

## ÍNDICE

|  |      |
|--|------|
| Portada.....   | I    |
| Resumen Ejecutivo.....                                     | II   |
| Summary.....   | III  |
| Certificación.....   | IV   |
| Cesión de derechos a la Universidad Técnica del Norte..... | V    |
| Autorización de uso y publicación.....                     | VI   |
| Constancias.....   | VIII |
| Agradecimiento.....  | IX   |
| Índice.....  | XI   |
| Introducción.....  | 1    |
| Objetivo General .....                                     | 1    |
| Objetivos Específicos .....                                | 2    |
| Alcance del Proyecto .....                                 | 2    |

### **CAPÍTULO I DIAGNOSTICO**

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 1.1 Antecedentes.....            | 3 |
| 1.2 Objetivo General.....        | 3 |
| 1.3 Objetivos Específicos.....   | 4 |
| 1.4 Variables e Indicadores..... | 4 |

|   |    |
|---|----|
| 1.5 Análisis del Macro ambiente.....                  | 6  |
| 1.5.1 Factores Económico .....                        | 9  |
| 1.5.2 Tipos de Mercados.....                          | 11 |
| 1.5.2.1 Mercado Clave.....                            | 12 |
| 1.5.2.2 Mercados de Consolidación o Estratégicos..... | 14 |
| 1.5.2.3 Mercados de Oportunidad.....                  | 16 |
| 1.6 Factores Ambientales. ....                        | 19 |
| 1.6.1 Región Costa o Litoral.....                     | 20 |
| 1.6.2 Región Sierra o Interandina.....                | 20 |
| 1.6.3 Región Oriental o Amazónica.....                | 21 |
| 1.6.4 Región Insular o Galápagos.....                 | 21 |
| 1.6.5 Relieve .....                                   | 22 |
| 1.6.6 Hidrografía.....                                | 22 |
| 1.7 Factor Educativo Cultural.....                    | 23 |
| 1.7.1 Etnias del Ecuador.....                         | 23 |
| 1.7.2 Lenguas del Ecuador.....                        | 24 |
| 1.7.3 Realidad cultural del Ecuador.....              | 27 |
| 1.8 Factores Empresariales.....                       | 26 |
| 1.8.1 Factores Ético.....                             | 29 |
| 1.9 Factores Tecnológicos .....                       | 29 |

|   |    |
|---|----|
| 1.10 Análisis del Microambiente.....                          | 30 |
| 1.11 Competencia.....   | 33 |
| 1.12 Clientes.....  | 34 |
| 1.12.1 Poder de negociación de los compradores(clientes)..... | 34 |
| 1.12.2 Actividades de Promoción.....                          | 35 |
| 1.13 Productos Sustitutos.....                                | 36 |
| 1.13.1 Webinars.....  | 36 |
| 1.13.2 Teleconferencias.....                                  | 37 |
| 1.13.3 Multiconferencia.....                                  | 37 |
| 1.13.4 Videoconferencia.....                                  | 37 |
| 1.14 Tipo de clientes.....                                    | 38 |
| 1.14.1 Categorización de clientes.....                        | 39 |
| 1.14.2 Tipo de destinos que manejan.....                      | 39 |
| 1.14.3 Selección y obtención de Información.....              | 39 |
| 1.15 Análisis Interno.....                                    | 41 |
| 1.15.1 Misión y Visión.....                                   | 41 |
| 1.15.2 Matriz FODA.....                                       | 42 |
| 1.16 Determinación del Problema.....                          | 46 |

**CAPITULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 2.1 Introducción.....           | 48 |
| 2.2 Objetivo del capítulo. .... | 48 |
| 2.3 Términos de Marketing.....  | 48 |
| 2.3.1 Marketing.....            | 48 |
| 2.3.2 Marketing turístico.....  | 48 |
| 2.4 Términos MICE .....         | 49 |
| 2.5 Términos Turísticos.....    | 57 |
| 2.6 Términos Financieros.....   | 61 |

