

**FACTORES ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DE TURISMO DE  
REUNIONES EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**



**Universidad  
del Cauca**

Trabajo de grado en modalidad de investigación presentado como requisito parcial para optar  
al título de Profesional en Turismo

**Gina Vanessa Hoyos Castañeda**

**María Mercedes Jiménez Rosales**

Directora: Mg. (c) María Fernanda Moreno Prado

Codirectora: PhD (c) Ángela Rocío Chantre Astaíza

**Universidad del Cauca**

**Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas**

**Departamento de Ciencias del Turismo**

**Desarrollo turístico**

**Popayán, Mayo de 2016**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Jurado**

---

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Jurado**

---

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Jurado**

Popayán 2016

Dedicamos este trabajo a nuestra familia  
por su apoyo incondicional, comprensión y ánimo  
durante todo el proceso investigativo.

# Agradecimientos

Agradecemos primero a Dios por guiarnos día tras día y darnos la fuerza, dedicación y voluntad para llevar a cabo de la mejor manera este proyecto que emprendimos desde el momento en que elegimos culminar nuestra carrera profesional siguiendo la línea de investigación; agradecemos también, a nuestras madres por todo el apoyo y comprensión incondicional, a nuestros padres por sus palabras de aliento, a nuestros hermanos por su amor y disposición y a todos los familiares que de una u otra manera apoyaron esta iniciativa.

Agradecemos también a nuestras directora y codirectora quienes aportaron al crecimiento y mejoramiento de este proyecto con sus respectivas sugerencias; un agradecimiento especial a la profesora Luz Marina Ardila quien con su dedicación aportó en gran medida al enriquecimiento del proyecto, y por último a la profesora Luz Stella Pemberthy quien estuvo acompañándonos, además de estar pendiente de todo este proceso hasta su culminación.

# Tabla de contenido

Introducción.....	19
Capítulo I	
1.1. Planteamiento del problema.....	22
1.1.2. Problemática.....	23
1.1.2.1. Árbol de problemas.....	25
1.1.2.2. Árbol de objetivos.....	28
1.2. Objetivos.....	28
1.2.1. Objetivo general.....	28
1.2.2. Objetivos específicos.....	28
1.2. Metodología de investigación.....	33
Capítulo II	
2.1. Contexto de búsqueda.....	36
2.1.1. Conceptos clave.....	37
2.1.2. Fuentes de información.....	39
2.1.3. Selección de fuentes de información.....	39
2.1.4. Resultados de búsqueda.....	42
2.1.5. Selección de información.....	44
2.1.6. Construcción de los factores estratégicos.....	47
2.2. Contexto general.....	47
2.2.1 Definiciones.....	51
2.2.1.1. Turismo de Reuniones.....	51
2.2.1.2. Características del Turismo de Reuniones.....	54
2.2.1.3. Términos y criterios del Turismo de Reuniones.....	58
2.3 Contexto internacional.....	76
2.3.1. Turismo de Reuniones.....	78
2.3.2. Tendencias de Turismo de Reuniones.....	79
2.4. Contexto nacional.....	88

2.5. Contexto regional .....	93
------------------------------	----

### Capítulo III

3.1. Factores estratégicos.....	99
3.1.1. Factores esenciales .....	100
3.1.2. Lugares para desarrollo de reuniones .....	104
3.1.3. Elementos fundamentales .....	105
3.1.4. Elementos con valor agregado.....	108
3.1.5. Atributos de la ciudad.....	111

### Capítulo IV

4.1. Caracterizar la oferta de establecimientos.....	126
4.2 Estudio práctico .....	129
4.3 Inventario de los lugares para desarrollo de eventos .....	152
4.3.1. Fichas técnicas de los mejores establecimientos .....	165

### Capítulo V .....

5.1 interes de las entidades públicas y privadas .....	197
--	-----

### Capítulo VI

6. Conclusiones.....	219
6.1. Recomendaciones .....	222
6.1.1. Observaciones.....	223
7. Referencias .....	224

# Lista de Gráficas

Gráfica 1.1 Árbol de problemas.	25
Gráfica 1.2. Árbol de objetivos.	28
Gráfica 2.1 Criterios de búsqueda.	35
Gráfica 2.2 Número de reuniones por continentes.	47
Gráfica 2.3 Tendencias de turismo en España.	78
Gráfica 2.4 Estudio de PROCOLOMBIA.	90
Gráfica 3.1 Elementos de la Norma Técnica Sectorial NTS.	103
Gráfica 3.2 Características importantes de la Norma Técnica Sectorial.	104
Gráfica 3.3 Atributos para una ciudad sede.	113
Gráfica 4.1 Sedes elegidas para la realización de reuniones internacionales.	125
Gráfica 4.2 Lugar de desarrollo de los eventos realizados en la ciudad de Popayán.	129
Gráfica 4.3 Número de participantes que asistieron a los eventos.	130

Gráfica 4.4 Número de países asistentes en los eventos.	131
Gráfica 4.5 Ciudad de origen de los asistentes.	133
Gráfica 4.6 Tipología de evento.	135
Gráfica 4.7 Entidad que representa durante el evento.	136
Gráfica 4.8 Gasto del evento cubierto por la entidad donde trabaja recurso propio.	138
Gráfica 4.9 Gasto general del evento.	139
Gráfica 4.10 Gasto de hospedaje.	141
Gráfica 4.11 Acceso a información y atención al turista.	144
Gráfica 4.12 Actividad extra al evento.	147
Gráfica 4.13 Calificación de la experiencia.	148
Gráfica 4.14 Capacidad de los auditorios de la ciudad de Popayán.	156
Gráfica 4.15 Valor de los auditorios por dos horas.	157
Gráfica 4.16 Valor de auditorio por día.	158
Gráfica 4.17 Calificación de los auditorios según la lista de chequeo.	161
Gráfica 4.18 Mejores establecimientos de la Ciudad de Popayán.	162

Gráfica 4.19 Población de las respectivas ciudades para el análisis comparativo.	182
Gráfica 4.20 Centro de Convenciones de las diferentes ciudades para el análisis comparativo.	183
Gráfica 4.21 Tipos de turismo que se presentan en las diferentes ciudades.	185
Gráfica 4.22 Características principales de los eventos en la ciudad de Popayán.	195
Gráfica 4.23 Estudio de los espacio de desarrollo de eventos.	196
Gráfico 5.1 Entidades de la ciudad de Popayán.	199
Gráfica 5.2 Tipos de eventos realizados.	205
Gráfica 5.3 Establecimientos donde ha desarrollado eventos.	207
Gráfica 5.4 Tiempo de duración del evento	209
Gráfica 5.5 Financiación de los eventos.	211
Gráfica 5.6 Contratación de servicios en organización de eventos.	213
Gráfica 5.7 Interés en contratar una entidad especializada en organización de eventos.	214

Gráfica 5.8 Servicios que estarían dispuesto a contratar en la organización de eventos.

217

## Lista de tablas

Tabla 2.1 Palabras Clave.	36
Gráfica 2.2 Resultados de la búsqueda de palabras clave en fuentes bibliográficas.	41
Tabla 2.3 Selección de información.	43
Tabla 2.4 Resultados de la búsqueda más referentes de interés.	44
Tabla 2.5 Definiciones de Turismo de Congresos y Eventos.	49
Tabla 2.6 Características de Turismo de Reuniones.	53
Tabla 2.7 Autores del Turismo de Reuniones.	57
Tabla 2.8 Principales criterios de clasificación de los eventos.	62
Tabla 2.9 Características de los eventos.	63
Tabla 2.10 Ventajas y desventajas del Turismo de Reuniones.	67
Tabla 2.11 Ranking de ciudades según ICCA (2014).	83
Tabla 2.12 Ranking de países según ICCA (2014).	84
Tabla 2.13 Ranking de Latinoamérica según ICCA (2014).	84

Tabla 2.14 Lugares con mayor influencia en Turismo de Reuniones.	91
Tabla 3.1 Factores esenciales.	97
Tabla 3.2 Ayudas tecnológicas.	100
Tabla 3.3 Elementos con valor agregado.	117
Tabla 3.4 Elementos a tener en cuenta según la Carlson Wagonlit Travel (CWT).	106
Tabla 3.5 Elementos para destinos de la industria de eventos.	107
Tabla 3.6 Atributos de destinos MICE.	109
Tabla 3.7 Conglomerado de atributos.	111
Conjunto de criterios, indicadores y sus grados de importancia para destinos de conferencias.	114
Tabla 3.9 Tabla ejemplo del análisis del sector.	117
Tabla 3.10 Ejemplo de estructuración de estrategias.	119
Tabla 3.11 Factores estratégicos.	122
Tabla 3.12 Resumen del análisis del sector.	106

Tabla 4.1 Sedes elegidas para la realización de reuniones internacionales.	125
Tabla 4.2 Eventos realizados en el segundo periodo del 2015 en la ciudad de Popayán.	126
Tabla 4.3 Nombres de los eventos realizados en la ciudad de Popayán (segundo semestre del 2015).	127
Tabla 4.4 País de origen de los asistentes.	131
Tabla 4.5 Ciudad de origen de los asistentes.	133
Tabla 4.6 tipología de eventos.	134
Tabla 4.7 Entidad que representa durante el evento.	136
Gastos del eventos cubierto por la entidad donde trabaja o recursos propios.	137
Tabla 4.9 Gasto general del evento.	139
Tabla 4.10 Gasto de hospedaje.	140
Tabla 4.11 Tipos de gastos.	142
Tabla 4.12 Acceso a información y atención al cliente.	144
Tabla 4.13 Opciones encuestadas en las actividades extras del evento.	145
Tabla 4.14 Realizó alguna actividad extra al evento.	146

Tabla 4.15 Calificación de la experiencia.	148
Tabla 4.16 Lista de chequeo basada en la NTS.	149
Tabla 4.17 Centro de Convenciones Casa de la Moneda y Teatro Guillermo León Valencia.	152
Tabla 4.18 Auditorios empresariales y universitarios.	153
Tabla 4.19 Inventario auditorios empresariales.	154
Tabla 4.20 Hoteles.	155
Tabla 4.21 Calificación de los auditorios según lista de chequeo.	159
Tabla 4.22 Ficha técnica del Centro de Convenciones Casa de la Moneda.	163
Tabla 4.23 Ficha técnica Uniautónoma la Quimera.	164
Tabla 4.24 Ficha técnica Comfacauca Pisoje.	166
Tabla 4.25 Ficha técnica Hotel Camino Real “EL DOMO”.	167
Tabla 4.26 Ficha técnica Hotel San Martín.	169
Tabla 4.27 Ficha técnica Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas “FCCEA” Aula Máxima 401.	172

Tabla 4.28 Principales características de Pereira.	175
Tabla 4.29 Principales características de Armenia.	175
Tabla 4.30 Principales características de Manizales	176
Tabla 4.31 Principales características de Tunja.	177
Tabla 4.32 Principales características de Pasto.	178
Tabla 4.33 Ficha técnica de la ciudad de Popayán.	178
Tabla 4.34 Análisis comparativo de las diferentes ciudades.	180
Tabla 4.35 Población de las respectivas ciudades para el análisis comparativo.	182
Tabla 4.36 Centros de Convenciones de las diferentes ciudades.	183
Tabla 4.37 Tipos de turismo que se presentan en las ciudades analizadas.	186
Tabla 4.38 Ventajas de las ciudades.	190
Tabla 4.39 Cuadro comparativo de las ventajas.	193
Tabla 5.1 Encuesta aplicada.	201
Tabla 5.2 Tabulación para la presentación de las tablas (tabla ejemplo).	203

Tabla 5.3 Tipos de eventos realizados.	206
Tabla 5.4 Establecimientos donde ha desarrollado eventos.	207
Tabla 5.5 Tiempo de duración del evento.	209
Tabla 5.6 Financiación de los eventos.	211
Tabla 5.7 Contratación de servicios en organización de eventos.	213
Tabla 5.8 Interés en contratar una entidad especializada en organización de eventos.	213
Tabla 5.9 Servicios que estarían dispuesto a contratar en la organización de eventos.	217

# Glosario

<b>ACVB</b>	Asociación Internacional de Bureau de Convenciones y Visitantes
<b>AFIDA</b>	Asociación de Ferias Internacionales de América
<b>ANOVA</b>	Alianza de Varianza
<b>ASAE</b>	Sociedad Americana de Ejecutivos de Asociaciones
<b>BCB</b>	Convention de Bureau
<b>CCB</b>	Cámara de Comercio de Bogotá
<b>CECAV</b>	Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual
<b>CEDEC</b>	Cooperativa de Empleados del Sector Eléctrico Colombiano
<b>CO2</b>	Dióxido de Carbono
<b>COCAL</b>	Confederación de Identidades Organizadores de Congresos y Afines de América Latina
<b>CWT</b>	Carlos Wagonlit Travel
<b>DANE</b>	Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas
<b>DMC</b>	Destination Managment Company

<b>GELA</b>	Grupo Etnobionológico Latinoamericano
<b>IAPCO</b>	Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos
<b>ICCA</b>	Asociación Internacional de Congresos y Convenciones
<b>MBA</b>	Magister Business Administration
<b>MICE</b>	Reuniones, Incentivos, Congresos y Exhibiciones
<b>MIP</b>	Meeting Professional International
<b>NTS</b>	Norma Técnica Sectorial
<b>OMT</b>	Organización Mundial de Turismo
<b>OPC</b>	Organizadores Profesionales de Congresos
<b>PIB</b>	Producto Interno Bruto
<b>PM10</b>	Particulator Matter
<b>SCE</b>	Sociedad Colombiana de Etnobiología
<b>SOLAE</b>	Sociedad Latinoamérica de Etnobiología
<b>UNESCO</b>	Organización de las Naciones Unidas
<b>UNWTO</b>	Department of Statistics and Tourism Satellite Account

# Introducción

A través de los años, el turismo ha evolucionado con el propósito de ofrecer diferentes servicios y opciones en varios campos a los visitantes, especialmente hacia las áreas de investigación y desarrollo que ha permitido la conexión entre personas, ciudades, empresas, países, entre otros, con la finalidad de intercambiar conocimientos, esto es, el Turismo de Reuniones.

*“Turismo de Reuniones es aquel que genera un conjunto de actividades económicas como consecuencia de la organización de encuentros de un destino a elegir y cuyos motivos giran en torno a temas profesionales”.* (Maure, 2007)

Estas reuniones se reflejan en alta rentabilidad y contribución al desarrollo de la industria del turismo en general.

Con base en lo anterior, este proyecto de grado pretende dar un contexto sobre el Turismo de Reuniones, apuntando al desarrollo de esta actividad mediante el análisis de factores estratégicos para el desarrollo de este campo del turismo en la ciudad de Popayán.

