistas de negocios; la entrevista abarcará prácticas, hábitos y percepciones del turista de negocios.

La información requerida se recopilo mediante entrevistas personales (cara a cara) en puntos de concentración de turistas de negocios, en la sala de arribo y salida nacional e internacional. Las entrevistas se aplicaron en el Aeropuerto de Quito a través de un formulario electrónico en Tablets, cuya duración aproximada fue de 20 a 25 minutos, el mismo que fue administrado por encuestadores especializados, que estuvieron bajo la supervisión de CEDATOS.

Las entrevistas son anónimas y se rigieron por cuestionarios elaborados específicamente para el estudio, validados en el campo y aprobados por el cliente.

FICHA TECNICA



FASE DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION CUALITATIVA:

Esta fase se implementó a través de entrevistas en profundidad dirigida a los gerentes de las Operadoras Turísticas, administradores de Hoteles, Socios de convenciones, Organizadores de eventos.

Estas entrevistas se desarrollaron previa cita con los responsables de administrar la información, la entrevista tuvo una duración promedio de 25 minutos. Esta actividad estuvo bajo la coordinación y supervisión del área de investigación de CEDATOS y contó con la ayuda de Quito Turismo.

Las entrevistas en profundidad se realizaron a:

- Hoteles de primera y de lujo
- Operadores Turísticos
- Organizadores de eventos
- Socios de convenciones

En la entrevista se evalúa la capacidad hotelera en la ciudad de Quito, la cual determinará la capacidad hotelera para soportar la visita de 1.500 a 2.000 turistas, durante los periodos denominados de temporada alta en los cuales hay mayor visita de turistas en la ciudad de Quito.

FICHA TECNICA



MUESTRA FASE CUANTITATIVA

El marco de la muestra serán los turistas de negocios.

UNIDAD DE OBSERVACIÓN – UNIDAD FINAL DE SELECCIÓN

La unidad estadística de observación para el presente estudio son los turistas de negocios que llegan o salen de la ciudad de Quito por negocios, eventos, trabajo

TURISTAS DE NEGOCIOS → 110 CASOS

MUESTRA FASE CUALITATIVA

La muestra de las entrevistas a profundidad se distribuyó de la siguiente manera:

HOTELES DE PRIMERA Y DE LUJO	10
OPERADORES TURÍSTICOS	10
ORGANIZADORES DE EVENTOS	10
SOCIOS DE CONVENCIONES	23

FICHA TECNICA



INGRESO DE DATOS

Los datos fueron ingresados directamente en los Tablets G2D por lo que el ingreso de datos se realiza en forma simultánea. Esto ahorra tiempo en la aplicación del estudio y permite asegurar la calidad de las entrevistas ya que el sistema controla en todo momento la secuencia de aplicación de las entrevistas, saltos de preguntas y consistencia de respuestas dentro de parámetros previamente establecidos en la etapa de diseño de cuestionarios.

PROCESAMIENTO DE DATOS

El sistema G2D exporta los resultados debidamente verificados directamente a una base de datos en formato SPSS© (.sav) con el diccionario completo de nombres de variables y códigos de categorías previamente elaborado al momento de diseñar el formulario.

ANÁLISIS DE LOS DATOS

Una vez obtenida la base de datos, ésta será allanada a un completo análisis exploratorio y descriptivo de las variables y sus distribuciones; luego se realizará el análisis estadístico requerido por cada tópico.

ANALISIS CUANTITATIVO PERFIL DEL TURISTA FUENTES SECUNDARIAS

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS POR MES AL ECUADOR

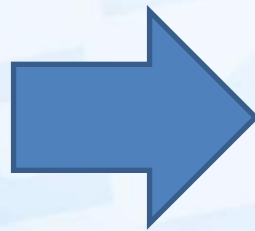
Enero – Agosto 2012



LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS AL ECUADOR

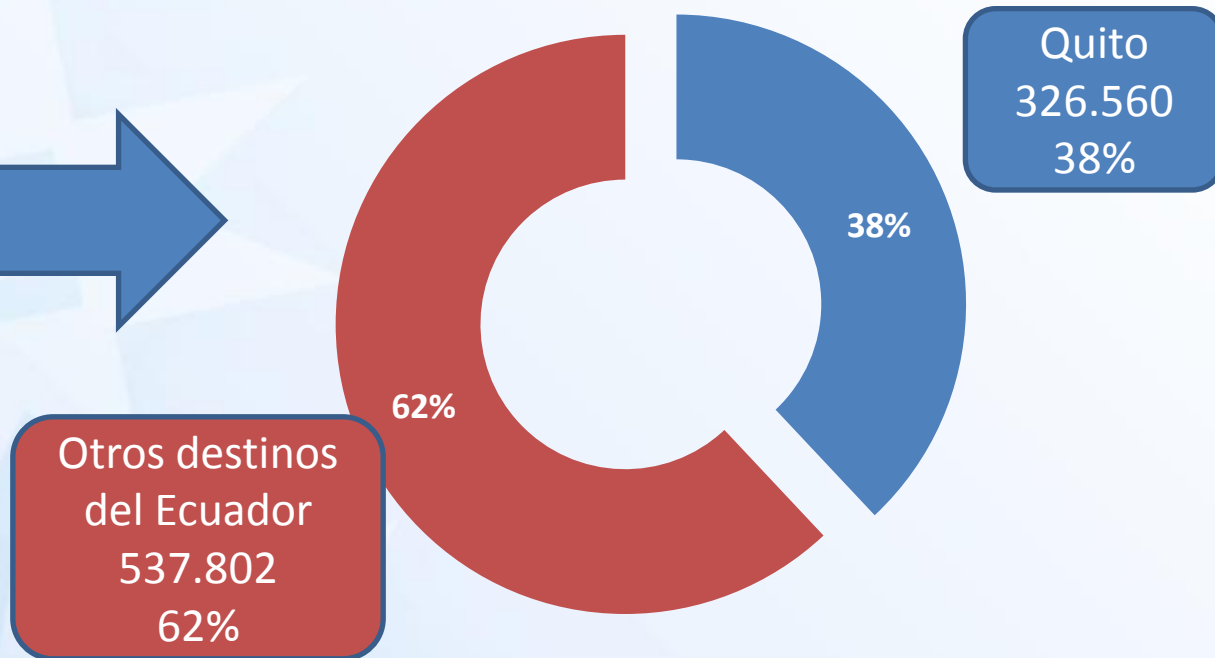


864.362
100%



LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS

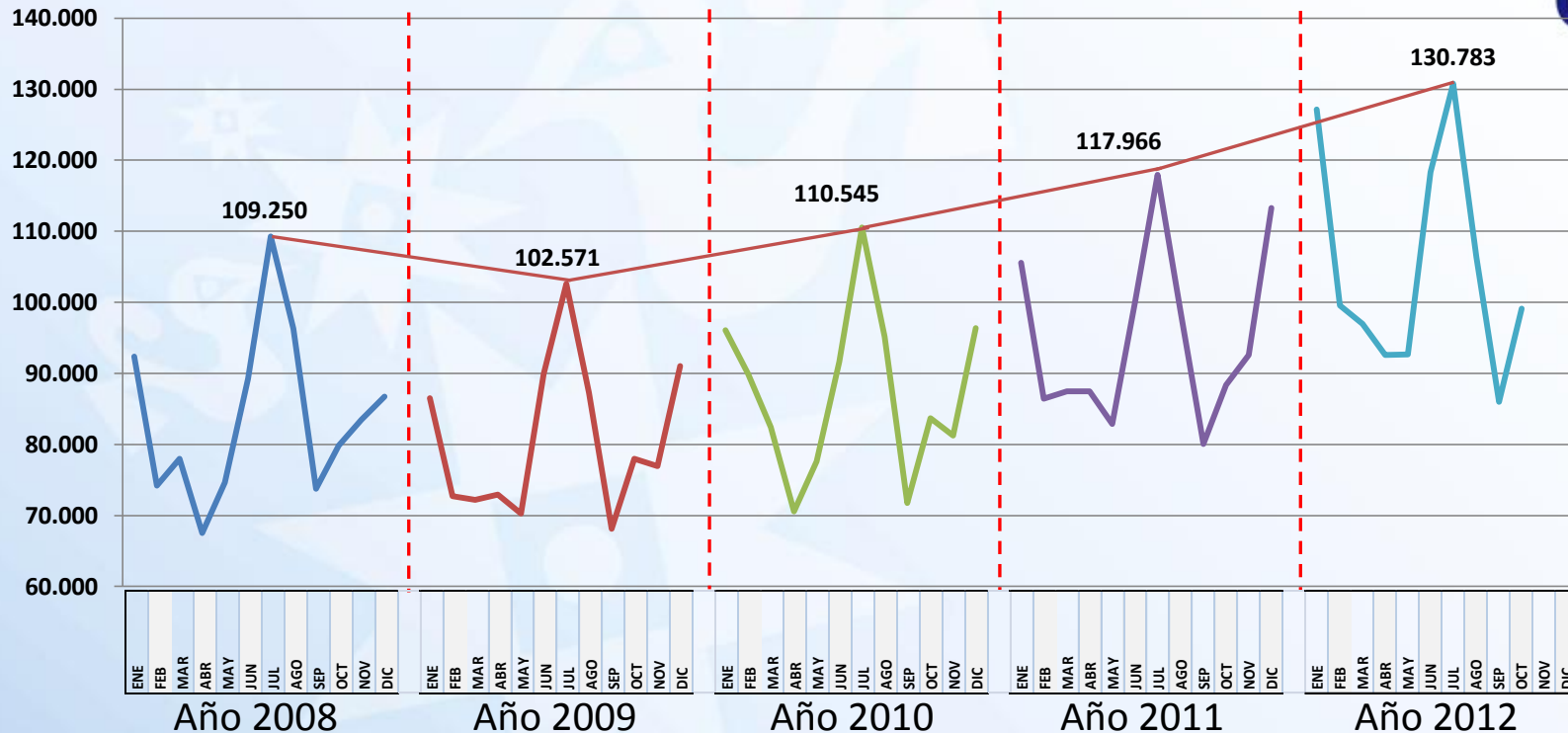
- LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS A LA CIUDAD DE QUITO DESDE EL MES DE ENERO HASTA EL MES DE AGOSTO DEL 2012
- LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS HACIA OTROS DESTINOS DEL ECUADOR DESDE EL MES DE ENERO HASTA EL MES DE AGOSTO DEL 2012



Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS POR MES AL ECUADOR 2008 – 2012

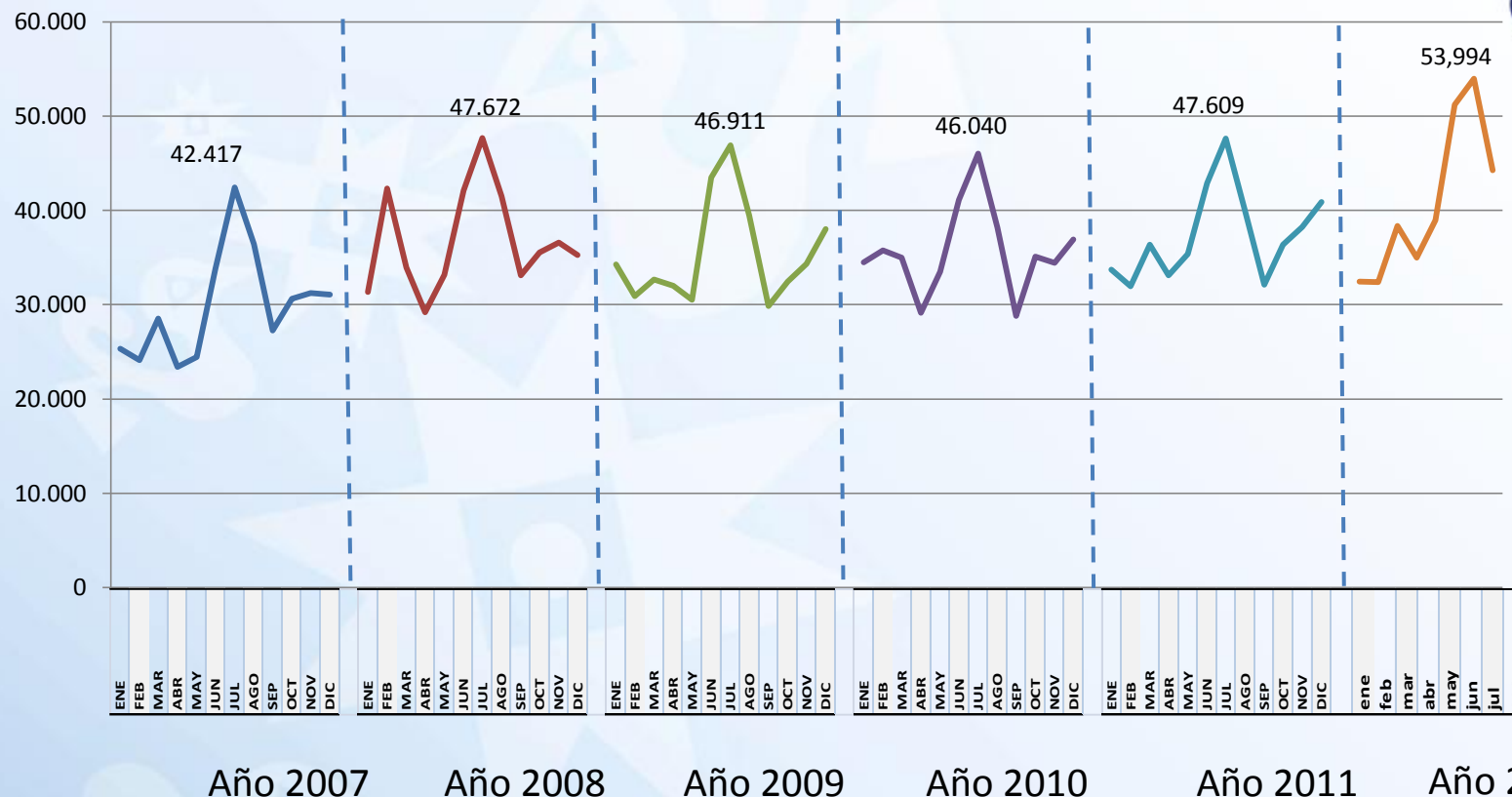


Los meses de mayor afluencia de turistas extranjeros son: Junio, julio y agosto. Los que han aumentado desde el 2010. La tasa de variación anual es aproximadamente del 10%.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS POR MES A LA CIUDAD DE QUITO (ENE 2007 – AGOS 2012)

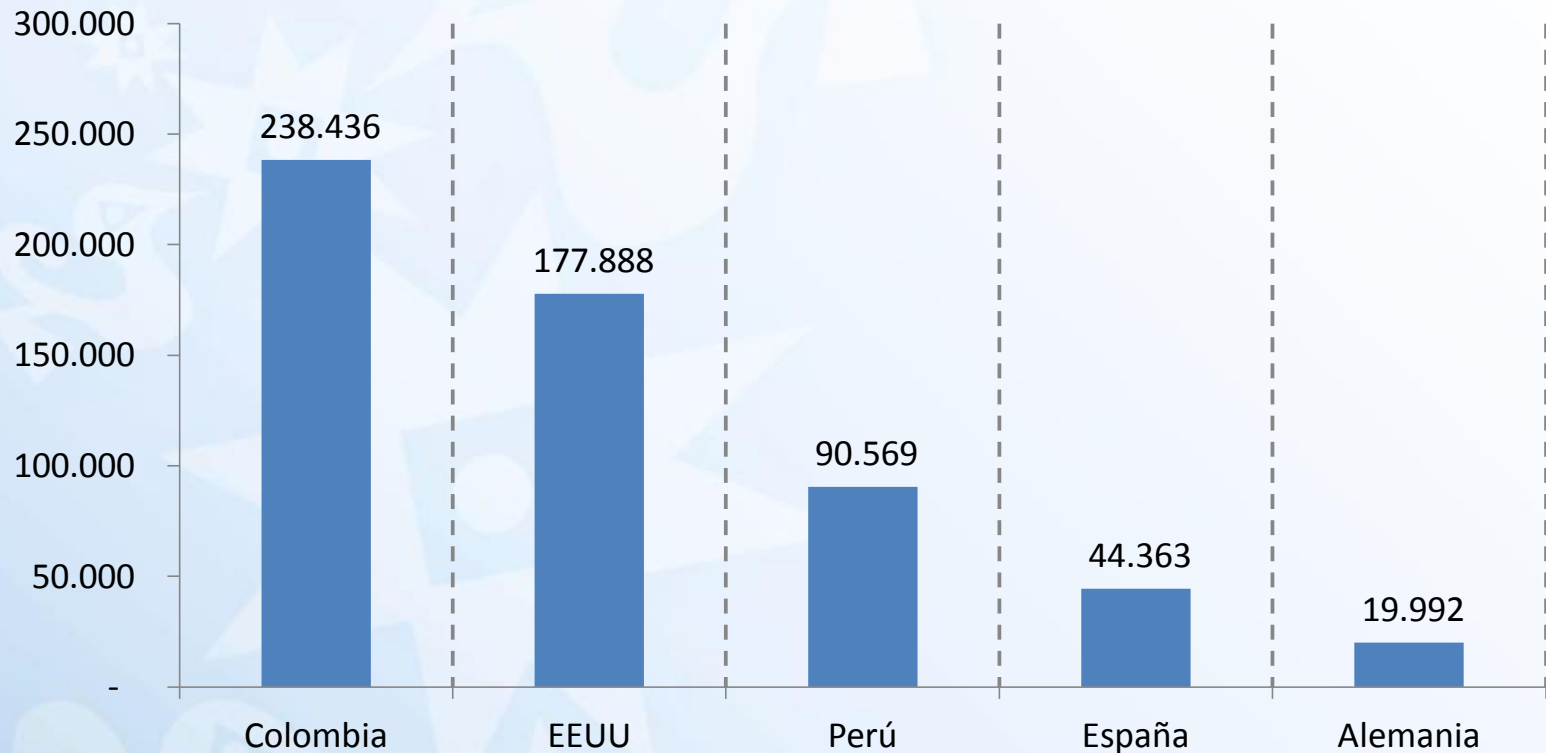


La llegada de turistas extranjeros a la ciudad de Quito ha amentando en los últimos años , con una mayor afluencia en los meses de Junio, julio y Agosto.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

TURISTAS QUE LLEGAN A LA CIUDAD DE QUITO DE LOS DIFERENTES PAISES (DE ENERO – AGOSTO AÑO 2012)

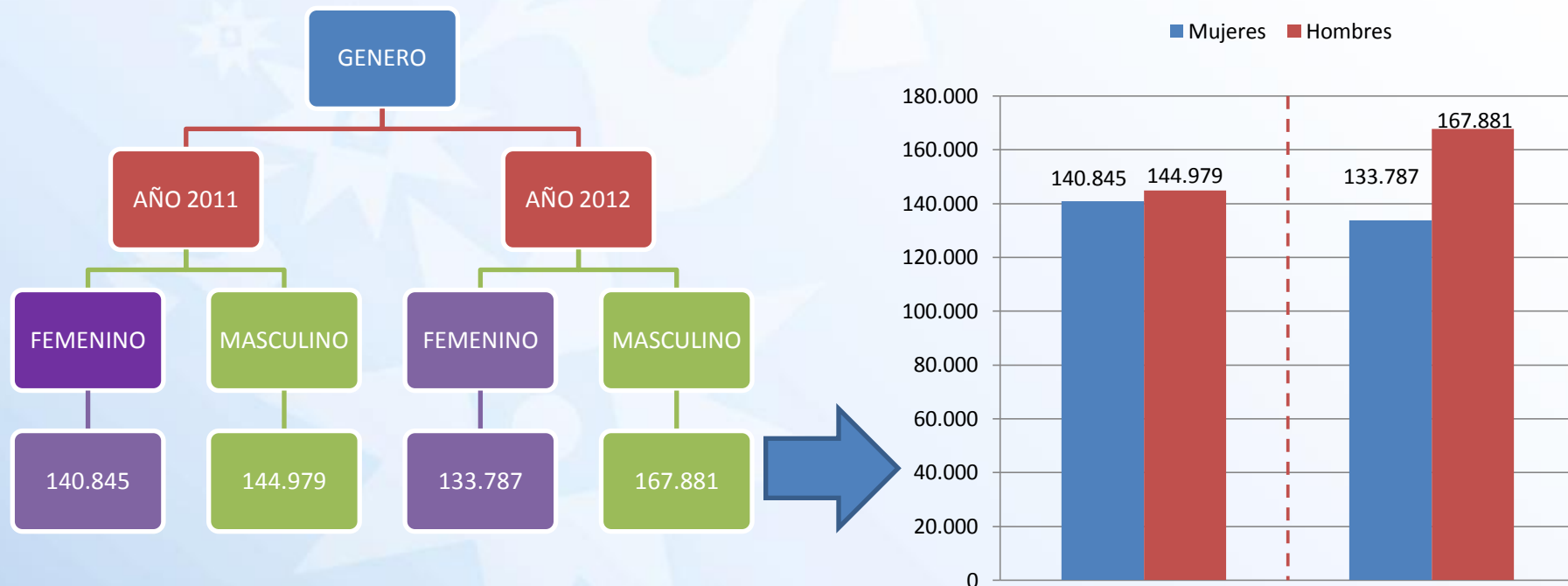


La mayor parte de los turistas no residentes que llegan a la ciudad de Quito provienen de: Colombia, EEUU, Perú, España, Alemania.

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS HACIA LA CIUDAD DE QUITO POR GENERO AÑO 2011 Y AÑO 2012



La mayor parte de turistas que llegan a la ciudad de Quito son hombres; entre Enero y Agosto del 2012 ingresaron 167881 hombres y 133787 mujeres.

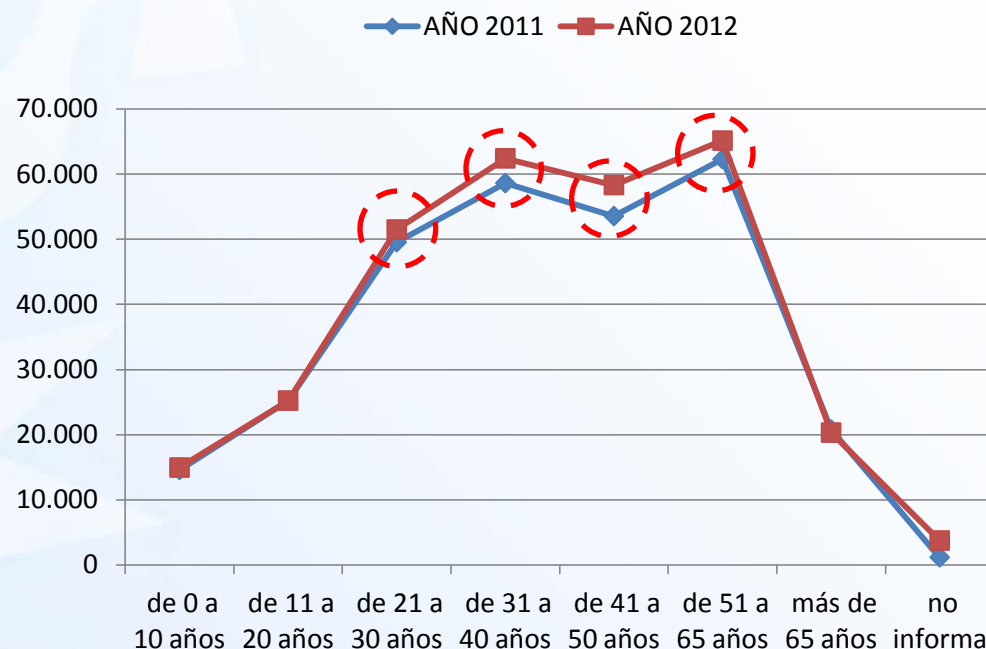
Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS HACIA LA CIUDAD DE QUITO POR GRUPO DE EDAD AÑO 2011 Y AÑO 2012



	ENE - AGOS	
	AÑO 2011	AÑO 2012
de 0 a 10 años	14,580	14,949
de 11 a 20 años	25,216	25,232
de 21 a 30 años	49,558	51,503
de 31 a 40 años	58,639	62,439
de 41 a 50 años	53,569	58,335
de 51 a 65 años	62,320	65,162
más de 65 años	20,782	20,312
no informa	1,160	3,736



La mayor parte de turistas que llegan a la ciudad de Quito están entre 21 a 65 años de edad.

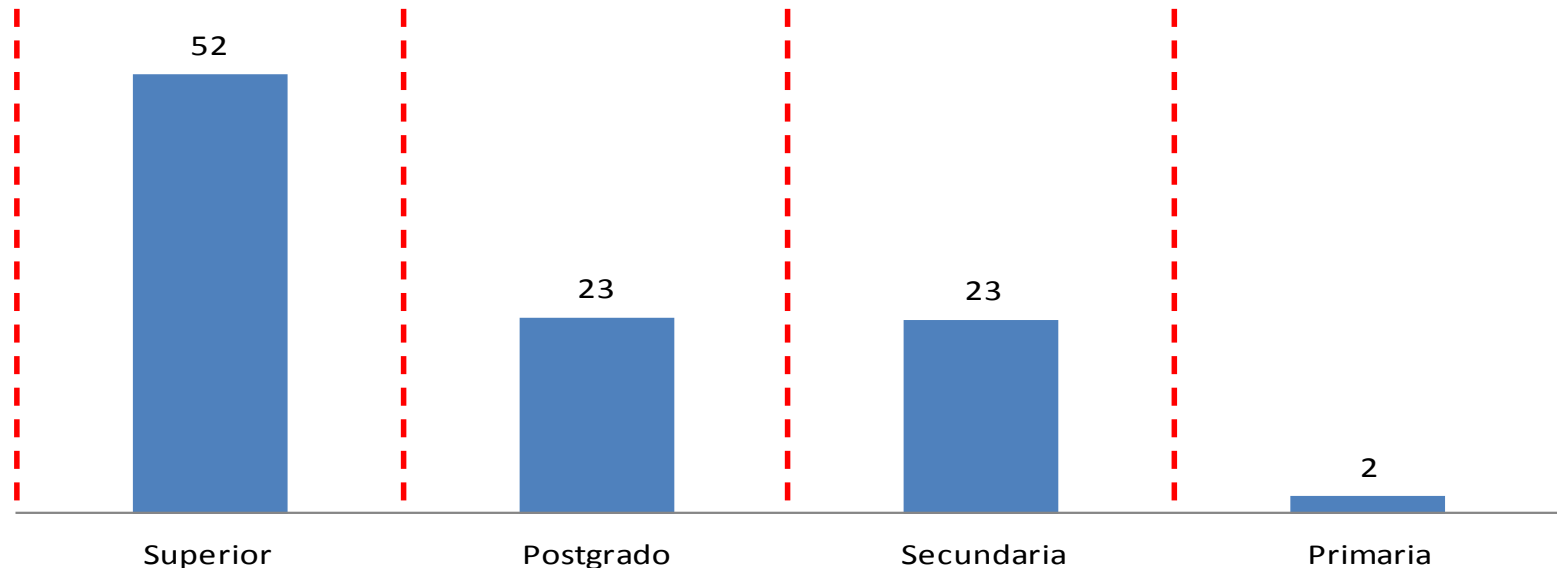
Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

TURISTAS QUE LLEGAN A CIUDAD DE QUITO POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN (EN PORCENTAJES) (DE ENERO A AGOSTO 2012)



