

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Introducción**

El marco teórico del presente proyecto, desea exponer las terminologías, conceptos, términos turísticos, nacionales e internacionales más relevantes empleados en este proyecto. Por lo tanto, se desarrollaran los conceptos vinculados con los temas de marketing, marketing en el sector turístico entre otros. En este capítulo despejaremos cualquier duda del objetivo de esta investigación el cual se refiere a que es el turismo de negocios y su terminología y el posicionamiento del mismo sector en la ciudad de Quito.

#### **2.2 Objetivo del capítulo.**

Conceptualizar la terminología turística nacional e internacional que el equipo de trabajo agrupo para el desarrollo del presente proyecto.

#### **2.3 Términos de Marketing**

##### **2.3.1 Marketing**

Según Kotler, P (2008) Fundamentos de Marketing (8va ed.) México: Pearson Educación, “Marketing es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” además podemos interpretar que con el marketing podemos dar a conocer lo que desea vender o publicitar, así los clientes o futuros clientes se sentirán identificados con el producto o marca.

##### **2.3.2 Marketing turístico**

Según Jiménez, C (2006) Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes. España: Paraninfo “los dos sectores principales dentro de

las actividades llamadas turísticas, son el de la hotelería y de los viajes. La hotelería también es una de las principales industrias en el mundo, la cual se ha transformado con el paso del tiempo. Por lo cual, lo que antes eran las empresas familiares, ahora son cadenas hoteleras que se mueven en un entorno muy competitivo. Por todo lo antes mencionado, es necesario hacer uso de los instrumentos del marketing para ganar clientes. Para que el marketing en la hotelería tenga éxito, depende mucho del sector de viajes. Por esta razón debe llevarse a cabo un marketing coordinado entre ambos para lograr un éxito en conjunto, es decir un marketing de turismo” también consideramos que el marketing turístico es dar una imagen atractiva a un destino turístico, país, región, ciudad, hotel o relacionado con turismo para que sea atractivo para futuros cliente, turistas.

## **2.4 Términos MICE**

### **2.4.1 MICE**

Sus siglas en Inglés son “Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions”, se refiere al segmento de turismo de reuniones, incentivos, congresos, convenciones y exhibiciones.

- **Turismo de Reuniones.** Según la pagina, SETUR, Secretaría de turismo de México, [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_turismo\\_de\\_negocios](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_turismo_de_negocios) “Es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes” es decir es una modalidad del turismo, que moviliza esencialmente gran cantidad de personas por motivo de acudir a una

reunión de tipo profesional, laboral o social en otro lugar o ciudad que no es el usual y se trasladan convirtiéndose en turismo.

Según la misma página existen varios tipos de reuniones a partir de su generación que cuando la idea es generada por una organización se encuentran ubicadas en una ciudad del propio país. Las sedes captadas son eventos generados por una asociación y/o institución cuyas ediciones son realizadas en diferentes países. Los tipos de reuniones según las entidades que los convoquen en:

- Gubernamentales
- No gubernamentales
- Corporativos

➤ **Tipos de reuniones según el tamaño o número de asistentes**

- Mini reuniones (entre 35 y 45 asistentes)
- Pequeños (50 hasta 249 participantes)
- Medianos (250 hasta 499 asistentes)
- Grandes (entre los 500 hasta 2000 participantes)
- Mega reuniones (más de 2000)

➤ **Tipos de reuniones según sus objetivos**

- Promocionales
- Informativos

- Formativos-didácticos
- De refuerzo de relaciones sociales
- De relaciones internas
- De relaciones externas

Fuente, investigación de campo, elaborado por los autores

- **Viajes de Incentivo.** Según la pagina, SETUR, Secretaría de turismo de México, [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_turismo\\_de\\_negocios](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_turismo_de_negocios) “es una estrategia moderna gerencial utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común al premiar a los participantes con una experiencia extraordinaria de viaje, una vez lograda esa parte que les corresponde a las metas fuera de lo común, el viaje de incentivo es un premio que alcanzan los que demuestran un mejor desempeño en su trabajo” entendemos con este concepto que básicamente es un premio por alcanzar una meta, esto se realiza muy frecuentemente en muchas empresas de Ecuador y fuera de nuestro país por lo que es una plaza realmente atractiva por lo que tiene mucho potencial y muy importante para la empresa promocionar la misma y tener como premio viajar a Ecuador, esto no solo se hace con una persona, al contrario se lo hace con varias dentro de la misma empresa en la mayoría de ellas.
- **Congresos.** Según Rodríguez E. 2005 “Actualidad, tendencia y perspectiva del Turismo de Eventos” (2da ed.) Habana: Balcón. “toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico en torno a un tema de interés, se estructura mediante una presentación de ponencias, debate y

conclusiones, la iniciativa de realizar el congreso puede ser gremial o institucional, la convocatoria es abierta y la participación voluntaria” como pudimos apreciar es cuando se realizan cotidianamente por una organización, básicamente se contrata un expositor para que generalmente realiza charlas y a las mismas concurren los visitantes locales como extranjeros, la frecuencia es anual y los internacionales pueden efectuarse cada dos años. Se les considera más complicados de organizar y se les generalmente son de 50 personas en adelante.