**CAPITULO III**  
**ESTUDIO DE MERCADO**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 3.1 Introducción.....               | 64 |
| 3.2 Objetivo General.....           | 65 |
| 3.3 Objetivos Específicos.....      | 65 |
| 3.4 Descripción del servicio.....   | 65 |
| 3.5 La Oferta.....                  | 66 |
| 3.5.1 Centros de Convenciones ..... | 66 |
| 3.5.2 Espacios Alternativos.....    | 69 |
| 3.5.3 Hotelería.....                | 74 |
| 3.6 Precio .....                    | 75 |

|  |     |
|--|-----|
| 3.7 La Demanda.....  | 77  |
| 3.8 Dimensión de las Reuniones – Promedio de Participantes   | 90  |
| 3.8.1 Duración y Regularidad de las Reuniones.....           | 91  |
| 3.8.2 Estacionalidad.....                                    | 93  |
| 3.8.3 Rentabilidad.....                                      | 94  |
| 3.9 Plaza.....   | 95  |
| 3.9.1 Sustentabilidad.....                                   | 96  |
| 3.9.2. Percepción sobre el destino Quito.....                | 97  |
| 3.10 Tipos de Reuniones.....                                 | 98  |
| 3.11 Diseño de la investigación.....                         | 98  |
| 3.12 Encuestas ADHOC.....                                    | 100 |
| 3.12.1 Segmentación de Mercados.....                         | 100 |
| 3.12.2. El Cuestionario.....                                 | 101 |
| 3.12.3 Variables a Investigar, preguntas de la encuesta..... | 104 |
| 3.12.4 Procesamiento de datos.....                           | 108 |
| 3.13 La Competencia.....                                     | 117 |

## **CAPÍTULO IV**

### **PLAN DE MARKETING**

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 4.1 Introducción..... | 118 |
| 4.2 Visión.....       | 118 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.3 Misión.....                         | 118 |
| 4.4 Objetivos del Plan Estratégico..... | 119 |
| 4.5 Mercadeo.....                       | 120 |
| 4.6 Mapa Estratégico.....               | 122 |
| 4.7 Metas del Plan de marketing.....    | 124 |
| 4.8 Mercado Objetivo.....               | 124 |
| 4.9 Estrategias.....                    | 125 |
| 4.10 Producto.....                      | 129 |
| 4.11 El Programa General .....          | 133 |

## **CAPITULO V**

### **PERFIL FINANCIERO**

|  |     |
|--|-----|
| 5.1 Introducción.....  | 135 |
| 5.2 Objetivo del Capítulo.....   | 135 |
| 5.3 Situación actual previa la implementación de la Unidad<br>Estratégica MICE. .... | 135 |
| 5.4 Presupuesto para la Implementación de la Unidad Estratégica<br>MICE .....        | 137 |
| 5.5 Punto de Equilibrio .....  | 139 |
| 5.6 Análisis Financiero.....   | 140 |

|   |     |
|---|-----|
| 5.6.1 Estructura de Ingresos.....                 | 140 |
| 5.6.2 Estructura de Gastos.....                   | 141 |
| 5.7 Financiamiento.....                           | 146 |
| 5.8 Estado Financiero Proyectado .....            | 148 |
| 5.9 Flujo de Caja .....                           | 149 |
| 5.10 Evaluación Financiera.....                   | 150 |
| 5.11 Balance General.....                         | 152 |
| 5.12 Índices de Liquidez .....                    | 152 |
| 5.13 Análisis Costo Beneficio .....               | 153 |
| 5.14 Periodo de Recuperación de la Inversión..... | 154 |

## **CAPITULO VI**

### **EVALUACION DE IMPACTOS**

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 6.1 Metodología.....                  | 155 |
| 6.2 Impactos Económicos.....          | 156 |
| 6.2.1 Indicadores Económicos.....     | 156 |
| 6.3 Impacto Social.....               | 158 |
| 6.3.1 Indicadores Sociales.....       | 158 |
| 6.4 Impacto Empresarial .....         | 159 |
| 6.4.1 Indicadores Empresariales ..... | 160 |
| 6.5 Impacto Ambiental ... ..          | 161 |

|  |     |
|--|-----|
| 6.5.1 Indicadores Ambientales.....       | 161 |
| 6.6 Impacto Generales del Proyecto ..... | 162 |