ENE - AGOS 2012

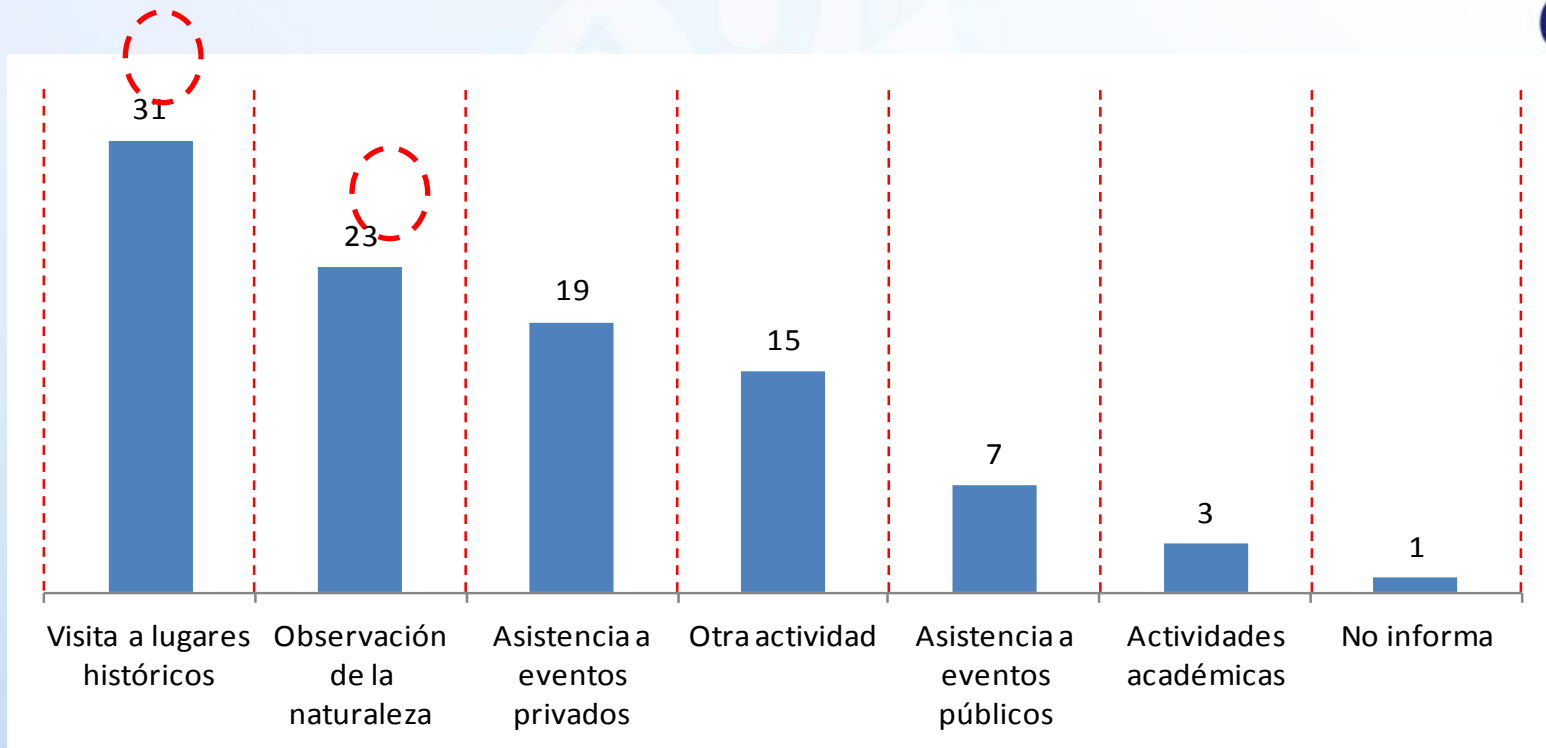


La mayor parte de los turistas que han visitado la ciudad de Quito tienen un nivel de instrucción superior y de Postgrado.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

ACTIVIDADES QUE REALIZA (EN PORCENTAJES) ENERO – AGOSTO 2012

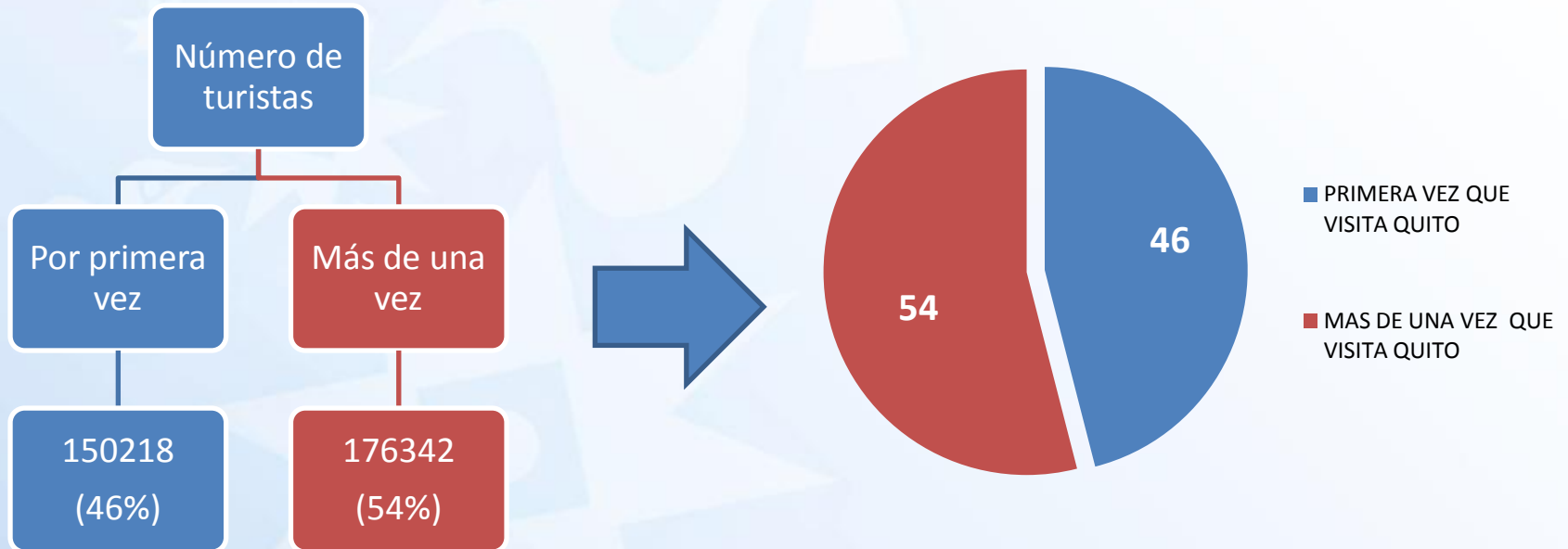


Los turistas que llegan a la ciudad de Quito principalmente visitan lugares históricos, Observación de la naturaleza.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

FRECUENCIA DE VIAJES QUE REALIZAN LOS TURISTAS HACIA LA CIUDAD DE QUITO (EN PORCENTAJES) (ENERO – AGOSTO 2012)



La mayor parte de los turistas han visitado Quito más de una vez(54%).

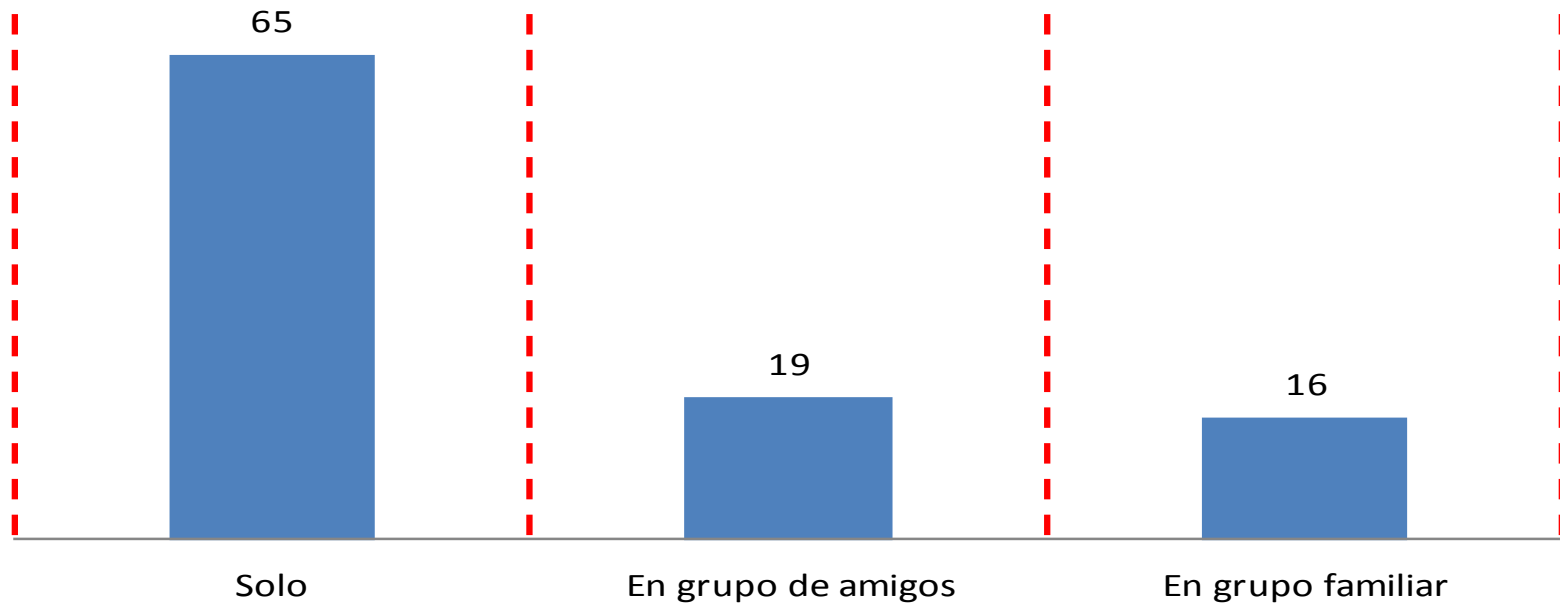
Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

PERSONAS CON LAS QUE VIAJA HACIA LA CIUDAD DE QUITO (EN PORCENTAJES) ENERO – AGOSTO 2012



PERSONAS CON LAS QUE VIAJA



El 65% de los turistas han visitado Quito viajan solos.

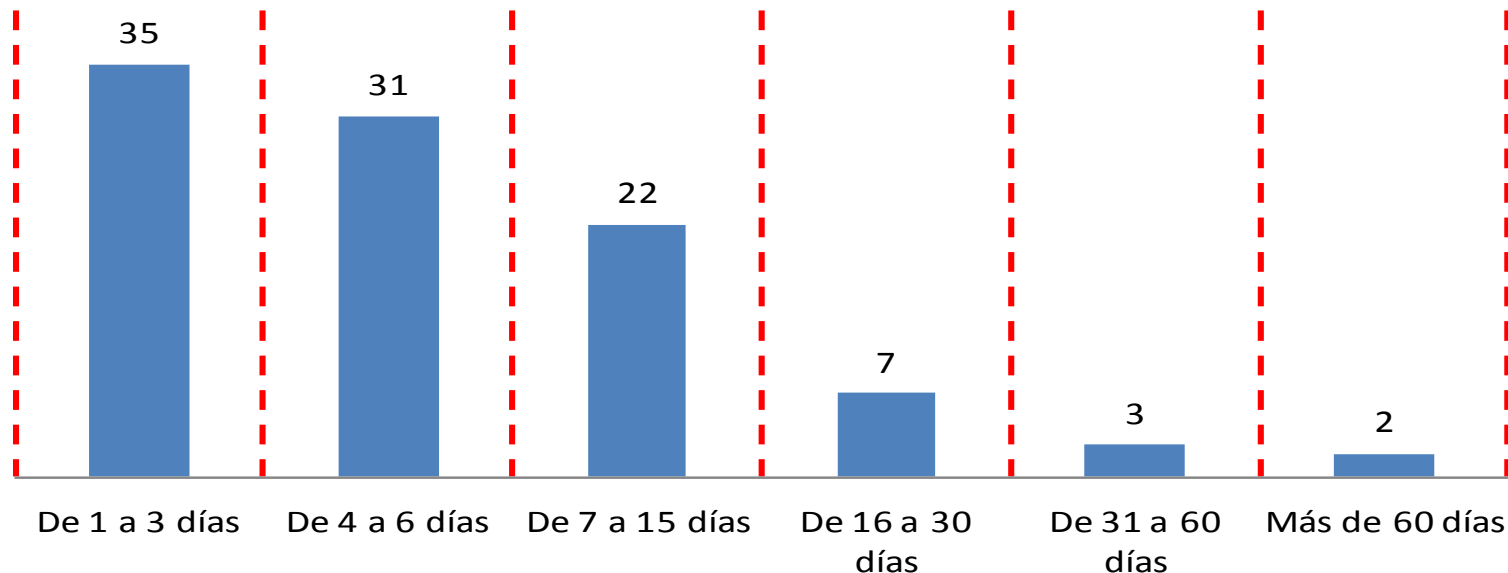
Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

ESTANCIA DE LOS TURISTAS QUE VISITAN QUITO (EN PORCENTAJES) ENERO AGOSTO 2012



ESTANCIA DE LOS TURISTAS QUE VISITAN QUITO



La estancia promedio de los turistas es de 1 a 6 días (66%).

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

TIPO DE ALOJAMIENTO (EN PORCENTAJES) ENERO – AGOSTO 2012



El hospedaje preferido de los turistas son los hoteles(44%) y los hostales y residencias (14%). También prefieren las casas de amigos y familiares (32%)

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

GASTO PROMEDIO DIARIO \$60



El gasto promedio de los turistas que visitan Quito es de \$60.

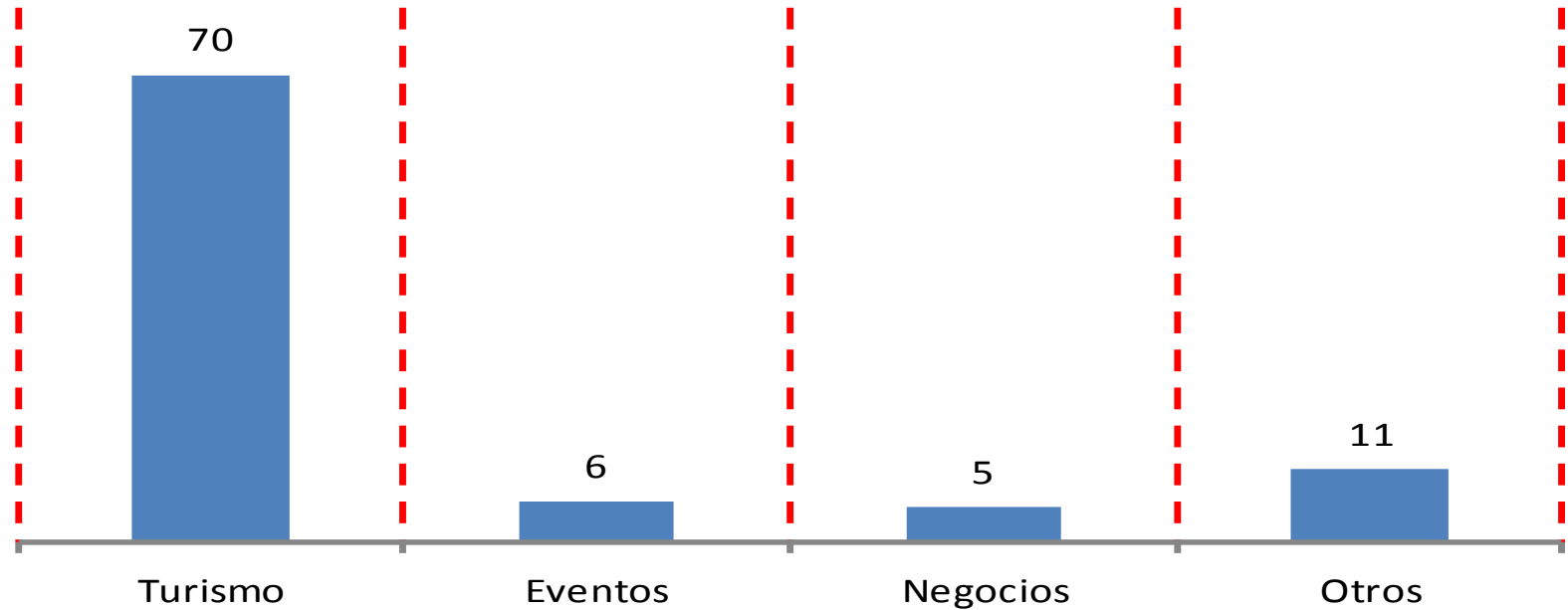
Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

MOTIVO O RAZON DE VIAJE HACIA QUITO EN PORCENTAJES



Enero - Agosto 2012



El turismo el principal motivo de viaje (70%), seguido por los eventos y negocios.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

ANALISIS CUANTITATIVO CAPACIDAD HOTELERA FUENTES SECUNDARIAS

NÚMERO APROXIMADO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO EN LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2012



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

NÚMERO PROMEDIO DE
HABITACIONES



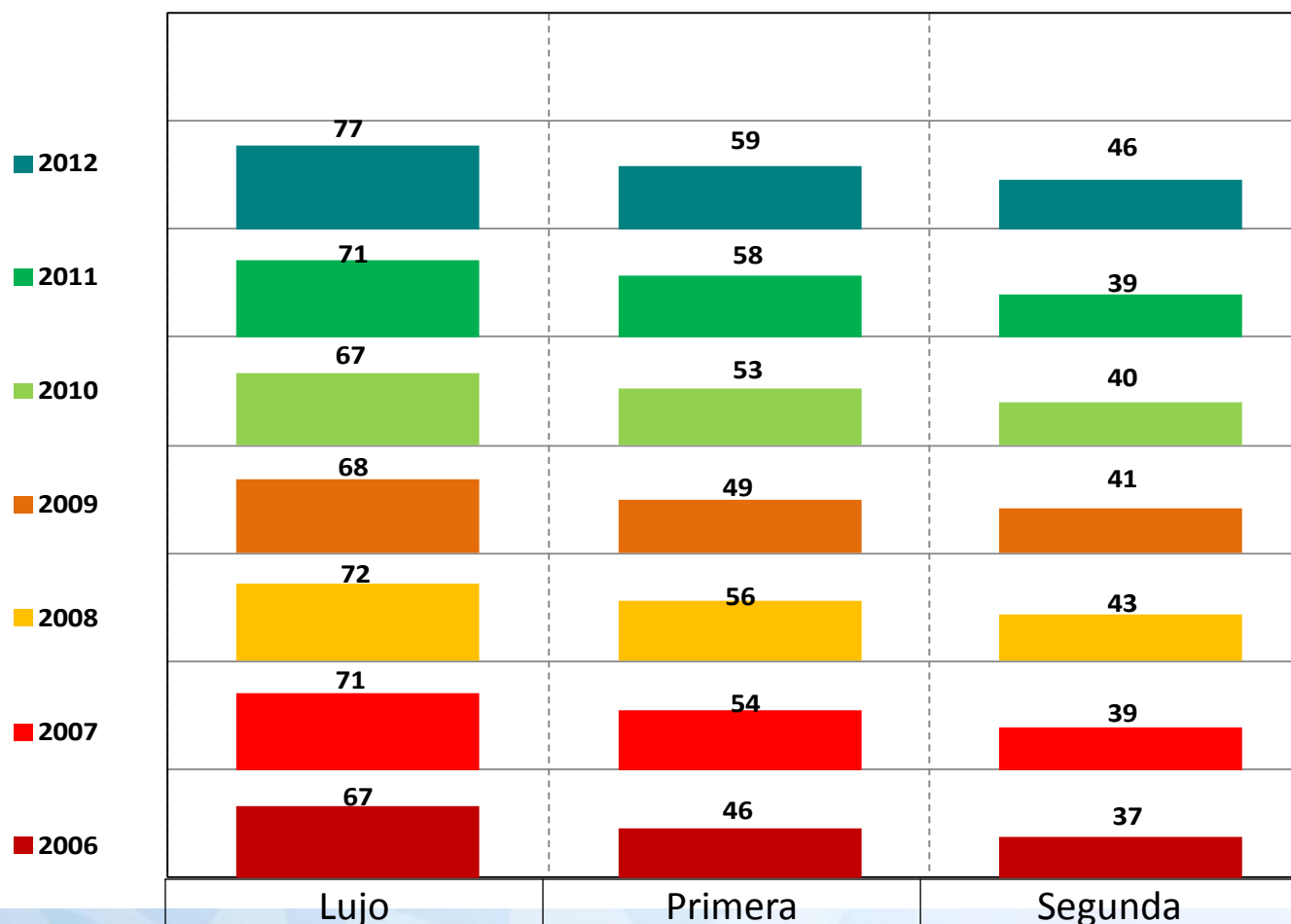
190
Habitaciones

Existirían 1900 habitaciones en hoteles de lujo de la ciudad de Quito con lo que se podría cumplir con la demanda de 1500 a 2000 turistas de negocios , en esta categoría de hoteles

Fuente: FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR; www.hotelesecuador.com.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA DE LOS HOTELES DE LUJO, PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE QUITO (EN PORCENTAJES)

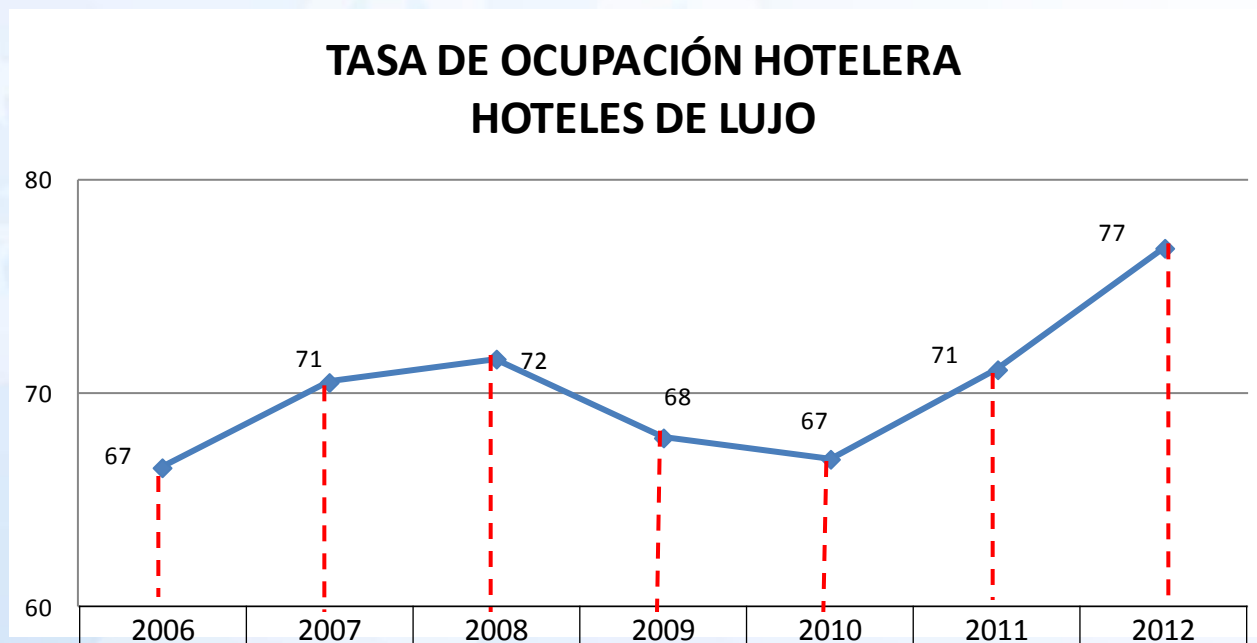


La tasa de ocupación hotelera muestra una tendencia creciente en los últimos cuatro años, para las tres categorías de hoteles.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA HOTELES DE LUJO CIUDAD DE QUITO (EN PORCENTAJES)



La tasa de ocupación hotelera en los hoteles de lujo ha tenido un crecimiento en el último año del 6% con respecto a los años anteriores.

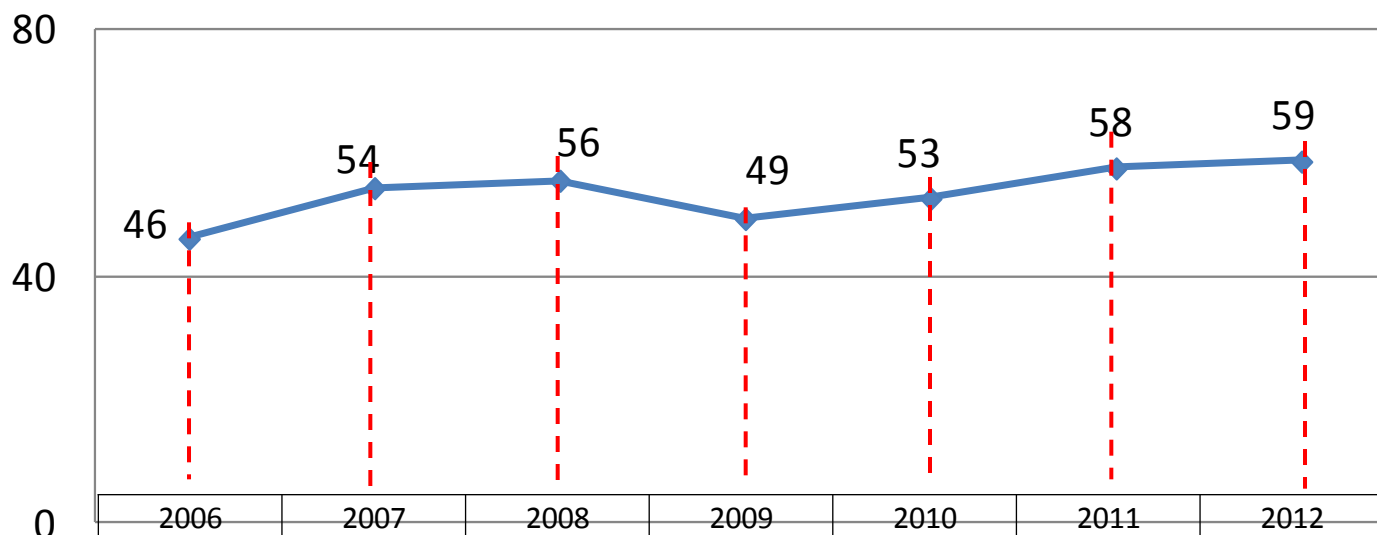
Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA HOTELES DE PRIMERA CATEGORÍA CIUDAD DE QUITO (EN PORCENTAJES)



TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA HOTELES DE PRIMERA

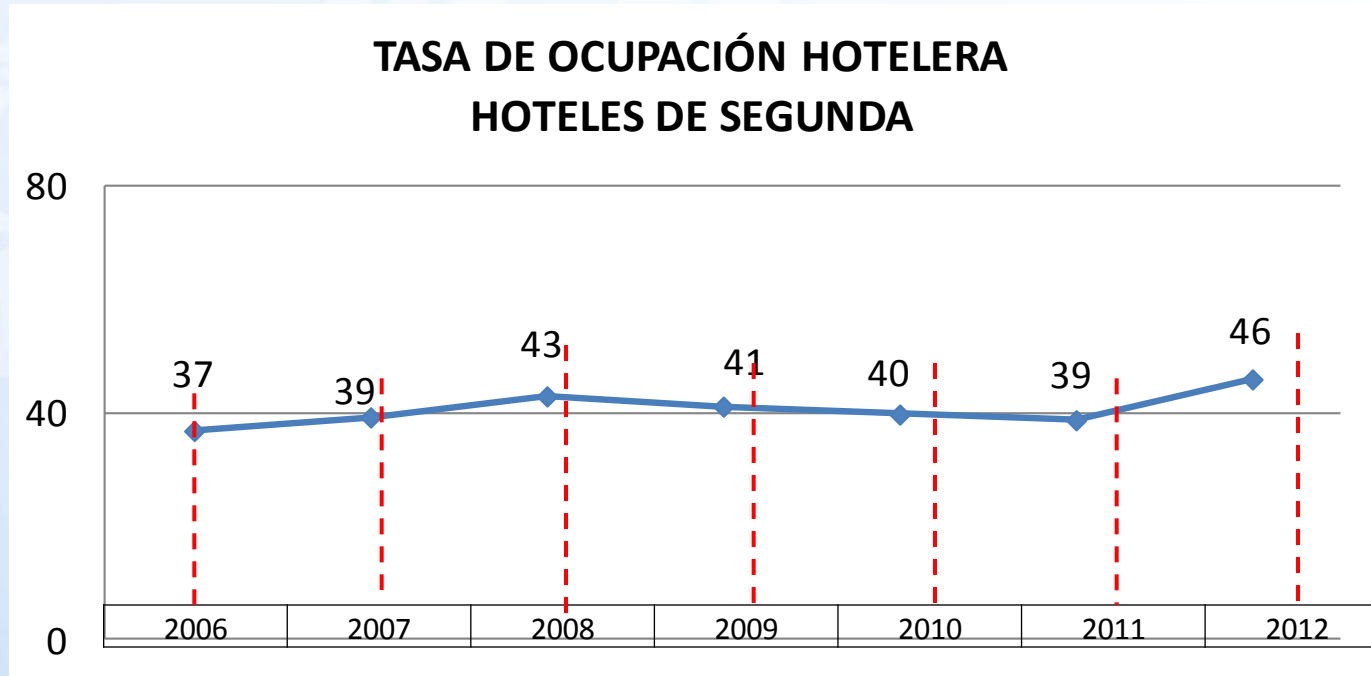


La tasa de ocupación hotelera en los hoteles de primera categoría ha tenido un crecimiento en el ultimo año del 1% con respecto a los años anteriores.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA HOTELES DE SEGUNDA CATEGORIA CIUDAD DE QUITO (EN PORCENTAJES)