- **Convenciones.** Según la pagina, SETUR, Secretaría de turismo de México, [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_turismo\\_de\\_negocios](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_turismo_de_negocios) “se define como toda reunión gremial o empresarial cuyo objetivo es el tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca. La iniciativa suele ser empresarial, la convocatoria es cerrada (limitada a un público personalizado y relacionado con el tema) y la participación suele ser por invitación” para este sector es toda reunión gremial o empresarial que tiene como objetivo tratar asuntos comerciales entre los participantes a partir de un tema comercial generalmente, producto o marca y con el propósito de motivar, entrenar, capacitar dar información a las personas que trabajan en la misma o informar sobre temas específicos.
  
- **Exposiciones.** Yarto, Eduardo, (2007) Turismo de convenciones, incentivos, congresos y exposiciones, México: Trillas, “las exposiciones cumplen una función similar a la de un supermercado o mercado sobre ruedas (tianguis), ya que es un encuentro entre oferta y demanda, y se realizan en determinado lugar para llevar a cabo intercambios comerciales. En estos eventos, se reúnen vendedores (expositores) para

promover sus productos o servicios con los compradores (visitantes) por tiempo determinado, en un lugar especializado para este tipo de evento (recinto ferial).

- **Ferias.** Según la página, SETUR, Secretaría de turismo de México, [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_turismo\\_de\\_negocios](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_turismo_de_negocios) “Las ferias especializadas son muestras o exhibiciones públicas que organizan profesionalmente empresas, asociaciones o individuos y cuya finalidad es la venta de productos o servicios de un sector determinado de la economía” la misma página de la secretaría de turismo de México indica que se dividen en dos:
  - **Industriales:** Son aquellas muestras o exhibiciones, de carácter privado o semi-privado, que reúnen a los miembros de un sector empresarial, profesional o comercial con el fin de mostrar adelantos tecnológicos y estimular la venta de productos entre miembros de un sector profesional.
  - **Comerciales:** Son aquellas muestras o exhibiciones, que reúnen a miembros de un sector comercial, empresarial, profesional o social con el fin de promover la venta de productos o servicios al público objetivo.
  
- **Asamblea.** Contreras, Contreras (2008) Instrumento de medición del mercado de congresos y convenciones, Buenos Aires: Trillas “reunión formal de índole general de una asociación, club, organización o empresa en la que asisten los miembros para decidir la orientación jurídica, asuntos de política, elecciones de autoridades o renovación parcial de las mismas, se elabora un acta, expresando el lugar y fecha, hora de inicio y cierre” se entiende que las asambleas se hacen en las empresas, instituciones entre otros para informar básicamente, existen ordinarias y

extraordinarias, pero para nuestro tema se las pueden realizar en otros lugares fuera de los habituales y aprovechar para realizar turismo.

- **Seminario.** Según, Oheim, Guillermo, Tendencias del turismo de negocios, Consejo de Promoción Turística de México, 2004, “Reunión de carácter académico - docente con expertos que aportan conocimientos y experiencias ante uno o varios grupos interesados, constituye un grupo de aprendizaje activo”
  
- **Reuniones internacionales.** Según, Boullón, Roberto, Las actividades turísticas y recreacionales: El hombre como protagonista, Trillas, México, 2004, “Aquellas que asisten por lo menos 50 participantes extranjeros; que sean organizados con una frecuencia regular y que su sede rote por al menos tres países diferentes” son también conocidos como congresos internacional tiene mínimo de 300 participantes, 40% de ellos extranjeros en relación al país sede y pertenecientes a cinco nacionalidades distintas y además duración mínima de 3 días.
  
- **Grupos.** Según, <http://www.definicionabc.com/social/grupos.php> “Se entiende por grupo a un conjunto más o menos determinado de personas que se unen en ciertas situaciones en las que comparten diversos elementos, experiencias, pensamientos o sensaciones. Cuando se habla de grupos se hace referencia por lo general a grupos de personas unidas de manera consciente y premeditada con el fin de compartir sus vivencias y recurrir a la compañía de otros individuos” para el tema turístico podemos decir que son conformados por personas en relación recíproca que desean viajar y quieren interactuar constantemente.