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Conclusiones.....    | 163 |
| Recomendaciones..... | 164 |
| Bibliografía.....    | 166 |
| Linkografía.....     | 168 |
| Anexos.....          | 169 |

## **INDICE DE CUADROS**

|   |    |
|---|----|
| Cuadro # 1. Matriz de diagnostico Macroambiente .....               | 5  |
| Cuadro # 2. Matriz de diagnostico Microambiente .....               | 6  |
| Cuadro # 3. Llegada de extranjeros al Ecuador 2012-2013 .....       | 7  |
| Cuadro # 4. Movimiento de salidas de pasajeros del Ecuador .....    | 8  |
| Cuadro # 5. Comparativos de arribos de mercados claves .....        | 13 |
| Cuadro # 6. Arribos acumulados mercados clave .....                 | 13 |
| Cuadro # 7. Comparativo de arribos, mercados de consolidación ..... | 15 |
| Cuadro # 8. Arribos acumulados, mercados de consolidación .....     | 16 |



|   |    |
|---|----|
| Cuadro # 9. Comparativo de arribos, mercados de oportunidad .....                     | 17 |
| Cuadro # 10. Arribos acumulados, mercados de oportunidad.....                         | 18 |
| Cuadro # 11. Principales mercados 2012-2013 .....                                     | 19 |
| Cuadro # 12. Comparativo principales mercados .....                                   | 19 |
| Cuadro # 13. Planeación de un evento .....  | 34 |
| Cuadro # 14. Matriz FODA .....  | 45 |
| Cuadro # 15. Infraestructura para convenciones y congresos .....                      | 67 |
| Cuadro # 16. Organización de eventos a nivel internacional .....                      | 74 |
| Cuadro # 17. Precios promedio de salones hoteles en Quito.....                        | 76 |
| Cuadro # 18. Costos de Alojamiento.....   | 77 |
| Cuadro # 19. Reuniones MICE según temática .....                                      | 79 |
| Cuadro #20. Emisiones mundiales de viajeros de negocios .....                         | 81 |
| Cuadro # 21. Participación viajeros por continentes .....                             | 82 |
| Cuadro # 22. Ranking Mundial ICCA por Número de Reuniones 2012 ....                   | 84 |
| Cuadro # 23. Market Share Mundial 2002 – 2011.....                                    | 84 |
| Cuadro # 24. Market Share en Latino América 2002 –2011.....                           | 85 |
| Cuadro # 25. Market Share por ciudades 2002 - 2011 .....                              | 85 |
| Cuadro # 26. Market Share mundial 2002 – 2011.....                                    | 86 |
| Cuadro #27. Representantes de asociaciones internacionales<br>en América Latina ..... | 87 |

|  |     |
|--|-----|
| Cuadro #28. Ranking del ICCA en Latino América y el Caribe.....                      | 88  |
| Cuadro #29. Cantidad de participantes a reuniones internacionales ...                | 90  |
| Cuadro #30. Promedio de duración en días de las reuniones.....                       | 91  |
| Cuadro #31. Frecuencia de reiteración de las reuniones.....                          | 92  |
| Cuadro #32. Sedes elegidas para la realización de reuniones .....                    | 93  |
| Cuadro #33. Distribución mensual de reuniones Internacionales .....                  | 93  |
| Cuadro #34. Distribución del gasto del participante a reuniones Internacionales..... | 94  |
| Cuadro #35. Cuestionario.....  | 101 |
| Cuadro #36. Directorio ICCA .....  | 102 |
| Cuadro #37. Tabulación pregunta 1 .....  | 108 |
| Cuadro #38. Tabulación Pregunta 2.....   | 109 |
| Cuadro #39. Tabulación pregunta 3.....   | 110 |
| Cuadro #40 Tabulación pregunta 4.....  | 111 |
| Cuadro #41 Tabulación pregunta 5.....  | 113 |
| Cuadro #42 Tabulación pregunta 6. ....   | 114 |
| Cuadro #43. Ferias Europa.....   | 115 |
| Cuadro #44. Clientes ferias USA y Canada.....  | 115 |
| Cuadro #45. Clientes Ferias Asia.....  | 116 |
| Cuadro #46. Clientes Ferias Latinoamérica.....                                       | 116 |
| Cuadro # 47 Cronograma de mercadeo.....  | 121 |