Para dar respuesta a lo expuesto, el trabajo de investigación aborda cinco Acápites estructurados de la siguiente manera:

Capítulo I. Señala el planteamiento del problema, la estructura del proyecto, e identifica los objetivos, el enfoque investigativo y la metodología. Expone además la dirección, modelo de búsqueda y recolección de información para el desarrollo del trabajo de grado.

Capítulo II. Presenta el marco teórico que reúne la información obtenida mediante buscadores, como los de la Universidad del Cauca, Google Académico, entre otros.

En el inicio de la investigación encaminada al Turismo de Reuniones, se determinó en un principio, la terminología de Turismo de Congresos y Eventos, como se expuso en el anteproyecto, sin embargo, en el transcurso de esta investigación se nota un valioso comportamiento en el resultado de las búsquedas y se profundiza en las definiciones donde se estipula que el concepto más adecuado para continuar el curso de la investigación es el de Turismo de Reuniones, por lo tanto el título final de esta investigación es “Factores estratégicos para el desarrollo de Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán”

Capítulo III. En el análisis de la información recolectada se definen factores estratégicos para el desarrollo de Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán.

Capítulo IV. Caracteriza la oferta de establecimientos disponibles en la ciudad de Popayán para el desarrollo de eventos, la realización de reuniones y su comparación con referentes regionales.

Describe la información necesaria de los establecimientos para la organización de eventos, realizando el análisis necesario que clasifique las condiciones aptas para hacer Turismo de Reuniones en la ciudad.

Capítulo V. Establece el interés por parte de las entidades públicas y privadas ubicadas en Popayán, para la organización de reuniones (eventos) que consideren la integración con el turismo de la región. Expone a través de una encuesta realizada a entidades públicas y privadas, la experiencia y metodología de los eventos que han desarrollado y plantea el interés por adquirir

servicios especializados en la realización de eventos. A partir de esto, se propone una alternativa para desarrollar el planteamiento de este proyecto en la ciudad de Popayán.

Capítulo VI. Presenta las conclusiones del proyecto de investigación y recomendaciones para la realización de Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán.

Durante el recorrido académico para desarrollar el ejercicio, se encuentran algunas situaciones que convocan ciertas modificaciones en el trabajo final, con respecto al anteproyecto, entre estos se deben mencionar un ajuste de los objetivos específicos y por lo tanto y como consecuencia se reconstruyeron los dos primeros objetivos específicos dividiendo el segundo capítulo en dos.

# Capítulo 1

## 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), “*El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico*” por tanto, el turismo se ha considerado una actividad de importante impacto económico para el mundo. En la actualidad aporta aproximadamente el 5% al PIB mundial (Centro de Comercio Internacional, 2011).

El turismo cuenta con universo de modalidades, para las cuales existen ciertas características específicas que las definen en su desarrollo. Entre esas modalidades, se destaca el Turismo de Negocios, del cual es imperativo hacer énfasis en la ciudad de Popayán, ya que es posible que tenga condiciones para desarrollar un Turismo de Reuniones. Según la OMT, “*A fin de subrayar los motivos pertinentes a la Industria de Reuniones, la categoría de negocios y motivos profesionales podría dividirse en asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones y otros*” (Leon, 2015).

La Industria de Reuniones es el término recomendado por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), por Meeting Professional International (MPI) y por Reed Travel en lugar del acrónimo *MICE* (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) que no reconoce el carácter industrial de las mismas. (OMT, 2014)

### 1.1.2. Problemática

La Ciudad de Popayán está ubicada en el sur occidente Colombiano; es la capital del departamento del Cauca; *se localiza a los 2°27' norte y 76°37'18" de longitud oeste del meridiano de Greenwich, con una extensión territorial de 512 km<sup>2</sup>; cuenta con una altura de 1.737 msnm<sup>1</sup>.*

Popayán ha sido reconocida con diferentes nombres que se han atribuido a varios momentos de su historia y que hoy muchos la conocen, llaman y promocionan como: “Ciudad Blanca”, término que se atribuye a *“Las fachadas que siguen la tradición blanquecina fruto de aquella epidemia que se combatió, no con química sino con la ilusión de la desinfección del color blanco en el siglo XIX.”*, (Fernández, 2008); “Ciudad Fecunda”, denotada así, porque ninguna otra ciudad aportó tantos hombres ilustres en la nueva granada para la causa de la independencia; y “Ciudad Universitaria”, debido a que cuenta con instituciones de educación superior de trayectoria y reconocimiento nacional, por lo que se ha convertido en una ciudad destino de estudiantes universitarios. Cuenta también con dos distinciones que la UNESCO en el año 2005 le otorgó: “Ciudad Gastronómica de la humanidad” por su variedad y significado para el patrimonio intangible de los colombianos (UNESCO, 2005); y en el año 2009 “Las Procesiones de Semana Santa de Popayán como Obra Maestra De Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad” (UNESCO, 2009). Además de estos importantes reconocimientos que se le han hecho a la ciudad de Popayán, ésta cuenta, con una escasa información sobre la versatilidad

---

<sup>1</sup>Disponible en: <http://popayán.gov.co/ciudadanos/popayán/nuestra-geografia>

que la Industria de Reuniones permite alcanzar con sus diferentes facetas por parte de las entidades encargadas en la región, de la planificación y desarrollo de la actividad turística.

El estudio más cercano sobre la caracterización del Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán, está dado por un trabajo de pasantía que plantea la postura de generar eventos a partir de una dependencia de la Universidad del Cauca como el CECAV (Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual) (Rengifo, 2014); sin embargo, no existen estudios consistentes que de forma conceptual, determinen las condiciones para el desarrollo de esta actividad y que se reflejen en la caracterización de la ciudad, como respuesta a lo mismo; por consiguiente, que tenga en cuenta la infraestructura<sup>2</sup> directa y necesaria para llevar a cabo el Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán.

La falta de estudios en el sector de turismo en la ciudad de Popayán, refleja la escasez de conocimiento sobre la organización y ejecución de Turismo de Reuniones, por lo cual, es indispensable tener conocimiento del estado de la oferta, la demanda y los establecimientos para eventos. Por eso, a través de esta investigación, se pretende adquirir información de aquellas variables que estarán expuestas en los objetivos de la investigación.

Es de recalcar que Popayán es una ciudad con potencial turístico, con ayuda de diferentes entes territoriales como la Alcaldía de Popayán, la Gobernación del Cauca, la Cámara de Comercio del Cauca, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo han pretendido potencializar la actividad del turismo; sin embargo, el esfuerzo no ha sido suficiente debido a que requiere de una inversión especialmente en infraestructura, formación de talento humano,

---

<sup>2</sup> A través de esta investigación se hace referencia a infraestructura directa como los espacios o establecimientos para el desarrollo de eventos.

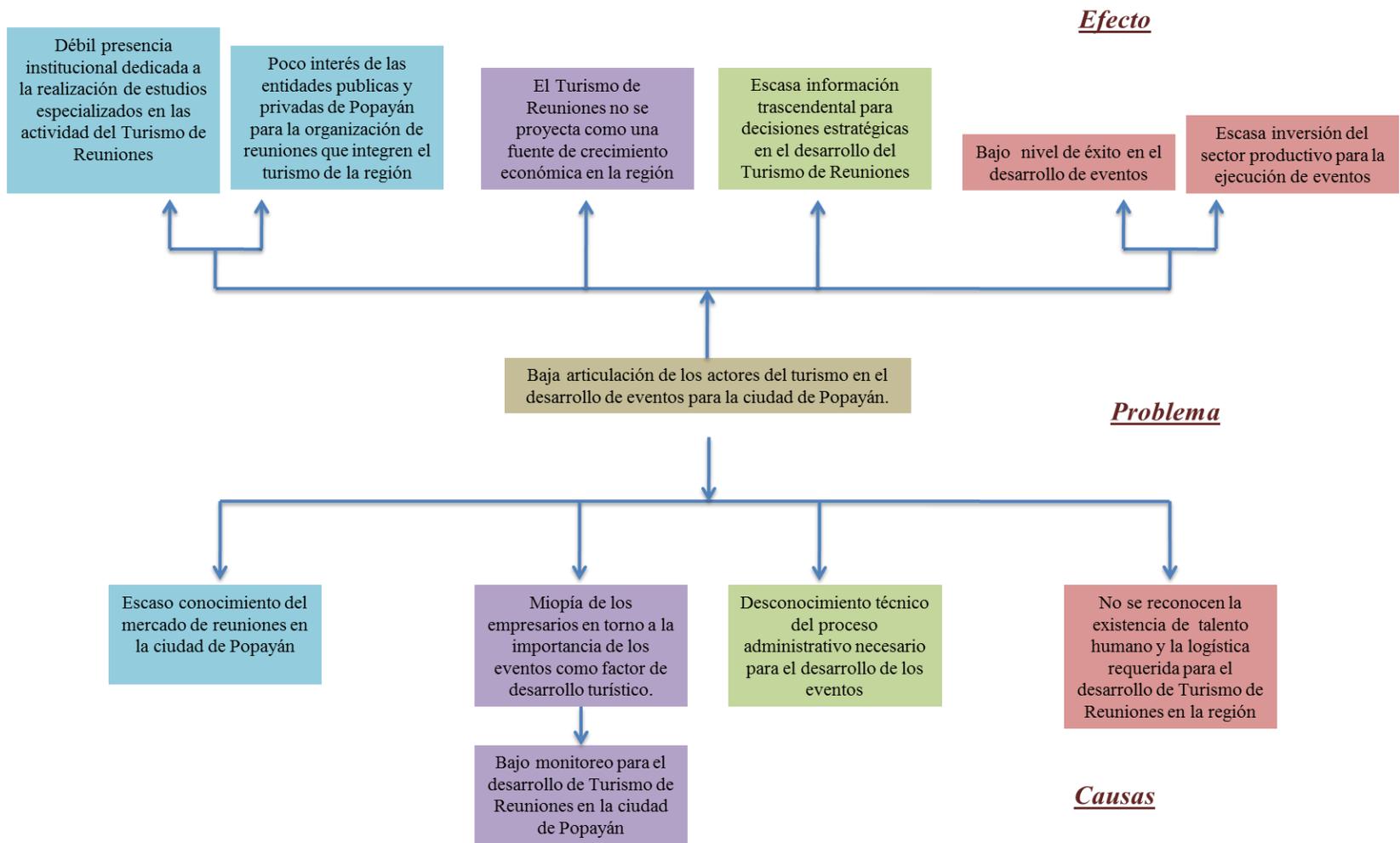
promoción, producto turístico, entre otros. Por tal motivo, se realiza a través del presente trabajo una investigación en la ciudad de Popayán para determinar diferentes factores hacia la realización de Turismo de Reuniones, que a su vez, permita dimensionar una oportunidad de proyección en este campo del turismo. A partir de lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores o variables son considerados para que Popayán tenga idoneidad en el desarrollo de eventos?

A continuación, se presenta el árbol de problemas con el propósito de ampliar la definición del problema, en el cual se exponen ideas más claras sobre el foco de esta investigación que visualiza las posibles soluciones planteadas en los objetivos.

#### **1.1.2.1. Árbol de problemas**

Se expone la metodología del árbol de problemas para este proyecto, que revela la presencia del problema central y sus respectivas ramificaciones.

Gráfica 1.1  
*Árbol de problemas.*



Fuente: Elaboración propia.

La problemática que se va a tratar en el presente proyecto de investigación, se centra en una serie de variables que convergen en torno a la temática de Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán de las que resulta el denominado “problema central”.

El problema central expone la premisa: “*Baja articulación de los actores del turismo en el desarrollo de eventos para la ciudad de Popayán*”. En torno a esto se llevará a cabo el desarrollo del proyecto como una contribución a la solución de esta falencia en la ciudad. Posteriormente, se plantean las causas que conllevan a esta problemática y los efectos que esta misma genera, lo cual está expuesta de forma explícita en la **Gráfica1.1**.

En un árbol de problemas, las causas son aquellos aspectos que generan la problemática, los efectos y el reflejo consecuente de la existencia del problema.<sup>3</sup> Las causas y efectos expuestos en el árbol, permiten que se pueda determinar el enfoque de esta investigación. Para esto se realiza un desglose de los componentes del problema, las causas, son los motivos por los cuales existe la problemática y proyectan los factores que solucionan y despejan el problema central. De las causas se derivan los objetivos que las contrarrestan y se transforma el problema central en un objetivo general. Los efectos son frutos del problema que se convierten en los resultados esperados.

---

<sup>3</sup>Según Martínez, R., & Fernández, A. *Metodologías e instrumentos para la formulación, evaluación y monitoreo de programas sociales*. Confama / cepal, México. No sometido a editorial. El análisis con el árbol de problemas es una herramienta que ayuda a desarrollar ideas creativas, que se usa para identificar el problema central. Esta técnica facilita la identificación y organización de las causas y consecuencias de un problema; el tronco del árbol es el problema central, las raíces son las causas y la copa los efectos. La lógica es que cada problema es consecuencia de los que aparecen debajo de él y, a su vez, es causante de los que están encima, reflejando la interrelación entre causas y efectos.

Dado a la problemática presentada, esta investigación se enfoca en cuatro variables principales del árbol:

1. Escaso conocimiento del mercado de reuniones en la ciudad de Popayán
2. Miopía de los empresarios entorno a la importancia de los eventos como factor de desarrollo turístico.
3. Desconocimiento técnico del proceso administrativo necesario para el desarrollo de eventos.
4. No se reconoce talento humano y la logística requerida para el desarrollo de Turismo de Reuniones en la región.