- **Panel.** Según, Ohem, Guillermo, Tendencias del turismo de negocios, Consejo de Promoción Turística de México, 2004, “Reunión de varias personas para exponer una idea los oradores no exponen, sino dialogan, conversan, debaten entre ellos sobre una temática concreta, con la finalidad de lograr un intercambio de opiniones entre ellos y con el auditorio. Un coordinador modera la sesión y permite intercalar preguntas”
  
- **Foro.** Según, Boullón, Roberto, Las actividades turísticas y recreacionales: El hombre como protagonista, Trillas, México, 2004, “Participan todos los presentes en una reunión, se trata de la conversación o debate de un tema por profesionales que pueden diferir en sus opiniones, es dirigida por un coordinador y permite la libre expresión de ideas, con mínimas limitaciones, existen conclusiones finales”
  
- **Mesa Redonda.** Según, [http://es.wikipedia.org/wiki/Mesa\\_redonda](http://es.wikipedia.org/wiki/Mesa_redonda) “es una técnica que consiste en un grupo de expertos que dialogan, sosteniendo puntos de vista divergentes o contradictorios sobre un mismo tema el cual exponen ante el grupo en forma sucesiva. Se forman de 4 personas máximas y siempre hay un público y coordinadores, se utiliza esta técnica cuando se desea dar a conocer a un auditorio los puntos de vista divergentes o contradictorios de varios especialistas sobre un determinado tema o cuestión, la mesa redonda ha sido difundida ampliamente por la televisión, donde, por ejemplo, políticos de diversos partidos exponen sus puntos de vista contradictorios acerca de un hecho o medida de gobierno”

- **Conferencias**, Según, Yarto, Eduardo, (2007) Turismo de convenciones, incentivos, congresos y exposiciones, México: Trillas, “son exposiciones de diversos temas en los que los expertos presentan ponencias, regularmente el conferencista hace conclusiones finales y no hay reglas fijas en cuanto a su frecuencia, pero debe ser de corta duración y con fines predeterminados”
  
- **Cumbre**, Según, <http://es.thefreedictionary.com/cumbre> “Es punto más alto de una montaña o de una elevación del terreno” pero para nuestro tema se define como “Reunión de los máximos representantes políticos o militares de varias naciones” es decir que es el más alto nivel cuyos integrantes son los más altos dignatarios generalmente, son representantes de diversos estados u organismos internacionales.
  
- **Rueda de prensa**. Según, [http://es.wikipedia.org/wiki/Rueda\\_de\\_prensa](http://es.wikipedia.org/wiki/Rueda_de_prensa), “una rueda de prensa o conferencia de prensa es un acto informativo convocado por un organismo o entidad al que están invitados los medios de comunicación para que informen de lo que allí suceda. La mayoría de las ruedas de prensa están convocadas por instituciones, partidos políticos, sindicatos y grupos empresariales, que a su vez son los que tienen mayor poder de convocatoria. También pueden convocarla todos aquellos grupos o movimientos sociales que deseen dar a conocer a la opinión pública algún asunto. Se sirven de este método asimismo las entidades organizativas y promotoras de distintas actividades para hacer llegar sus programas a la ciudadanía y los famosos como futbolistas, cantantes, actores, entre otros” este nicho de mercado a menudo se utilizan personajes famosos como apoyo y consiste en que uno o más

personajes que deseen expresar algo o dirigirse al público e informar lo que se va hacer, la mayor parte de los asistentes son los medios de comunicación, quienes tienen el objetivo de hacerle preguntas a dichos personajes para poder conseguir algún tipo de información y después transformarla para que el público conozca la información allí emitida.

- **Evento.** Según, <http://www.definicionabc.com/social/evento.php>, “un evento es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros, y que, ya sea por las personas que acudirán a la misma o por el valor y la carga emotiva que un individuo le ponga a una de estas ostentan un carácter de acontecimiento importantísimo e imperdible” para nuestro estudio el evento es la culminación a lo que se desea llegar y por supuesto esto es con tema de turismo.