|   |     |
|---|-----|
| Cuadro #48 Mapa Estratégico Gestión de Ventas.....                        | 122 |
| Cuadro #49 Mapa Estratégico Proceso de Evaluación .....                   | 123 |
| Cuadro #50. Formulario de soporte Buro de Convenciones Quito.....         | 127 |
| Cuadro #51 Presupuesto de publicidad .....                                | 128 |
| Cuadro #52 Pagina web de inicio de FeelEcuador.....                       | 129 |
| Cuadro #53. Paquete evento, básico Quito.....                             | 130 |
| Cuadro #54. Paquete evento, extenso Quito.....                            | 130 |
| Cuadro #55. Pre o Post tour evento, 10 días deluxe.....                   | 131 |
| Cuadro #56. Pre o Post tour evento, 6 días tourist superior.....          | 131 |
| Cuadro #57. Pre o Post tour evento, 7 días tourist superior.....          | 132 |
| Cuadro #58. Pre o Post tour evento, 7 días budget.....                    | 132 |
| Cuadro #59. Cronograma de trabajo plan de marketing.....                  | 133 |
| Cuadro #60. Cronograma de trabajo plan de marketing.....                  | 134 |
| Cuadro #61: Estado de situación actual .....                              | 136 |
| Cuadro #62: Presupuesto implementación unidad estratégica MICE....        | 137 |
| Cuadro #63: Ingresos al año según paquetes turísticos.....                | 138 |
| Cuadro #64: Egresos al año .....  | 138 |
| Cuadro #65: Estructura de los ingresos anuales.....                       | 139 |
| Cuadro #66: Ingresos anuales proyectados.....                             | 140 |
| Cuadro #67: Detalle de Cargos y sueldos del personal Administrativo ..... | 140 |

|   |     |
|---|-----|
| Cuadro #68: Detalle de los beneficios sociales primer año.....        | 141 |
| Cuadro #69: Detalle de los beneficios sociales segundo año.....       | 141 |
| Cuadro #70: Detalle de los beneficios sociales tercer año.....        | 142 |
| Cuadro #71: Detalle de los beneficios sociales cuarto año.....        | 142 |
| Cuadro #72: Detalle de los beneficios sociales quinto año.....        | 143 |
| Cuadro #73: Estructura de gastos de FeelEcuador.....                  | 144 |
| Cuadro #74: Balance genera.....                                       | 145 |
| Cuadro #75: Tabla de amortización préstamo banco de la producción.... | 146 |
| Cuadro #76: Estado de situación financiera proyectado.....            | 148 |
| Cuadro #77: Flujo de caja proyectado.....                             | 149 |
| Cuadro #78: Calculo de VAN y TIR.....                                 | 151 |
| Cuadro #79: Índice razón de liquidez.....                             | 151 |
| Cuadro #80: Análisis de costo beneficio.....                          | 151 |
| Cuadro #81. Modelo de evaluación de impactos para FeelEcuador.....    | 153 |
| Cuadro #82. Evaluación de impactos Económicos .....                   | 154 |
| Cuadro #83. Evaluación de impactos Sociales .....                     | 156 |
| Cuadro #84. Evaluación de impactos Empresariales .....                | 158 |
| Cuadro #85. Evaluación de impactos Ambientales .....                  | 160 |
| Cuadro #86. Evaluación de impactos Generales .....                    | 162 |
| Cuadro #87. Evaluación de situación actual de FeelEcuador1.....       | 173 |

Cuadro #88. Evaluación de situación actual de FeelEcuador2 ..... 174

Cuadro #89. Evaluación de situación actual de FeelEcuador3 ..... 175

### **INDICE DE FOTOS**

Foto # 1. Portada del brochure..... 29

Foto # 2. Página 1, brochure..... 29

Foto # 3. Página 2, brochure..... 30

Foto # 4. Flyer de promoción..... 30

### **ANEXOS**

Anexo 1 Formato envío de propuestas compradores ..... 170

Anexo 2 Manual de Posicionamiento web FeelEcuador ..... 171

Anexo 3 Evaluación de situación actual FeelEcuador ..... 174