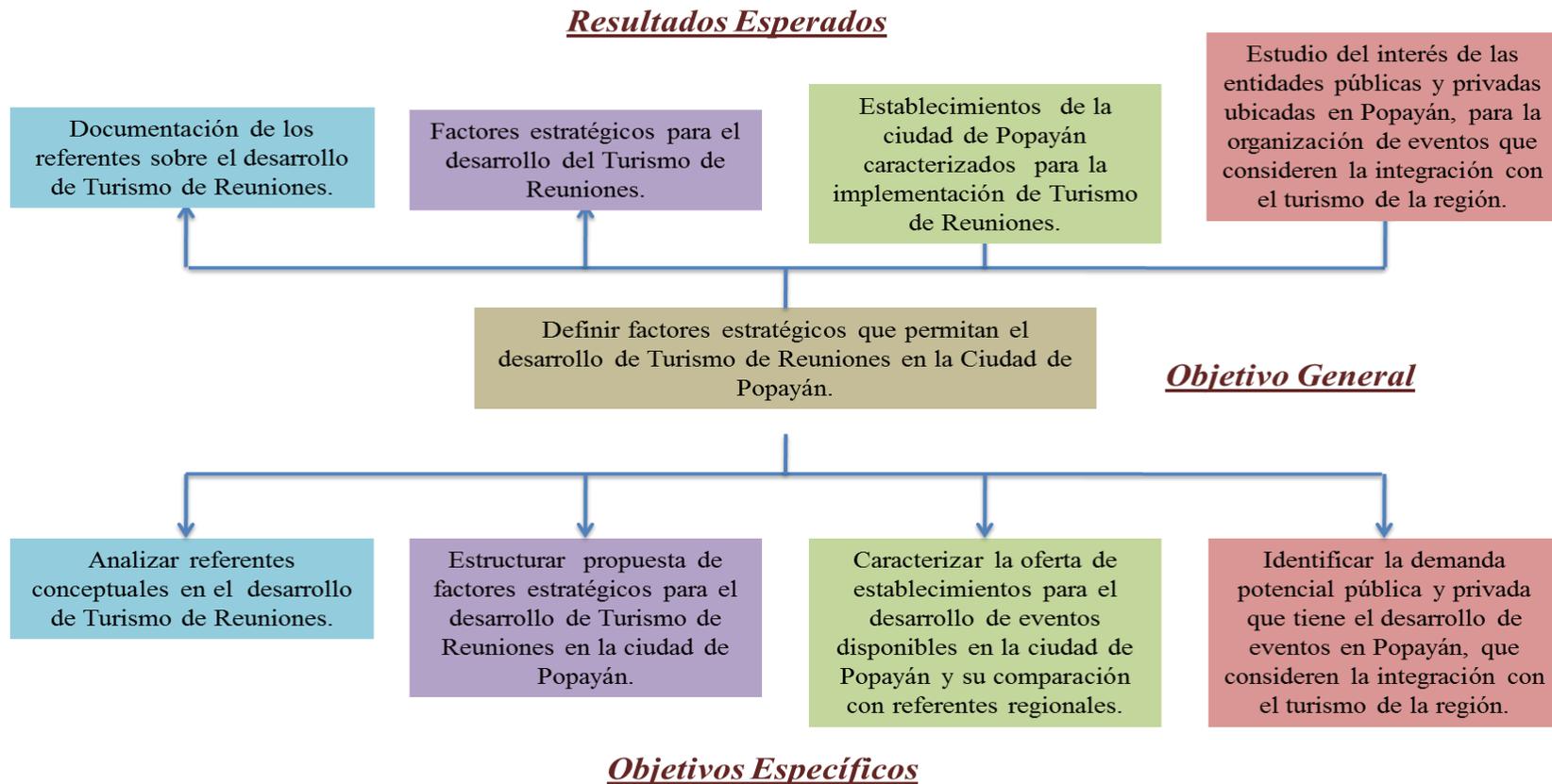
#### **1.1.2.2. Árbol de objetivos**

Derivado del primer ejercicio, se determina el árbol de objetivos que tiene como propósito ofrecer respuesta a estos tres puntos seleccionados para el direccionamiento de la investigación. Por tanto, es necesario identificar cuál es el objetivo general que aborda la problemática central, el cual está expuesto en la premisa: “*Definir factores estratégicos en la realización de Turismo de Reuniones para la ciudad del Popayán*” que se segmenta en cuatro partes u objetivos específicos, para encaminar el desarrollo de la investigación tratando de mitigar las causas que propician la problemática central, lo que está expuesto en la **Gráfica 1.2**.

De acuerdo al árbol de problemas anteriormente mencionado se identifica el objetivo general y los objetivos específicos a través del árbol de objetivos, en esta fase, se debe obtener una descripción de la situación esperada; el objetivo general corresponde a la solución del problema central. Esta lógica, nos permite identificar las posibles alternativas de solución, que

bajo la forma de proyectos o programas de inversión, pueden contribuir a superar esta situación. (Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación, 1997) (Lira, 2003), (Gordon., 2005), (Canales, 1986).

Gráfica1.2.  
Árbol de objetivos.



Fuente: Elaboración propia

De esta manera, el árbol de objetivos está representado por el objetivo general como referente de equilibrio al problema y los objetivos específicos como referentes de solución a las causas principales del árbol del problema y los resultados esperados que contrarresten los efectos en el mismo. **Gráfica 1.1.**

### **1.1.3 Justificación del problema**

En la actualidad, Popayán tiene dos acontecimientos importantes durante el año en cuanto a turismo, se refiere, especialmente en dos momentos del año: “Semana Santa y el Congreso Gastronómico”. Hoy, la ciudad se caracteriza por un turismo estacional (que sólo se da en ciertos momentos del año), las cuales han tenido un importante crecimiento con el pasar de los años. Sin embargo, la tasa de crecimiento más elevada se presenta en la temporada de Semana Santa, con un estimado de 10.2% de incremento anual en el turismo frente a enero - marzo de 2014<sup>4</sup>. En este período, se desarrolla una actividad de reconocimiento internacional: la Semana Santa, en la cual desfilan por el centro histórico imágenes alusivas a la pasión y muerte de Cristo (Chantre, 2010).

El Turismo de Reuniones es una actividad, que permite adquirir una mayor dinámica económica en el lugar donde se desarrolla, a diferencia de otros tipos de turismo genera mayores ingresos. Además, el Turismo de Reuniones se puede realizar en cualquier época del año y está dada para hacerse de forma grupal o individual otorgando intercambio de conocimientos intelectuales y/o culturales. (Chim Miki, Zuñiga Collazos, Gonçalves Gandara, & Medina Muñoz, 2013).

---

<sup>4</sup> (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2015)

Por otro lado cabe resaltar que el Turismo de Reuniones genera en el destino mayor flujo de turistas en periodos de estacionalidad, ocasionando que estos viajeros frecuenten el destino, esta actividad permite publicitar el destino en diferentes lugares obteniendo, alto potencial de empleos directos e indirectos. (*Ritchie & Beliveau, 1974; Labasse, 1984; Law, 1993; Abbey & Lank 1994; Oppermann, 1996; Monge y Brandimarte, 2011; Janiskee, 1996; Ryan, Smees, Murphy & Getz, 1998*).

El ICCA mediante diferentes referentes ha permitido identificar no solamente la potencialidad de los lugares, sino la pertinencia y de esta forma convertirse en un destino turístico caracterizado. A nivel internacional España posee un gran auge en Turismo de Reuniones con más de 50 millones de turistas que visitan el país debido a su gran infraestructura y a sus características principales como: facilidades de acceso y desplazamiento, destino para todos los gustos, modernos equipos y servicios, amplia oferta hotelera, entre otros (TURESPAÑA, 2016).

A nivel Latinoamericano uno de los principales países es México, brinda una amplia oferta de Turismo de Reuniones en diferentes ciudades, donde tienen una capacidad de alojar hasta 15.000 personas por ciudad y posee agentes estratégicos como: la cercanía al aeropuerto, amplios resort y grandes centros de convenciones con espacios para exhibición, salas de reuniones, conferencias, entre otras, que pueden acomodar de 10 hasta 23.000 personas. (México, 2015)

A nivel Suramericano se encuentra a Lima (Perú), que alcanzó un importante reconocimiento debido a una labor conjunta que unió lo mejor de la iniciativa pública y privada del país, posicionándola como destino turístico profesional, brindando calidez, respeto,

comodidad, facilidad de acceso a través de uno de los mejores aeropuertos de la región, gastronomía y un clima envidiable todo el año, los cuales fueron factores importantes en su evolución como Destino de Turismo de Reuniones; posee un “Bureau de convenciones y visitantes”, el cual se convirtió en ejemplo para las ciudades que buscan posicionarse en esta actividad. El Bureau comprende una variedad de empresas asociadas apoyadas por “PROMPERÚ”, que ha hecho una labor a nivel nacional de atraer nuevos segmentos de importancia como el mercado Asiático, Americano y Europeo. (Daniel, 2016)

A nivel nacional, Cartagena posee importantes características en el Turismo de Reuniones, como conectividad, infraestructura, espacios únicos y profesionales capacitados; cuenta con 72 hoteles disponibles entre los cuales hay resorts, hoteles de lujo, hoteles boutique, permitiendo un gran variedad a la hora de realizar un evento, igualmente posee espacios históricos como plazas, murallas, baluartes, monumentos monasterios, casas coloniales, castillos, teatros y las playas que se convierten en escenarios donde la creatividad e imaginación de sus operadores profesionales de congresos (OPC), garanticen un evento logísticamente perfecto en paisajes inimaginables; además cuenta con un centro de convenciones principal y dos hoteles con centro de convenciones, con una capacidad total de 10.000 personas. (Bureau C. c., 2013)

El Turismo de Reuniones se ha convertido en una alternativa para aquellas organizaciones que deseen llevar a cabo con satisfacción las metas planteadas, ya que al identificar los momentos de relevancia (económicos) de la región es posible reconocer con mayor precisión los momentos en los cuales sea posible intervenir obteniendo el mayor beneficio ya sea regional, nacional e internacional.

Por tal motivo, es preciso realizar una investigación que aporte al desarrollo de Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán, ya que le permitirá tener pautas específicas para el impulso de este tipo de turismo en la región, a lo cual le apuesta este proyecto; así como en los anteriores destinos mencionados, se observa que tienen características particulares que propiciaron un exitoso perfeccionamiento de esta actividad.

## **1.2.**

## **OBJETIVOS**

### **1.2.1. Objetivo general**

Definir factores estratégicos que permitan el desarrollo de Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Analizar referentes conceptuales en el desarrollo de Turismo de Reuniones.
- Estructurar una propuesta de factores estratégicos para el desarrollo de Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán.
- Caracterizar la oferta de establecimientos para el desarrollo de eventos disponibles en la ciudad de Popayán y su comparación con referentes regionales.
- Identificar la demanda potencial pública y privada que tiene el desarrollo de eventos en Popayán, que consideren la integración con el turismo de la región.

## **1.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

Para el desarrollo de la investigación y en pro de la adaptabilidad del Turismo de Reuniones en la región es necesario establecer una metodología tanto descriptiva como

exploratoria, entendiendo la primera como la manera adecuada para recolectar, resumir, analizar, organizar y presentar de forma sistémica los datos obtenidos (Roberto Hernández, 1997) con el fin de generar un análisis comparativo que permita evidenciar el nivel de competencia en el mercado nacional; en contraste la metodología exploratoria son las búsquedas previas sobre el objeto de estudio, permitiendo tener conocimiento de la investigación para poder realizar este proyecto. (Cazau, 2006), además se encuentra en la indagación tanto de fuentes primarias como secundarias el respaldo necesario para identificar la tipología de turismo del sector (Popayán-Cauca), así como los tipos de gastos que en el proceso se ejecutan.

El desarrollo del proceso investigativo parte de utilizar fuentes de información primarias y secundarias, esta última lo que permite es realizar una compilación conceptual de producción académica y conceptual de algunas instituciones dedicadas al estudio y realización al desarrollo de Turismo y eventos de reuniones. A partir de esta información se determinó la construcción del concepto de Turismo de Reuniones que se adoptará durante el desarrollo del trabajo, proviene de la consulta de varias fuentes de información, donde se privilegió los conceptos utilizados que trazan políticas, diseñan estrategias e incluso el sector empresarial que organizar eventos, la cual sería la base fundamental de este ejercicio.

En un segundo momento se estructuran factores estratégicos a partir de referentes conceptuales, además, de una matriz de impacto cruzado, tomando como referencia el método Delphi en donde se evalúan de manera cruzada las variables que se presentan en una situación específica, así pues esta matriz determina las variables a considerar de manera subjetiva calificando con cero (no), que no está dentro del criterio de los autores escogidos, y el número

uno (si), que hace referencia a las pautas de los autores y la cual es válida para reconocer los principales factores estratégicos para el Turismo de Reuniones.

Posteriormente en el tercer momento se tendrán tres componentes, el primero se realizan encuestas que se tomarán en el segundo periodo del año 2015, se aplicará tanto a los ponentes como a los asistentes de los diferentes eventos donde se evaluarán la tipología de turismo y los gastos que tienen los turistas en los eventos, seguido con una segunda matriz de impacto, se plasma un inventario a partir de la lista de chequeo de la Norma Técnica Sectorial NTS – 001 del 2009 que contiene cinco componentes tales como: infraestructura, áreas específicas, equipo de audio, iluminación y video, mobiliario y emergencias, pues con ellas se establece una línea de acción frente a las organizaciones que pueden o no ser aptas al momento de realizar Turismo de Reuniones; y, finalmente con el último componente se hace un análisis comparativo de las seis ciudades de Colombia incluyendo a Popayán (Manizales, Armenia, Pereira, Tunja y Pasto), de acuerdo a su Población (Registro DANE), con el fin de analizar la capacidad de los centros de convenciones de las diferentes ciudades y el tipo de turismo de la región para determinar si la ciudad de Popayán es competente o no para la realización de esta actividad.

De esta manera por última instancia se realiza una matriz de impacto donde se esquematiza una encuesta, (elaboración propia), en el que se hace relevante saber si las distintas empresas tienen algún interés para ejecutar eventos a nivel regional.

## **Capítulo 2**

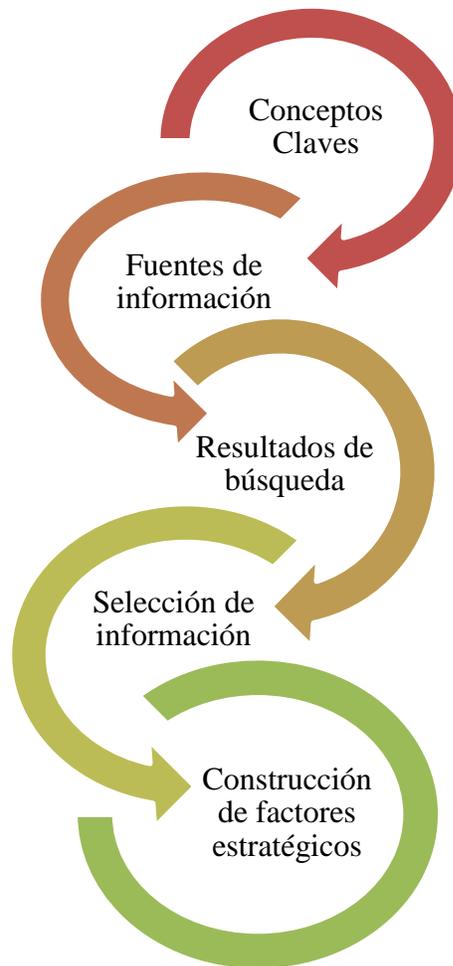
### **2.1. CONTEXTO DE BÚSQUEDA**

En el presente capítulo, se desarrolla el objetivo número uno, donde se plantea una búsqueda de artículos, libros, textos, relatos históricos, organizaciones, investigaciones, informes, estudios de casos entre otros, que den cuenta de la existencia, la definición y la dinámica del Turismo de Reuniones, en pro de establecer el marco teórico del proyecto.