## 2.5 Términos Turísticos

- **La oferta turística** La oferta turística, citado por Jiménez, C (2008) Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales. España: Paraninfo, “es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado”, la oferta está desarrollada principalmente por el sector privado en el lado de hoteles, salas de recepción con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, es decir los puntos

turísticos el desarrollo de la infraestructura, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación

- **Los atractivos turísticos.** Para conocer sobre este concepto, tomamos de, <http://www.slideshare.net/patumaldonado/que-es-un-atractivo-turistico>, “son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen en el interés de un visitante. Un atractivo es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda”
  
- **Turismo receptivo o receptor.** Según, Rodríguez E. 2005 “Actualidad, tendencia y perspectiva del Turismo de Eventos” (2da ed.), Habana: Balcón “es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para nuestro país”
  
- **Turismo interno o doméstico.** Según, Paniego, Alfredo, Introducción a la administración estratégica en hotelería, Ladevi ediciones, Argentina, 2011, “Es el que realizan los residentes de un país al interior del mismo. Esta clasificación se encuadra dentro del campo de acción”
  
- **Turismo convencional.** Según, Paniego, Alfredo, Introducción a la administración estratégica en hotelería, Ladevi ediciones, Argentina, 2011, “es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales”

- **Turismo no convencional.** Según, Paniego, Alfredo, Introducción a la administración estratégica en hotelería, Ladevi ediciones, Argentina, 2011, “se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales”
  
- **Turismo de aventura suave o soft.** Según, Boullón, Roberto, Las actividades turísticas y recreacionales: El hombre como protagonista, Trillas, México, 2004 “comprende actividades de un nivel básico y aprovecha normalmente los recursos físico-recreacionales. A este tipo de turismo pueden acceder personas que no conocen a profundidad las actividades
  - Caminata o trekking
  - Canotaje en aguas de corrientes suaves
  - Kayac en aguas de corrientes suaves
  - Montañismo
  - Cabalgatas”
  
- **Turismo de aventura fuerte o hard.** Según Ohem, Guillermo, Tendencias del turismo de negocios, Consejo de Promoción Turística de México, 2004 “Es desarrollado por personas que conocen a profundidad estas actividades, pues suponen algunos riesgos.
  - Puenting
  - Ala delta
  - Canotaje, kayak, montañismo en lugares de alto riesgo”
  
- **Turismo de naturaleza.** Según la secretaría de turismo de México, <http://www.sectur.gob.mx/work/models/csect/Resource/119/QueEsTurism>

oDeNaturaleza.pdf “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”

- **El ecoturismo.** Según la siguiente página web a continuación: [http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_ecol%C3%B3gico](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_ecol%C3%B3gico), “El Turismo ecológico o ecoturismo es una nueva tendencia del turismo alternativo diferente al turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajeros. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas, y cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio”
  
- **Turismo rural.** Según, Paniago, Alfredo, Introducción a la administración estratégica en hotelería, Ladevi ediciones, Argentina, 2011 “el turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza”
  
- **Turismo receptivo o emisor.** Según, Paniago, Alfredo, Introducción a la administración estratégica en hotelería, Ladevi ediciones, Argentina, 2011 “es el que realizan los nacionales o residentes de nuestro país al visitar

países extranjeros. Asegurando a los visitantes, una experiencia única, vivencial y participativa, además de incentivar una mejor utilización del patrimonio natural, cultural y arquitectónico”

- **Tipo de viaje.** Esta clasificación responde a la toma de decisión del visitante con relación a como adquiere los servicios turísticos, comprende, según, Ohem, Guillermo, Tendencias del turismo de negocios, Consejo de Promoción Turística de México, 2004.
  - **Turismo independiente.** “Cuando el propio turista compra directa e independientemente los componentes del producto turístico final, es decir, el pasaje, el hotel, el tour y la alimentación”
  - **Turismo organizado.** “Cuando el turista adquiere todos los servicios por un precio global, es decir, el “paquete turístico”

## 2.6 Términos Financieros.

- **Riesgo País.** Según la página del banco central del Ecuador, “El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos”.

[www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)

- **La inflación.** “la inflación es medida estadísticamente a través del Índice de precios al consumidor del área urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento”  
[www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)
  
- **La tasa pasiva.** “Corresponde al promedio ponderado por monto de las tasas de interés efectivas de los depósitos a plazo fijo remitidas por las instituciones financieras al Banco Central del Ecuador para todos los rangos de plazo”  
[www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm](http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm)
  
- **Flujo de caja.** “En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés *cash flow*) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa” según: [http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo\\_de\\_caja](http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja).
  
- **VAN.** “El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés *net present value*), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los *flujos de caja*

futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.” según:

[http://es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_neto](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto)

- **TIR.** “La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero, según: [http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa\\_interna\\_de\\_retorno](http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno), además la tasa interna de retorno, este porcentaje siempre debe ser mayor a la tasa de descuento de manera que se compense y se verifica la utilidad del proyecto.  $TIR: -Inversión\ inicial + (Flujos\ de\ efectivo\ de\ periodos\ proyectados)$