

Quito: ventana al turismo de negocios

POR LEISA SÁNCHEZ
FOTO JUAN REYES

Ingresos

En 2010, más de \$ 44 millones generarán los eventos que congregan a visitantes y nacionales en la capital ecuatoriana.

Capacidad

El Buró de Convenciones e Incentivos de Quito tiene la tarea de promover a la capital como el destino ideal para congresos y reuniones de diverso tipo que pueden llegar a tener una capacidad de hasta 5.000 personas.

Sedes

Entre las sedes más importantes están el Centro de Convenciones Eugenio Espejo, el Centro de Convenciones Teleférico y la Casa de la Cultura, así como los espacios patrimoniales como los conventos de San Francisco y de La Merced, con capacidad para 2.655 y 2.750 asistentes, respectivamente.

Cómo se promociona

Las ferias internacionales europeas y destinos cercanos como Colombia, Perú, Panamá, Costa Rica y Venezuela son los principales sitios para promocionar a Quito como anfitrión, además de la difusión a través de medios de comunicación extranjeros, agencias de viaje y organizadores de eventos.

Quito fue en dos ocasiones, 2003 y 2008, sede del Travel Mart Latinoamérica (TMLA), considerada la mayor rueda

de negocios de turismo del continente, que en 2010 tuvo como sede a Perú. En la cita de 2008, en la capital ecuatoriana, participaron delegados de 43 países, entre 330 mayoristas de EEUU, Europa, Asia, Australia y 650 proveedores turísticos de América Latina.

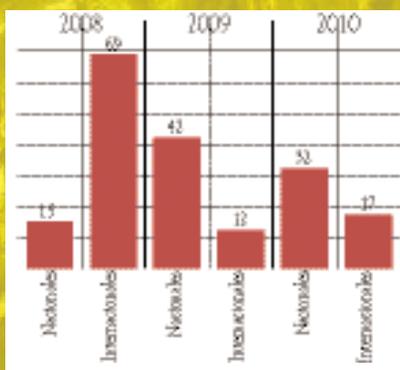
Adicionalmente, en octubre de este año, acoge la XVI edición de la feria internacional de turismo de negocios Meetings and Incentive Travel Market.

Eventos 2008/2009

El turismo de negocios toma fuerza en la urbe, que en 2008 acogió 69 eventos internacionales y 15 nacionales, con un total de 32.242 participantes. Aunque al año siguiente, se celebraron 30 actividades menos, la tendencia va hacia un mayor número de reuniones de carácter nacional, al registrarse 42 en 2009, y 32 en 2010 hasta el presente.

Quito acoge 49 eventos en 2010

FUENTE: BURÓ DE CONVENCIONES E INCENTIVOS DE QUITO.



Los 84 eventos realizados en 2008 dejaron ingresos por casi \$ 53'998.914 millones y los 54 de 2009 por algo más de \$ 17 millones.

Gasto diario por asistente a evento internacional 2008

Promoción	\$ 9,00
Registro y acreditación	\$ 15,00
Audiovisual	\$ 20,00
Traducción	\$ 10,00
Personal de apoyo	\$ 18,00
Locaciones	\$ 3,00
Alimentación	\$ 100,00
Eventos culturales	\$ 4,10
Decoración	\$ 4,00
Transporte	\$ 25,00
Cenas y almuerzos fuera del evento	\$ 100,00
Hospedaje	\$ 150,00
Cuota de participación	\$ 133,00
Total	\$ 591

FUENTE: BURÓ DE CONVENCIONES E INCENTIVOS DE QUITO.

Eventos 2010

En 2010, se prevé recaudar la suma de \$ 44'594.160 millones por 49 eventos con 28.120 asistentes. Considerando solo la futura agenda internacional programada hasta el momento para 2011-2015 (cinco eventos en 2011 y 2010; tres en 2013, y un evento en 2014 y 2015), la recaudación es de \$ 19'742.179 millones.

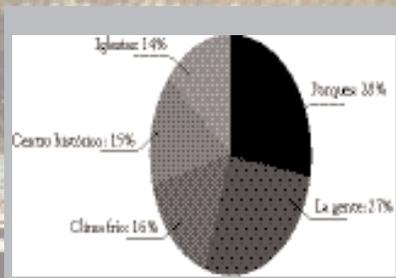
En 2008, el gasto diario por asistente a un evento internacional fue de \$ 591, mientras en el caso de un acontecimiento nacional fue de \$ 233. Este año, esos indicadores suben y se ubican en \$ 614,64 y \$ 242, respectivamente.

Lo que gusta de Quito

Un estudio de Quito Turismo revela que la apreciación positiva de la ciudad como destino turístico nacional recae en factores como la variedad de sitios y su historia; la remodelación de lugares históricos y la mejoría de la presencia policial.

Lo que más gusta

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL TURISMO NACIONAL. EMPRESA TENDENCIA / QUITO TURISMO.

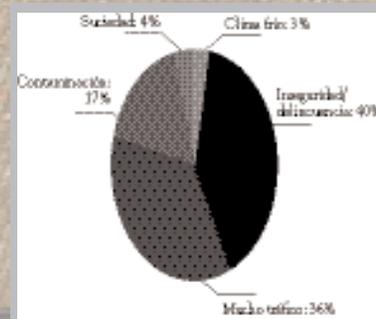


Lo que no gusta de Quito

En cuanto a lo que menos gusta, están la inseguridad y el consumo de

Lo que menos gusta

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL TURISMO NACIONAL. EMPRESA TENDENCIA / QUITO TURISMO.



bebidas alcohólicas, así como la congestión y la falta de capacitación del personal que opera los medios de transporte.

Los servicios

Por otro lado, al calificar los servicios de la capital sobre 10 aspectos, la alimentación, el alojamiento y los sitios para visitar se llevan los puntajes más altos, con 7,9, 7,4 y 7,3, respectivamente.

Opinión sobre servicios

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL TURISMO NACIONAL. EMPRESA TENDENCIA / QUITO TURISMO.