Se genera una estructuración de definiciones, exponiendo un orden de terminologías basados en los criterios de búsqueda, que conducirán a establecer las características del Turismo de Reuniones.

Para iniciar, se han establecido los siguientes criterios de búsqueda:

Gráfica 2.1  
*Crterios de búsqueda.*



Fuente: Elaboración propia

### **2.1.1. Conceptos clave**

En el proceso de una investigación exitosa y completa, se realizó una serie de combinaciones de terminologías en inglés y español, relacionadas con el tema principal: “Turismo de Reuniones”, iniciando por “Turismo MICE” y depurando cada vez más la búsqueda con palabras específicas que arrojen resultados con información direccionada a la

temática de interés. A continuación, se exponen los conceptos clave que se designaron para la investigación:

*Tabla 2.1*  
*Conceptos Clave.*

PALABRAS CLAVE	
ESPAÑOL	INGLES
• Turismo+ MICE	• MICE+tourism
• M+I+C+E	• Meetings+incentives+conventions+exhibitions
• Turismo + reuniones	• Meetings + tourism
• Turismo+ eventos	• Events + tourism
• Turismo + congresos	• Congress + tourism
• Turismo+ congresos + eventos	• Congress + meetings + tourism
• Turismo + congresos + eventos + reuniones	• Congress + meetings + events +tourism
• Turismo + eventos + reuniones	• Meetings + events + tourism
• Turismo+ organización + reunión	• Organization + meetings + tourism
• Turismo+ organización + reunión+ eventos	• Organization + meetings + events +tourism
• Turismo+ organización + reunión + eventos+ congresos	• Organization + meetings + events + congress + tourism
• Turismo+ negocios	• Business + tourism
• Turismo+ eventos + desarrollo	• Events + development + tourism
• Turismo+ congresos+ desarrollo	• Business + devolpment + tourism
• Turismo + negocios + desarrollo	• Meetings + development + tourism
• Turismo+ reuniones + desarrollo	

Fuente: Elaboración propia

En la selección de buscadores, se tuvo en cuenta aquellos que generan información de fuentes confiables con la finalidad de obtener resultados precisos, luego de la dinámica de búsquedas, se procede a la selección de información, para lo cual se inicia con una revisión del título y/o un resumen, donde se toman los resultados de mayor concordancia con el tema del

proyecto y el foco de la investigación, “Turismo de Reuniones”, encaminado en la formulación de factores estratégicos para su práctica.

En este capítulo se expone el proceso de búsqueda, haciendo referencia a un contexto general, simplificándolo, hasta llegar al contexto regional, lo que permite dar cuenta de diferentes ambientes del estado colectivo en la actividad del Turismo de Reuniones.

### **2.1.2. Fuentes de información**

Aquí se desarrollará el marco conceptual como componente de la investigación, principalmente guiado en torno a la temática del Turismo de Reuniones, lo cual se realizará teniendo en cuenta diferentes fuentes bibliográficas como: bibliotecas, buscadores, bases de datos, artículos y trabajos de investigación, lo que tendrá un proceso de selección, agrupación y filtración para una profunda investigación de fuentes, especialmente académicas. Todo esto permitirá conocer el marco teórico y el aporte que puede dejar el desarrollo de este proyecto como el análisis del Turismo de Reuniones para la ciudad de Popayán, la distinción de las organizaciones que establecen características de esta actividad, la forma de aplicación y adaptación de estas condiciones para la ciudad.

### **2.1.3. Selección de fuentes de información**

Se despliega la información de las fuentes consultadas para el presente proyecto principalmente en fuentes institucionales, que permiten la estructuración de la información necesaria para establecer las características que definen un destino del Turismo de Reuniones.

- **MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO<sup>4</sup>**. Cuenta con la información del desarrollo de la industria, el comercio y el turismo del país, información sobre inversiones, proyectos realizados y en curso, noticias, publicidad y normatividad en estos campos.
- **ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE CONGRESOS Y CONVENCIONES (ICCA)**
  - <sup>5</sup>: Asociación que posee la información de los principales países y centros de reuniones, representa a los principales especialistas en organizar, transportar y alojar reuniones y eventos internacionales y cuenta con cerca de 1,000 empresas y organizaciones miembros en más de 90 países de todo el mundo y maneja los rankings de los países que más despliegan el turismo MICE.
- **GOOGLE ACADÉMICO<sup>6</sup>**: Es un buscador en la Web, que permite búsquedas de bibliografías especializadas, especialmente en formatos académicos y científicos en forma de artículos, publicaciones; “estudios revisados por especialistas, tesis, libros, resúmenes y artículos de fuentes como editoriales académicas, sociedades profesionales, depósitos de impresiones preliminares, universidades y otras organizaciones académicas”.
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT)**. *Es un organismo cuyo principal objetivo es la promoción del turismo, la OMT posee definiciones estándares que abarcan todo el sector.*

---

<sup>4</sup>Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/>

<sup>5</sup> Disponible en: <http://www.iccaworld.com>

<sup>6</sup> Disponible en: <https://scholar.google.es>

- **BASES DE DATOS DISPONIBLES EN LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA.**

La Universidad del Cauca posee bibliotecas físicas y virtuales; se tiene acceso a diferentes documentos de interés para el desarrollo de la investigación y el conglomerado de trabajos de grado de pregrado y posgrado de la Universidad. Se encuentran investigaciones en diferentes campos del conocimiento e informes de trabajos de grado en diferentes experiencias.

- **EDUCATION RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC).**

Centro de Información de Recursos Educativos, del Instituto de Ciencias de la Educación, gran base de datos creada en el año de 1964 por el gobierno de los Estados Unidos para albergar recursos, documentos, artículos y bibliografía especializada de diversos sitios y revistas. También cuenta con la opción de búsqueda avanzada y la posibilidad de enviar nuestros artículos para que puedan ser indexados en la base de datos.

- **REFSEEK.**

Es un motor de búsqueda para estudiantes o investigadores que requieren información en más de mil millones de documentos, incluyendo páginas web, libros, enciclopedias, revistas y periódicos. ofrece la ventaja de la simplicidad en sus resultados de búsqueda para aumentar la visibilidad de la información académica. La búsqueda avanzada se logra a través de los operadores de la lógica Booleana.

- **SCIELO.**

Es un motor de búsqueda gratuito y público que utiliza avanzada “tecnología de búsqueda federada” dentro de la Deep Web para ofrecer resultados de calidad a través del envío en tiempo real de la consulta hacia otros motores de búsqueda reconocidos para después cotejar, clasificar y eliminar los duplicados de dicha búsqueda.

- **MICROSOFT ACADEMIC SEARCH.** Este buscador es una iniciativa de la compañía Microsoft Research que no sólo es capaz de indexar miles de publicaciones académicas, sino que también traza la relación entre diversos autores o contenidos. Otra ventaja es que ofrece herramientas para realizar búsquedas específicas.
- **BASE DE DATOS DE LA UNESCO.** Las bases de datos de la UNESCO es de dos formas; acceso público y restringido y están enfocados especialmente a los factores culturales, que esta entidad representa.
- **BIELEFELD ACADEMIC SEARCH ENGINE (BASE).** Es uno de los motores de búsqueda más voluminoso del mundo, especialmente para los recursos web académicos de libre acceso.
- **ISEEK EDUCATION.** Es un motor de búsqueda dirigido a estudiantes, maestros y administradores. Es seguro. Hace la búsqueda entre cientos de miles de recursos de universidades, sitios web gubernamentales, organismos no comerciales, como las organizaciones no lucrativas, entre otros. Identifica instantáneamente planes educativos, actividades, materias escolares y mucho más.

#### **2.1.4. Resultados de búsqueda**

Teniendo las combinaciones de palabras claves expuestas anteriormente, se procede a realizar la búsqueda en cada una de las fuentes bibliográficas seleccionadas. Esto arroja un resultado de 394.580 referentes encontrados en total, los cuales se pretende que sean de carácter académico, investigativo, informativo y estudios de caso, que pudiesen arrojar información relevante sobre el concepto y funcionamiento del Turismo de Reuniones.

Tabla 2.2

Resultados de la búsqueda de palabras clave en fuentes bibliográficas.

PALABRAS CLAVE EN LA BUSQUEDA	RESULTADOS DE BUSQUEDA - FUENTES BIBLIOGRÁFICAS												TOTAL
	MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO	ICCA	GOOGLE ACADÉMICO	OMT	BASES DE DATOS DISPONIBLES EN LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA	ERIC.	REFSEEK	SCIELO	MICROSOFT ACADEMIC SEARCH.	BASES DE DATOS DE LA UNESCO	BASE	ISEEK EDUCATION	
A	0	86	1880	0	100	0	239000	70	3	1	10	10	241160
B	2	5	5	8	23	5	34	34	34	0	9	0	159
C	5	9	39	6	13	4	6	5	0	0	3	3	93
D	0	5	5	7	2	6	8	23	0	0	5	3	64
E	0	0	11	15	0	7	7	21	0	0	0	7	68
F	0	0	8	6	0	6	13	14	0	0	0	0	47
G	7	0	7	5	0	3	21	16	0	0	0	3	62
H	6	8	5	4	0	5	12	75	0	0	7	7	129
I	9	45	6	9	0	6	13	34	0	0	0	8	130
J	0	45	11	8	0	0	13	56	0	0	86	5	224
K	0	0	33	7	4	8	14	75	9	0	22	3	175
L	0	0	32	5	5	4	14	0	8	0	3	5	76
M	0	0	10	3	544	13	45245	7	66	0	76	4	45968
N	0	4	25	0	46	21	742	45	35	24	42	5	989
O	0	4	64	12	65	34	546	46	73	0	4	6	854
P	0	9	56	0	67	54	78734	74	8	0	54	4	79060
Q	0	8	87	2	765	21	2446	0	6	64	0	5	3404
R	0	0	93	5	67	24	367	46	67	57	3	5	734
S	0	9	56	3	65	21	4367	6455	89	0	2	67	11134
T	0	6	89	3	456	35	4454	43	74	0	0	5	5165
U	4	4	34	2	54	32	3556	45	67	0	0	3	3801
V	0	7	9	12	3	8	2	2	86	42	0	4	175
W	0	3	4	5	5	6	34	3	43	0	0	5	108
X	0	5	8	8	2	4	3	2	67	0	0	7	106
Y	3	9	6	5	12	4	5	3	86	32	8	0	173
Z	5	0	5	7	54	6	4	6	34	0	6	0	127
AA	0	0	1	5	3	7	6	4	7	0	5	0	38
BB	0	0	1	4	5	0	8	6	0	0	2	0	26
CC	0	0	0	0	0	0	65	64	3	0	7	0	139
DD	0	0	0	0	0	0	5	76	4	34	5	0	124
EE	0	1	0	4	0	7	7	0	0	0	6	43	68
TOTAL	41	272	2590	160	2360	351	379751	7350	869	254	365	217	394580

Fuente: Elaboración propia

### **2.1.5. SELECCIÓN DE INFORMACIÓN**

A continuación, se expone la tabla con el producto de selección para cada una de las fuentes bibliográficas. Aquí, se muestran los resultados basados en el sistema de filtración por estándares, (documentos académicos, artículos, noticias, informes, estadísticas, documentos gubernamentales y publicaciones), seguido de esto, se eligen las fuentes de información según el interés, por su resumen y/o título, teniendo como resultado los referentes que enriquece la investigación del presente proyecto.

Tabla 2.3  
Selección de información.

RESULTADO DE SELECCIÓN - FUENTES BIBLIOGRÁFICAS													
PALABRAS CLAVE EN LA BUSQUEDA	MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO	ICCA	GOOGLE ACADÉMICO	OMT	BASES DE DATOS DISPONIBLES EN LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA	ERIC.	REFSEEK	SCIELO	MICROSOFT ACADEMIC SEARCH.	BASES DE DATOS DE LA UNESCO	BASE	ISEEK EDUCATION	TOTAL
A	0	1	0	0	0	0	2	1	1	0	0	0	5
B	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
C	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3
D	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
E	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
F	0	0	0	1	2	0	0	0	0	2	0	0	5
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
H	0	0	3	0	1	0	0	0	0	0	1	0	5
I	0	0	0	0	0	0	2	3	0	0	0	0	5
J	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
K	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	4
L	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
M	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
N	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0	0	4
O	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
P	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Q	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
R	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
S	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
T	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
U	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2
V	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	4
W	0	0	1	0	0	1	0	3	0	0	0	0	5
X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Y	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Z	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3
AA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
BB	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
CC	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2
DD	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
EE	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3
TOTAL	4	4	12	3	9	2	17	10	3	7	2	2	75
												Busqueda Libre - otros	15
												<b>TOTAL REFERENTES DE INTERÉS</b>	<b>90</b>

Fuente: Elaboración propia

En el proceso de búsqueda de la información en las fuentes bibliográficas donde se llevó a cabo una revisión diferenciada para cada fuente, en algunas por medio de filtros y otras por medio de la caracterización de información, se establece una búsqueda avanzada con el catálogo completo, que hace referencia a las palabras en Inglés y Español, usando el símbolo más (+), como conector, en algunas fuentes bibliográficas como las hemerotecas de la Universidad del Cauca, donde se consultan trabajos de grado, específicamente relacionados con la temática de turismo.

De la búsqueda se obtuvieron 394.580 resultados del tema que se va abordar en la investigación; este resultado se filtra por estándares, que adquiere 75 referencias; adicionalmente, se encontraron 15 más de búsqueda libre, con una totalidad de 90 referentes de interés, que reúnen la información necesaria para la investigación. En la siguiente tabla, se presenta el total de referentes bibliográficos tomados de acuerdo con el resultado de la búsqueda.

Tabla 2.4  
Resultados de la búsqueda más referentes de interés.