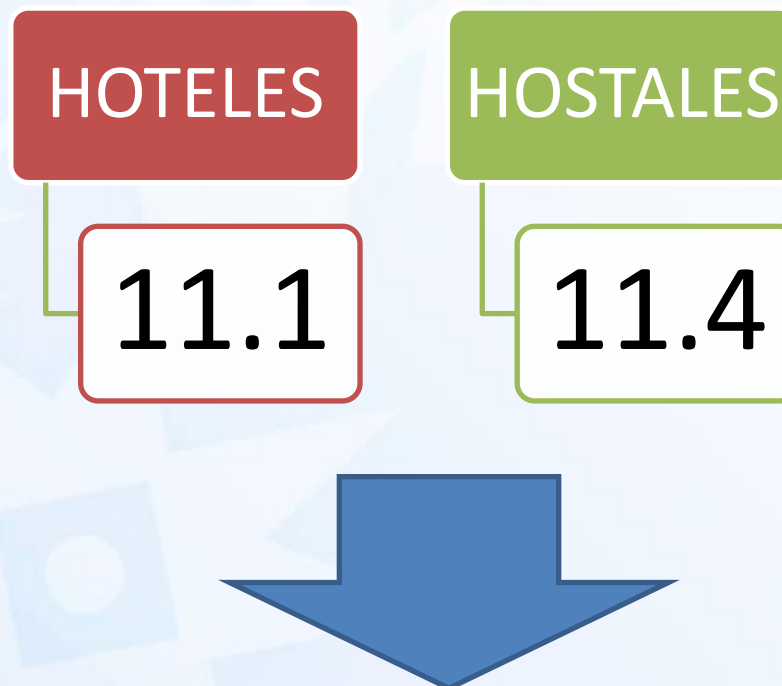


La tasa de ocupación hotelera en los hoteles de segunda ha tenido un crecimiento de en el ultimo año del 7% con respecto a los años anteriores.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

HABITACIONES OCUPADAS EN LA CIUDAD DE QUITO: TASA DE EVOLUCION INTERANUAL DE ENERO – AGOSTO 2012

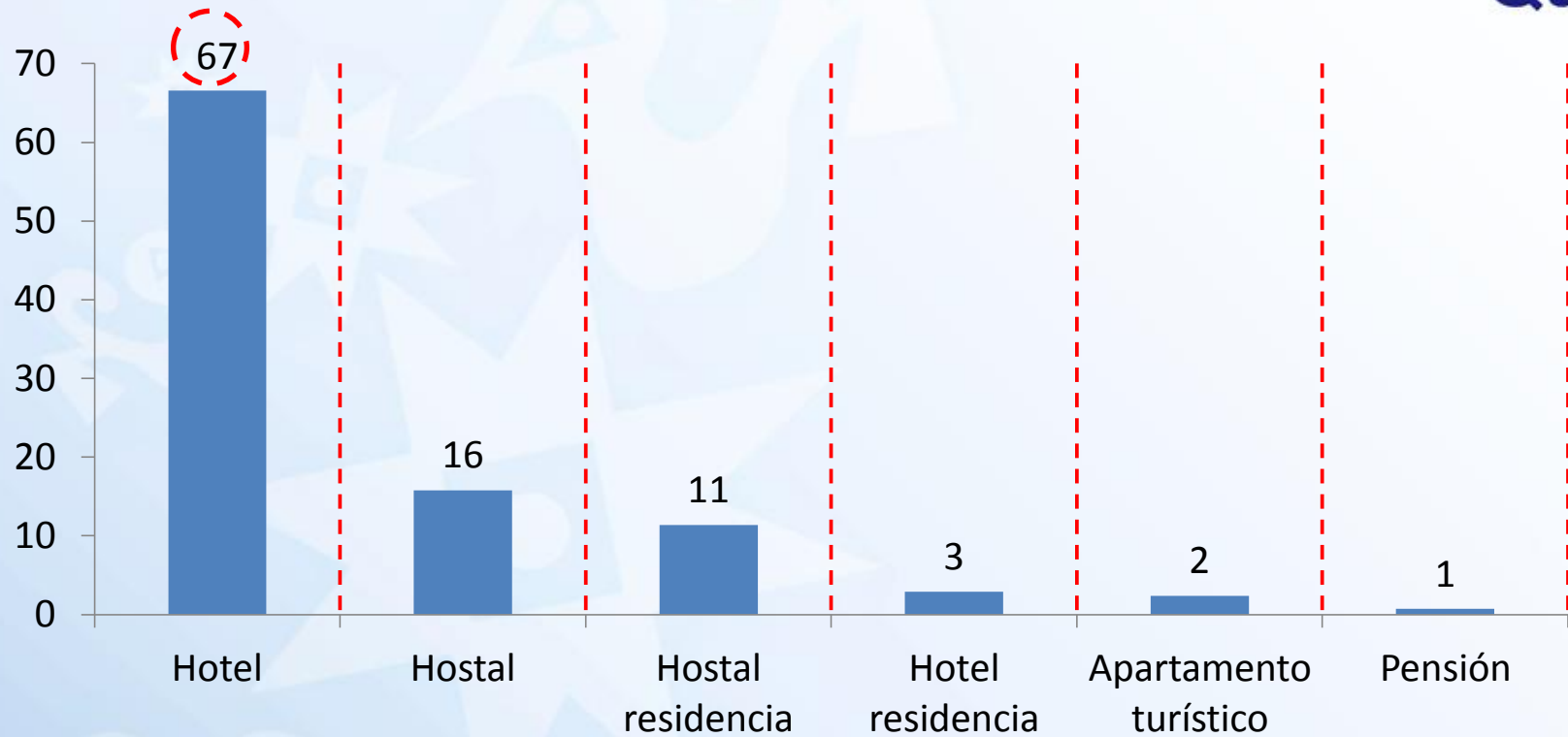


La tasa de crecimiento anual de habitaciones ocupadas de hoteles es de 11.1%, y de hostales 11.4% , entre enero y agosto de 2012.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

HABITACIONES OCUPADAS EN LA CIUDAD DE QUITO POR TIPO DE ALOJAMIENTO DE ENERO – AGOSTO 2012 (EN PORCENTAJES)



Los hoteles registran en mayor número de habitaciones ocupadas (67%).

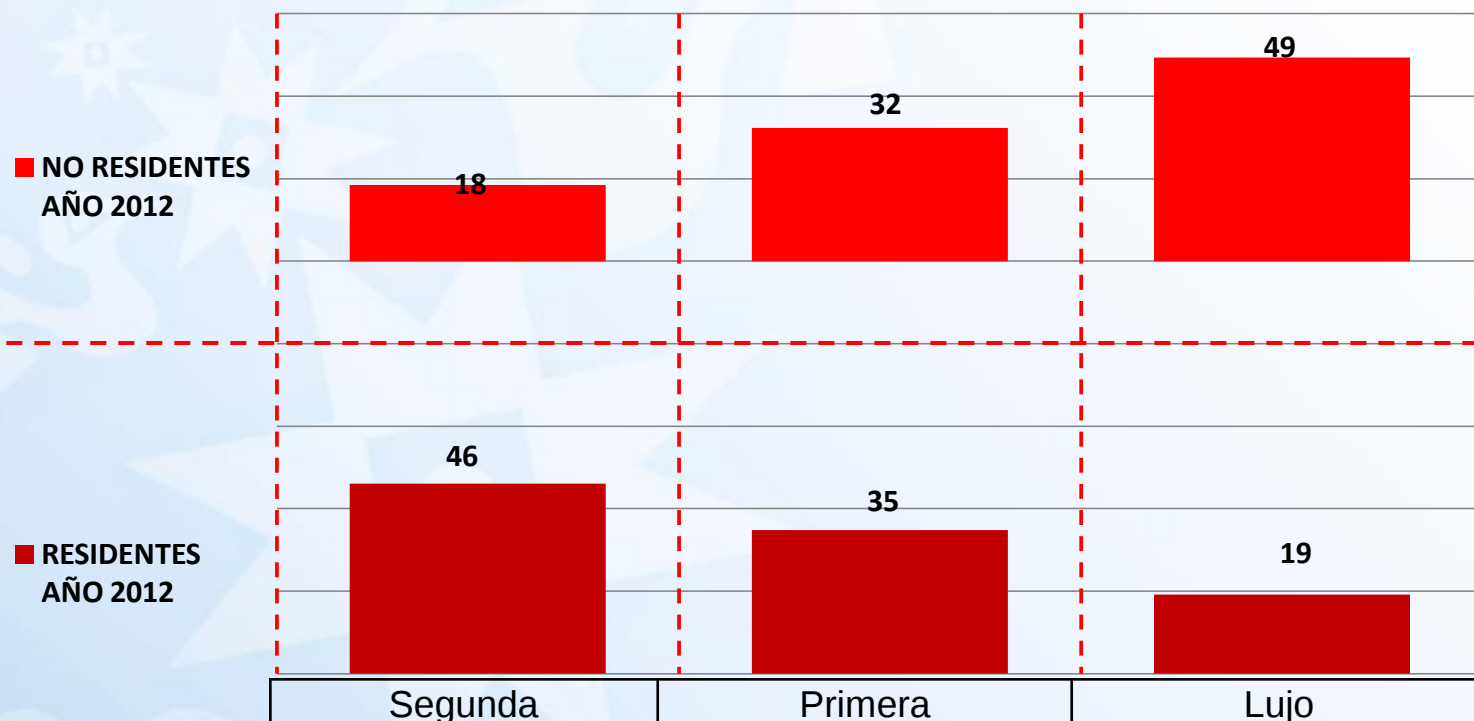
Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

	LLEGADAS HOTELERAS				
	CATEGORIA			GRUPO	
	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	HOTELES	HOSTALES PENSIONES
2011 (EN MILES)	173.1	173.9	175.6	361.2	161.4
2012 (EN MILES)	186.8	187.8	183.7	383.6	174.7
TASA DE INCREMENTO	7.9	8.0	4.6	6.2	8.2
2012(%)	33.5	33.6	33.9	68.7	31.3

En los ocho primeros meses del 2011 y 2012 el 67% se hospedó en hoteles de categoría lujo (33,5% y 33,6%).. El 33,9% en los de segunda categoría. Por tipo en los hoteles se hospedó el 68,7% y en los hostales y pensiones el 31,3%.

LLEGADAS DE TURISTAS RESIDENTES Y NO RESIDENTES A LOS HOTES DE LUJO , PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORIA EN EL AÑO 2012 (EN PORCENTAJES)



La mayoría de los turistas no residentes se hospedan principalmente en hoteles de Lujo, mientras que los turistas residentes se hospedan principalmente en los hoteles de segunda categoría.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

PERNOCTACIONES HOTELERAS DE TURISTAS RESIDENTES Y NO RESIDENTES (AÑO 2007-2012)



Los turistas no residentes pernoctan en los hoteles más que los residentes.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

ESTANCIA MEDIA POR CATEGORIAS EN LA CIUDAD DE QUITO (AÑO 2007-2012)



ESTANCIA MEDIA POR CATEGORIAS (EN DIAS)						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Lujo	2	2	2	2	2	2
Primera	2	2	2	2	1	2
Segunda	1	1	1	1	1	1
Total EM	2	2	2	1	1	2

La estancia media por categorías es de 2 días en los hoteles de Lujo y de primera; en los hoteles de segunda categoría es de 1 día.

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

TARIFA POR HABITACIÓN(PROMEDIO) AÑO 2012

LUJO
\$102.7

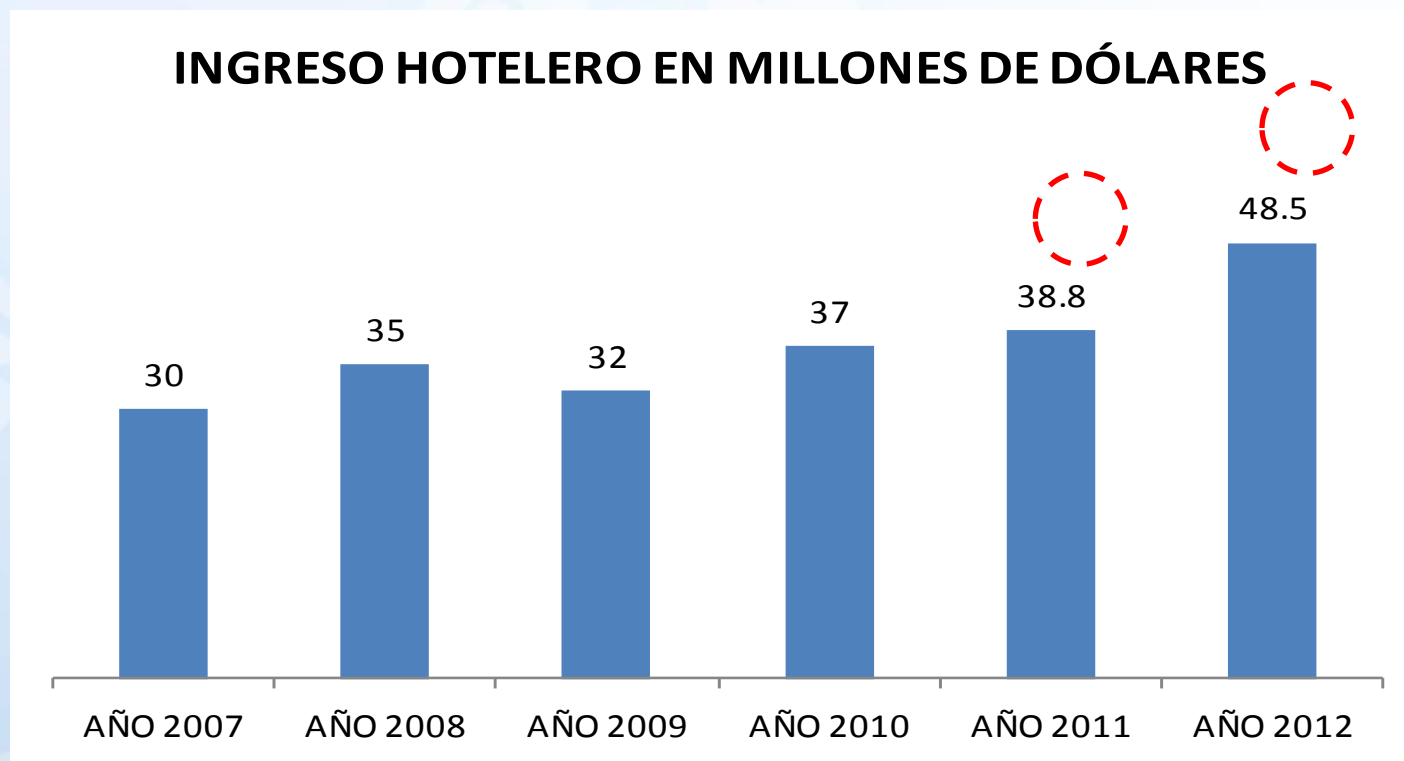
PRIMERA
\$56.9

SEGUNDA
\$24.3

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS

INGRESO HOTELERO EN MILLONES DE DÓLARES EN LA CIUDAD DE QUITO (EN PROMEDIO) (AÑO 2007-2012)



El ingreso desde el año 2007 ha aumentado del 30,8 a 48,5 millones de dólares, en los meses de enero a agosto de cada año

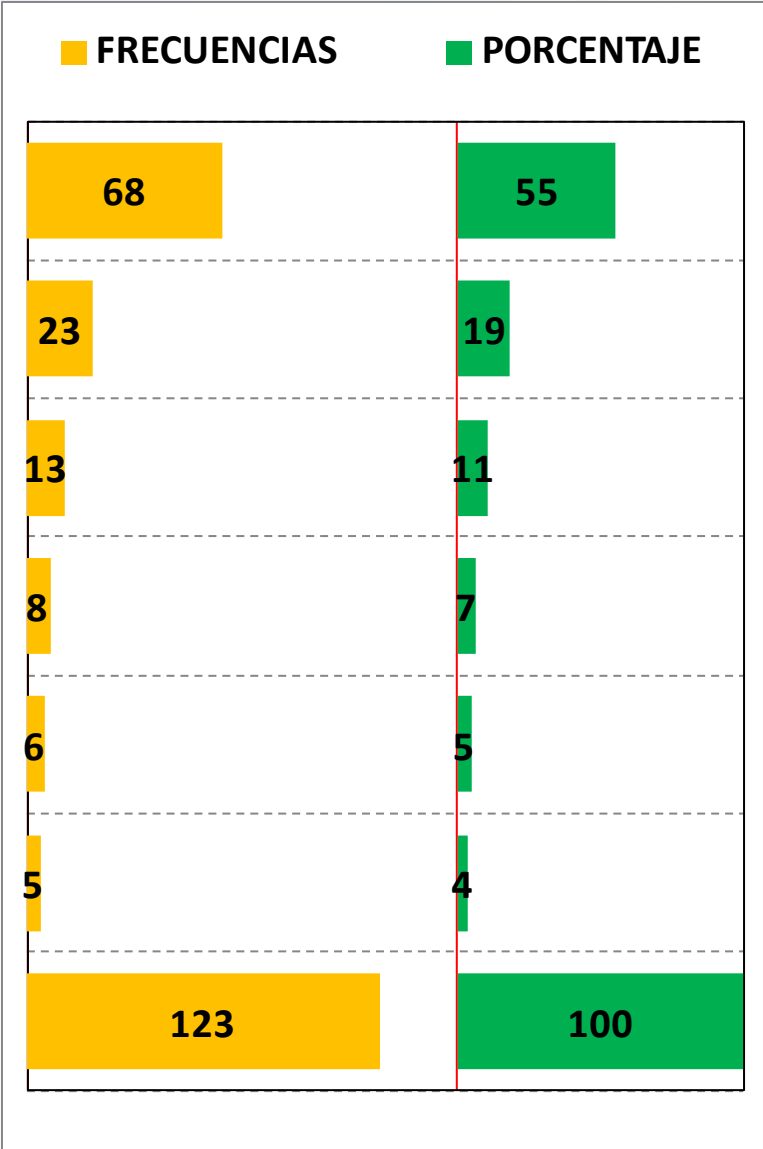
Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

Elaborado por: Departamento de Investigación CEDATOS



ANALISIS CUANTITATIVO PERFIL DEL TURISTA DE NEGOCIOS RESULTADOS DE ENCUESTAS

FILTRO: P1. CUÁL ES LA RAZÓN O MOTIVO DE SU VIAJE?



La principal razón o motivo de turismo de negocios es por TRABAJO o NEGOCIOS (55% de los casos), seguido por REUNIONES (19% de los casos).

Los EVENTOS representan el 11% de los casos.

CAPACITACION, CONGRESOS y EVENTOS ACADEMICOS representan el 15% de los casos.

CUÁL ES SU PAÍS DE ORIGEN?

PAÍS DE ORIGEN EJECUTIVOS

TRABAJO	REUNIONES	CAPACITACION	TOTAL
---------	-----------	--------------	-------

COLOMBIA	29	15	2	46
ECUADOR	8	8	2	18
MÉXICO	7	1	2	10
VENEZUELA	1	4	2	7
ESPAÑA	4	3		7
CUBA	4	1	1	6
BRASIL	4		1	5
ESTADOS UNIDOS	3	2		5
COSTA RICA	2	3	1	6
PERÚ	1	1	1	3
OTROS	5	3	2	10

CUÁL ES SU PAÍS DE RESIDENCIA?

PAÍS DE RESIDENCIA EJECUTIVOS

TRABAJO	REUNIONES	CAPACITACION	TOTAL
---------	-----------	--------------	-------

COLOMBIA	31	15	2	48
ESTADOS UNIDOS	5	8		13
MÉXICO	8	1	3	12
ESPAÑA	5	4	1	10
COSTA RICA	2	4	2	8
VENEZUELA	1	4	1	6
CUBA	3		1	5
PANAMÁ	4		1	5
BRASIL	3		1	4
EL SALVADOR	2	1		3
ITALIA	2		1	3
GUATEMALA	1	1		2
BOLIVIA			1	1
NICARAGUA		1		1
HOLANDA		1		1
PERÚ	1			1

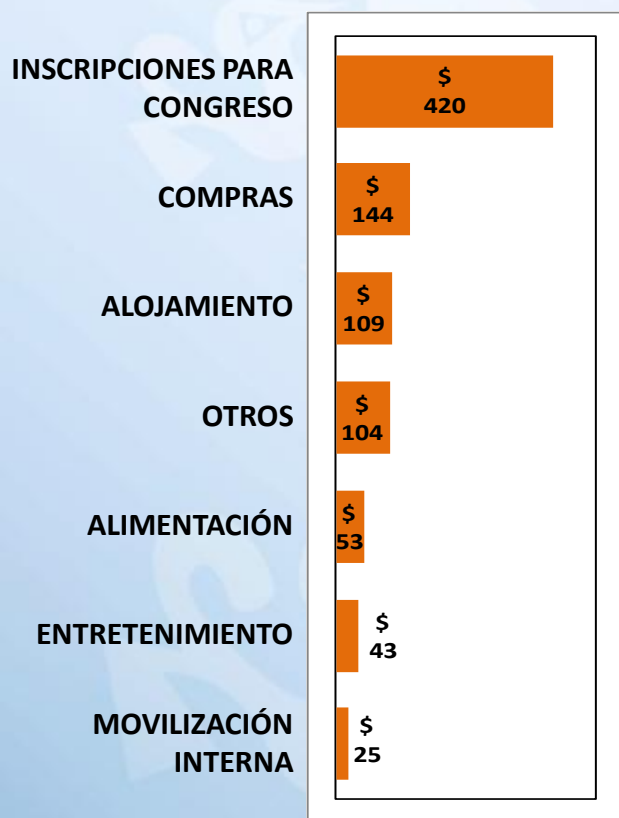


La mayoría de los ejecutivos entrevistados son originarios de Colombia, seguidos por ejecutivos ecuatorianos y mexicanos.

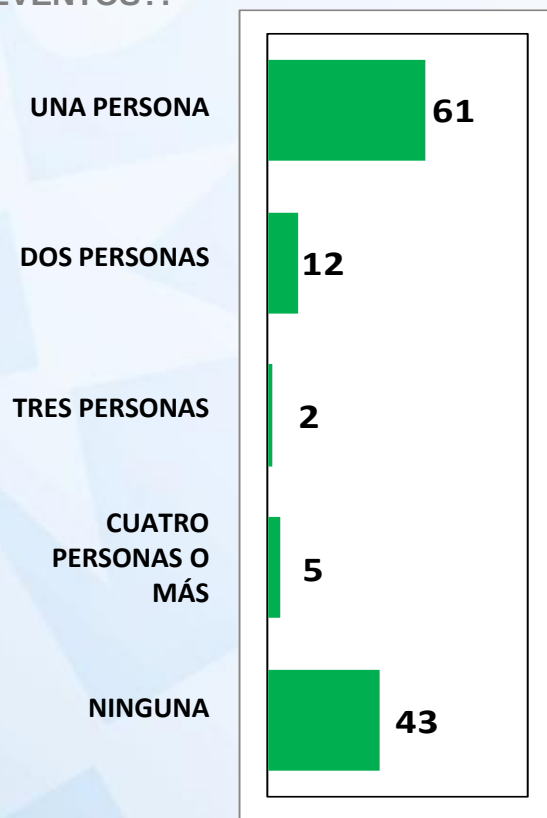
Principalmente residen en Colombia, Estados Unidos, México y España.

La mayoría de turista de negocios son de América Latina.

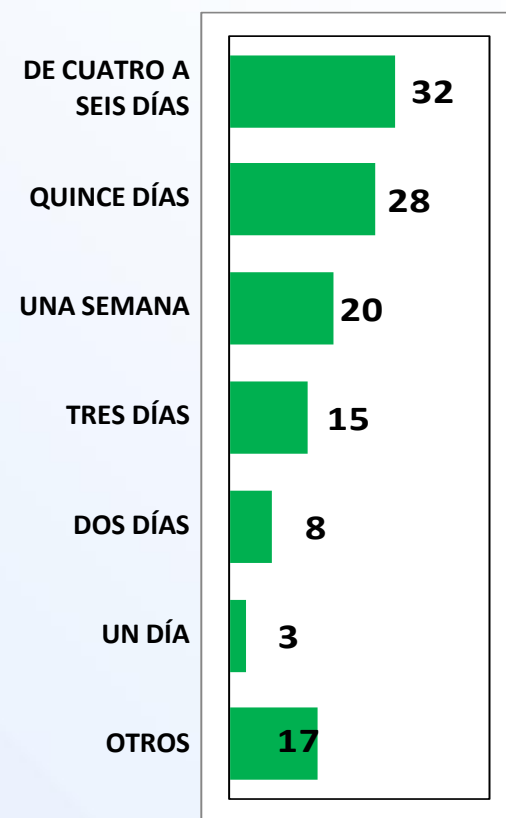
C10. CUÁL ES EL PROMEDIO DE GASTOS PERSONALES DIARIOS EN SU VIAJE, POR:



C11. ¿CON CUÁNTAS PERSONAS VIAJA HABITUALMENTE POR MOTIVOS DE TRABAJO/ NEGOCIOS/REUNIONES/ INCENTIVOS/ CONGRESOS/ EVENTOS?:



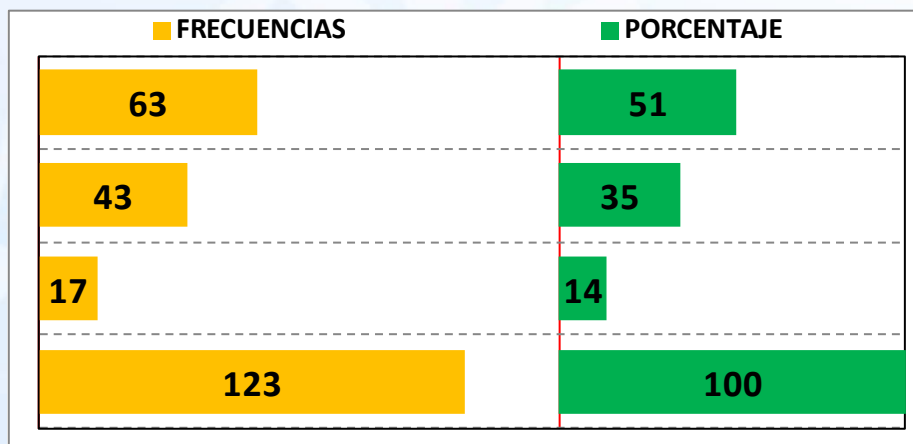
C12. ¿CUÁNTO TIEMPO PIENSA QUEDARSE O PERMANECIÓ EN LA CIUDAD PARA REALIZAR ESTAS GESTIONES/ ACTIVIDADES?:



NIVEL DE INSTRUCCIÓN DEL TURISTA DE NEGOCIOS

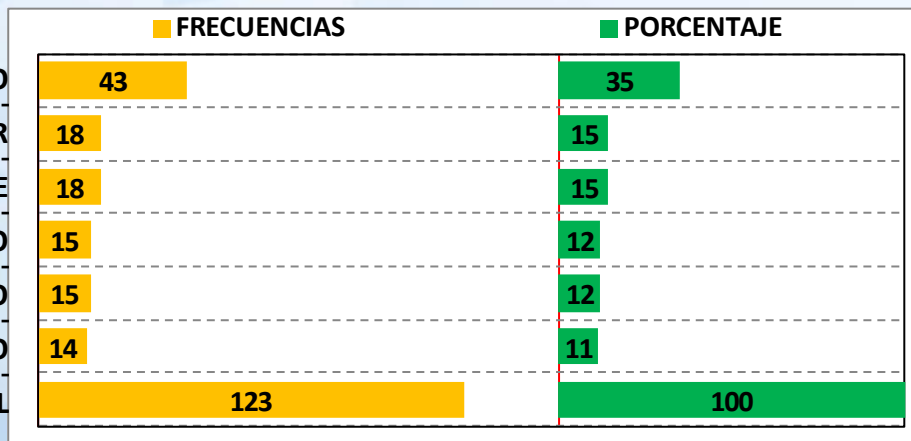


Los turistas de negocios que visitan Quito son universitarios (51%) y han realizado algún postgrado (35%)

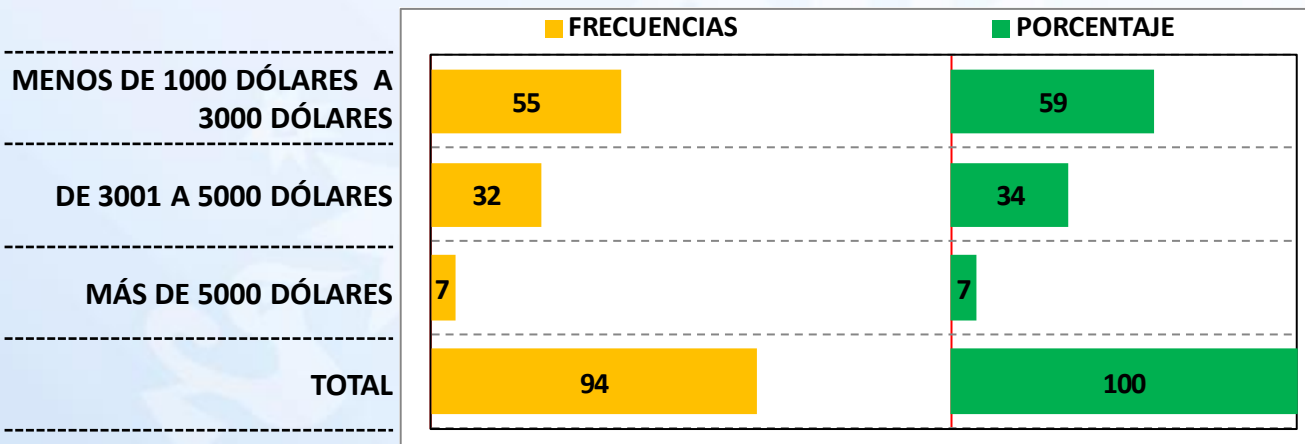


OCUPACION DEL ENTREVISTADO

Los turistas de negocios principalmente son empleados privados (35%), directivos de nivel superior (15%) y profesionales independientes.

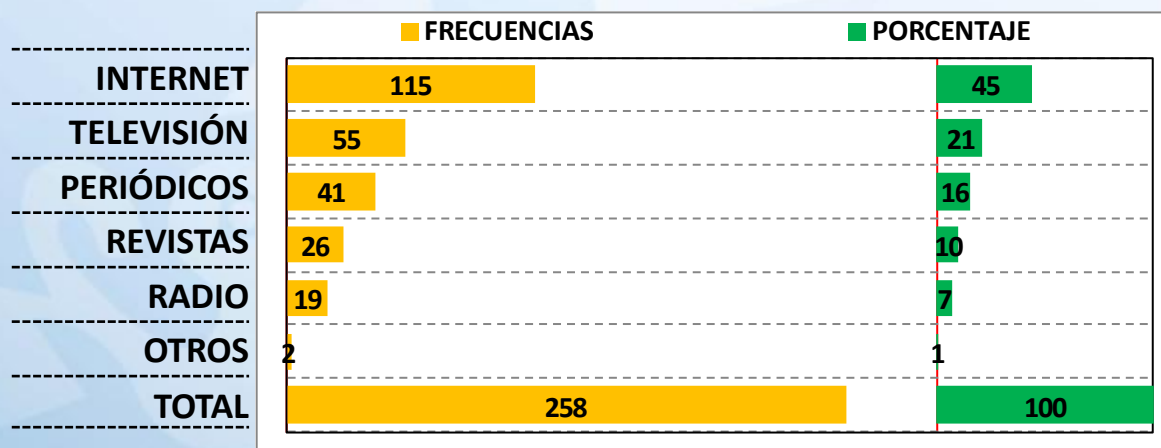


NIVEL DE INGRESO DEL ENTREVISTADO



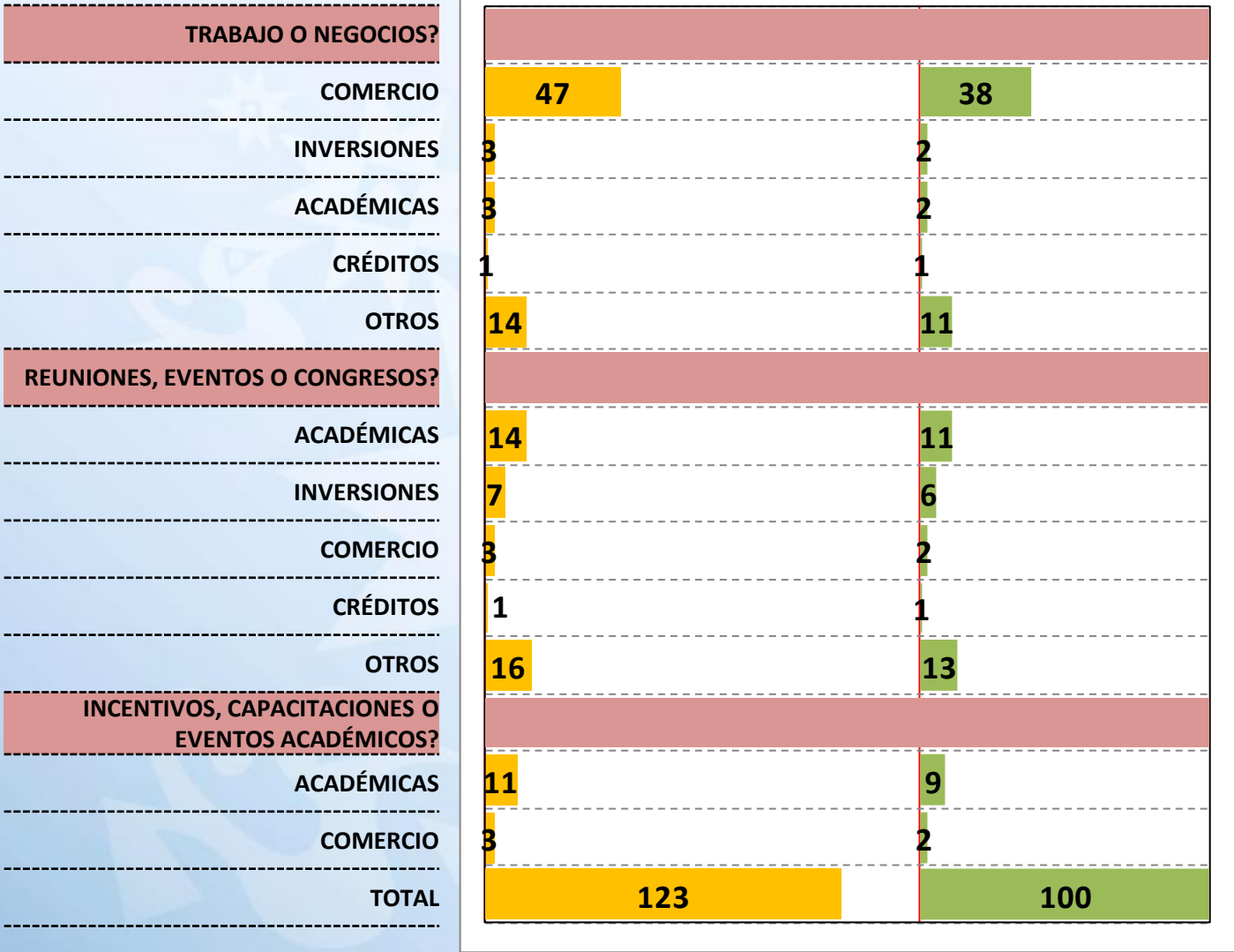
El 45% de turistas por negocios tienen un ingreso promedio de entre menos \$1,000 y \$3,000.

MEDIOS DE INFORMACION SOBRE DESTINOS – RESPUESTA MULTIPLE



El internet (45%), la TV (21%) son los principales medios que los turistas de negocios utilizan para conocer sobre sus destinos de negocios y eventos.

C01. QUÉ TIPOS DE ACTIVIDADES REALIZA POR:



Los turistas de negocios que vienen a Quito por **TRABAJO – NEGOCIOS;** **REUNIONES, EVENTOS;** y , **CAPACITACIONES Y ACADÉMICOS** principalmente realizan actividades comerciales (42%).

Actividades académicas (22%).

Actividades de inversión (8%)

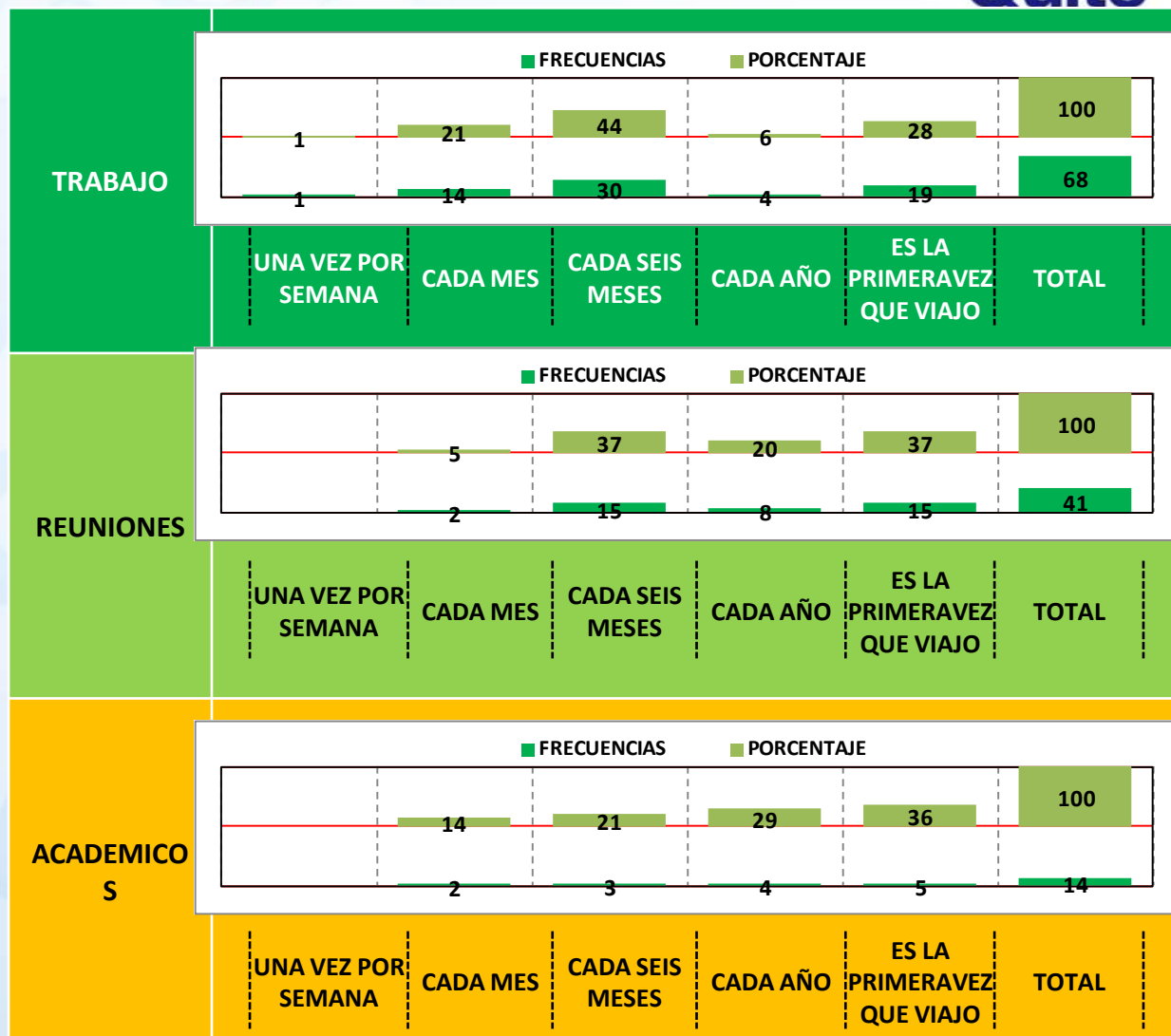
ANALISIS CUANTITATIVO HABITOS DEL TURISTA DE NEGOCIOS RESULTADO DE ENCUESTAS

C02. ¿USTED HA VIAJADO MÁS DE UNA VEZ EN EL ÚLTIMO AÑO? POR MOTIVO DE VIAJE

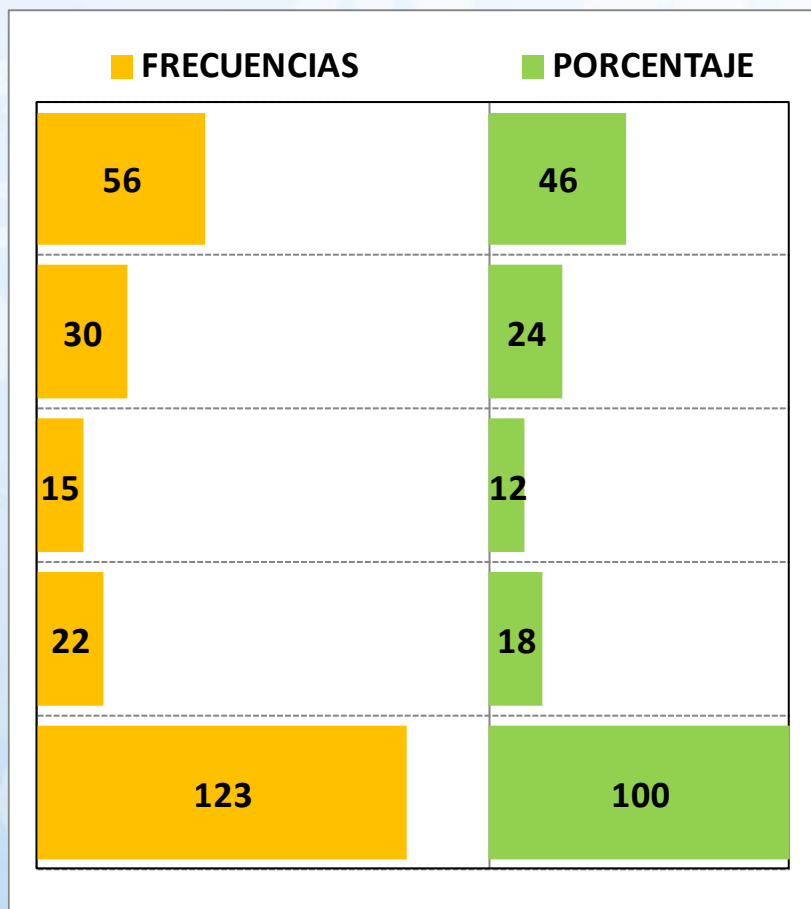
TRABAJO	SI: 48 (39%) *
REUNIONES	SI: 25 (20%)
ACADEMICOS	SI: 4 (3%)

* PORCENTAJE DEL TOTAL DE 123 ENTREVISTADOS

C03. ¿CON QUÉ FRECUENCIA REALIZA USTED ESTOS TIPOS DE VIAJES?



HORARIO PREFERIDO DE VIAJE – FRECUENCIAS



El horario preferido para viajar del turista por negocios es en la mañana y la tarde.

Para el 18% el horario de viaje es indiferente

C04. ¿EN QUÉ MES REALIZA USTED ESTOS VIAJES?



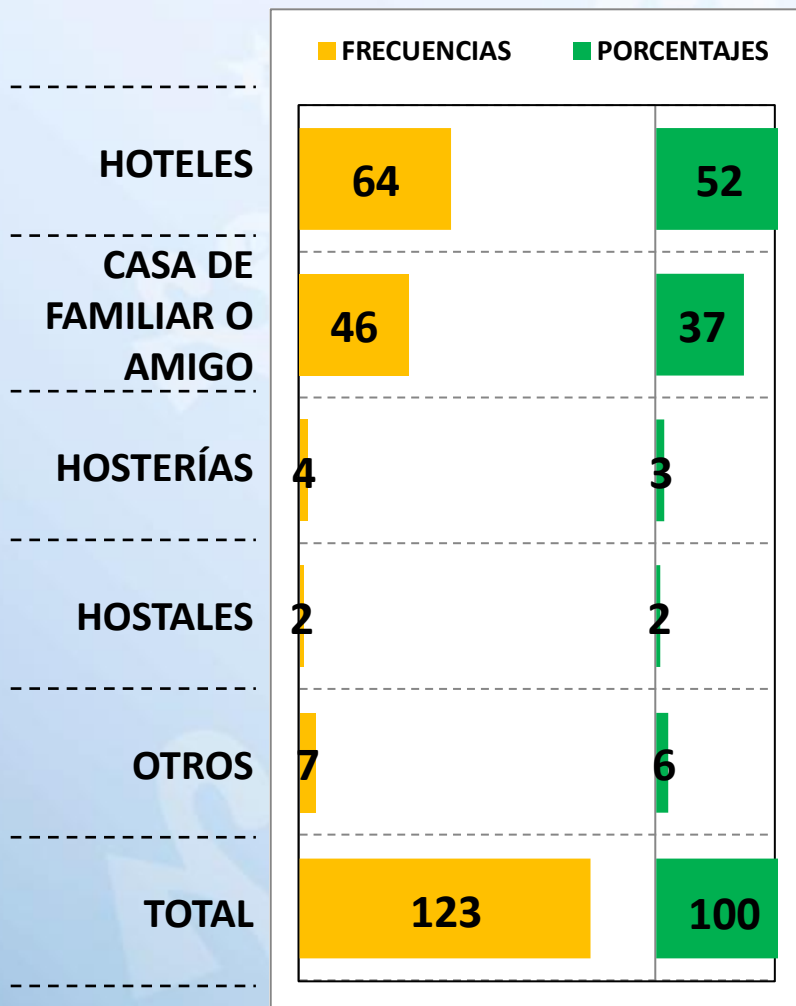
MES PREFERIDO PARA VIAJAR – FRECUENCIAS

	TRABAJO	REUNIONES	CAPACITACION	TOTAL
ENERO	1	1		2
FEBRERO		2		2
MARZO		1		1
ABRIL		1		1
MAYO		1		1
JUNIO		1		1
JULIO	1	4		5
AGOSTO		1		1
SEPTIEMBRE	1	1		2
OCTUBRE		1		1
NOVIEMBRE		4		4
DICIEMBRE	2	4	1	7
TODOS	4	1	2	7
DEPENDE NEGOCIO	59	30	11	100
TOTAL	68	41	14	123

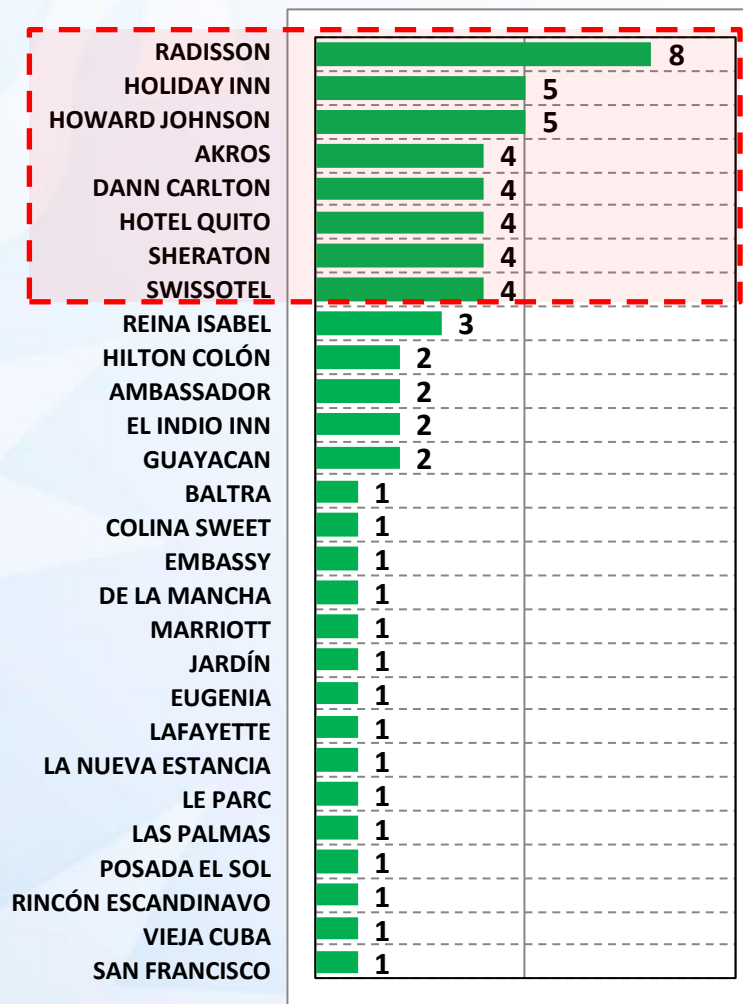
Para la mayoría de los turistas de negocios no existe un mes preferido y depende del negocio.

Resaltan los meses de Diciembre, Julio y Noviembre.

C06. ¿EN QUÉ LUGAR SE HOSPEDA CON MAYOR FRECUENCIA?



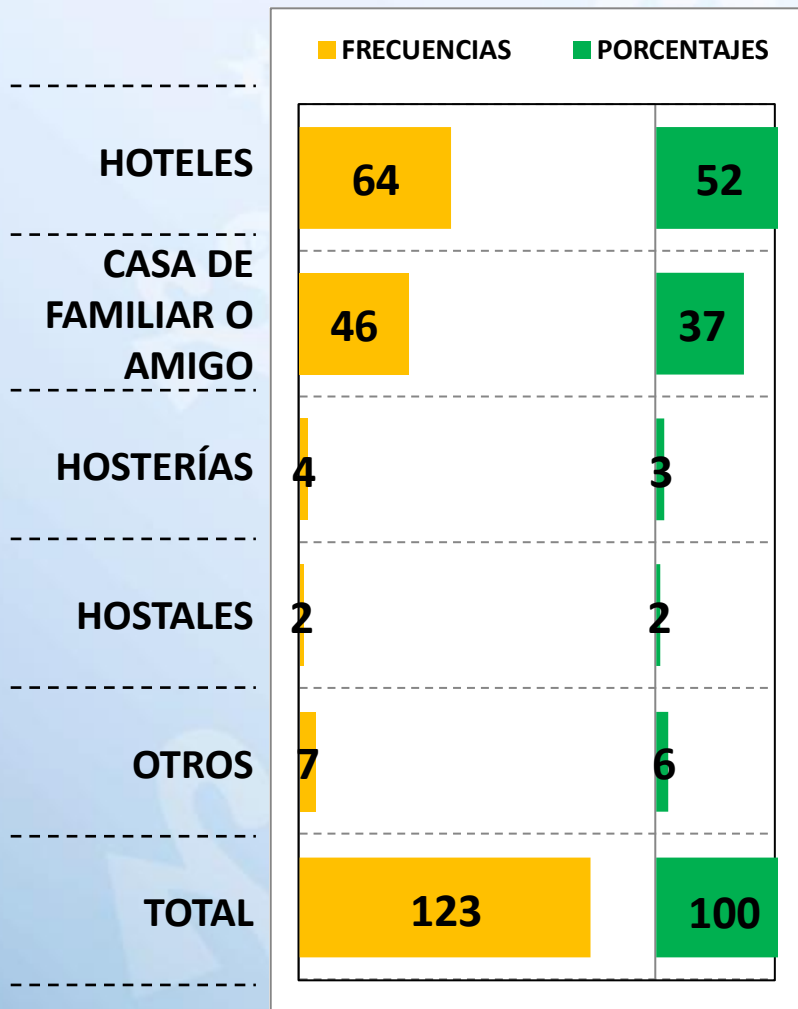
C06A. EN CUÁL HOTEL? FRECUENCIAS



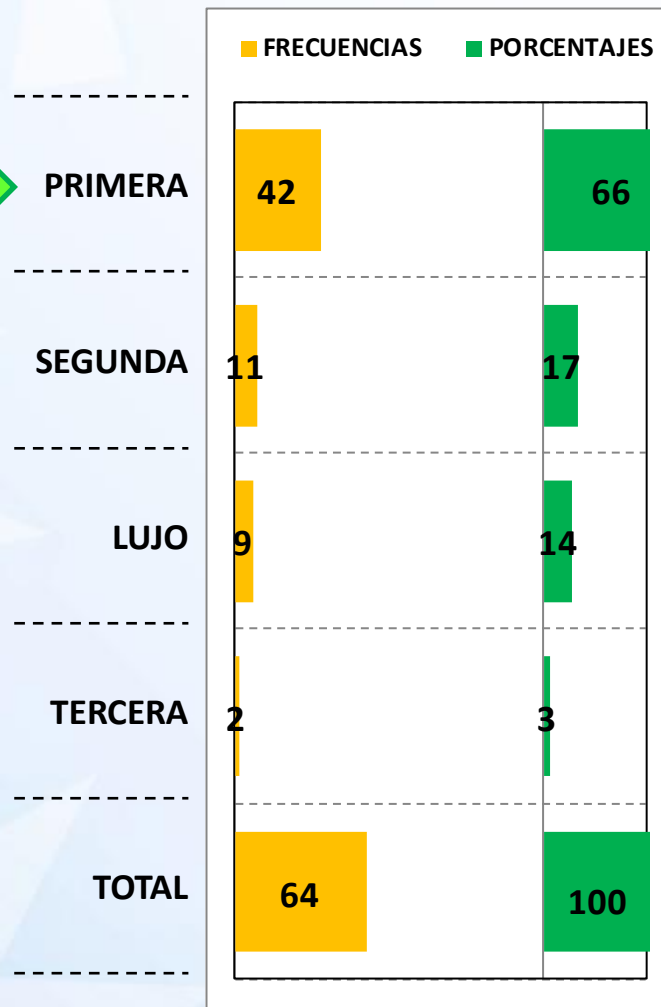
Hoteles (52%), casa de amigos (37%) son los lugares de hospedaje más frecuentes

Los hoteles en los que se hospedan los turistas de negocios con mayor frecuencia son el Radisson, Holiday Inn, Howard Johnson, Akros, Dann Carlton, Hotel Quito, Sheraton y Swissotel

C06. ¿EN QUÉ LUGAR SE HOSPEDA CON MAYOR FRECUENCIA?

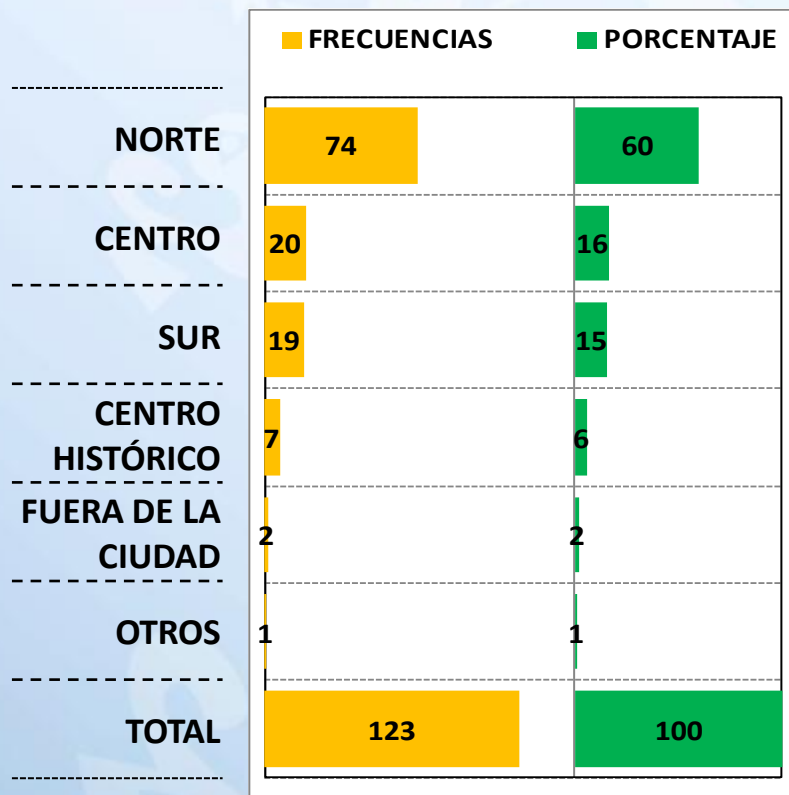


C07. ¿QUÉ CATEGORÍA DE HOTELES UTILIZA CON MÁS FRECUENCIA?



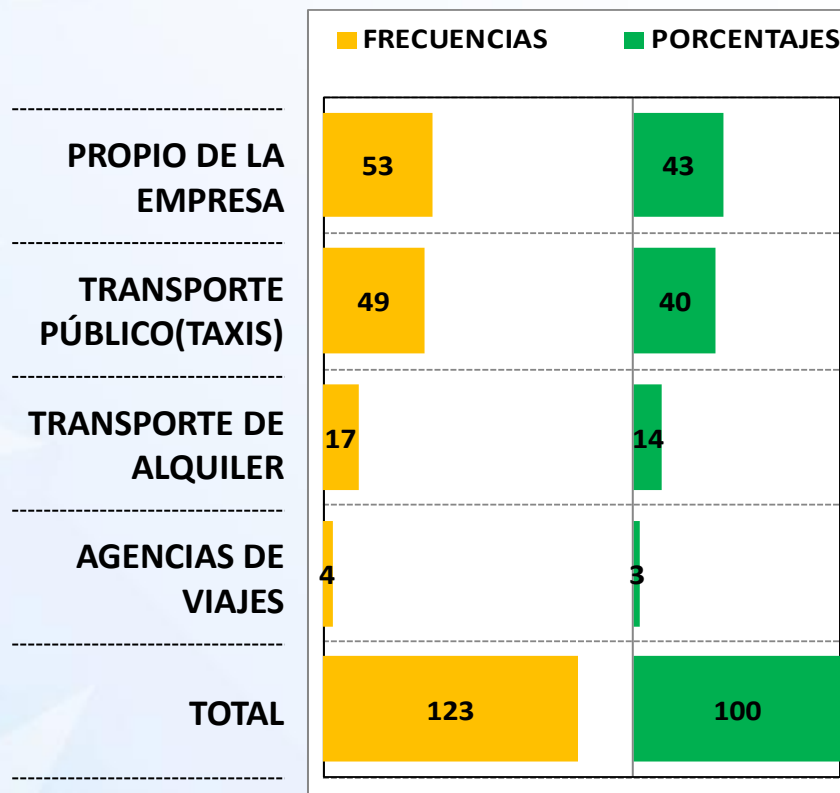
La categoría de los hoteles en los que se hospedan los turistas de negocios con mayor frecuencia son de primera (66%), segunda (17%) y lujo (14%).