RESULTADOS DE BUSQUEDA - FUENTES BIBLIOGRÁFICAS													
	MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO	ICCA	GOOGLE ACADÉMICO	OMT	BASES DE DATOS DISPONIBLES EN LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA	ERIC.	REFSEEK	SCIELO	MICROSOFT ACADEMIC SEARCH.	BASES DE DATOS DE LA UNESCO	BASE	ISEEK EDUCATION	TOTAL
TOTAL DE BUSQUEDA	41	272	2590	160	2360	351	379751	7350	869	254	365	217	394580
REFERENTES DE INTERÉS	4	4	12	3	9	2	17	10	3	7	2	2	75

Fuente: Elaboración propia

### **2.1.6. Construcción de los factores estratégicos**

La construcción de los factores estratégicos, se determina a partir de los referentes conceptuales que se han tomado como base de la investigación; factores que se desarrollarán al final de este capítulo, donde se desglosan los aspectos necesarios y se especifican los componentes que se tienen en cuenta para la realización del Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán.

## **2.2. CONTEXTO GENERAL**

Para iniciar se realiza un recorrido histórico que muestra que a mediados del siglo XIX, se abre paso al turismo de Congresos y Convenciones, el cual no era considerado lo suficientemente importante; sin embargo, Europa y Estados Unidos fueron los continentes pioneros en la creación de Centros de Negocios, implementando las primeras estructuras para realizar este enfoque de Turismo (Maure, 2007).

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, el turismo se abre paso en medio de un ambiente pacífico, a partir de los avances tecnológicos y el disfrute del tiempo libre. Alrededor de 1945 se da inicio al transporte aéreo y las comunicaciones, permitiendo así, un gran impulso hacia el desarrollo de este sector y otorgando gran importancia al visitante. Esta actividad se puntualizó en la segmentación que definió los perfiles de los viajeros e impulsó una oferta en función de atraerlos a los diversos territorios.

Plantea (Millares, 2001), este proceso *de evolución del turismo de negocios impuso la necesidad de establecer estrechas coordinaciones entre entidades homólogas, primero de un mismo país y después a escala de regiones e internacionalmente, dio origen al nacimiento de*

*entidades mundiales dedicadas a impulsar este tipo de turismo. La primera organización establecida fue la que agrupó a los Bureau de Convenciones, en este caso, Asociación Internacional de Bureau de Convenciones y Visitantes (ACVB) que fue constituida en 1914. Luego se constituye la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) en 1963. Posteriormente surge la que agrupa a los Organizadores Profesionales de Congresos (OPC), la Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos (IAPCO) creada en 1968. Otra institución de gran importancia es Meeting Professional Internacional (MIP) fundada en 1972 y que agrupa a todos los factores independientes de su actividad.*

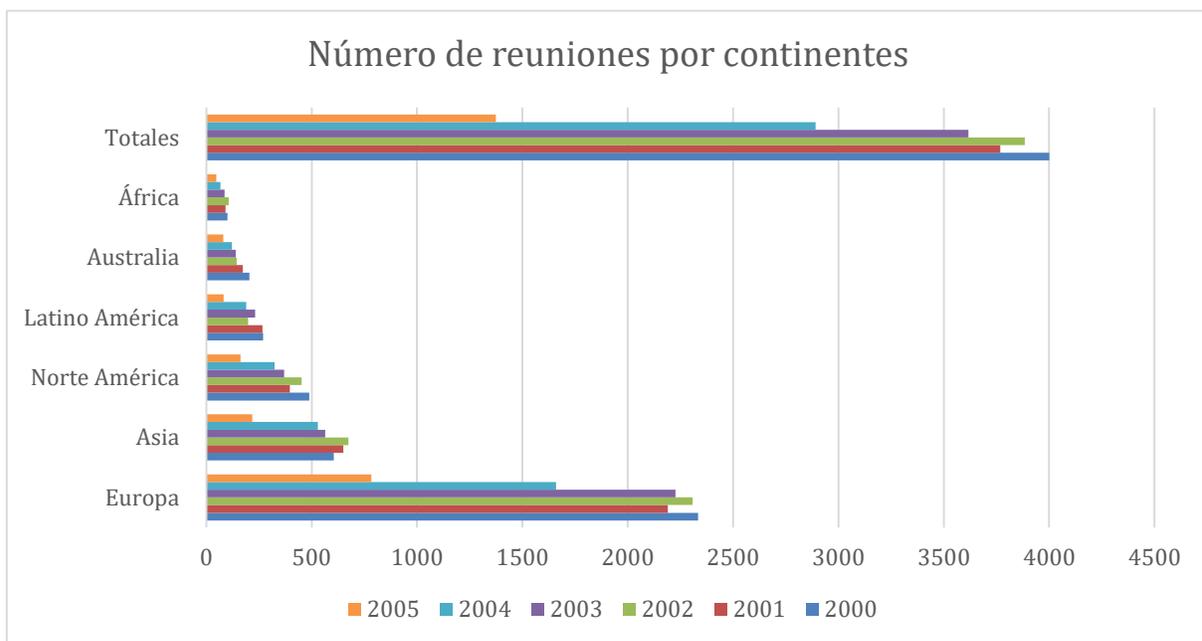
*En América Latina y el Caribe este desarrollo fue más lento, la Asociación de Ferias Internacionales de América (AFIDA) se creó en 1969 y más tarde en 1985 se logra crear la Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina (COCAL) en ciudad de Buenos Aires; se desarrolla el primer congreso organizado en Lima en 1980 y se crea la Organización de Bureau de Convenciones de América Latina y el Caribe en Ciudad de la Habana en 1998.*

En el mundo de las reuniones internacionales se puede observar que el ICCA es la entidad encargada de registrar y observar el crecimiento del Turismo de Reuniones o la actividad MICE, gracias a esto, se ha podido obtener un registro de aproximadamente 50 años, (ICCA, 2013).

Según (Lauman, 2014), las estadísticas de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), durante el periodo que comprende del 2000 al 2005, se evidencia un fuerte descenso en el número de reuniones internacionales en todas las regiones. Las causas que explican esta caída son: la declinación en la economía mundial en general, que se dio desde antes del 11 de septiembre 2001, donde tuvo lugar el atentado a las “Torres Gemelas en New

York”, lo sucedido con “los ataques terroristas en trenes de Madrid” el 11 de marzo de 2004, “la epidemia del Síndrome Respiratorio Agudo Grave (SARS)”, que afectó más de treinta países en 2003, “la guerra en Irak”, tras su invasión en 2003, y las restricciones presupuestarias que comenzó a imponer la industria farmacéutica, principal patrocinadora del rubro temático más importante: Medicina y Salud, lo que generó que el atractivo de los lugares originarios de estos acontecimientos decayera, por la imagen que causa en la población expectante.

Gráfica 2.2  
*Número de reuniones por continentes.*



Fuente: Maure Agüero Guadalupe en “Definiciones y tendencias del turismo de eventos” en Contribuciones a la Economía, No 82, julio 2007.

Durante los cinco años comprendidos en el periodo 2000-2005, el promedio anual de participantes por reunión fue aproximadamente de 900 participantes para Latinoamérica, de 1.200 para Norteamérica y de 700 participantes para el resto de las regiones.

En relación con la región de las Américas, ésta obtiene el 16% sobre el total de las reuniones internacionales, distribuyéndose el 74% en América del Norte, con un total de 2.209 reuniones, el 23% lo obtiene América del Sur, con 679 reuniones internacionales y por último, América Central y el Caribe con un 3%, con 93 reuniones. Estados Unidos es el primer país ubicado dentro del ranking mundial. Es de destacar que este país, a pesar del descenso en cuanto al número de reuniones realizadas en el periodo comprendido entre 2000 y el 2004, obtuvo un total de casi 1.500 reuniones.

Según el ICCA, los eventos que son más representativos en términos económicos cuando se trata de un congreso internacional son:

- El gasto promedio de un viajero es de US\$560 dólares por día.
- El promedio es de US\$370 dólares, para eventos latinoamericanos.
- La estadía promedio es de 3.5 días (García, 2004)

Por otro lado, países interesados por conocer sobre los aportes económicos que genera el Turismo de Reuniones han realizado estudios o investigaciones de los que se resaltan algunos resultados:

- En Inglaterra, la industria de los eventos aporta alrededor de 39.100 millones de libras esterlinas al año y un 30% del total de los visitantes del país.
- En Canadá, los últimos estudios de los años 2014 arrojaron una cifra de US\$32.000 millones aportados por esta industria.
- En México, el Turismo de Reuniones aporta casi US\$10.000 millones al año.

- En EE.UU, los eventos ocupan el décimo lugar de aportes al PIB.

## 2.2.1 Definiciones

### 2.2.1.1. Turismo de Reuniones

De acuerdo con el proceder del presente capítulo, es importante tener en cuenta cuales son los términos que hacen referencia al Turismo de Reuniones, por lo cual, se permite hacer una recopilación de vocablos y sus correspondientes definiciones como se puede observar en la siguiente tabla de conceptos.

Según (Delgado M. G., 2014), el término de Turismo de Negocios no termina de aclararse aún en la mente de la cotidianidad en América Latina. En países desarrollados lo identifican por sus siglas en inglés: “MICE” “Meetings, Incentives, Congress and Exhibitions”.

Tabla 2.5  
*Definiciones de Turismo de Reuniones.*

APELATIVO	DEFINICIÓN
TURISMO DE EVENTOS, CONGRESOS, REUNIONES Y CONVENCIONES	<i>Una revisión teórica del Turismo de Eventos, Congresos, Reuniones y Convenciones, identifica a varios autores que han abordado el tema, dentro de los que sobresalen Cravioto (1999), quien considera que el turismo de eventos, comprende la realización de eventos tales como congresos, convenciones, conferencias, seminarios, simposios y reuniones similares, que se realizan de manera conjunta o independiente, y que forman parte significativa de la actividad turística mundial.</i>

<p>TURISMO DE NEGOCIOS</p>	<p><i>Por su parte, Ramos G. (s.f.), considera el Turismo de Negocios como el 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, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes (Ramos, s.f., parr.4).</i></p>
<p>TURISMO DE NEGOCIOS</p>	<p><i>Según esta definición, dentro de este mercado se incluyen numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios, donde se identifica el Turismo de Negocios individual y el grupal, concibiéndose el primero de esta categoría, como aquel que comprende a los viajeros de negocios que se desplazan de una ciudad a otra o de un país a otro para desarrollar actividades inherentes a su oficio o profesión. Por otro lado, el Turismo de Negocios grupal, comprende los congresos, convenciones, incentivos y exposiciones (Ramos, s.f., párr. 7).</i></p>
<p>TURISMO DE EVENTOS</p>	<p><i>“El turismo de eventos comprende la organización de congresos y convenciones, el intercambio de ideas o experiencias, dar o conocer nuevos sistemas o métodos de trabajo o algún proceso innovador, la oportunidad de conocer expertos e interactuar, solución a problemas específicos, el ofrecer nuevos productos al</i></p>

	<i>mercado, la enseñanza y la capacitación” (Cruz &amp; Salva, 1989, p. 223).</i>
TURISMO MICE	<i>Para la Organización Mundial del Turismo -OMT-, el sector de reuniones y eventos, también conocido como sector de las reuniones, viajes de incentivos, conferencias y exposiciones o sector de las MICE (Meeting, incentives, congress, exhibitions), comprende las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias.</i>
TURISMO MICE	<i>Según (EUSKADI, 2011), El concepto MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) hace referencia al Turismo de Negocios como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, profesionales y/o asociativas a través de la realización de reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares a estas (jornadas, encuentros conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos...) convocados con diferentes propósitos y magnitudes.</i>

Fuente: Elaboración propia basado en otros autores

Para evitar dispersión de definiciones se ha establecido una terminología global que abarque eventos, convenciones, congresos, encuentros de negocios o trabajos y esta definición es “Turismo de Reuniones”, considerado como un fenómeno social, cultural y económico, relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos de negocios, profesionales o algún incentivo (OMT, 2007).

### 2.2.1.2. Características del Turismo de Reuniones

Teniendo en cuenta el aporte anterior, a continuación se presentan las características del “Turismo de Reuniones” que permiten plantear valores propios de la actividad y tener una analogía clara de su estructura para disociarlo de otra actividad.

Tabla 2.6  
*Características de Turismo de Reuniones.*

REFERENCIA	CARACTERÍSTICAS
<p>IMPACTO DE LOS GRANDES EVENTOS EN UNA CIUDAD  (Delgado, 2010)</p>	<p>La organización de grandes eventos (Congresos, Convenciones, Ferias, Exposiciones y Viajes de Incentivos) es una de las estrategias más ágiles para apoyar la economía de un país. El Turismo de Reuniones en el mundo representa una rápida solución para economías en transición, o países en desarrollo, sin embargo son los países desarrollados los que se han posicionado fuertemente en este rubro.</p>

	<p>Este mercado en su variante grupal, incluye a numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios, con diferentes propósitos y magnitudes. Por esto distinguimos dos tipos de Turismo de Negocios: El individual y el Grupal. (Delgado, 2010)</p> <p>Regula la estacionalidad de la demanda turística y mejora la ocupación en temporadas bajas.</p> <p>Contribuye a elevar el gasto promedio por persona y/o de los visitantes (entre 3 y 6 veces que el turista promedio normal que gasta US\$427 vs. US\$ 900 en Convenciones, US\$1,830 en Congresos y US\$2,250 en Incentivos).</p> <p>Se constituye así mismo, como un factor de multiplicación de los esfuerzos promocionales.</p> <p>Ayuda a elevar la estadía promedio en el país (1.71 días por turista normal vs. 4.27 días por turista grupal).</p>
<p>ESTUDIO PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO MICE</p>	<p>Una de las principales características del Turismo de Negocios es el intercambio de conocimiento de las diferentes áreas, lo cual lo convierte en un gran valor agregado.</p>

(EUSKADI, 2011)	
<p style="text-align: center;">TURISMO MICE: ELEMENTOS Y DESTINOS MAS REPRESENTATIVOS DEL SECTOR</p> <p style="text-align: center;">(ROMERO, 2015)</p>	<p>Carácter cíclico: Después del declive sufrido en el año 2000, la actividad mostró un gran crecimiento en el año 2005. La tendencia demuestra que estas oscilaciones se producen, con carácter general, con una periodicidad de cinco años.</p>
	<p>Estacionalidad y rotación: El sector está caracterizado por la concentración de la celebración de reuniones, congresos, convenciones, ferias y otros eventos de tipo corporativo (exceptuando los viajes de incentivos) en los meses de otoño y primavera. Los meses de octubre, noviembre, enero y febrero junto con los meses de verano (especialmente en lo que se refiere a viajes de incentivo) son períodos del año caracterizados por la inactividad del sector y la alta actividad dentro del MICE.</p>
	<p>Es un segmento turístico que sigue resultando atractivo para las ciudades que lo acogen, a pesar de la inversión necesaria en infraestructura, promoción, captación de candidaturas, capacitación de los recursos humanos y de tecnológicos.</p>

	<p>El impacto económico y en imagen, tanto directo como inducido, sigue resultando especialmente atractivo para las ciudades.</p>
	<p>MICE integra agentes específicos de este subsector (OPC's, DMC's agencias de receptivo) con agentes no específicos (restaurantes, empresas de transportes, entre otros).</p>
	<p>Fuerte atomización de los agentes, asociada a una concentración del negocios (el 20% de los agentes gestiona el 80% del negocio). Esta concentración suele producirse con base a criterios de dimensión (grandes eventos para grandes agentes) y tradición (clientes recurrentes).</p>
	<p>Conectividad del destino por tierra, mar y aire: La elección del destino se realiza por parte del convocante o prescriptor, de modo que la inaccesibilidad de alguno de los elementos del destino condiciona el éxito o fracaso del evento y, en ocasiones, el prestigio del propio convocante o prescriptor. Por lo tanto, la conectividad es determinante.</p>

Fuente: Elaboración propia basado en otros autores

Según (Sernatur, 2010), el encuentro de personas tiene diversos motivos con diversas características y especificaciones, en las que varían de acuerdo con el tipo de persona, desde su modo de pensar, hablar y hasta actuar dependiendo de la situación en que se encuentren. Para

esto, se muestra que el “Turismo de Reuniones” existe una amplia gama de reuniones: congresos, convenciones, conferencias, debates, simposios, jornadas, foros, asambleas, mesas redondas, fiestas, ferias entre otros. Estas actividades se han convertido en los motores de crecimiento sostenido de aquellas ciudades que han elegido por vocación identificarse con este mercado.