C08. EN QUÉ SECTOR DE LA CIUDAD PREFIERE ALOJARSE POR EVENTOS, CONVENCIONES, NEGOCIOS, CONGRESOS?



El norte (60%) es el sector donde principalmente el turista de negocios prefiere alojarse para eventos, convenciones, negocios o congresos

C09. ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA O HA UTILIZADO PARA MOVILIZARSE A REALIZAR SUS DIFERENTES ACTIVIDADES EN LA CIUDAD?



El medio de transporte preferido por los turistas de negocios para realizar sus actividades es el transporte de la empresa (43%) y transporte público (40%)

EN UNA ESCALA DE 1 A 5, DONDE 1 ES MUY MALA Y 5 MUY BUENA. CÓMO CALIFICA USTED... : En %

	ALOJAMIENTO	HOSPITALIDAD	MOVILIZACION INTERNA	AEROPUERTOS	INTERNET	COMUNICACION	ESPACIOS PARA REUNIONES EN CIUDAD
5	38	65	23	24	28	30	34
4	47	27	44	41	39	36	49
3	13	5	23	21	24	25	11
2	1	3	11	12	7	7	2
1				2	3	2	4

TOP TWO BOX (T2B)						
ALOJAMIENTO	HOSPITALIDAD	MOVILIZACION INTERNA	AEROPUERTOS	INTERNET	COMUNICACION	ESPACIOS PARA REUNIONES EN CIUDAD
86	92	67	64	67	66	83

HOSPITALIDAD (92%); ALOJAMIENTO (86%); ESPACIO PARA REUNIONES (83%), son los factores que tienen un T2B con mejor calificación.

ANALISIS CUANTITATIVO LA CIUDAD DE QUITO EVALUACION DEL TURISTA RESULTADO DE ENCUESTAS

EN UNA ESCALA DE 1 A 5, DONDE 1 ES MUY MALA Y 5 MUY BUENA. CÓMO CALIFICA USTED... : En %

¿QUÉ TAN DE ACUERDO SE ESTA USTED CON LAS SIGUIENTES FRASES? En porcentajes

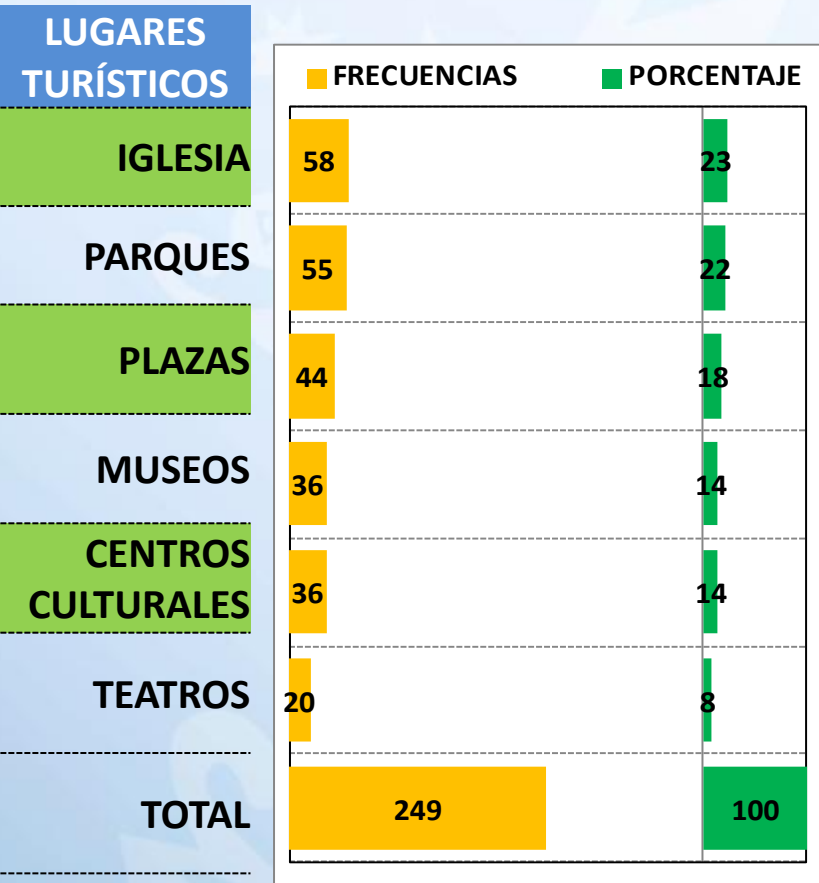
	LA PERCEPCIÓN QUE TIENE USTED DE LA CIUDAD ES BUENA	LOS NEGOCIOS SON SIEMPRE MOTIVO DE SU VISITA	DESPUÉS DE VISITAR LA CIUDAD ME SIENTO TOTALMENTE SATISFECHO	VOLVERÍA A VISITAR LA CIUDAD	RECOMENDARÍA ESTE DESTINO A SUS JEFES, COLEGAS, AMIGOS
5	56	44	52	72	67
4	34	26	37	25	31
3	7	11	9	2	2
2	2	6	2	1	
1	1	13	1		

T2B				
LA PERCEPCIÓN QUE TIENE USTED DE LA CIUDAD ES BUENA	LOS NEGOCIOS SON SIEMPRE MOTIVO DE SU VISITA	DESPUÉS DE VISITAR LA CIUDAD ME SIENTO TOTALMENTE SATISFECHO	VOLVERÍA A VISITAR LA CIUDAD	RECOMENDARÍA ESTE DESTINO A SUS JEFES, COLEGAS, AMIGOS
90	70	89	98	98

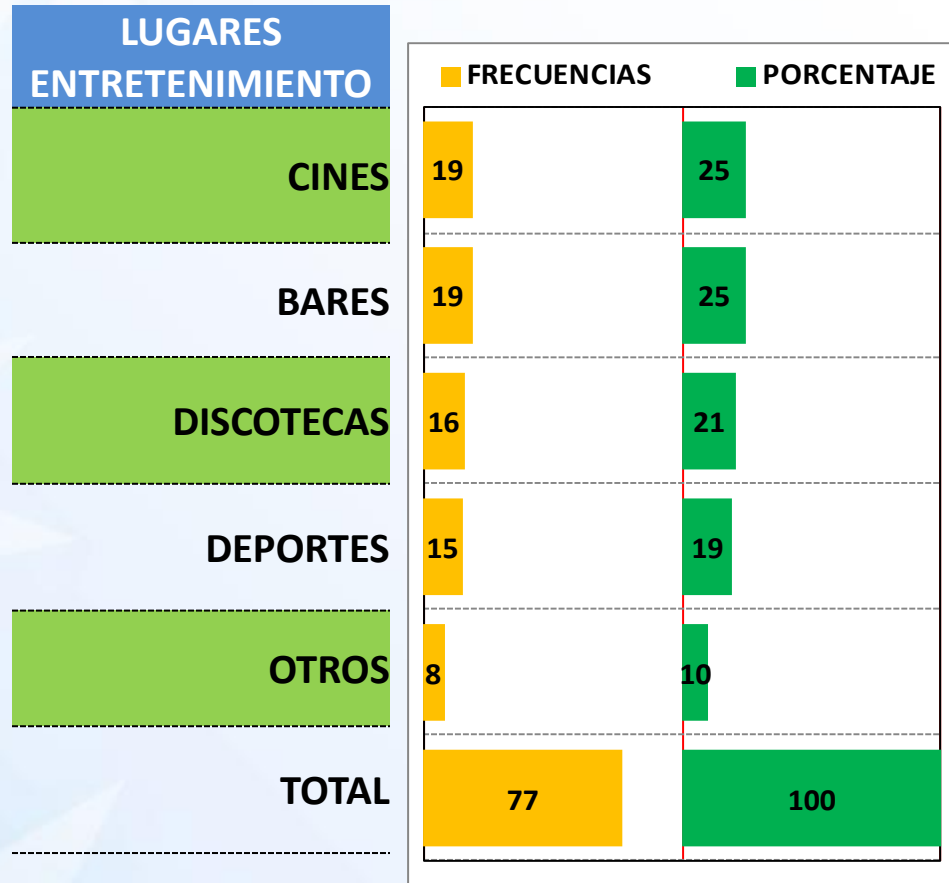
VOLVERÍA A VISITAR LA CIUDAD (98%); RECOMENDARÍA ESTE DESTINO A SUS JEFES, COLEGAS, AMIGOS (98%); LA PERCEPCIÓN QUE TIENE USTED DE LA CIUDAD ES BUENA (90%), son los factores que tienen un T2B con mejor calificación.

C24. UNA VEZ QUE CULMINÓ O CULMINE SU AGENDA, ¿QUÉ OTRO TIPO DE ACTIVIDADES REALIZÓ O REALIZARÁ?

ACTIVIDADES FUERA DE AGENDA DE VIAJE – RESPUESTA MULTIPLE EN PORCENTAJES



La visita a iglesias (23%), parques (22%) y plazas (18%) son los sitios turísticos que visitan cuando finaliza la agenda de trabajo.



La visita a cines (23%), bares (22%) y discotecas (18%) son los principales lugares de entretenimiento que visitan cuando finaliza la agenda de trabajo.

C25. ¿A QUÉ OTRAS CIUDADES DEL ECUADOR O A QUÉ OTROS PAÍSES HA VIAJADO CON MAYOR FRECUENCIA EN EL ÚLTIMO AÑO?

C26. ¿CUÁL FUE EL MOTIVO DE SU VIAJE?



PRINCIPALES MOTIVOS DE VIAJE A “OTRAS CIUDADES”
NUMERO DE MENCIONES

OTRAS CIUDADES QUE HA VIAJADO EN EL ULTIMO AÑO RM	
CIUDADES	TOTAL
GUAYAQUIL	18
CUENCA	6
BOGOTÁ	5
SANTIAGO	2
MEDELLÍN	2
OTRAS	18
NINGUNA OTRA CIUDAD	82

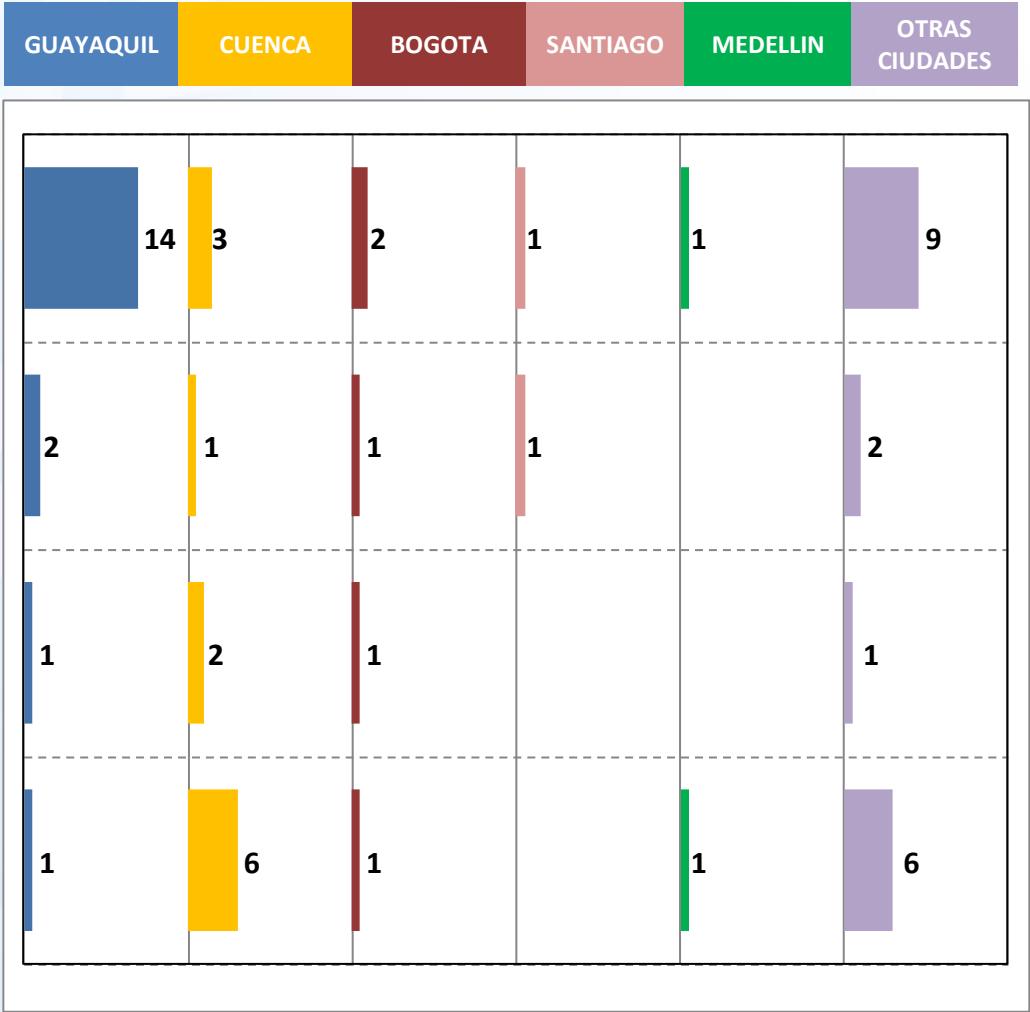


TRABAJO
NEGOCIOS

CONGRESOS

ACADÉMICOS

OTROS
MOTIVOS



C25. ¿A QUÉ OTRAS CIUDADES DEL ECUADOR O A QUÉ OTROS PAÍSES HA VIAJADO CON MAYOR FRECUENCIA EN EL ÚLTIMO AÑO?

¿CUÁNTO TIEMPO PASO EN?

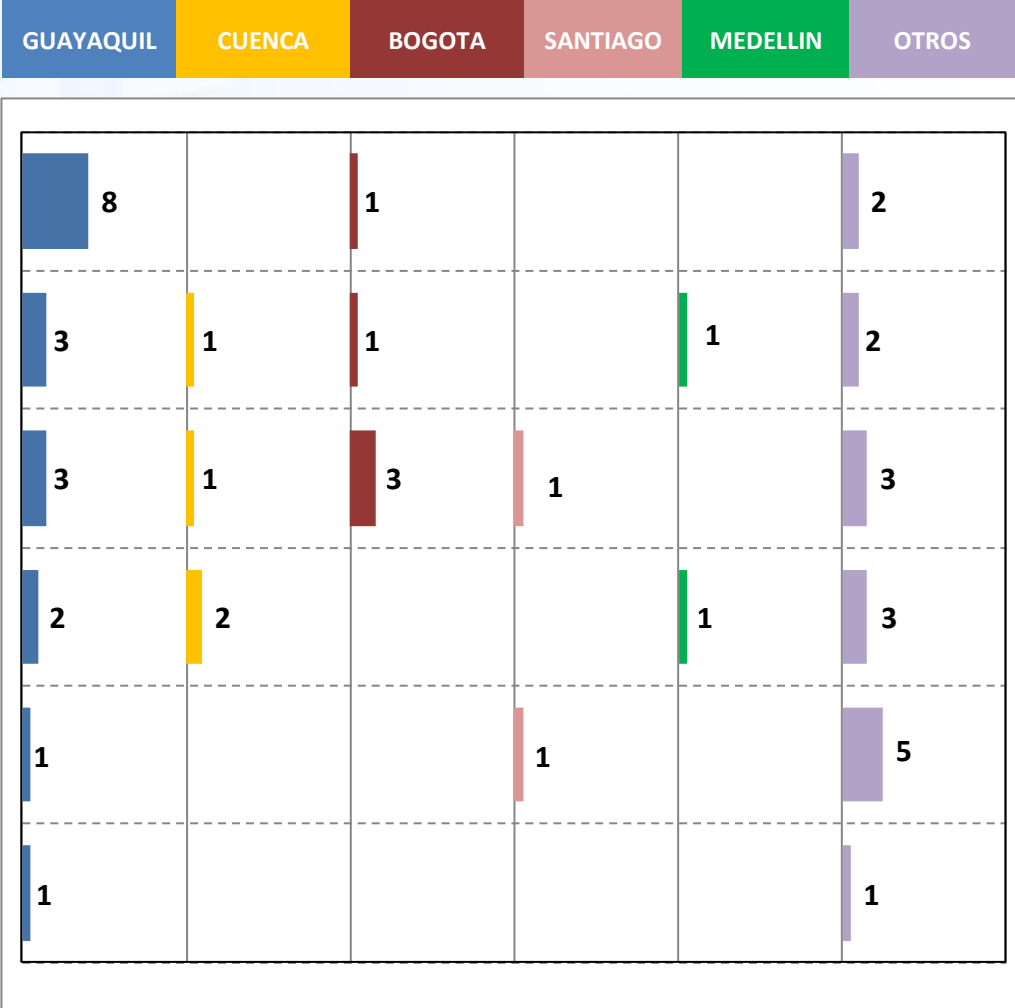


OTRAS CIUDADES QUE HA VIAJADO EN EL ULTIMO AÑO
RM

CIUDADES	TOTAL
GUAYAQUIL	18
CUENCA	6
BOGOTÁ	5
SANTIAGO	2
MEDELLÍN	2
OTRAS	18
NINGUNA OTRA CIUDAD	82



DIAS DE ESTADIA EN OTRAS CIUDADES A LAS QUE VIAJO
NUMERO DE MENCIONES



DE LOS ENTREVISTADOS QUE VIAJARON A OTRAS CIUDADES DEL ECUADOR U OTROS PAÍSES CON MAYOR FRECUENCIA EN EL ÚLTIMO AÑO, C28, C29, C30, C31 EN PROMEDIO ¿CUÁNTO PAGO POR?



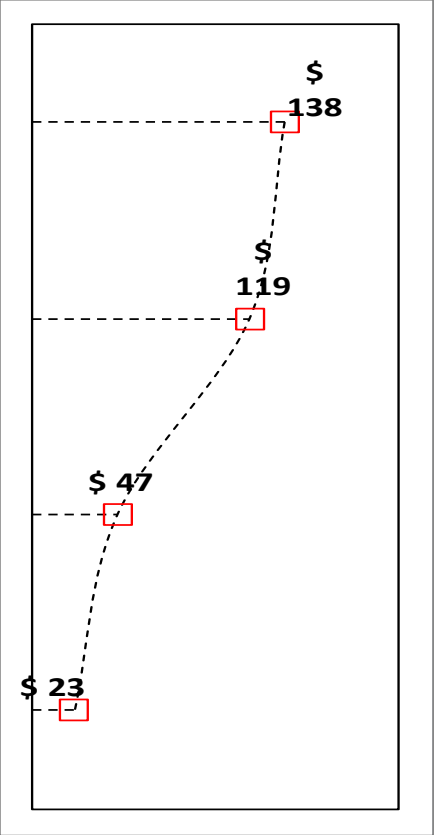
QUITO GASTOS
DIARIOS \$187

GUAYAQUIL

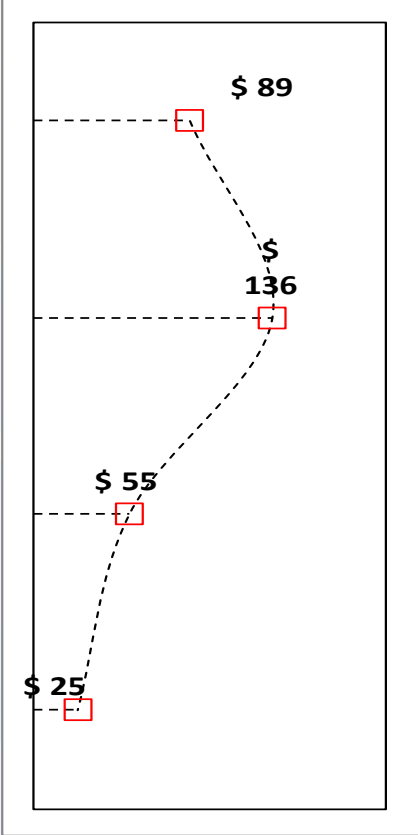
CUENCA

BOGOTA

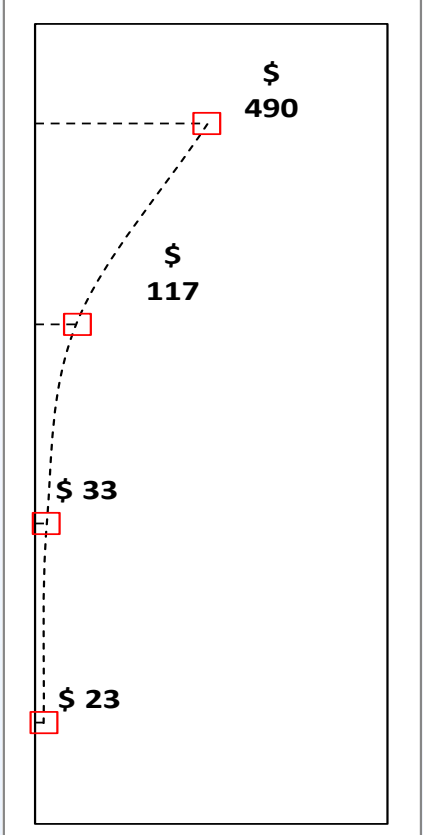
- EN PROMEDIO ¿CUÁNTO PAGO POR SU BOLETO PARA VIAJAR A?
- EN PROMEDIO ¿CUÁNTO GASTO EN ALOJAMIENTO EN?
- EN PROMEDIO ¿CUÁNTO GASTO EN ALIMENTACIÓN EN?
- EN PROMEDIO ¿CUÁNTO GASTO EN MOVILIZACIÓN INTERNA EN?



\$189



\$216



\$173



*Para el comparativo no se tomaron en cuenta los gastos por pasajes ya que estos son relativos dependiendo del lugar de salida

DE LOS ENTREVISTADOS QUE VIAJARON A OTRAS CIUDADES DEL ECUADOR U OTROS PAÍSES CON MAYOR FRECUENCIA EN EL ÚLTIMO AÑO, C28, C29, C30, C31 EN PROMEDIO ¿CUÁNTO PAGO POR?



SANTIAGO

MEDELLIN

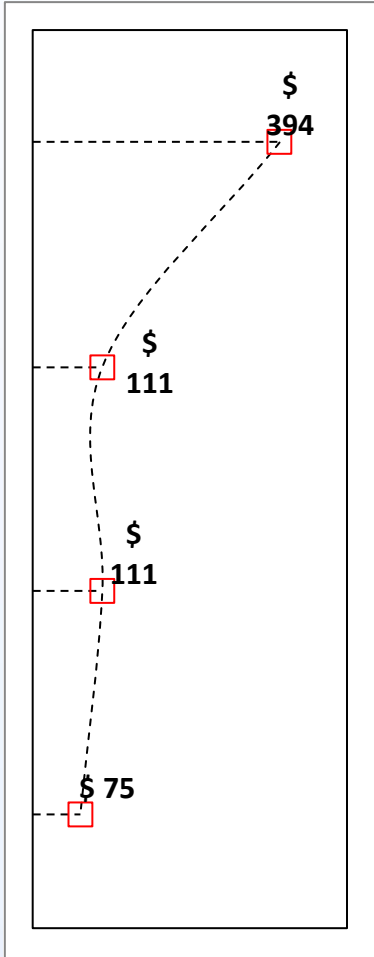
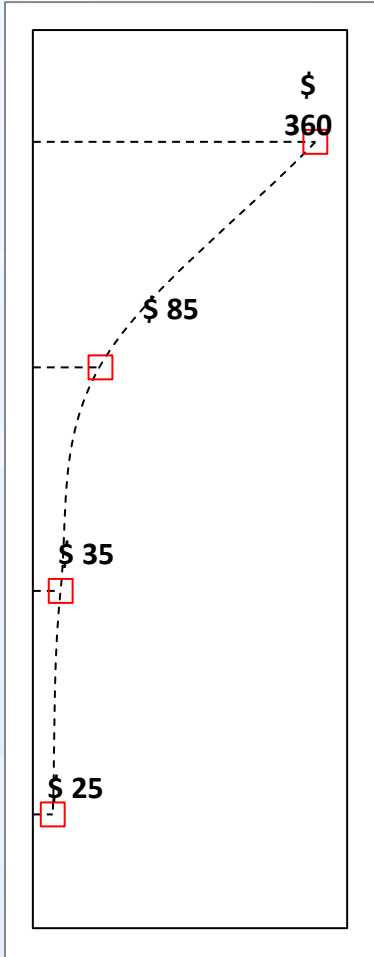
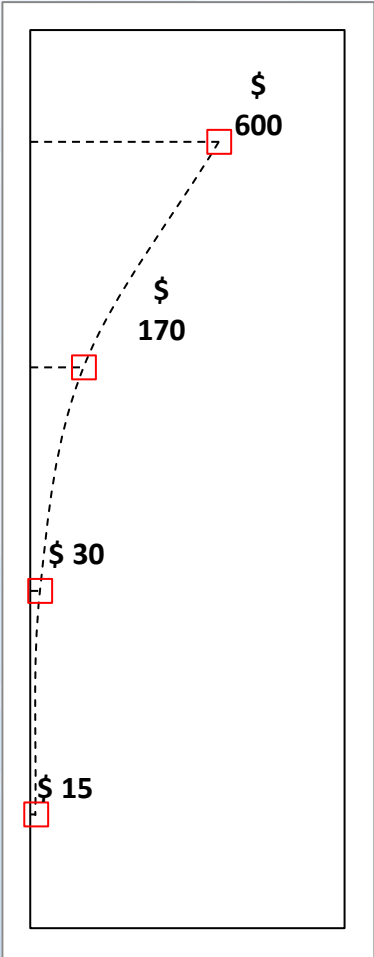
OTRAS

EN PROMEDIO
¿CUÁNTO PAGO POR
SU BOLETO PARA
VIAJAR A?

EN PROMEDIO
¿CUÁNTO GASTO EN
ALOJAMIENTO EN
.....?

EN PROMEDIO
¿CUÁNTO GASTO EN
ALIMENTACIÓN EN
.....?

EN PROMEDIO
¿CUÁNTO GASTO EN
MOVILIZACIÓN
INTERNA EN?

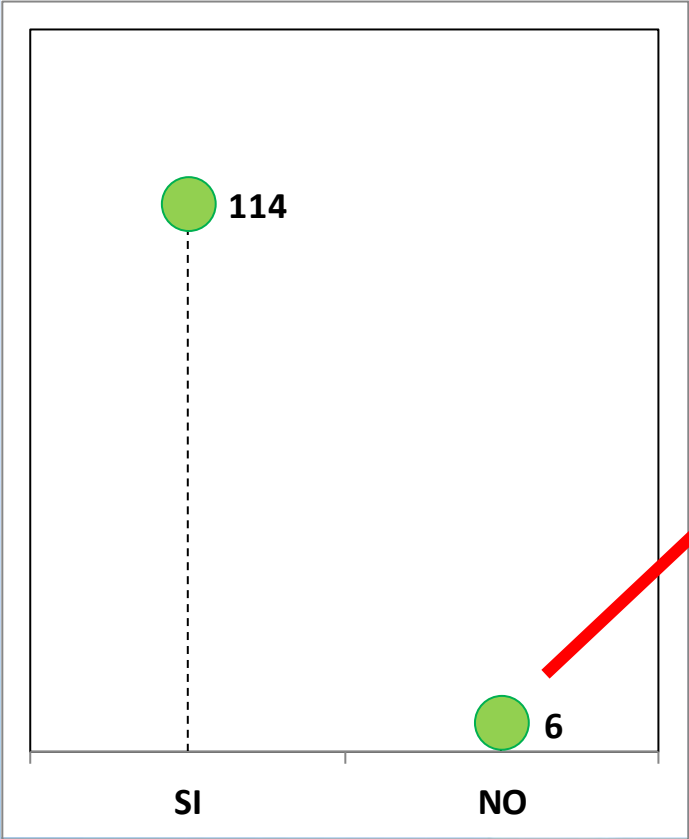


NUEVO AEROPUERTO DE QUITO

PUESTO QUE EL NUEVO AEROPUERTO ESTÁ FUERA DE LA CIUDAD, EL VIAJE HACIA EL AEROPUERTO DEMORARÁ APROXIMADAMENTE DE 45 MINUTOS A 1 HORA.