En este segmento se debe destacar, además, el aporte educativo de los eventos al destino en donde se realizan. Generalmente se valora la rentabilidad económica, como un factor a considerar, pero la educación es sin duda, una fortaleza que este mercado ostenta. Cuando se realiza un congreso internacional, se cuenta con la concurrencia de los principales exponentes del sector, quienes se reunirán con el resto de los participantes, no sólo en su posición de conferencista, sino de colega. Esta experiencia se constituye como una oportunidad única, en muchos casos, para los profesionales y estudiantes de ese destino, de tener un contacto directo y la posibilidad de intercambiar experiencias con estas personas.

Paralelamente, en la mayoría de los congresos se realizan nuevos aportes tanto en lo que respecta a la investigación, como es la incorporación de nuevas herramientas, igualmente se comparten experiencias y conocimientos actualizados; este intercambio permitirá establecer una sinergia única entre los profesionales del destino y sus visitantes. Por esta razón, la Industria de Reuniones también es conocida como Industria del Saber. (Sernatur, 2010).

### **2.2.1.3. Términos y criterios del Turismo de Reuniones**

Según las investigaciones que se han venido realizando se puede tener criterio para citar algunos autores que se han destacado en este análisis y que hacen parte fundamental del tema, debido a los diferentes planteamientos y teorías del “Turismo de Reuniones”. Estos planteamientos se verán representados en la siguiente tabla.

Tabla 2.7  
*Autores del Turismo de Reuniones.*

AUTORES	CONCEPTOS
<p>(OMT, 2007)</p> <p>(Maure, 2007)</p> <p>"DEFINICIONES Y</p>	<p><i>Generadores de eventos: organismos e instituciones y empresas tanto de carácter público como privado, que han visto en la organización de estas reuniones la vía más adecuada para el logro de sus objetivos. Asociaciones, fundaciones, colegios profesionales, universidades y entidades públicas de distintos sectores de la industria que se sirven de este mercado para consolidar alianzas relacionales.</i></p>
<p>TENDENCIAS DEL</p> <p>TURISMO DE</p> <p>EVENTOS" EN</p> <p>CONTRIBUCIONES A</p> <p>LA ECONOMÍA"</p>	<p><i>Operadores Profesionales: Agencias de viajes especializadas con un departamento dedicado en exclusiva a la organización de eventos que puede abarcar tanto la faceta de emisora como receptiva. Ofrecen las mismas garantías empresariales que una agencia de viaje. Dan al cliente un servicio especializado que solamente las agencias de viaje con departamento especial pueden ofrecer. Son organizadores profesionales de congresos las empresas especializadas en la operación de eventos en general</i></p>

	<p><i>Bureau de convenciones: Son organismos sin fines lucrativos cuyo objetivo principal es la captación de turismo de negocios para la ciudad (o país) creados por instituciones públicas y con la participación de instituciones públicas o privadas, cámara de comercio u otras entidades profesionales del sector turístico tanto público como privado. Es en sí misma es una oficina que facilita información actualizada y objetiva sobre la infraestructura y servicio que tiene la ciudad (o país) para la organización de congresos, convenciones y viajes de incentivos.</i></p>
<p>( Department of Statistics and Tourism Satellite Account UNWTO , 2008)</p> <p>SOBRE LA BASE METODOLÓGICA DE LA EUROSTAT<sup>7</sup></p>	<p>Congresos y conferencias: un término general que abarca todo orientado a los negocios de las reuniones de los participantes en un sitio y tiempo determinado para asistir a una reunión organizada en la que tienen una forma de debatir interactiva y/o rol competitivo, y de los cuales el tema o propósito pueden ser de cualquier naturaleza. Reuniones cubiertos por los congresos y conferencias se denominan a menudo también como reuniones de la asociación o del gobierno, que se relaciona directamente con la naturaleza de la organización que acoge la reunión. Congresos y conferencias se pueden desglosar en diferentes categorías.</p>

<sup>7</sup>La **Oficina Europea de Estadística**, más conocida como **Eurostat**, es la oficina estadística de la Comisión Europea, que produce datos sobre la Unión Europea y promueve la armonización de los métodos estadísticos de los estados miembros.

Conferencia pública o una conferencia: reuniones básicamente unidireccionales, donde la audiencia adopta un papel predominantemente pasivo y conocimiento especializado no es necesario.

Conferencia Gubernamental: reuniones técnicas o políticas entre los gobiernos y los agentes privados, con el objetivo de discutir los temas o llegar acuerdos.

Asamblea General: reuniones limitadas a los miembros de una organización, de un carácter interno.

Convenio general y reunión formal de un cuerpo legislativo, social o económico: grupo con el fin de proporcionar información, deliberada o establecer consentimiento o políticas entre los participantes. En los Estados Unidos el término se utiliza para describir, generalmente reuniones nacionales de los círculos de negocios, para la discusión y/o exposición comercial.

Congreso Científico (foro, coloquio, seminario, simposio): especializado reuniones de carácter técnico y académico cuyo objetivo es hacer un profundo estudio de varias materias, y cuyo tratamiento requiere el diálogo interactivo entre los participantes.

Fuente: Elaboración propia basado en otros autores

Los términos anteriormente presentados, explican de forma simple características propias en la gestión, organización y conformación de la actividad turística de reuniones.

Con la finalidad de establecer las bases conceptuales sobre las que se estructurará el presente documento, a continuación se recogen los principales criterios de clasificación de los eventos que pueden englobarse en el “Turismo de Reuniones”, donde se exponen varios componentes que permiten conocer actividades y particularidades de cada tipo de los eventos, referidos por un bureau<sup>8</sup> Europeo que plantea lo siguiente.

---

<sup>8</sup>Bureau: Es una organización privada sin ánimo de lucro creada para impulsar el crecimiento económico y sus alrededores, a través del mercadeo de la ciudad como destino de eventos, congresos, convenciones, ferias y viajes de turismo. Es una oficina que ayudará a que la ciudad se dé a conocer, demuestre que ha evolucionado y difunda su imagen atractiva y turística.

Tabla 2.8

*Principales criterios de clasificación de los eventos.*

SEGÚN SU CARÁCTER O TIPOLOGÍA		SEGÚN SU NATURALEZA	SEGÚN SU GENERACIÓN	SEGÚN LAS ENTIDADES QUE LOS CONVOQUEN
Congresos, conferencias, exposiciones y ferias, simposios, debates, convenciones, reuniones, talleres de trabajo, asambleas, festivales, coloquios, jornada, viajes de incentivos, eventos virtuales		Eventos internacionales Eventos nacionales con participación extranjera Eventos nacionales Eventos multi-destinos Eventos itinerantes	Diseño propio Sede captada	Gubernamentales No gubernamentales Corporativos
SEGÚN SECTOR GENERADOR	SEGÚN EL TAMAÑO O NÚMERO DE DELEGADOS		SEGÚN SUS OBJETIVOS	
Científico – técnicos Médicos Ciencias sociales y económicos Agricultura y medio ambiente Culturales Deportivos y náuticos Leyes Educación Comerciales	<b>Mini eventos</b> ( entre 35 y 45 delegados) <b>Pequeños:</b> (50 hasta 249 delegados) <b>Medianos:</b> (250 hasta 499 delegados) <b>Grandes:</b> ( entre los 500 hasta 2000 participantes) <b>Mega eventos:</b> (más de 2000)		Eventos promocionales Eventos informativos Eventos formativos didácticos Eventos de refuerzo de relaciones sociales Eventos de relaciones internas Eventos de relaciones externas	

Fuente: Maure Agüero, G. "Definiciones y tendencias del turismo de eventos" en Contribuciones a la Economía, N° 82, julio 2007

De acuerdo al cuadro anterior, los eventos tienen las siguientes características:

Tabla 2.9

*Características de los eventos.*

<b>EVENTO</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>DURACIÓN</b>
<b><u>CONGRESO</u></b>	<i>Evento periódico, promovido por un grupo de interés determinado (asociación, colegio profesional, federación, profesión, colectivo, etc.) que decide y organiza su celebración y desarrollo (lugar, fecha, contenidos, programa, etc.).</i>	Exposición y debate de múltiples ponencias; asistencia de personas con alto nivel profesional e intereses comunes; presentación de nuevos avances con descubrimientos en determinadas materias. Según el Spain Convention Bureau deben tener una duración mínima de dos días (1 pernoctación) y un número mínimo de 50 participantes.	Entre 3 y 5 días
<b><u>CONVENCIONES</u></b>	<i>Reuniones promovidas por una organización y dirigidas a sus asociados o miembros, en las que</i>	<i>Carácter asociativo; centralización de las decisiones de gasto – homogeneidad del programa técnico y social.</i>	Entre 3 y 5 días

	<i>normalmente el agente promotor asume la organización y gastos derivados de su celebración.</i>		
<u>JORNADAS/ SEMINARIOS /SIMPOSIOS</u>	<i>Evento puntual y abierto sobre una materia o temática concreta, orientado a ahondar sobre las causas, situación y perspectivas de dicha materia.</i>	<i>Duración reducida. El Spain Convention Bureau establece que deben ser de un mínimo de 50 participantes y tener una duración mínima de 6 horas en un solo día. Presentaciones de nuevos avances o descubrimientos en determinadas materias, etc.; baja movilización geográfica y heterogeneidad de asistentes.</i>	<i>Entre 1 y 2 días</i>
<u>FERIAS</u>	<i>Evento periódico ligado tradicionalmente a un sector de negocio concreto cuya finalidad es la divulgación, comercialización y</i>	<i>Atención directa a los asistentes; alta movilización de recursos; alto grado de planificación con base a su periodicidad y sede fija.</i>	<i>Entre 3 y 5 días</i>

*promoción de productos y/o servicios, así como la creación de relaciones de negocios. Se encuentran dirigidas a productores o distribuidores, o a consumidores finales y abarcan otros componentes como personal técnico de montaje, diseño de stands, contratación de expositores, iluminación, sonido, publicidad, lanzamiento de productos, y organización de actos paralelos a la feria.*

<p><u>EXPOSICIONES</u></p>	<p><i>Se organizan y desarrollan con fines culturales, educativos, informativos o incluso promocionales por encima de lo meramente comerciales. Otras modalidades similares son los Salones Monográficos, Certámenes, Festivales y Coloquios.</i></p>	<p><i>Celebración de manera puntual; frecuentemente itinerantes; duración altamente variable.</i></p>	<p><i>Desde 3 días a 4 meses</i></p>
<p><u>VIAJES DE INCENTIVOS</u></p>	<p><i>Al igual que las Convenciones, el centro de decisión y de gasto se concentra en el organizador del evento, si bien su motivación es lúdica (premio) y por ende cuentan con un alto componente de ocio.</i></p>	<p><i>Para ser considerados como tales, el Spain Convention Bureau establece que deben ser de un mínimo de 50 participantes y una duración de al menos 2 días (1 pernoctación). Por su parte, España establece que deben tener un</i></p>	<p><i>Entre 2 y 5 días</i></p>

		<i>mínimo de 20 participantes y una duración de al menos 2 días (1 pernoctación).</i>	
--	--	---	--

Fuente: Estudio para el desarrollo y gestión del producto turístico “MICE” en Euskadi, aproximación al turismo MICE

De acuerdo con la tabla se observan las definiciones y algunas especificaciones del Turismo MICE, con la finalidad de obtener el estudio necesario para el desarrollo y gestión de los eventos.

La Industria de Reuniones en general, hoy ha alcanzado su madurez, lo que conlleva a generar grandes beneficios para la ciudad de Popayán, debido a que contribuye a la potencialización de los destinos, promueve el conocimiento, innovación y creatividad; para ello se ha establecido una dinámica que muestra una relación del “Turismo de Reuniones” donde hay ventajas y desventajas en torno a esta actividad turística expresada en la siguiente tabla, con el propósito de proponer características a contrarrestar las desventajas donde se visualiza la aplicación de esto a la ciudad de Popayán, de acuerdo con los ítems que relacionan las características propias de la ciudad.