¿SEGUIRÁ USTED VIAJANDO DESDE O HACIA QUITO CONSIDERANDO EL TIEMPO ADICIONAL NECESARIO PARA LLEGAR AL NUEVO AEROPUERTO?



Si dice NO, ¿A TRAVÉS DE QUE AEROPUERTO VIAJARÍA?	TOTAL
Aeropuerto Latacunga	1
Transporte Terrestre	1
No viajaría	2
Otro aeropuerto	2

Conclusiones

- De acuerdo con la información secundaria obtenida de entidades oficiales por parte de CEDATOS, el TURISTA DE NEGOCIOS son en su mayoría hombres, dentro del rango de edad entre los 21 a 65 años. Su nivel de educación es superior y posgrado.
- En su mayoría, los turistas de negocios ya han visitado antes la ciudad de Quito.
- De acuerdo con información secundaria de la Dirección Nacional de Migración, entre enero y agosto de 2012 llegaron 326.560 extranjeros a la ciudad de Quito, cuya mayor afluencia fueron los meses de: Junio, julio y agosto.
- Una tercera parte (35%) se hospedan de 1 a 3 días, mientras que otra tercera parte 31% de 4 a 6 días. El porcentaje más alto 44% se aloja en hoteles. Tienen un gasto promedio de \$128.41. El turismo de negocios es de alrededor del 23%.
- La mayoría de turistas residentes se hospedan en hoteles de lujo, la estancia en este tipo de hoteles es de 2 días.
- De acuerdo con el estudio directo (primario) a la muestra de turistas de negocios desarrollado por CEDATOS, el 85% de los turistas de negocios viene por trabajo ó negocios, reuniones o eventos. Un 15% vienen por congresos y eventos académicos.
- Proviene principalmente de Colombia, seguidos de ejecutivos de EEUU, México y España.
- En promedio gastaron un promedio de \$607 en alojamiento, alimentación, movilización interna y costos de inscripciones en congresos. La mayoría de los turistas viajan solos, y su permanencia en Quito es de 1 a 6 días, con un promedio de hasta 3 días.

- La mayoría son universitarios y con postgrado 86%, y en su mayoría se desempeñan como: empleados privados 35%, directivos de nivel superior 15% y directivos de nivel medio 12%.
- Los niveles ingreso de los turistas están dentro de los rangos de 1000 a 5000 dólares. Las actividades que realizan los turistas de negocios son: comerciales 42%, académicas 22% y de inversión 8%.
- El horario preferido de viaje es en la mañana y en la tarde. No existe un mes preferido ya que los viajes dependen de las necesidades de su negocio.
- El 52% se hospedan en hoteles. El 66% lo hace en hoteles.
- Para alojarse por eventos, convenciones, negocios o congresos, y la zona preferida es el Norte de la ciudad (60%).
- El principal medio para movilizarse internamente es el transporte propio – de la empresa (43%) y taxis (40%).
- Su evaluación sobre alojamiento, hospitalidad y espacio para reuniones es positiva; sin embargo en los aspectos relacionados con el aeropuerto en Puembo, la movilización interna en la ciudad, la falta de vías entre Quito y el futuro aeropuerto, así como la comunicación vía internet son evaluados con menores calificaciones.
- Los turistas de negocios luego de visitar la ciudad se quedan con una buena percepción de la ciudad (90%), y volverían a visitarla , así como recomendarla a su jefes, colegas y amigos (98% respectivamente).
- El turista de negocios acude a lugares turísticos como: Iglesias 23%, parques 22% y plazas 18%; así mismo para su entretenimiento acuden a: cines 25%, bares 25% y discotecas 21%.
- El turista de negocios ha viajado en un 41% a OTRAS CIUDADES en el último año. Las ciudades visitadas son Guayaquil, Cuenca y Bogotá.
- El 93% de los turistas de negocios consultados viajarán a Quito vía el nuevo aeropuerto de Quito.

ANALISIS CUALITATIVO

INTRODUCCIÓN

- Antecedentes
- Objetivos
- Metodología

ANÁLISIS DE RESULTADOS

- Sector
- Contexto actual del sector
- Tipo de Servicios
- Capacidad Hotelera
- Hábitos del turista de negocios
- Perspectivas futuras
- Necesidades y Recomendaciones
- Conclusiones

1

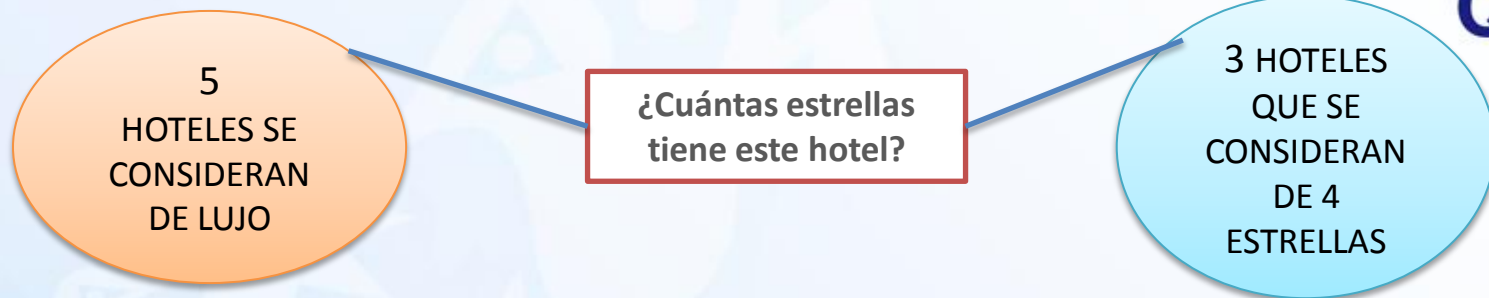
HOTELES

DISEÑO DE MUESTRA

Las evaluaciones se realizaron en 10 Hoteles del Buró de Convenciones que fueron proporcionadas por la Empresa Quito Turismo, los entrevistados son funcionarios con cargos de: Gerente General, Gerente de Ventas y Mercadeo, Directora General, Director de Ventas y Mercadeo, Gerente de Congresos y convenciones.

HOTELES
City Art
Dann Carlton
Hotel Hilton Colon
Holiday Inn Expres
Hotel J.W Marriot
Hotel Quito
Sheraton
Howard Jhonson
Radisson
Swissotel

CONTEXTO ACTUAL DEL SECTOR



“Nosotros estamos como en segunda o algo así, pero no tenemos piscina, no se como están en el Ministerio porque en Galápagos el Hotel tampoco tiene sus 80 habitaciones por ahí y se llama hotel pero eso en realidad es Hostería. (1 caso)”

“Las que el cliente le ponga, siempre que me hacen esa pregunta yo no puedo decir no pongo la categoría”

“En Hotelería a nivel mundial, somos un hotel de negocios y de turismo internacional a nivel Corporativo”

¿ El tamaño de su hotel es?

5 HOTELES GRANDES
Más de 100 empleados

4 HOTELES MEDIANOS
De 31 a 99 empleados

1 HOTEL PEQUEÑO
Menos de 30 empleados

TIPOS DE SERVICIOS

¿ Cuáles son los servicios que actualmente brinda su hotel? Y ¿Cuál es el costo individual (PROMEDIO) por este servicio?

Todos los hoteles cuentan con estos servicios

1. Hospedaje

Los Valores
individuales
promedio
son de :

\$119
por
persona

*"Unos \$110 con desayuno incluido"
"También tenemos tarifas negociadas
que podrían estar dependiendo del
volumen con un monto menor o la tarifa
de turistas individuales"*

2. Alimentación

\$22
por cada
comida

*"Almuerzo, cena y desayuno unos 65 a 70"
"Cada plato entre los 15 y 20 por persona"
"El desayuno vale 20 + impuestos, el
almuerzo vale 25 y la cena 30"*

¿ Cuáles son los servicios que actualmente brinda su hotel? Y ¿Cuál es el costo individual (PROMEDIO) por este servicio?

La mayoría de Hoteles cuentan con servicio de movilización.

1. Movilización

Los Valores
individuales
promedio
son de :

\$19 por
transfer

"Depende un transfer al aeropuerto tiene un costo normal de \$15 en el momento pero se va a cambiar con el nuevo aeropuerto y seria el doble más o menos"
"Es algo especial es una cía. alquilada, en auto de lujo con GPS, en donde el pasajero se siente mas seguro la carrera mínima esta en \$4 un viaje al aeropuerto entre 10 y 15"

2. Pocos Hoteles cuentan con paquetes turísticos para el turista de negocios. (2)

Paquetes Turísticos

"Eso depende si es compartido seria como \$50, pero nosotros trabajamos a veces con extranjeros y ellos pueden pagar por lo menos el doble"

"Como incluyen beneficios adicionales al alojamiento en 200 y 350 porque pueden incluir masajes, cenas"

¿ Cuáles son los servicios que actualmente brinda su hotel? Y ¿Cuál es el costo individual (PROMEDIO) por este servicio?

Pocos son los Hoteles que brindan servicios adicionales.
Sólo aquellos de lujo.

Lavandería



"Por pieza como \$2 ,00"

Salones para eventos

"Un paquete promedio \$24, con coffee break"



SPA



"La membrecía es de 1600 anuales mas impuestos"

Paquetes de habitaciones

"Es un paquete diferente cada vez que hay alguna especie de promoción o feriado que debe estar en un promedio de unos 100 dólares por persona"



CAPACIDAD HOTELERA

¿Cuál es el número de habitaciones que tiene su hotel ?

Los Hoteles tienen un promedio de **206** habitaciones, sin tomar en cuenta al Hotel City Art que tiene 15 habitaciones.

Tipo de Habitaciones	En promedio los hoteles tienen...
Habitaciones Individuales	71
Habitaciones Dobles	61
Habitaciones Matrimoniales	51
Habitaciones de lujo	32
Habitaciones Triples	6
Pisos Ejecutivos	2
Junior Suites	1
Suites	3

Casi todos los hoteles cuentan con este tipo de habitaciones

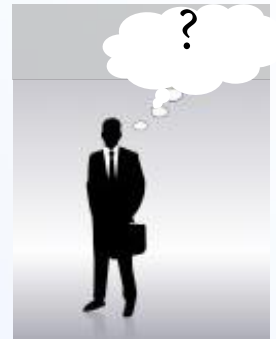


Durante el mes de Diciembre estuvieron ocupadas en promedio un 73% de estas habitaciones, tomando en cuenta todos los datos que nos proporcionaron los entrevistados de los 10 Hoteles investigados. Aproximadamente se tendría un total de 2060 habitaciones con lo cual se podría cumplir con la demanda de 1500 a 2000 turistas de negocios.

Aproximadamente ¿Cuántos turistas de negocios se hospedan durante el año por...?

La mayoría de los entrevistados en los Hoteles, **desconoce** cuál es la actividad específica que viene a realizar el turista de negocios a la ciudad de Quito y **lo conocen como segmento corporativo o de negocios.**

- ✓ *“Nuestro hotel es netamente corporativo y trabajamos con empresas y más o menos un 70% de nuestra clientela es negocios”*
- ✓ *“Yo diría que estamos hablando en nuestro hotel de un 60% corporativo y un 40% turistas”*
- ✓ *“Serán unas 12000 personas, por negocios casi el 90% son de negocios y un 10% de turistas, claro que de ese 90% como este año hubo muchos congresos en la ciudad será que el 15% haya sido para los congresos y el 75% es para eventos y para capacitaciones un 2%.*
- ✓ *“No tenemos una división así como dice usted”*
- ✓ *“Somos nuevos todavía ahora por ejemplo en octubre y noviembre estábamos bien en diciembre estamos un poco más flojos esperamos en navidad y enero mejor”*



De los pocos entrevistados que hacen una distinción simple entre turistas que vienen por negocios y por turismo en general se obtuvo un promedio de **70% de turistas que son conocidos como el segmento corporativo que se hospedaron durante el año.**

Aproximadamente ¿Cuántos turistas de negocios se hospedan durante el año por...?

Solo dos Hoteles tienen una clasificación de la cartera de turistas de negocios como son: Hilton Colón y Radisson.

1. Negocios/
Trabajo



La mayoría de los turistas de negocios asisten a estos hoteles por...

2. Reuniones



3. Eventos

4. Congresos

El resto de turistas de negocios lo hacen por...

5. Eventos Académicos



6. Capacitaciones

HÁBITOS DEL TURISTA DE NEGOCIOS

¿Cuáles son los meses de mayor afluencia de turistas de negocios en el hotel?

La mayoría de los entrevistados en los Hoteles coincide en que los meses de mayor afluencia de turistas de negocios son: **Octubre y Noviembre**



En segundo lugar está el mes de Septiembre como el mes de mayor afluencia de turistas de negocios.

En tercer lugar Abril y Mayo son mencionados como meses con mayor presencia de turistas de este segmento.

¿Cuáles son los días de mayor afluencia de turistas de negocios en el hotel?

La mayoría de los entrevistados en los Hoteles, piensa que los días de mayor afluencia de turistas de negocios son: **martes y miércoles**.

MARTES

MIÉRCOLES

JUEVES

El segundo lugar es para el día Jueves)

En tercer lugar pocos coinciden en que lunes también es uno de los días de mayor afluencia de los turistas de negocios

¿Cuáles son los horarios más demandados por los turistas de negocios?

La mayoría Piensa que el horario más frecuente es la **noche**



Algunos piensan que otro de los horarios más demandados es la tarde

- ✓ *“Eso depende en la mañana no hay mucha gente pero a partir de la tarde noche llega gente a eso de las 5 de la tarde”*
- ✓ *“Varía hay algunos que llegan en la mañana y otros en la noche, es que son por las rutas de vuelo que hay actualmente”*

¿Generalmente ¿Cuánto tiempo suelen quedarse los turistas de negocios en la ciudad de Quito?

“Ahora hemos tenido una persona que se quedo casi un mes, son una o dos noches en promedio”

“Dos días y medio en promedio”

“Cuatro días “

“Tres días “

Un promedio de dos noches ó tres días

¿En su mayoría ¿El turista de negocios acostumbra venir solo o acompañado?

Todos nos confirman que el turista de negocios **VIENE SOLO** a la ciudad de Quito.

“Siempre vienen varias personas de la misma empresa, lo que pasa es que viene solo la persona sin familiar”

¿Cuál es el monto diario aproximado que suelen gastar los turistas de negocios en su hotel hablando de...?

1. Hospedaje

Los Valores individuales promedio que gastan los turistas de negocios son de :

\$123
por
persona

3. Alimentación

\$40
por cada
comida

✓ “Desayuno incluido con cada noche”

4. Movilización interna
(3 Casos)

Existen desde
\$10 - \$15 - \$30

✓ “La mayoría viajan por las empresas que las vienen a ver y no ocupan ese servicio”

Pensando en un 100% en qué porcentaje los pagos de los turistas por negocios se realizan con...



Tarjetas de crédito
65%



Efectivo
13%



Cheques
11%



Otras Transferencias
9%



**Traveler's check y
Anticipo de compañías**
2%

La mayor parte de los pagos de los turistas de negocios se los realiza con tarjetas de crédito

¿ En una escala de 1 a 5 donde 1 es Muy mala y 5 Muy buena ¿Cree usted que la ciudad de Quito ofrece a los turistas de negocios...? LEER FRASES

OPINION POSITIVA

NEUTRAL

OPINION NEGATIVA

Buenos Aeropuertos

Buen acceso a Internet

Buenas Comunicaciones

Facilidad de trámites para realizar convenios internacionales

Buenas vías internas

Buenas carreteras

Tiene suficientes espacios para hacer turismo



"Creo que deberían haber vías alternas porque hay demasiado tráfico"

"Las vías están en pésimo estado"

"Ya se inauguró y no hay vías buenas para llegar al aeropuerto y a los hoteles, no existe una buena conectividad"



PERSPECTIVAS FUTURAS

¿Tomando en cuenta la mejor época de este año. En su opinión, ¿El turismo de negocios ha estado igual, mejor o peor que el año pasado?

ESTÁ MEJOR QUE EL AÑO PASADO (9 Casos)

¿Por qué?

Estabilidad económica, tiene relación directa con el petróleo, **presencia de Argentinos, Asiáticos y Colombianos**

"Mayor inversión del gobierno, todo esta relacionado con el petróleo y también hay que ver que China ha venido y también existe mayor petición de servicios de otros países como Colombia y Argentina, viene muchísimo Argentino acá no se a que han venido pero han venido mucho"

"En el caso del hotel hay mucho negocio, por las renegociaciones de petróleo del mercado Chino, la inversión del estado en capacitación, las reuniones de diferentes ministerios, el mercado asiático en general Chino Coreano y Japonés"

Realización de Eventos y congresos nacionales e internacionales

"Los eventos internacionales, congresos y Quito fue Sede de algunos eventos y congresos"

Mayor inversión y gestión publicitaria de Quito

"Creo que Quito Turismo y el mismo Municipio ha tenido un papel muy importante ha contribuido en eventos de gran envergadura ganando Quito como ciudad y eso nos ha convenido a todos"

¿ Usted cree que el sector hotelero de la ciudad de Quito está en las condiciones de albergar de 1500 a 2000 turistas en una fecha de gran afluencia de turistas?



La mayoría afirman que el sector hotelero **SI** está en condiciones de albergar de 1500 a 2000 turistas en una fecha de gran afluencia.

OPINION POSITIVA

La mayoría afirman que el sector hotelero está en condiciones de albergar de 1500 a 2000 turistas en una fecha de gran afluencia.

"Hay los hoteles grande como el Marriot, Isabel hay un montón de hoteles Alameda, Hilton Colon esa es la causa, tenemos una buena infraestructura hotelera"

"Me parece que la ciudad cuenta con 2000 habitaciones día, yo creo que si estamos y además se están haciendo nuevos proyectos turísticos para este año y en unos 5 años hay unos 4 o 5 hoteles grandes que van a entrar al mercado"

"Ya se ha ubicado en la ciudad a esa cantidad de turistas de negocios"

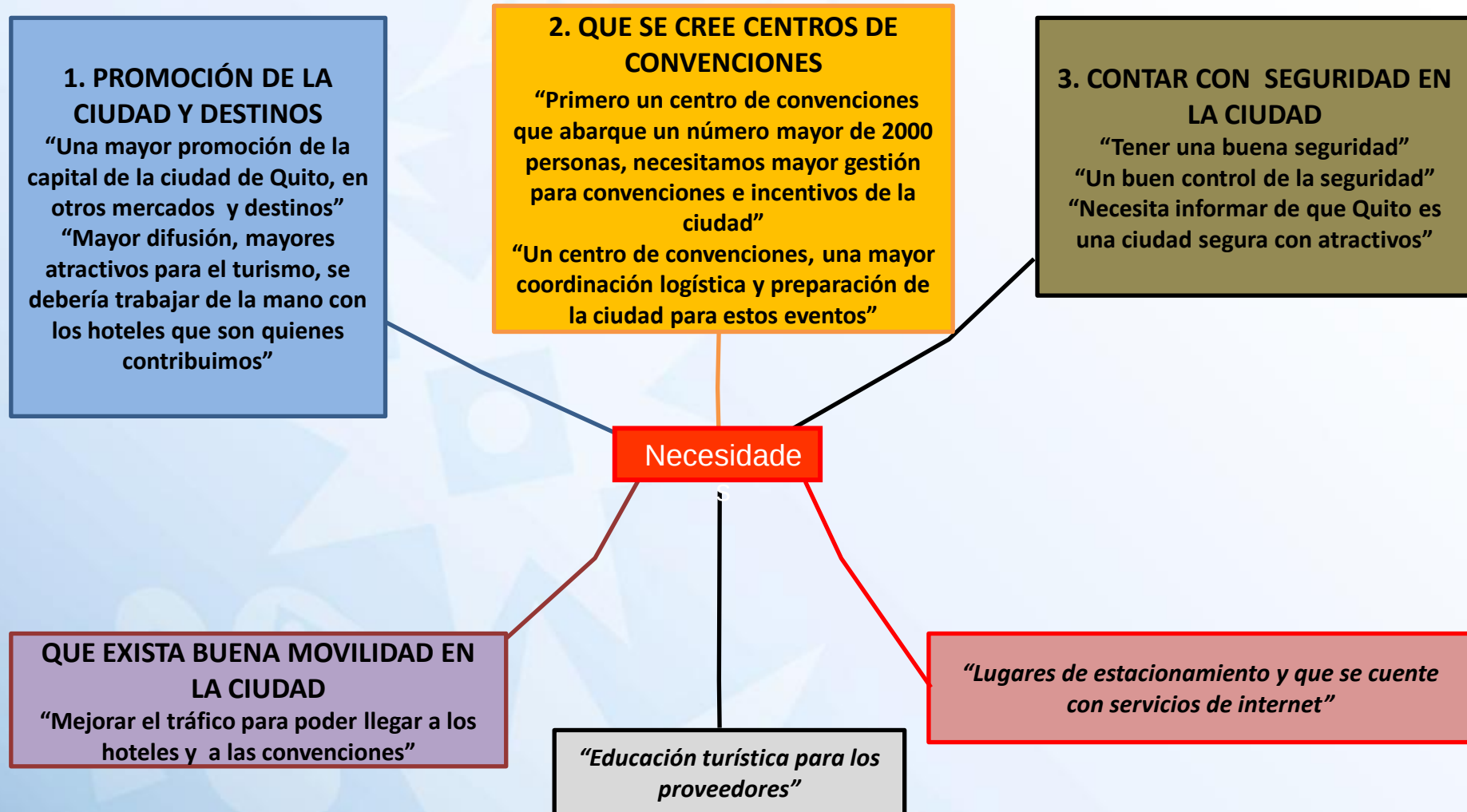
OPINION NEGATIVA

"El personal no es suficiente, falta infraestructura, debe aumentar la fuerza hotelera en fechas especificas para albergar grandes eventos"

Pocos entrevistados piensan que el sector hotelero No está preparado para esta cantidad de afluencia porque no hay suficientes hoteles.

NECESIDADES Y RECOMENDACIONES

¿ Refiriéndose al turismo de negocios ¿Cuáles piensa usted que son las principales necesidades que tiene el sector hotelero?



¿ Qué recomendaciones haría a la empresa Quito Turismo para ayudar a impulsar el turismo de negocios para la ciudad de Quito?

La mayor parte del sector hotelero coincide en que: **Se debe mejorar la publicidad hacia el turista de negocios tanto nacional como internacional y la organización de ferias y eventos que logrará que Quito sea vista como un centro de negocios y convenciones.**

- *“Información de eventos en forma mensual, con una aplicación para hacer publicidad y promoción porque no estamos al tanto de los eventos”*
- *“Una página web de eventos en la que conste los diferentes hoteles con sus productos, así se podría mejorar el turismo de negocios porque la página nuestra normalmente el empresario ecuatoriano, latino o extranjero no la revisa y por eso no tenemos alguien de negocios que venga por acá adquiriendo un tour es muy raro que lo haga”*
- *“Participación de ferias, buscar alianzas estratégicas, coordinar mas con el Ministerio de Turismo para ver las mejoras necesarias o la promoción necesaria”*
- *“Primero lo que tendríamos que hacer es postulaciones de la ciudad para congresos internacionales que es lo primordial, pero para eso se necesita un presupuesto , la comunicación.*
- *“Tratar de hacer paquetes no solo de habitaciones sino turísticos que eleven y que estén en una agencia de viajes y el transporte, alojamiento, alimentación todo una sola, eso es lo básico”*
- *“Vías para el aeropuerto, que los servicios no sean caros en relación al aeropuerto para que la ciudad sea mas competitiva”*

¿Qué recomendaciones ha escuchado por parte de los turistas de negocios en cuanto a la mejora de aspectos que sean importante para ello?

La mayor parte del sector hotelero considera que **la delincuencia es un tema al que se debe prestar mayor atención, en segundo lugar está el tema de las vías que conducirán al nuevo aeropuerto, como los turistas han vivido de cerca el tráfico eso les genera preocupación en sus visitas futuras.**

- ✓ *“Bueno tal vez la seguridad, por lo menos debería estar con la información de que es un sector peligroso”*
- ✓ *“Seguridad en el sentido de robos, asaltos”*
- ✓ *“El tema del aeropuerto, ha habido muchas cancelaciones cierres del aeropuerto”*
- ✓ *“Servicio de los aeropuertos que es fatal”*
- ✓ *“Se necesita mayor información turística de la ciudad”*
- ✓ *“El tráfico, vías alternas de descongestionamiento, los bares y taxis que sean de calidad como debe tener la ciudad”*

CONCLUSIONES

Conclusiones

- Todos los hoteles cuentan con los servicios de: Hospedaje y Alimentación . El valor promedio que se maneja es \$ 119 por hospedaje y \$ 22 por alimentación.
- La mayor parte cuentan además con servicio de movilización. Los costos son variados de acuerdo al tipo de Hotel.
- Pocos los que cuentan con paquetes turísticos direccionados hacia turistas de negocios. Los servicios adicionales que se ofrecen son: Lavandería, Salones para eventos y SPA.
- La capacidad hotelera de los hoteles investigados es de 206 habitaciones en promedio, de las cuales un 73% se encuentran ocupadas al momento de la investigación (Diciembre de 2012).
- Se puede evidenciar el desconocimiento del segmento RICE con el que trabajan los hoteles, solo dos hoteles tienen una clasificación del tipo de turista de negocios con el que trabajan.
- Conocen que están trabajando con un segmento corporativo que representa en promedio un 70% de sus ventas, pero desconocen las actividades que vienen a desempeñar los turistas de negocios.
- Los meses de mayor afluencia de este segmento de mercado son: Octubre y Noviembre, los días en los que llegan más turistas de negocios son los martes, miércoles y jueves y los horarios en los que se nota mayor presencia son en la tarde y noche.
- Su estadía en promedio es de dos noches ó tres días, el turista suele venir sólo o con compañeros de trabajo. No viajan con familiares.

El monto diario aproximado que suele gastar es de \$123 en hospedaje y \$40 en alimentación, la movilización interna fluctúa entre \$10 y \$30.

- **Los pagos se los hace en un porcentaje mayor con tarjeta de crédito , en porcentaje mínimos los hacen con cheque, efectivo y anticipos realizados por las empresas.**
- **El sector hotelero tiene una opinión positiva en cuanto a los servicios como: acceso a internet, comunicaciones, facilidad de trámites para efectuar convenios internacionales, carreteras en buen estado y espacios suficientes para hacer turismo. Sin embargo tienen una opinión ni positiva, ni negativa en cuanto al nuevo aeropuerto de Quito.**
- **Las vías internas por el contrario dan una mala imagen a la ciudad y la falta de vías alternas que ocasiona congestión vehicular y por ende una opinión negativa de parte de este sector.**
- **Este sector tiene la percepción de que este año ha sido mejor que el año pasado porque ha existido mayor presencia de asiáticos, argentinos y colombianos que ha generado una mayor demanda con respecto al año pasado, han notado mayores eventos nacionales e internacionales y mejor gestión publicitaria por parte de Quito Turismo.**
- **La mayoría creen que el sector hotelero se encuentra en plena capacidad para albergar de 1500 a 2000 turistas de negocios, otros opinan que ya se ha podido cubrir con esa demanda antes.**

- Las principales necesidades que tiene este sector son:
 - ✓ Mayor promoción de la ciudad de Quito en otros mercados y destinos.
 - ✓ Crear un centro de convenciones que abarque un número mayor de turistas.
 - ✓ Contar con una buena seguridad para los turistas.
- Las recomendaciones van enfocadas a que se mejore la publicidad hacia el turismo de negocios nacional e internacional y la organización de ferias y eventos, de esta forma Quito podría convertirse en el mayor centro de convenciones del país.
- Las recomendaciones que se han escuchado por parte de los turistas que han venido a Quito están relacionadas directamente con la seguridad, falta de información turística de la ciudad y el tráfico.

2

OPERADORES TURÍSTICOS

DISEÑO DE MUESTRA

Las evaluaciones se realizaron en 10 Operadores Turísticos del Buró de Convenciones que fueron proporcionadas por la Empresa Quito Turismo, los entrevistados son funcionarios con cargos de: Gerente General, Gerente de Marketing, Presidente Ejecutivo, Supervisora General.

OPERADORES TURÍSTICOS

Decameron

Ecuadorian Tours

Galacruises Expeditions Cia. Ltda

Geo Reisen

Grayline Ecuador

Kleintours

Metropolitan Touring

Mundo Visión

Surtrek

United

TOTAL

¿ El tamaño de su Operadora Turística es?