Tabla 2.10

*Ventajas y desventajas del Turismo de Reuniones.*

VENTAJAS	REFERENCIA	DESVENTAJAS	REFERENCIAS
<p>El encuentro de personas tiene tantas motivaciones como nuestra mente nos permite pensar; a su vez existe una amplia gama de reuniones: congresos, convenciones, conferencias, debates, simposios, jornadas, foros, asambleas, mesas redondas, fiestas, ferias, etc.; cada una con características propias y distintos objetivos. Estas actividades se han convertido en los motores de crecimiento sostenido de aquellas ciudades que han elegido por</p>	<p>plan de acción del segmento MICE (Sernatur, 2010)</p>	<p>El tráfico peatonal y de vehículos, así como las áreas de descanso o de camping, generan pérdida de vegetación por pisoteo, compactación, etc.</p>	<p>Los recursos naturales y la legislación ambiental Mexicana  (Mosquera Hernandez, 2014)</p>

<p>vocación identificarse con este mercado.</p>			
<p><i>Las reuniones de por sí son un gran negocio y juegan un importante papel de apoyo a otros negocios.</i></p>	<p>(OMT, 2014)</p>	<p>Otras alteraciones pueden ser los cambios en el porcentaje de cobertura, en la variedad de especies, en el índice de crecimiento, en la destrucción del hábitat, causadas por el agotamiento de la capacidad de carga de un determinado lugar por el número excesivo de turistas, la frecuencia de sus visitas o el tipo de actividades que realizan.</p>	

<p><i>Las reuniones favorecen las inversiones, el comercio, las comunicaciones y las tecnologías.</i></p>		<p>Otras alteraciones pueden ser los cambios en el porcentaje de cobertura, en la variedad de especies, en el índice de crecimiento, en la destrucción del hábitat, causadas por el agotamiento de la capacidad de carga de un determinado lugar por el número excesivo de turistas, la frecuencia de sus visitas o el tipo de actividades que realizan.</p>	
<p><i>Las reuniones llevan formación y desarrollo profesional a las comunidades locales creando puestos de trabajo y reteniendo la mano de obra.</i></p>			
<p><i>Es una industria “limpia” que promueve la calidad ambiental.</i></p>		<p>El equipamiento hotelero y los servicios de apoyo, así como las</p>	

*Las reuniones favorecen y respaldan otros sectores empresariales.*

*Las reuniones representan la “gama alta” en cuanto a gastos de los viajeros.*

*Las reuniones atraen a expertos mundiales.*

*Las reuniones crean y difunden conocimientos en el mundo entero.*

*Las reuniones perfilan las comunidades.*

residencias privadas, son las principales fuentes de descargas residuales en muchos de los desarrollos turísticos. Detrás de esto se identifica la presencia de una sociedad que usando los recursos del entorno como atractivo, les otorga además la categoría de receptor de sus propios desechos. Los residuos pueden afectar el patrimonio histórico- cultural en forma indirecta (por ejemplo: contaminación visual, olores, etc.).

*Las reuniones contribuyen a la comprensión y la cooperación mundiales.*

El equipamiento hotelero y los servicios de apoyo, así como las residencias privadas, son las principales fuentes de descargas residuales en muchos de los desarrollos turísticos. Detrás de esto se identifica la presencia de una sociedad que usando los recursos del entorno como atractivo, les otorga además la categoría de receptor de sus propios desechos. Los residuos pueden afectar el patrimonio histórico- cultural en forma indirecta (por ejemplo:

		contaminación visual, olores, etc.).	
Porque regula la estacionalidad de la demanda turística (mejora la ocupación en temporadas bajas)	(Delgado M. I., 2010)		
Contribuye a elevar el gasto promedio por persona, de los visitantes (entre 3 y 6 veces que el turista promedio normal)			
Se constituye así mismo, como un factor de multiplicación de los esfuerzos promocionales.			

Ayuda a elevar la estadía promedio en el país (1.71 días por turista normal vs. 4.27 días por turista grupal)			
La derrama económica que se refleja en la Ciudad, Región, Estado, contribuye a mejorar y a detonar la actividad comercial, no sólo de los prestadores de servicios turísticos.			

Fuente: Elaboración propia basado en otros autores

Teniendo en cuenta las ventajas y desventajas se observa que es importante tener un plan de manejo en conducta ambiental, que permita mitigar los daños en las locaciones donde se desarrolla el Turismo de Reuniones.

También es importante al iniciar con el desarrollo de una actividad turística de reuniones tener en cuenta factores como: equilibrio en la carga (cantidad de personas según la capacidad de carga), sistemas de recolección de basuras, información y capacitación sobre el manejo personal con el espacio de trabajo, el manejo de los recursos ambientales, logística de recursos para la

atención al cliente, entre otros; todo esto, con la finalidad de concebir armonía en la práctica de la actividad y el espacio donde se desarrolla, (ciudad, pueblo, municipio, corregimiento, etc.).

### **2.3 CONTEXTO INTERNACIONAL**

El Turismo de Negocios y Reuniones como actividad económica tiene sus orígenes en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. No obstante, sólo hasta bien entrada la segunda mitad de este siglo, se reconoció realmente la denominada “Industria de Reuniones” y su trascendencia para el desarrollo de las ciudades y sus entornos territoriales. Desde entonces las actividades relacionadas con la realización de eventos de reuniones y congresos se han ido posicionando en muchos países con el objetivo de dinamizar la socio-economía de sus ciudades y alcanzar la imagen que las ha hecho más atractivas y competitivas en el marco de las tendencias de la nueva sociedad post moderna.

Al respecto, España se encuentra muy bien situada en el contexto internacional con el 7.4% de la cuota del mercado mundial superando en el último año, únicamente en las ciudades asociadas al Spain Convention Bureau, las 18.000 reuniones y los 3 millones de participantes. Dadas las características de esta demanda, que no limita su estancia al motivo de su viaje, el Turismo de Reuniones, se posiciona como una interesante tipología, no sólo favoreciendo la descentralización y el alojamiento hotelero de gama alta, sino también a la oferta complementaria y a la imagen de la ciudad, potenciando sus aspectos innovadores y de creatividad; en definitiva, posicionando la ciudad de destino en el ámbito de la nueva sociedad del conocimiento. (López, et al., 2008)

Según la (OMT, 2014) *la Industria de Reuniones es uno de los segmentos fundamentales del sector turístico. En el contexto de globalización creciente y expansión sostenida del sector turístico, cabe prever que la importancia de la Industria de Reuniones seguirá aumentando.* Ha sido sistemáticamente estudiada por la OMT durante más de una década, habiéndose analizado entre otras cosas, la definición del alcance de este segmento y la metodología requerida para la medición de su contribución a la economía; por tanto según el informe de marzo del 2014 que la OMT presenta, basado en estudios de casos reales<sup>9</sup>, muestra los inconvenientes que deben desafiar aquellos destinos que pretenden “*crear una Industria de Reuniones competitiva*”, esto, debido a un factor económico privilegiado, puesto que la contribución que este sector del turismo representa, deja un amplio margen en comparación con otras actividades de turismo.

Según el Informe global sobre la industria de reuniones que presenta la OMT “*La Industria de Reuniones ofrece inmensos beneficios a la economía en general, ya que da lugar en promedio a un mayor nivel de gasto, reduce la estacionalidad, contribuye a la regeneración de los destinos, promueve la divulgación de conocimientos y potencia la innovación y la creatividad*”.

Es importante decir que para el éxito de esta actividad turística, la colaboración de entidades en conjunto tanto públicas como privadas que permitan establecer unas condiciones para el desarrollo del “Turismo de Reuniones” donde la colectividad sea un todo y el servicio

---

<sup>9</sup>El estudio se preparó con la colaboración de Meetings Professionals International (MPI), la International Congress and Convention Association (ICCA), la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE), la Asociación de Ferias Españolas (AFE), la Organización Profesional de Congresos (OPC), la Association of Spanish Destination Management Companies (DMCs Spain) y la Society of Incentive & Travel Executives (SITE).

sea un contenido en esta modalidad; por lo que se busca que se establezcan nexos en la ciudad de Popayán donde fluya un “Turismo de Reuniones” que permita tener acceso a los beneficios que éste trae, conectado con las entidades pertinentes y actividades de reuniones acordes con la ciudad y sus características en búsqueda de la colaboración y las asociaciones público-privadas que son fundamentales para explotar este valioso mercado y aprovechar sus muchas ventajas (Secretario General de la OMT, Taleb Rifai).

### **2.3.1. Turismo de Reuniones**

La OMT presenta anualmente un informe de la evolución del turismo que expone principalmente el fenómeno económico de esta actividad. Disocia las diferentes formas de turismo y el desarrollo de cada una, por tanto, se evidencia que el “Turismo de Reuniones” posee un lugar muy importante dentro de este balance debido a su crecimiento, el cual ha llevado esta actividad a un punto de atención que explica la existencia del ICCA,<sup>10</sup> haciendo un énfasis especial en el Turismo MICE<sup>11</sup> *“el Informe Mundial sobre la Industria de Reuniones, complementa estos resultados y ofrece un acercamiento práctico, centrándose en las cuestiones relativas al marketing, en el valor añadido de los eventos, así como en los ejemplos prácticos y estudios de casos reales de las Américas, Asia y Europa”*.

---

<sup>10</sup>ICCA representa a los principales especialistas en organizar, transportar y alojar reuniones y eventos internacionales, y cuenta con cerca de 1.000 empresas y organizaciones miembros en más de 90 países en todo el mundo. ICCA se especializa en el sector internacional de reuniones de la asociación, que ofrece datos sin igual, canales de comunicación, y las oportunidades de desarrollo de negocios.

<sup>11</sup>El concepto MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) hace referencia al turismo de negocios como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, de ocio, profesionales y/o asociativas a través de la realización de reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares a estas (jornadas, presentaciones de producto, conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos...) convocados con diferentes propósitos y magnitudes.

### 2.3.2. Tendencias de Turismo de Reuniones

(Bookmeetings, 2015) <sup>12</sup>, hace una relación de la situación del Turismo de Congresos y Eventos en España, teniendo como referencia el período comprendido entre el año 2011 al 2014. En esta relación se muestra que en el año 2012 el “Turismo de Reuniones” tenía una buena respuesta y que en el año 2013 inicia un decrecimiento de la actividad turística en el país. Sin embargo, cabe resaltar que según (El diario de Mallorca , 2009) en 2008 se inicia la gran recesión económica española, donde aún hasta la actualidad se reflejan sus consecuencias. La crisis inicia con un decrecimiento a consecuencia de “la crisis de las hipotecas subprimer”<sup>13</sup>, desplome económico que surge en Estados Unidos, esto seguido del estallido de la burbuja inmobiliaria, que puso en cuerda floja uno de los principales actividades de sustento de la economía, (la construcción). Más adelante estalla el paro de la reforma laboral, y esto produce recortes de personal, bajas en las dinámicas de trabajo, contracción de la economía, lo que ocasiona que el mercado español y el resto de países de la Unión Europea pongan a este país en observación y que esté, este en la necesidad de dar un giro hacia nuevas estrategias. Por tanto, con datos principalmente circulantes por bookmeetings apoyados en estudios realizados anteriormente, se puede dar cuenta del comportamiento del “Turismo de Reuniones”, donde *“El año 2012 fue un año importante a nivel de organización de congresos y reuniones dentro del entorno empresarial; sin embargo los datos no son tan favorables para el año 2013, momento en el que se fueron dejando a un lado las reuniones internas de las empresas, se aplazaban o*

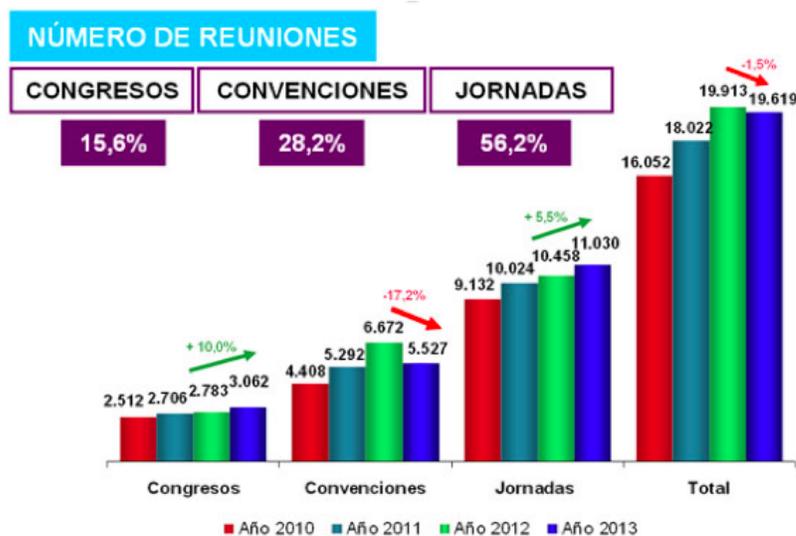
---

<sup>12</sup>10 jul. 2014 - Nace **Bookmeeting**, la primera plataforma de reservas online de salas y paquetes de reuniones en hoteles y espacios singulares.

<sup>13</sup> Es es una crisis financiera, por desconfianza crediticia

no se celebraban con la frecuencia que lo hacían antes y este fenómeno produjo un decremento en el flujo de la actividad”, esto puede notarse expuesto claramente en la siguiente gráfica.

Gráfica 2.3  
Tendencias de turismo en España.



Fuente: Tendencia en Turismo de Reuniones, Aprende de Turismo.org<sup>14</sup>

Sin embargo, en el 2014 el “Turismo de Reuniones” revela cambios positivos. Los empresarios vuelven a tener en cuenta las reuniones y emergen datos efectivos. Empieza a recuperarse la demanda de *jornadas de trabajo*<sup>15</sup>, como presentaciones de producto; lo que trajo consigo una mayor exigencia y como consecuencia, que los *venues*<sup>16</sup> y hoteles en los que se albergan estas reuniones hayan tenido que dar un giro no esperado y abrir puertas a generar una oferta más completa.

<sup>14</sup> Disponible en: <http://www.aprendedeturismo.org/tendencia-en-turismo-de-reuniones/>

<sup>15</sup> Hace referencia a reuniones de un día

<sup>16</sup> Hace referencia a lugares de encuentro

Hoy, el cliente no sólo busca una buena ubicación, sino que necesita que la oferta se acomode a sus exigencias, que les permita tener un mayor aprovechamiento en el desarrollo de las actividades dispuestas y todo lo necesario para el curso de éstas.

- A partir de estas necesidades, nacen sitios como Bookmeetings, la primera plataforma que permite a este tipo de clientes encontrar las ofertas de salas de reuniones en hoteles y espacios singulares. Además poco a poco va incorporando otros servicios complementarios para que el ejecutivo planee su viaje de negocios en sólo 4 clics. (Plataforma Virtual Española).

- Tendencias que cabe destacar es la creciente aparición de intermediarios: Cada vez más, las empresas tienden a externalizar cuantos servicios sean posibles, de manera que supone una reducción en coste de tiempo para el empresario. Es el llamado “outsourcing”, de esta manera son agencias o empresas especializadas las que se ocupan de la organización de los viajes de negocio (Conglomeración de los servicios para formar la oferta).

Según este estudio en España se denota que hay una gran demanda, en los últimos años, de un servicio especializado para el “Turismo de Reuniones” que engloba de forma estratégica todas las necesidades requeridas en un solo lugar y se haga una oferta que se ajuste a los demandantes.