GRANDE Más de 100 empleados (2 Casos)	MEDIANA De 31 a 99 empleados (4 Casos)	PEQUEÑA Menos de 30 empleados (3 Casos)	NO CONTESTA (1 Casos)
--	---	--	---------------------------------

¿Cuál es su opinión sobre la situación actual del sector turístico en Quito destinado hacia el Turismo de negocios?

Se debería trabajar más, en la capacidad hotelera no está lista, existe mucha competencia con Latinoamérica

"Yo creo que es un mercado por desarrollar bastante en los negocios, eventos , incentivos."

"Es un segmento que se puede incrementar ya que tiene mucha competencia con otros países uno de los cuales es Cartagena y el resto de Latinoamérica"

"Falta organizar alianzas con países vecinos y del mundo en general, yo creo que Quito tiene mucho que ofrecer en cuanto a bellezas naturales"

Está bien posicionada y está incentivada por el Buró de convenciones y el sector privado

"El turismo de negocios se está incentivando por el empresario de la empresa privada y del Buró de convenciones de Quito"

3 entrevistados nos manifiestan que no trabajan con turismo de negocios

Su negocio ¿ En qué porcentaje se dedica al turismo de negocios?
¿A qué grupo de turistas es al que usted atiende principalmente?

Un **(30%)** de
Operadoras
turísticas atienden
a turistas que
vienen por
negocios

"Atendemos a gente que quiere realizar eventos y convenciones"



Sin embargo
las operadoras
turísticas
principalmente
atienden a turistas
con fines de ocio u
otros motivos
(70%).

"Turistas étnicos y la gente que viaja a Galápagos ya que es el principal destino turístico"

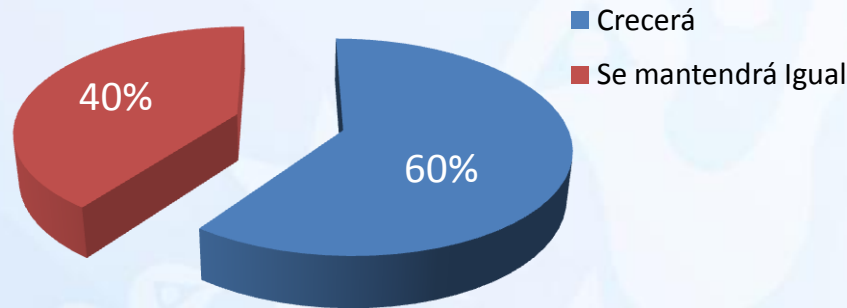
"Turismo en general"

"Los turistas en forma individual y también de grupos"

"Atendemos a gente que quiere salir de vacaciones"

*"No trabajamos con turistas de negocios"
"Solo prestamos servicios, no hay registros"*

¿El turismo de negocios va a crecer, se mantendrá igual, o disminuirá?



La mayoría de los entrevistados tiene perspectivas **POSITIVAS** sobre el crecimiento del turismo de negocios en Quito.

¿Razones por las que el turismo de negocios crecerá?

Las razones para que crezca son:

- ✓ **Ahora existe mayor promoción para este segmento de turistas.**
- ✓ **Gracias al crecimiento en Latinoamérica.**
- ✓ **Que exista mayor gestión para organizar eventos para los turistas de negocios.**

“Se ha trabajado más en promocionar el lugar como destino de turismo de negocios y de convenciones”

“Definitivamente la ciudad cuenta con mayor infraestructura de negocios y con la ayuda de empresas que dan conferencias y congresos se ayudará al crecimiento del sector”

“Porque el crecimiento de Latinoamérica también nos ayuda a nosotros”

TIPOS DE SERVICIOS

¿Su empresa brinda paquetes turísticos a los turistas de negocios y cómo se conforman?



Las mayoría de las operadoras turísticas **SI** brindan paquetes turísticos a los turistas de negocios (9 Casos)

La mayoría de las empresas cuenta con paquetes que incluyen servicio de pasajes y hospedaje. La mitad de las empresas cuenta con paquetes que también contemplan servicios de alimentación y movilización que se suman a los servicios mencionados en el paquete anterior.



Ciertas operadoras turísticas cuentan con servicios adicionales como:

Servicio de centro de convenciones

City tours

Cenas en eventos en lugares especiales

Cruceros y deportes acuáticos

En congresos si son mas de 20 personas se da un trato especial al grupo que contrato

¿Cuál es el costo promedio de los paquetes turísticos que se brinda a los turistas de negocios?

Los costos de los paquetes turísticos tienen valores que dependen mucho del lugar de salida, cantidad de días por los que vienen. Bajo la premisa de que se quedarán un día, existen paquetes que cuestan en promedio **\$237,80** que corresponden a las empresas que menos cobran hasta **\$2250,00** que son precios promedio de las empresas que cobran más por sus paquetes

"Depende de donde vienen si vienen de China o de Europa ahí varían, no es lo mismo que venga un chino y un americano, el americano vuela con \$500 y el chino por \$2000 o \$3000, y depende del hotel"

¿Cuáles son los servicios que actualmente brinda su Operadora Turística? Y ¿Cuál es el costo individual (PROMEDIO) por este servicio?

Pasajes

\$650 por persona

Los Valores
individuales
promedio
son de :

Hospedaje

\$118 por persona

Alimentación

\$38,75 por comida

Casi todas Operadoras
turísticas brindan estos
servicios

Movilización

\$62 por persona

¿Cuáles son los servicios que actualmente brinda su hotel? Y ¿Cuál es el costo individual (PROMEDIO) por este servicio?

Pocas son las Operadoras Turísticas que brindan servicios adicionales. Casos (3)

Cruceros



"A Galápagos, también recorridos a Quito y sus alrededores"

Traducción

"Para quienes deseen este servicio, el costo depende del turista y el tiempo"

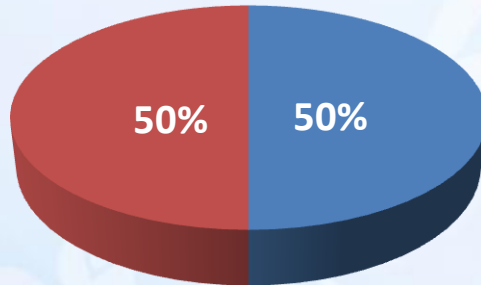


Llevar la agenda

"Armar sus agendas de trabajo, un trabajo personalizado de la agenda y el costo está incluido"



¿ Tiene algún convenio internacional con alguna empresa que le ayude a generar ventas de paquetes a los turistas de negocios?



■ Si
■ No

La mitad de las Operadoras Turísticas cuentan con un convenio internacional que les ayuda a generar mayores vetas Casos (5)

¿ Con qué empresas internacionales tiene esos convenios?

American Express

World of DMCS



Ovation

Índigo de España



BST Grupos de
EEUU

Carlson Wagonlit

Metropoiltan Touring

Klein Tours



¿ Tiene algún acuerdo con alguna empresa en Quito que le ayude a brindar servicios?



La mayoría de empresas tienen acuerdos con otras empresas para ayudarles a brindar servicios como: Hotelería, Alimentación, Movilización. Casos (8)

¿ Con qué empresas tienen esos acuerdos para...?

Hospedaje

D'Mario

Mercure

Dann Carlton

Hilton Colón

Swissotel

Marriot

Pasajes

Tierra de fuego

Klein Tours

Tame

Todas las aerolíneas

Alimentación

El Ventanal

Plaza grande

Teatrum

Hasta la vuelta señor

Restaurant Pinis

Movilización

Explotours

Tres operadoras turísticas tienen este servicio propio de la empresa

Aproximadamente ¿Cuántos turistas de negocios requieren sus servicios durante el año para...?

Algunos de los entrevistados de las Operadoras turísticas (4 Casos) **no tienen datos sobre los turistas de negocios** a los que ofrecen sus servicios, en una de las empresas están iniciando y aún no tienen ubicado a este segmento y dos dicen que no trabajan con este segmento de turistas.

Negocios/ Trabajo



Un **69%** de los turistas de negocios requieren de los servicios de los operadores turísticos por...

Reuniones



Eventos

Congresos

5% de turistas de negocios requieren de servicios de las operadoras turísticas para...

Eventos Académicos



Capitaciones

El **26%** de las operadoras turísticas están enfocados en otro segmento y prestan servicios para turismo en general y tours vacacionales

¿Cuáles son los meses de mayor demanda hacia la ciudad de Quito por parte de los turistas de negocios?

La mayoría de los entrevistados coincide en que el mes de mayor afluencia de turistas de negocios es: **Octubre**

October



Las opiniones están divididas en cuanto a los meses de marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre como los de mayor afluencia de turistas de negocios.

Existen operadoras turísticas en los que no se da información ya que no se trabaja con este tipo de turista o no cuentan con datos sobre este segmento de turistas

¿Cuáles son los días de mayor afluencia de turistas de negocios en el hotel?

La mayoría de los entrevistados (7 Casos) no contestan

"Depende de las facilidades de conexiones aéreas, disponibilidad de hoteles, etc."

"Todavía son muy pocos y no puedo generar una estadística"

"No trabajamos con estos turistas"

Existen pocas operadoras que consideran que de lunes a jueves es cuando acuden con mayor frecuencia los turistas de negocios

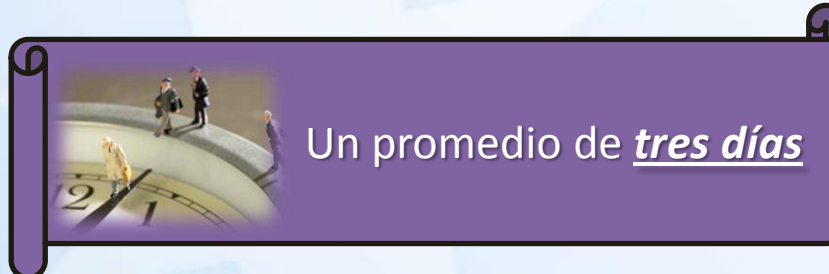
¿Cuáles son los horarios más demandados por los turistas de negocios en su empresa?

Más de la mitad de los entrevistados piensan que el horario más frecuente es en la **mañana**



(3 entrevistados) no contestan

¿Generalmente ¿Cuánto tiempo suelen planificar quedarse los turistas de negocios en la ciudad de Quito al negociar con su empresa?



(1 entrevistado) no contesta

¿En su mayoría ¿El turista de negocios acostumbra venir solo o acompañado?

La mayoría de los entrevistados nos confirman que el turista de negocios viaja **Solo** a la ciudad de Quito.

Pocos entrevistados nos contestan que vienen acompañados de una persona

(1 entrevistado) no contesta

Pensando en un 100% en qué porcentaje los pagos de los turistas por negocios se realizan con...

Tarjetas de crédito
41%



Efectivo
24%



Cheques
1%



**Transferencias
y páginas de internet**
34%

La mayor parte de los pagos de los turistas de negocios se los realiza con tarjetas de crédito

¿ En una escala de 1 a 5 donde 1 es Muy mala y 5 Muy buena ¿Cree usted que la ciudad de Quito ofrece a los turistas de negocios...? LEER FRASES

OPINION POSITIVA

NEUTRAL

OPINION NEGATIVA

Buenos Aeropuertos

Buen acceso a Internet

Buenas Comunicaciones

Facilidad de trámites para realizar convenios internacionales

Buenas vías internas

Buenas carreteras

Tiene suficientes espacios para hacer turismo



"El nuevo aeropuerto está lejos, no hay carreteras buenas, la gente está yendo a Guayaquil para evitarlo"

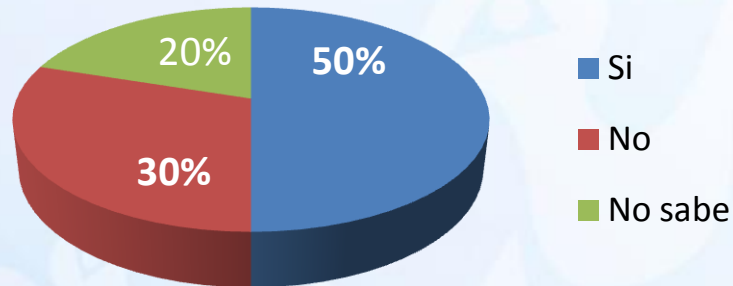
"De momento las vías son malas no hay por donde transitar"



"Las vías internas son malas, hay mucho tráfico"

PERSPECTIVAS FUTURAS

¿Cree usted que Quito podría ser un nicho interesante para el turismo de negocios?



La mitad de los entrevistados piensa que sería un nicho de mercado interesante, por los atractivos turísticos que ofrece la ciudad, la cercanía con Latinoamérica. Trabajando en conjunto una buena comunicación se podría atraer a más turistas de negocios.

¿Por qué lo cree?

"Tienen muchos atractivos turísticos, tiene espacios para hacer eventos y convenciones como la rehabilitación de los hospitales antiguos"

"Por los atractivos turísticos culturales, por la calidad hotelera, la experiencia de los operadores, la cercanía en Latinoamérica"

"Porque Quito ofrece muchísimo en el aspecto de turismo puro, fácil para llegar a la Costa a la Sierra y al Oriente"

"Si es que se promueven los destinos para incentivar el turismo de negocios, ayudados del gobierno por supuesto"

Creen que este nicho de mercado sería interesante para: Negocios, incentivos, ventas y convenciones.

¿Tomando en cuenta la mejor época de este año. En su opinión, ¿El turismo de negocios ha estado igual, mejor o peor que el año pasado?

La mayoría de los entrevistados piensan que **ESTÁ IGUAL** que el año pasado por la Falta de gestión para realizar eventos en la ciudad y por la falta de infraestructura, movilidad y seguridad en la ciudad

ESTÁ IGUAL QUE EL AÑO PASADO

(2 entrevistados) no contestan

¿Por qué?

Falta de gestión
para promocionar
afuera el turismo
de negocios

"No se ha trabajado con el Ministerio y con el gobierno para impulsar afuera el turismo de negocios"

"No hubo mayor incremento de turistas y también hubo una disminución en la promoción de las ferias para los turistas de negocios entonces este año hubo menos promoción del producto"

*"Que a lo mejor ha habido negocios entre los latinoamericanos pero no se han conseguido mayores
Sedes de congresos de Estados Unidos o del resto del mundo "*

Falta mejorar la
infraestructura,
movilidad y
seguridad

"Faltan los servicios de: Hotelería, Servicio del Centro de convenciones, transporte aéreo y terrestre, ahora con la apertura del nuevo aeropuerto eso va a ser otra dificultad el movimiento del aeropuerto a la ciudad a eso hay que ponerle muchísima atención"

¿ Usted cree que el sector hotelero de la ciudad de Quito está en las condiciones de albergar de 1500 a 2000 turistas en una fecha de gran afluencia de turistas?

La mayoría de las operadoras turísticas, afirman que el sector hotelero **NO** está en condiciones de albergar de 1500 a 2000 turistas en una fecha de gran afluencia, ya que actualmente

OPINION NEGATIVA

NO se cuenta con la suficiente capacidad hotelera y los servicios que requiere este segmento.

“Porque los hoteles grandes no tienen tanta capacidad y por las distancias de hotel a hotel, separarlos se complica la logística ”

“No hay muchos hoteles que tengan suficiente espacio para eventos en los hoteles ”

“No creo que hay habitaciones suficientes para albergar a tanta gente porque hace falta hoteles grandes que tengan todo el servicio que necesiten los turistas de negocios”

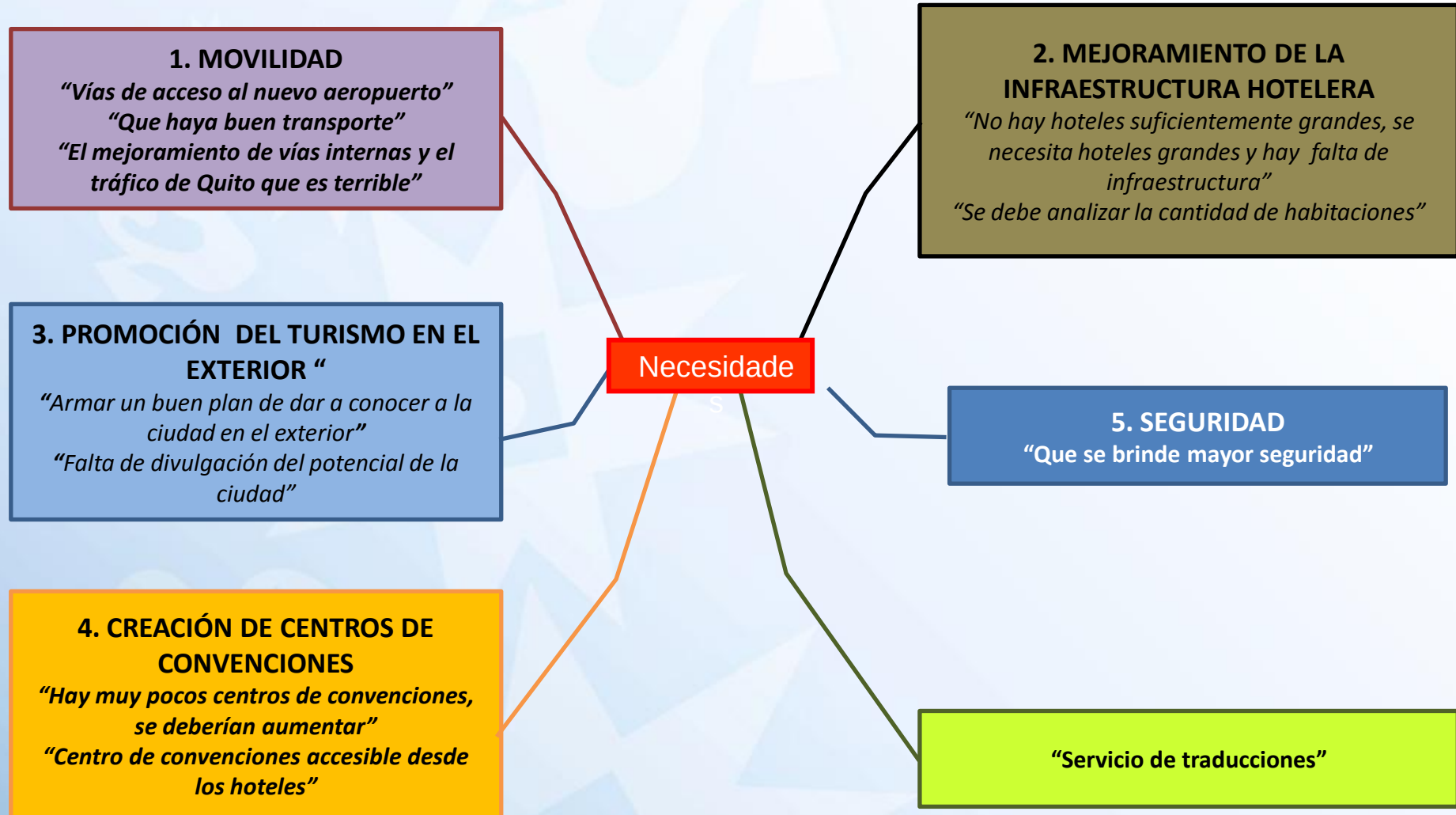
OPINION POSITIVA

Pocos son los entrevistados que piensan que **SI** está preparado el sector hotelero.

“Si hay pero en diferentes hoteles y no de la misma categoría, no es que tenemos una fuerza hotelera como ejemplo de 5 estrellas como para atender 1500, tocará utilizar hoteles, boutiques y valerse de muchos hoteles usándolos todos y de diferentes categorías”

NECESIDADES Y RECOMENDACIONES

¿ Refiriéndose al turismo de negocios ¿Cuáles piensa usted que son las principales necesidades que tiene su sector?



¿ Qué recomendaciones haría a la empresa Quito Turismo para ayudar a impulsar el turismo de negocios para la ciudad de Quito?

La mayor parte de los representantes de los Operadores Turísticos opina que se debe trabajar en aspectos puntuales como: **La promoción de la ciudad en el exterior, la participación activa en ferias y efectuar alianzas estratégicas tanto con corporaciones nacionales e internacionales, la capacitación tanto a las operadores como al personal para dar a conocer e incrementar el atractivo en la ciudad.**

- ✓ *“Hay que promover, ir afuera a las ferias internacionales, y mostrar en un stand al Ecuador y decir todo lo que tiene, se puede decir que se debe ir a promover el turismo, y el Ministerio debe ir yo se que Quito Turismo va a algunos pero debe ser una estrategia bien incentivada por el Ministerio de Turismo”*
- ✓ *“Participar en ferias especializadas en RICE, divulgación de la potencialidad de la ciudad, personal especializado en RICE”*
- ✓ *“El contacto con los actores locales de alianzas estratégicas con Corporaciones Nacionales para luego ampliarlas para las internacionales, visitas asistencia a ferias donde se encuentre lo mejor de la oferta y la demanda”*
- ✓ *“Capacitación al sector interno de los atractivos y de facilidades al turismo de negocios”*
- ✓ *“Reunir a los operadores, crear un Comité para impulsar este segmento, tener datos y estadísticas reales y actualizadas*

¿Qué recomendaciones ha escuchado por parte de los turistas de negocios en cuanto a la mejora de aspectos que sean importante para ello?

Los entrevistados piensan que algunas de las dificultades que tiene el turista de negocios tienen que ver con:

El tema de seguridad, el tráfico que dificulta la logística de los eventos y que se le debe brindar la facilidad necesaria para obtener los servicios completos, lo que le genera menor estrés y mayor satisfacción al organizar un evento.

✓ *“Falta promoción en el exterior”*

✓ *“El turista necesita que lo hagan todo y no la necesidad de estar negociando cada una de las necesidades que tienen en el evento o convención”*

✓ *“La seguridad, el tráfico que dificulta la logística para manejo de grupos, los precios si son un poco altos para poder realizar este tipo de eventos”*

✓ *“El tema de la seguridad, el tema del tráfico es algo que comentan mucho”*

(5 entrevistados) no han escuchado ninguna



Conclusiones

- A diferencia de los hoteles, los operadores tienen la percepción sobre la situación actual del turismo de negocios es de poca capacidad hotelera y la dificultad por la competencia que tienen las operadoras turísticas con sus similares de Latinoamérica. Pocos de éstos empresarios piensan que este tipo de turismo se encuentra bien posicionado en la ciudad.
- Apenas el 30% de los servicios ofrecidos por las operadoras turísticas investigadas son encaminados hacia los turistas de negocios, su principal esfuerzo está dedicado al turismo en general.
- Más de la mitad de los entrevistados piensa que el turismo de negocios va a crecer a futuro por la promoción y por el trabajo actual en infraestructura.
- Uno de los principales servicios que brinda este sector son los paquetes turísticos con los que cuentan casi todas las operadoras turísticas y que están conformados por: Pasajes, hospedaje, alimentación y movilización.
- El costo de este paquete es en promedio de \$237,80 para empresas con tarifas bajas y \$2250,00 en promedio que cobran empresas con tarifas altas.
- Se ofrecen también servicios adicionales como: Cruceros, Traducciones y Organización de la agenda de trabajo.
- La mitad de las operadoras tienen convenios con agencias, hoteles tanto nacionales como internacionales.
- La mayoría trabajan con empresas nacionales mediante acuerdos que les permiten brindar servicios de hospedaje, pasajes, alimentación y movilización.

- En algunas operadoras existe desconocimiento sobre cuál es la actividad que viene a realizar el turista de negocios a la ciudad, lo cual es un limitante al momento de ofrecer los servicios que este segmento necesita. Las 6 operadoras que cuentan con información declaran que el 69% requieren de sus servicios para negocios, eventos, reuniones y congresos y un 5% para eventos académicos y capacitaciones. El 26% restante de servicios son requeridos para turismo en general o tours de vacaciones.
- El mes de mayor demanda a la ciudad de Quito es: Octubre, los días de mayor demanda es indistinto y el horario de mayor demanda es en la mañana.
- El turista de negocios planifica tres días para quedarse en la ciudad y la mayoría viene sólo, los pocos que vienen acompañados lo hacen sólo por una persona.
- La mayoría de los turistas de negocios realizan sus pagos con tarjetas de crédito y pagos por transferencias y páginas web.
- Las calificaciones para el aeropuerto y la facilidad de trámites para realizar convenios internacionales están calificadas como neutrales porque se ha generado expectativa frente a la apertura del nuevo aeropuerto. Las vías internas sin embargo están mal evaluadas por el tráfico existente en la ciudad y lo complicado de la conectividad para los turistas.
- Se ve en la ciudad de Quito un nicho interesante de mercado en este segmento de turistas, sin embargo al momento existe poco o nada de información al respecto.
- Las operadoras piensan que el turismo de negocios están igual que el año pasado por la falta de gestión en el exterior y la falta de infraestructura hotelera, la movilidad y la seguridad.

Conclusiones

- La mayoría de las operadoras turísticas consideran que la ciudad no tiene la capacidad hotelera para albergar de 1500 a 200 turistas. Opinan que la creación de impuestos ha hecho que la inversión en ese sector baje, otra de las causas es la lejanía de los hoteles que complica la logística por el tránsito; los hoteles no cuentan con capacidad suficiente para los eventos que se podrían necesitar.
- Las necesidades que tienen las operadoras turísticas tiene que ver con la movilidad y el mejoramiento de las vías internas, la capacidad hotelera ya que consideran que no hay hoteles grandes y se desconoce el número de habitaciones.
- Sugieren que se mejore la promoción del país en el exterior, y que se creen centros de convenciones accesibles desde los hoteles.
- Las recomendaciones a la empresa Quito Turismo son:
 - ✓ Promoción de la ciudad en el exterior mediante ferias y exposiciones .
 - ✓ Efectuar alianzas estratégicas nacionales e internacionales.
 - ✓ Capacitación a todo el sector y a los promotores de la ciudad.
- Los turistas de negocios sugieren: Promoción en el exterior, mayor seguridad y excelencia en servicios completos para facilitar la organización de sus eventos.

3

ORGANIZADORES DE EVENTOS

DISEÑO DE MUESTRA

Las evaluaciones se realizaron en 10 Operadores Turísticos del Buró de Convenciones que fueron proporcionadas por la Empresa Quito Turismo, todos desempeñan el cargo de Gerente General en las empresas.

OPERADORES TURÍSTICOS

Coordinamos

Zefixa

Centro de convenciones Quitumbe

CEMEXPO

Equator Meetings

San Francisco Negocios y convenciones Quorum

CGP Producciones

Expoeventos

Alvadel

COMEFEX

TIPOS DE SERVICIOS

¿ El tamaño de su empresa es?

GRANDE Más de 100 empleados (3 Casos)	MEDIANA De 31 a 99 empleados (1 Caso)	PEQUEÑA Menos de 30 empleados (6 Casos)
---	---	---

¿ Cuáles son los servicios que actualmente brinda su empresa? Y ¿Cuál es el costo individual (PROMEDIO) por este servicio?

Congresos

“Depende de la cantidad y el tamaño del congreso unos entre 40 y 60 dólares para unas 200 personas”

“Cobro el 15% sobre todos los rubros que facturo, no tengo un valor estimado”

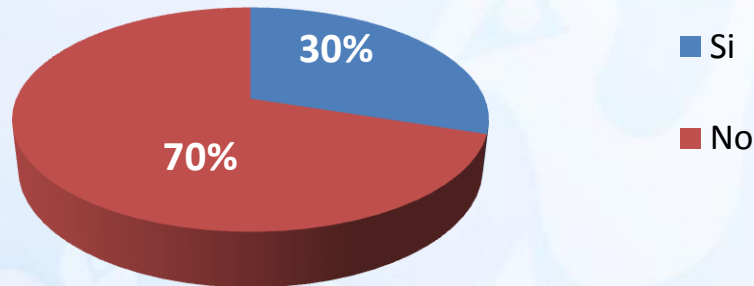
Eventos

“Para los eventos depende de la decoración, ahí varía el precio”

“Nosotros brindamos todo lo que es organización para las ferias de eventos, montaje infraestructura y logística; el costo individual promedio de los eventos en metros cuadrados es \$ 79 por producción en alquiler de espacios \$120 el metro cuadrado de venta de montaje y desmontaje sin decoración será unos \$80 porque con decoración si ya hablamos el doble el metro cuadrado”

No cuentan con paquetes turísticos en este segmento y **No tienen un costo promedio por los servicios que prestan**

¿ Tiene algún convenio internacional con alguna empresa que le ayude a generar ventas de sus servicios a los turistas de negocios?



La mayoría de los organizadores de eventos **NO** cuenta con un convenio para que les ayude a generar ventas.

¿ Con qué empresas internacionales tiene esos convenios?

AFIDA
Asociación de Ferias
Internacionales en América

UNIFIB
Union de Ferias
Iberoamericanas,
España y Portugal

EXPOPASE ARGENTINA

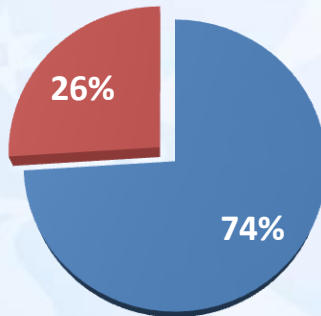
**EMPRESA DE
RELACIONES
PUBLICAS EN EL
EXTERIOR**

COCAL Asociación de congresos,
confederación de congresos de América
latina

**GRUPO
PIDAMOS DE
COLOMBIA**

¿ Tiene algún acuerdo con alguna empresa en Quito que le ayude a brindar servicios?

■ SI
■ NO



La mayoría de empresas tienen acuerdos con otras empresas para brindar servicios como: Pasajes, Hospedaje, Alimentación, Servicios de Interpretación, Servicio de audio y video.

¿ Con qué empresas tiene el acuerdo?

Pasajes

Data Travel

Hospedaje

Marriot y Swissotel

Hotel Hilton Colon

Dan Carlton

Hotel Quito

Mercure

Sherathon, Akros

Alimentación

Marriot y Swissotel

Hotel Hilton Colon

Barlovento

Río Piedra

La Colina del Chef

Movilización Interna

Autos de lujo,
Jhonatan Hall

Transfer Propio

Aproximadamente ¿Cuántos turistas de negocios requieren sus servicios durante el año para...?

La mayoría de los organizadores de eventos **tienen pocos datos sobre los turistas de negocios.**

Negocios/ Trabajo



La mayoría de los turistas de negocios requieren de los servicios de los organizadores de eventos por...

Reuniones



Eventos

Congresos

Pocos turistas de negocios requieren de servicios de los organizadores de eventos para...

Eventos Académicos



Capacitaciones

¿Cuáles son los meses de mayor demanda hacia la ciudad de Quito por parte de los turistas de negocios?

La mayoría de los entrevistados coincide en que los meses de mayor afluencia de turistas de negocios son: **Marzo y Mayo**

Meses que fueron mencionados como de mayor demanda aunque en menores menciones son: Octubre, noviembre, agosto y septiembre.

¿Cuáles son los días de mayor afluencia de turistas de negocios en su negocio?

La mayoría de los entrevistados en los organizadores de eventos coinciden en que los días de mayor afluencia de turistas de negocios son: **martes y miércoles**, en segundo lugar los días **jueves y viernes**

MARTES

MIÉRCOLES

¿Cuáles son los horarios más demandados por los turistas de negocios en su empresa?

Todos los entrevistados concuerdan que la **mañana es el horario más demandado** por los turistas de negocios.



Algunos entrevistados también mencionan a la tarde como el segundo horario demandado por este segmento.

¿Generalmente ¿Cuánto tiempo suelen planificar quedarse los turistas de negocios en la ciudad de Quito al negociar con su empresa?



¿En su mayoría ¿El turista de negocios acostumbra venir solo o acompañado?

La mayoría de los entrevistados nos confirman que el turista de negocios viaja **Solo** a la ciudad de Quito.

Pensando en un 100% en qué porcentaje los pagos de los turistas por negocios se realizan con...

Tarjetas de crédito
63%



Efectivo
9%



Cheques
6%



**Transferencias
y páginas de internet**
22%

La mayor parte de los pagos de los turistas de negocios se los realiza con tarjetas de crédito

¿ En una escala de 1 a 5 donde 1 es Muy mala y 5 Muy buena ¿Cree usted que la ciudad de Quito ofrece a los turistas de negocios...? LEER FRASES

OPINION POSITIVA

NEUTRAL

OPINION NEGATIVA

Buenos Aeropuertos

Buen acceso a Internet

Buenas Comunicaciones

Facilidad de trámites para realizar convenios internacionales

Buenas vías internas

Buenas carreteras

Tiene suficientes espacios para hacer turismo



"Aún se debe ver que pasa con el nuevo aeropuerto"

PERSPECTIVAS FUTURAS

¿Tomando en cuenta la mejor época de este año. En su opinión, ¿El turismo de negocios ha estado igual, mejor o peor que el año pasado?

La mayoría de los entrevistados piensan que **ESTÁ MEJOR** que el año pasado por:

ESTÁ IGUAL QUE EL AÑO PASADO

(1 entrevistados) no contesta

¿Por qué?

Existió una buena gestión en este año, se han hecho promociones y los eventos han crecido en la ciudad

"Economía de mayor movimiento, el sector privado ha realizado mas inversión en convenciones y congresos"

"Creo que ha habido mucha influencia de las instituciones públicas, los tratados con otros negocios "

"La ciudad tuvo eventos internacionales y se promovió internacionalmente para estos eventos, el destino Quito creció como opción de preferencia en venir a conocer Quito"

¿ Usted cree que el sector hotelero de la ciudad de Quito está en las condiciones de albergar de 1500 a 2000 turistas en una fecha de gran afluencia de turistas?

La mayoría de los organizadores de eventos, cree que el sector hotelero **NO** está en condiciones de albergar de 1500 a 2000 turistas en una fecha de gran afluencia, **ya que actualmente no se cuenta con la capacidad hotelera necesaria durante temporadas altas y otro problema es la falta de centros de convenciones para organizar varios eventos en forma simultánea.**

OPINION NEGATIVA

"Los congresos grandes no vienen a Quito porque no hay la capacidad para tenerlos en un hotel, entonces los congresos grandes al no tener un recinto o un hotel suficientes no vienen y se van a Guayaquil o si no a Bogotá"

"Ya se han dado eventos con esa cantidad de turistas y se han llenado todos los hoteles de primera y segunda categoría"

"Hay un solo hotel que puede brindar todos los servicios para tener comodidad. Generalmente requerimos una gran cantidad de salones pero hay pocos y si quiero 5 salones al mismo tiempo no hay como, para hotelería puede haber pero para centros de convenciones tenemos una escases muy grande "

"Creo que no hay todavía el lugar que pueda concentrar esa cantidad, en temporada alta nos ha tocado dividir a los turistas en varios hoteles y estamos viendo salas múltiples porque ha habido eventos que no se han podido hacer este año"

NECESIDADES Y RECOMENDACIONES

¿ Refiriéndose al turismo de negocios ¿Cuáles piensa usted que son las principales necesidades que tiene su sector?

1. CREACIÓN DE CENTROS DE CONVENCIONES

"Falta de espacios para convenciones, infraestructura para ferias, lo que existe es muy malo"

"Sitios de salones porque nos vemos sujetos siempre a los hoteles y salones externos"

2. POLÍTICAS PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

"Primero que haya una buena normativa Municipal o nacional para la organización de ferias, congresos y seminarios"

"La generación de una política local que den incentivos, reducción de impuestos"
"Creación de una política local que den incentivos, reducción de impuestos"

Necesidade

"Mayor promoción en este momento"

"Que se brinde mayor seguridad"

"Un buen aeropuerto no tan lejos de la ciudad"

"Mucho tráfico en la ciudad"

¿Qué recomendaciones haría a la empresa Quito Turismo para ayudar a impulsar el turismo de negocios para la ciudad de Quito?

La mayor parte de los representantes de los Operadores Turísticos opina que se debe trabajar en aspectos puntuales como: **La promoción de la ciudad en el exterior, la construcción de centros de convenciones grandes y la información de proveedores estratégicos con los que podrían contar los organizadores de eventos para ofertar sus servicios.**

- ✓ *“Mayor información a nivel internacional de la ciudad de Quito con un destino turístico o para negocios, pero a esto tiene que complementar con los servicios que se puede ofrecer”*
- ✓ *“Construir el centro de convenciones, generar incentivos tributarios para los participantes de congresos y convenciones”*
- ✓ *“Yo creo que la empresa Quito Turismo podría aportar más información a las empresas que estamos bajo esta categoría de negocios de eventos y ferias con información de los sitios que han aperturado o quizás con información que nos ayude a nosotros porque como organizadores de servicios necesitamos contar con varias alternativas”*

Conclusiones

- Los servicios ofrecidos por los organizadores de eventos tienen que ver con organización de congresos y eventos principalmente; sin embargo no cuentan con paquetes turísticos para el segmento de negocios.
- La mayoría no cuenta con convenios internacionales que les ayuden a generar ventas .
- La mayoría trabajan con empresas nacionales mediante acuerdos que les permiten brindar servicios de hospedaje, pasajes, alimentación y movilización interna.
- La mayoría ofrece los servicios a los turistas de negocios por trabajo, reuniones, eventos y congresos.
- Los meses de mayor afluencia en este segmento son: Marzo y Mayo.
- Los días de mayor afluencia en el negocio son martes y miércoles. La mañana es el horario más demandado por sus clientes.
- El promedio de estadía al negociar con la empresa es de tres a cuatro días y el turista de negocios acostumbra a venir solo a la ciudad.
- Los pagos se efectúan con mayor frecuencia con tarjeta de crédito y transferencias.
- La opinión sobre los servicios que ofrece la ciudad de Quito al turista de negocios en general es buena, lo que le causa un poco de incertidumbre el nuevo aeropuerto, las vías internas y la facilidad para realizar convenios internacionales.
- La mayoría piensan que el turismo de negocios está mejor que el año pasado porque han visto una mejor gestión con promociones y eventos en la ciudad.

- La mayoría de los organizadores de eventos piensa que la ciudad no está preparada para recibir de 1500 a 2000 turistas, porque no se cuenta con la suficiente capacidad hotelera, ni infraestructura para la cantidad de eventos que se pueden realizar en una época de alta afluencia.
- Las necesidades que tiene este sector son:
 - ✓ Creación de centros de convenciones para que se puedan efectuar eventos simultáneos.
 - ✓ Políticas para la organización de eventos, que cuente con incentivos, reducción de impuestos para que mejore este segmento de negocios en la ciudad de Quito.
- Se sugiere la promoción de la ciudad en el exterior.
- La construcción de centros de convenciones grandes que evite que los congresos se hagan en los exteriores.
- Información de Quito Turismo sobre nuevos socios estratégicos para prestar los servicios.

1

SOCIOS DE CONVENCIONES

CONTEXTO ACTUAL DEL SECTOR

Se debe hacer Alianzas estratégicas entre los diferentes países

¿Cuál es su opinión sobre la situación actual del sector turístico en Quito destinado hacia el turismo de negocios?

Se debe realizar una mayor publicidad ya que Quito es la Capital de los negocios

"Falta organizar alianzas con países vecinos y del mundo en general, ya que Quito tiene mucho que ofrecer en cuanto a bellezas naturales"

Se debe mejorar la conectividad para poder llegar con facilidad a Quito sin mucha escala, además de tener facilidades de transporte para movilizarse al interior de la ciudad.

"Falta promocionar a la ciudad para que el turista se quede unos días más, facilidades de transporte, y publicar los lugares más turísticos de la ciudad"

"Falta impulsar más y hacer alianzas estratégicas en todos los servicios y campos del turismo"

"Podría mejorar si la conectividad se facilita para el turista en general, es decir que mejore la facilidad de llegar a Quito de otros países, el turista debe hacer mucha escala para llegar a la ciudad"

"Esta muy demandada la ciudad para convenciones y eventos, hay mucho movimiento por negocios"

"Quito sigue siendo la capital de los negocios el 85% están aquí de las empresas Grandes"

Su negocio ¿En que porcentaje se dedica a turismo de negocios?

En promedio

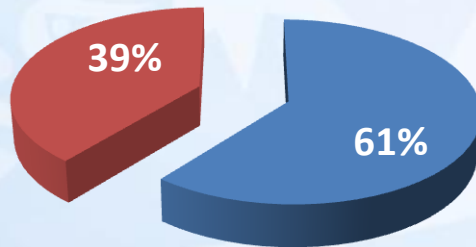
34%

Se dedica

Turismo de
Negocios

¿usted opina que este tipo de turismo disminuirá, va a crecer o seguirá igual para el próximo año?

■ va a crecer ■ Seguirá igual



¿Razones por las que el turismo de negocios crecerá?

“Por los movimientos de las empresas multinacionales”

“Están por salir buenos negocios con los ejecutivos de las empresas”

La mayor parte de los entrevistados opinan que el turismo **CRECERÁ**

TIPOS DE SERVICIOS

¿Usted brinda servicios a los turistas de negocios?

La mayoría de los centros de Convenciones brindan sus servicios a los turistas de negocios



¿Cuáles son los servicios que brinda su empresa a los turistas de negocios?

Hospedaje



"Hospedaje, Alimentación, movilización, Bar, Recreación"

Movilización



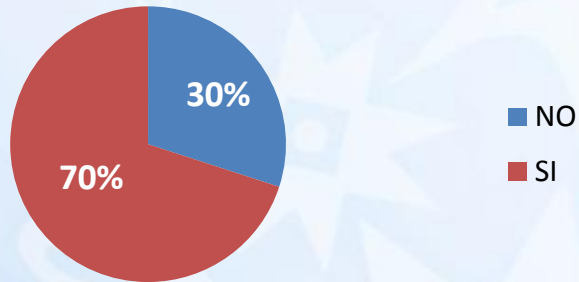
"Hotel, transporte, servicios, centros de convenciones pasajes aéreos, terrestres"

Alimentación



"Alimentación, Gastronomía, reuniones corporativas"

¿ Tiene algún convenio internacional con alguna empresa que le ayude a generar ventas de paquetes a los turistas de negocios?



La mayoría de entrevistados cuentan con un convenio internacional que les ayuda a generar mayores ventas.

¿ Con qué empresas internacionales tiene esos convenios?

Metropoiltan Touring

Klein Tours

Radisson Internacional

Cadena Marriot

La casa matriz del
Hotel Dann

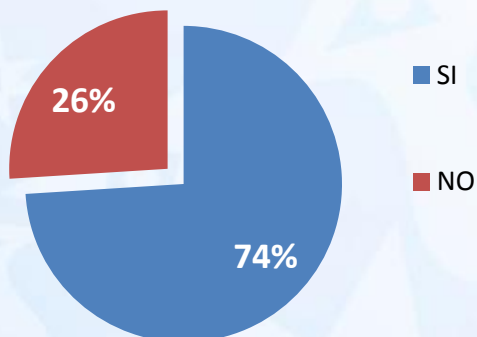
AFIDA

UNIFIB

UFI

COCAL

¿ Tiene algún acuerdo con alguna empresa en Quito que le ayude a brindar servicios?



La mayoría de empresas tienen acuerdos con otras empresas para brindar servicios como: Pasajes, Hospedaje, Alimentación, Servicios de Interpretación, Servicio de audio y video.

¿ Con qué empresas tiene el acuerdo?

Pasajes

Tame

Metropolitang
Touring

Hospedaje

Marriot y Swissotel

Hotel Hilton Colon

Dan Carlton

Hotel Quito

Hotel patio Andaluz,
la Casona de la
Ronda

Alimentación

Rest. Shiz Genome

Marriot

Restaurant la
Glasita

Hotel Quito

Hasta lo Vuelta
Señor

Servicios de Interpretación, Audio y video

Dinamic

Stoes

Taurus

Multivisión

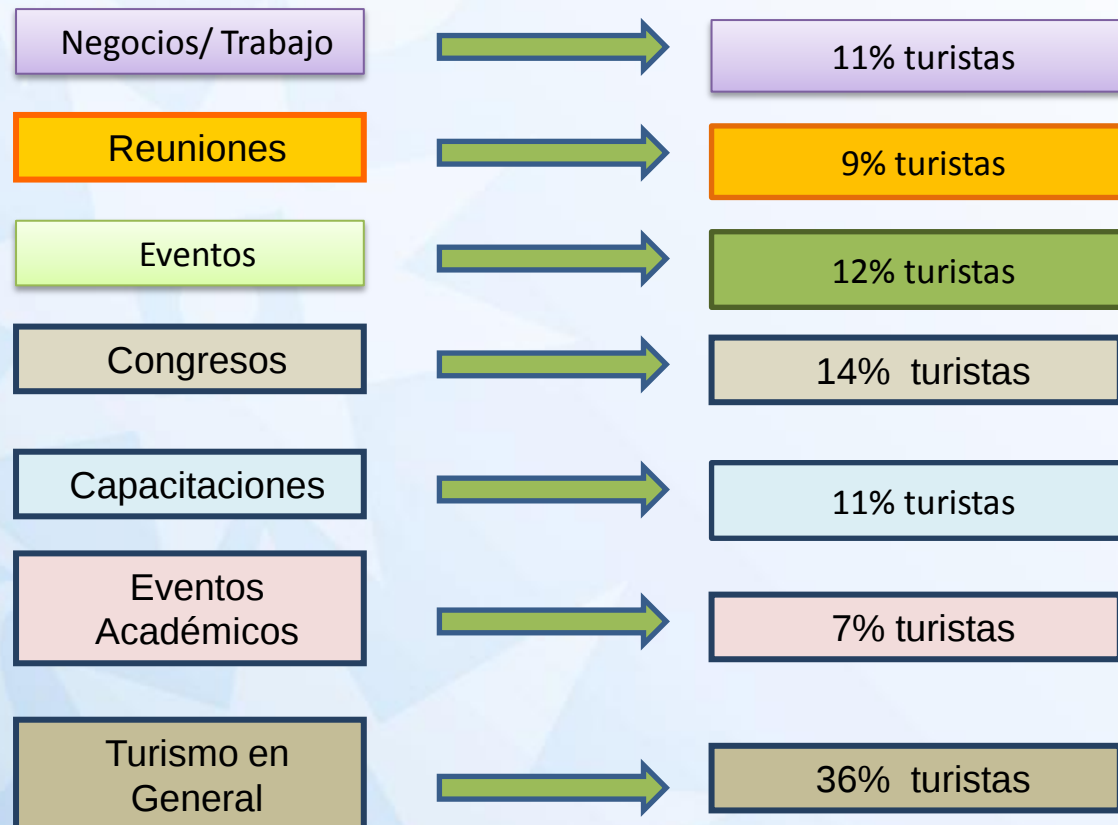
Octofax

Quito Turismo

¿Cuál es el costo promedio que se cobra por cada turista de negocios?

Los costos promedio por cada turista de negocios es de **\$226**

¿Cuántos turistas de negocios requieren de sus servicios durante el año?





¿Cuáles son los meses de mayor demanda hacia la ciudad de Quito por parte de los turistas de negocios?

La mayoría de los entrevistados (**16 Casos**) coincide en que el mes de mayor afluencia de turistas de negocios es en los meses de : **Octubre, Mayo y Noviembre**



Entre los siete casos restantes opinan que los meses de mayor afluencia es Febrero, marzo, Julio y Agosto.

¿Cuáles son los días de mayor afluencia de los turistas de negocios?

La mayoría de los entrevistados contestan que los días de mayor afluencia son los Lunes, Martes, Miércoles, Jueves

LUNES

MARTES

MIÉRCOLES

JUEVES

Pocos entrevistados contestan que los días de mayor afluencia son Viernes; sábado; y Domingo

¿Cuáles son los horarios más demandados por los turistas de negocios en su empresa?

La mayor parte de los entrevistados piensan que el horario más frecuente es en la Tarde y noche.

El horario de mayor demanda es en la mañana



Generalmente ¿Cuánto tiempo suelen quedarse los turistas de negocios en la ciudad de Quito?

"Existen 2 casos que se han quedado un día"

"Existen 7 casos en el que se han quedado 2 días"

"9 casos tres días"

"4 casos 4 y 5 días"

"Existe un caso en que se ha quedado un mes"

Por lo general se quedan de 2 a 3 días

Pensando en un 100% en qué porcentaje los pagos de los turistas por negocios se realizan con...

Tarjetas de crédito
54%



**Transferencias
y páginas de internet**
18%



Efectivo
15%



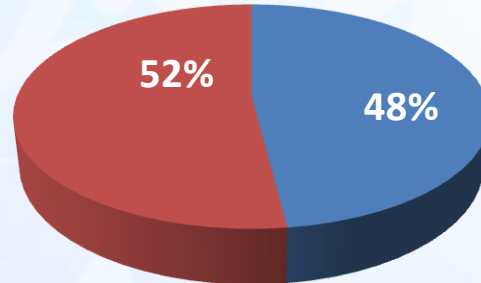
Cheques
10%



**Anticipos de
empresas**
3%

La mayor parte de los pagos de los turistas de negocios se los realiza con tarjetas de crédito, transferencias y páginas de internet.

De acuerdo a su experiencia ¿Usted cree que el sector hotelero de la ciudad de Quito está en condiciones de albergar de 1500 a 200 turistas en una fecha de gran afluencia?



■ Si

■ No

¿Por qué?

No

"No hay esa capacidad hotelera de primera categoría"

"La demanda es muy alta colapsaría la ciudad"

"Ningún Hotel en la ciudad tiene esa capacidad"

Si

"La ciudad tiene buena infraestructura hotelera"

"Existen un buen número de Hoteles en la ciudad de Quito"



Tomando en cuenta la mejor época de este año. En su opinión, ¿El turismo de negocios ha estado igual, mejor o peor que el año pasado?

**MEJOR
(12 casos)**

¿Por qué?

"Se ha realizado inversión en el sector"

"Se ha incrementado el número de eventos en la ciudad"

"Han mejorada sustancialmente las tarifas tanto de transporte como alojamiento"

"Se ha promocionado a la ciudad gracias a Quito Turismo"

**IGUAL
(6 casos)**

"Falta difusión de todo lo que ofrece la ciudad"

"Falta de servicios hoteleros"

¿ En una escala de 1 a 5 donde 1 es Muy mala y 5 Muy buena ¿Cree usted que la ciudad de Quito ofrece a los turistas de negocios...? LEER FRASES

OPINION POSITIVA

NEUTRAL

OPINION NEGATIVA

Buenos Aeropuertos

Buen acceso a Internet

Buenas Comunicaciones

Facilidad de trámites para realizar convenios internacionales

Facilidad para negociar con los operadores turísticos

Buenas vías internas

Buenas carreteras

Tiene suficientes espacios para hacer turismo



¿Cree usted que Quito podría ser un nicho interesante para el turismo de negocios?

¿Por qué?

Sí (100%)

"Es Patrimonio de la Humanidad"

"Es el centro del mundo, estamos localizados en un sitio estratégico"

"Posee muchos atractivos turísticos"

¿De que tipo?



"Comercial e Industrial"

"Eventos, convenciones, capacitaciones, encuentros académicos entre otros."

"Turismo recreativo en general"

NECESIDADES Y RECOMENDACIONES

Refiriéndose al turismo de negocios ¿Cuáles piensa usted que son las principales necesidades que tiene su sector?

Se debe **mejorar la infraestructura, la difusión de los servicios, la movilidad, y la seguridad.**



NECESIDADES

“Mejorar la infraestructura hotelera”

“Incrementar la oferta turística y mejorar la difusión de los servicios turísticos de la ciudad.”

“Ofrecer una ciudad Limpia y segura”

“Mejorar la situación de movilidad (tráfico)”

¿Qué recomendaciones haría a la empresa Quito Turismo para ayudar a impulsar el turismo de negocios para la ciudad de Quito?



“Mejorar la infraestructura hotelera”

“Mejorar las vías de acceso a la ciudad y desde el aeropuerto”

“Incrementar la oferta turística y mejorar la difusión de los servicios turísticos de la ciudad.”

“Ofrecer una ciudad Limpia y segura”

“Mejorar la situación de movilidad (tráfico)”

“Mejorar la calidad de información turística”

¿Qué recomendaciones ha escuchado por parte de los turistas de negocios en cuanto a la mejora de aspectos que sean importantes para ellos?

Mejor conectividad, seguridad, comunicación, y promoción



“El servicio de la conectividad es muy difícil llegar a Quito de manera directa”

“Sobre la inseguridad, que debe haber más control, por parte de las entidades pertinentes”

“Mejor comunicación y promoción de productos y servicios”

Conclusiones

- El segmento de CONVENIONES sugieren mayor promoción y alianzas estratégicas para impulsar a este segmento del mercado turístico hacia la ciudad.
- El sector de socios de convenciones ofrecen sus servicios en un 34% al turista de negocios y el resto está enfocado al mercado local.
- Se tienen expectativas de crecimiento el próximo año por los movimientos favorables que están teniendo las empresas multinacionales. Varios socios están por formalizarse varios negocios con ejecutivos de varias empresas nacionales.
- Los servicios que brindan los socios de convenciones tienen que ver con: Hospedaje, movilización y alimentación.
- La mayoría cuentan con convenios internacionales para incrementar sus ventas. Tienen acuerdos con empresas nacionales que les permiten ofrecer servicios como: Pasajes, alimentación, hospedaje, audio y video, interpretación, etc.
- Este sector atiende a un 46% de turistas que vienen por: Negocios, reuniones, eventos y congresos; a un 18% que viene a la ciudad por eventos académicos y capacitaciones.
- Los costos promedio que se cobra a este turista están en \$226,00.
- Los meses de mayor afluencia son: Octubre, Mayo y Noviembre. Los días de mayor afluencia son: Lunes, martes, miércoles y jueves.
- El horario de la tarde y noche son los preferidos para este segmento de turistas.
- Acostumbran quedarse de 2 a 3 días. Sus pagos los hacen con tarjetas de crédito ó transferencias y páginas de internet.

- Al preguntar si la capacidad hotelera está en condiciones de albergar de 1500 a 2000 turistas, la mayoría afirma que no, y las razones tienen que ver con entrevistados que piensan que colapsaría en épocas de mayor demanda y falta de hoteles de primera categoría, de acuerdo a su experiencia.
- Opinan que el turismo de negocios está mejor que el año pasado porque han visto mayor inversión en este sector, mayor número de eventos y congresos y que Quito Turismo ha promocionado de mejor manera a la ciudad.
- Tienen en general una buena opinión sobre internet y comunicaciones, vías internas y carreteras, espacios turísticos. El tema del aeropuerto está generando neutralidad por las circunstancias actuales.
- Todos piensan que el segmento de negocios es un nicho de mercado interesante, para efectuar comercio, eventos, convenciones, sin embargo se nota aún desconocimiento.
- Las principales necesidades son:
 - Mejorar la infraestructura
 - Hacer mayor difusión de los servicios que ofrece este sector
 - La movilidad para que se facilite la logística.
- Las sugerencias son:
 - Mejorar la infraestructura hotelera con hoteles de mayor capacidad.
 - Ofrecer una ciudad limpia y segura
 - Mejorar el tráfico en la ciudad que actualmente es caótico
 - La publicidad enfocada al turista de negocios, y promoción del país hacia el exterior.

INFORME DE RECOMENDACIONES

Recomendaciones en relación a oferta hotelera para atender al turista de negocios y promoción del Ecuador como destino para Eventos y Negocios

- De acuerdo con el estudio, si bien existe oferta hotelera, de existir una promoción importante del país, y su interés de que el mismo sea un futuro centro de convenciones y eventos en Latinoamérica, será necesario incrementar la oferta hotelera en relación al incremento de número de habitaciones.
- Si tomamos en cuenta que la tasa incremento de habitaciones declarada por parte de los hoteles (fuentes secundarias) ha experimentado un crecimiento anual del 11%, será necesario considerar el incremento de oferta hotelera a nivel de número de habitaciones de existir dicha promoción.
- Los empresarios consultados dentro del grupo de Buró de Socios (Hoteles, operadores turísticos, organizadores de eventos y socios de convenciones) sugieren que se considere la creación de un centro de convenciones con la suficiente capacidad para atender varios eventos en forma simultánea.
- La promoción de Quito en el exterior mediante la realización de ferias y exposiciones que les permitan crear alianzas internacionales, esta promoción debería ir de la mano con promoción de la página web que sea más interactiva y de fácil acceso en el exterior.
- Brindar capacitación a todos los socios del Buró de convenciones sobre el turista de negocios y las principales características de este segmento, con esta información los socios estarán en mejores condiciones para ofertar mayores servicios a estos segmentos.

- Difundir de mejor manera los servicios que está en condiciones de ofrecer el Buró de convenciones, la movilización interna por ejemplo es un tema en el que se debe trabajar, de la misma manera se deberá brindar todas las facilidades para que el turista de negocios cuente con todos los servicios necesarios en un solo lugar.
- La apertura del nuevo aeropuerto es un tema que debe ir de la mano con la movilidad interna ya que es una preocupación la forma en la que se va a realizar la logística para los eventos, congresos, reuniones, etc.
- Promocionar a Quito como una ciudad segura, amable y de excelentes servicios hoteleros, para atraer mayores turistas de negocios a la ciudad de Quito. Trabajar de la mano con las autoridades Locales y Estatales para un trabajo en la seguridad hacia los turistas de negocios en Quito.
- Se considera relevante el desarrollo de un Estudio de mercado de Demanda de Ecuador como ciudad destino para realización de Eventos y Congresos de Negocios, a nivel de Colombia, Perú, Argentina, México, Estados Unidos y Centro América.