Según esto, lo que se quiere lograr en la ciudad de Popayán es crear un conjunto estratégico de trabajo que permita la organización de esta tendencia de “Turismo de Reuniones”, que encierre una variedad de servicios para mayores entidades beneficiadas; tal como se

muestran la plataformas anteriormente mencionadas que dan la posibilidad a la oferta que elija a su preferencia las condiciones del servicio en “Turismo de Reuniones”.

(Jimenez, 2014) menciona que el “*Turismo de Reuniones*” ofrece una oportunidad de negocios, en una industria en la que aún no es del todo explotada. Según esta investigación, y basadas en esta afirmación, el “Turismo de Reuniones” es una buena alternativa para implementar en la ciudad de Popayán como una oportunidad en la prestación de servicios turísticos con visión a un mayor nivel de crecimiento económico, comparado con el turismo que actualmente se está gestando.

De acuerdo con un estudio de la revista *Harvard Business Review*, tres de cada cinco ejecutivos prefieren realizar negocios cara a cara, pese a las herramientas tecnológicas con que se cuenta actualmente para hacer negocios.

Teniendo en cuenta lo anterior, este proyecto muestra que la ciudad de Popayán puede llegar a ser un destino de Reuniones de Negocios, por sus características como una ciudad estratégica<sup>17</sup> y para esto es necesario establecer una oferta en este tipo de turismo.

Para ello se deben organizar todos y cada uno de los servicios logísticos de la actividad, que permitan una colectividad sinérgica hacia la actividad económica, ampliando de forma favorable el panorama comercial y laboral. Esto sería muy importante pues Popayán no cuenta con industria representativa; y entre el 2000 y 2005 contaba con un nivel de migración de 16%, debido a la alta tasa de desempleo (DANE, 2005 ).

---

<sup>17</sup> Ciudad estratégica, hace referencia a que es fácil de recorrer, cuenta con infraestructura para acoger este tipo de actividades, ya sea en uno o varios lugares, las distancias son cortas, es una ciudad histórica, con gran enfoque académica, multicultural y es cuna de grandes artistas y próceres.

La tendencia de generar reuniones de negocios a nivel global, sigue creciendo de forma constante cada año. De acuerdo con el ICCA, anualmente se realizan en todo el mundo más de 7.500 eventos internacionales, entre ferias, exposiciones, congresos y convenciones; donde a través de esta investigación es apropiado mencionar que Popayán se perfila a ser un destino potencial para este tipo de turismo, con eventos entre 700 y 1.200 personas; con una inversión entre 8.000 y 30.000 dólares.

Según (Jimenez, 2014) las estadísticas de (ICCA), indican que durante los últimos 10 años, los eventos de “Turismo de Reuniones”, han tenido un crecimiento de tres veces más que en los años anteriores en América Latina, pero a pesar de ello, la región sólo capitaliza el diez por ciento del mercado global; debido a que durante el año 2013, Centroamérica creció 7.3% en cuanto a la recepción y realización de eventos de Turismo de Negocios, menciona Alisson Batres presidenta de (COCAL). Sin embargo, en total, el conjunto de países que componen la meseta central, apenas realizó 123 eventos en el año, el 10% del total de todo el continente, lo que evidencia que Centroamérica cuenta con la infraestructura suficiente para elevar el número de eventos de “Turismo de Reuniones”, pues posee una oferta de poco más de 180 mil metros cuadrados, para realizar exposiciones y congresos en 26 recintos en toda la zona. No obstante señala Batres, la falta de promoción de los destinos junto con el déficit de personal certificado a nivel internacional, limitan el potencial de crecimiento que tiene la industria en Centroamérica.

*Rafael Hernández* director de *Word Meeting Forum*, que recientemente realizó su segunda edición en Cancún, señaló que dicho foro está pensado para organizadores de congresos y convenciones y que el principal objetivo, del evento es la promoción de las certificaciones

internacionales, con el propósito de elevar la calidad de los eventos que se realizan en toda Latinoamérica.

Diversos reportes de ICCA señalan que el gasto promedio de un viajero en un evento de Turismo de Reuniones, es de cuatro a seis veces más que uno de sol y playa.

En 2013, Latinoamérica realizó 1.290 eventos de “Turismo de Reuniones”, sin embargo el potencial de crecimiento, es mayor si se trabaja de manera conjunta<sup>18</sup> entre todos los países del continente, afirma Miguel Harraca presidente de la Asociación Latinoamericana del Bureau de Convenciones y Visitantes, lo cual significa un gran reto, matiza el dirigente.

Del artículo anterior, es importante destacar que la conformación de un Bureau es un elemento estratégico a la hora de establecer o implementar un “Turismo de Reuniones”, para una determinada zona, región o país, ya que permite aglomerar todos los servicios necesarios para el desarrollo de esta actividad en una sola organización.

---

<sup>18</sup>Panamá es el principal receptor de Turismo de Reuniones en la región, el país canalero trabaja bajo un programa integral de promoción del país como destino y se encuentra apuntalando su infraestructura mejorando los recintos ya existentes y con la construcción de uno nuevo con capacidad para albergar a 20 mil personas, el cual requerirá una inversión aproximada de 202 mdd.

Guatemala está bien posicionada como receptora de eventos internacionales en el Turismo de Reuniones, señala Batres, quien además apunta, que para 2016, estará listo el nuevo recinto Centro de Convenciones AVIA, el complejo tendrá en total 2,367 metros cuadrados (m<sup>2</sup>) y en su primera fase entrarán en operación 625 m<sup>2</sup>.

En total Guatemala estima elevar su oferta en 10 mil m<sup>2</sup> más en los próximos años, por lo que se esperan fuertes inversiones en el país.

La presidenta de la COCAL, afirma que su meta al frente del organismo, será certificar a 200 organizadores de eventos en Latinoamérica, lo que dará un plus a la región para la atracción de eventos de talla mundial. En Guatemala, Alisson Batres confía en certificar al menos a 50 profesionales de los burós de convenciones de su país. Según la asociación Brasileña de agencias de viajes corporativos (ABROCORP) Brasil en el año 2014 aumento un 14.5% en cuanto a Turismo de Negocios debido a que no solo favorece el mercado hotelero sino la parte comercial, las principales ciudades que los viajeros de negocios eligen son Sao Paulo y Río de Janeiro, Según el Ministerio de turismo de Brasil según sus estadísticas el 25% de los extranjeros que visitan el país es por motivo de negocios, congresos y convenciones Abrocorp. (2015). Viajes de negocios en Brasil crecen un 14,5 %. Caribbean news digital .

Europa, hoy por hoy, es una de las más fuertes potencias en la organización de eventos; sin embargo, América del Norte y Sudamérica, también han adquirido un importante lugar en la realización de congresos y eventos; según (ICCA, 2014), estipula que en el 2014, París ocupa el primer lugar, con un total estimado de 130.516 participantes, asistiendo 214 reuniones de la asociación, seguido de cerca por Barcelona (quinto en el ranking de la ciudad por el número de reuniones con 182 reuniones) con 127.469 participantes. En tercer lugar, tanto en el ranking de la ciudad por el número de reuniones y por el número de participantes está Madrid, con 91,452 participantes de 200 reuniones; Londres (sexto en el ranking por número de reuniones) está en el cuarto lugar en este ranking, y Viena (segunda en el ranking por número de reuniones) está en el quinto, respectivamente, con 89,969 y 81,902 participantes.

Tabla 2.11  
*Ranking de ciudades según ICCA (2014).*

<b>PUESTO</b>	<b>CIUDAD</b>	<b>PARTICIPANTES</b>	<b>REUNIONES</b>
1	Paris	130,516	214
2	Barcelona	127,469	182
3	Madrid	91,452	200
4	London	89,969	166
5	Viena	81,902	202
6	Ámsterdam	79,356	133
7	Berlín	76,880	193
8	Estambul	75,864	130
9	Copenhague	57,551	105
10	Singapur	57,497	142

Fuente: Ranking de ciudades (ICCA, 2014) comunicados de ciudades y países más populares para reuniones de asociaciones

Adicionalmente ICCA presenta el ranking de países con mayor número de participantes y reuniones.

Tabla 2.12  
*Ranking de países según ICCA (2014).*

<b>PUESTO</b>	<b>PAISES</b>	<b>PARTICIPANTES</b>	<b>REUNIONES</b>
1	U.S.A.	365,338	831
2	Spain	289,039	578
3	Germany	264,156	659
4	France	233,075	533
5	United Kingdom	199,100	543
6	Italy	175,400	452
7	Australia	151,808	260
8	Japan	147,245	337
9	Canadá	133,609	265
10	Netherlands	133,105	307

Fuente: Ranking de países (ICCA, 2014) comunicados de ciudades y países más populares para reuniones de asociaciones

En Latinoamérica, también hay países destacados, que año tras año han mejorado su estadística en el Ranking de ICCA, como se observa a continuación.

Tabla 2.13  
*Ranking de Latinoamérica según ICCA (2014).*

<b>RANKING ICCA 2014 - PAISES LATINOAMÉRICA</b>				
<b>PUESTO DE PAÍSES</b>		<b>REUNIONES</b>	<b>PUESTO</b>	
<b>2014</b>		<b>2014</b>	<b>2013</b>	
<b>11</b>	Brasil	291	<b>9</b>	315
<b>18</b>	Argentina	191	<b>17</b>	223

<b>25</b>	Colombia	150	<b>28</b>	139
<b>33</b>	Chile	118	<b>36</b>	110
<b>39</b>	Perú	84	<b>43</b>	63
<b>48</b>	Panamá	48	<b>46</b>	61
<b>54</b>	Uruguay	44	<b>45</b>	62
<b>56</b>	Costa rica	36	<b>64</b>	25
<b>56</b>	Ecuador	36	<b>53</b>	42
<b>63</b>	Guatemala	29	<b>62</b>	33
<b>65</b>	R. Dominicana	27	<b>70</b>	19
<b>66</b>	Paraguay	26	<b>67</b>	23
<b>71</b>	Bolivia	18	<b>74</b>	17
<b>74</b>	Puerto rico	15	<b>68</b>	20
<b>76</b>	Cuba	12	<b>71</b>	18

Fuente: Ranking Latinoamérica (ICCA, 2014) comunicados de ciudades y países más populares para reuniones de asociaciones

Para que cada uno de estos países se posicione en el Ranking de ICCA, como destinos de “Turismo de Reuniones”, cabe resaltar que es todo un proceso; cuando se habla de “Turismo de Reuniones”, un proceso que se traza desde la demanda hasta la articulación de la oferta.

En el proceso de señalar el desarrollo mundial de “Turismo de Reuniones”, se ve claramente el trabajo en un importante componente estratégico que hace de esta actividad un éxito en los destinos antes expuestos; equivalen a unidades dispuestas a formar engranajes de complementación hacia la oferta para prestar un servicio completo y de calidad.

Por otro lado se observa que el efecto de esta actividad favorece social, ambiental, cultural y económicamente a la comunidad.

Se puede concluir que el “Turismo de Reuniones” inició su evolución formal en países con alto reconocimiento turístico y poco a poco otros se han ido adecuando a las necesidades que tienen de establecer este tipo de oferta permitiendo clasificarse y apoyarse en la asociación ICCA, como punto de referencia.

#### **2.4. CONTEXTO NACIONAL**

En el año 2013, Colombia se ha posicionado según el ranking ICCA en el puesto número 28, de 139 países, dentro de la clasificación mundial lo que ha llevado a PROCOLOMBIA<sup>19</sup> a realizar estrategias para la promoción de diferentes tipos de reuniones, en la que no sólo se han realizado en las principales ciudades del país, sino también en otras, como Armenia, Bucaramanga, Neiva, Manizales, entre otras, que se han ido integrando a la oferta promocional internacional, no sólo centrándose en el “Turismo de Reuniones”, sino realizando otro tipo de actividades como son compras, alimentación, bebidas, etc., dejando un gran aporte económico a las ciudades mencionadas (Procolombia, 2014).

*“Los recientes resultados del ICCA posicionan a Colombia como el tercer mayor receptor de eventos internacionales en Suramérica, después de Brasil y Argentina, y el cuarto en Latinoamérica, después de México, considerado un referente dentro de la región en el*

---

<sup>19</sup>PROCOLOMBIA es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no mineros energéticos y la imagen del país.

A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios(PROCOLOMBIA, 2016)

*Turismo de Reuniones*”, dijo la expresidenta de PROCOLOMBIA, María Claudia Lacouture. (Procolombia, 2014).

Según la OMT, *Colombia en los últimos tres años, ha mejorado su posición en ciudades como Cartagena de Indias, Bogotá, Medellín y Cali, las cuales están trabajando activamente el segmento de Turismo de Reuniones, captando grandes e importantes eventos.*

En el año 2014, Colombia aumentó en el PIB un 4,6 según el FMI<sup>20</sup>, lo que de alguna manera permitió que las principales ciudades como Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla lograran atraer capitales extranjeros.

A nivel nacional, Bogotá se encuentra entre las primeras cincuenta ciudades de mayor número de eventos realizados y en un sexto lugar, catalogándose como una de las mejores de la región Latinoamericana.

Colombia, es uno de los destinos líder y contribuye con el 36% a la economía gracias a los eventos que realiza en Convention Bureau<sup>21</sup> (BCB); como resultado de este proceso de concertación, el Convention Bureau forma parte de diferentes escenarios que definen procesos de internacionalización de ciudad, tales como, el comité de City Marketing y el Clúster de “Turismo de Reuniones”, liderado por la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), (OMT, Informe global sobre la Industria de Reuniones, 2014).

---

<sup>20</sup>Fondo monetario internacional

<sup>21</sup> Los Convention Bureau son organizaciones sin fines de lucro cuyo principal objetivo es posicionar sus ciudades, regiones o países en el mercado como lugar para celebrar reuniones. Además, ayudan a sus destinos a lograr un desarrollo en el largo plazo bajo estrategias de Turismo, Viajes y Reuniones. (Bureau, 2012).

Bogotá, obtiene el sexto puesto donde se enfoca en la posición de las universidades, afianza la importancia de sus MBA y presenta mayor cantidad de revistas indexadas universitarias en América Latina en la base de datos Scielo<sup>22</sup>. No obstante, “*Bogotá es la única ciudad latinoamericana miembro de la alianza mundial Best cities*” plantea (García, 2004); aludiendo a que la ciudad se encuentra dentro del ranking que generan estrategias que permiten promocionar la ciudad a partir de la cultura, el humanismo, la arquitectura, entre otros; fomentando la afluencia de los viajeros en los sectores potencialmente históricos que permita dar una referencia acerca de la ciudad.

Medellín, por su parte, logra el puesto número 15 en el ranking de las mejores ciudades de América Latina, cuyo principal objetivo es el medio ambiente; por tal motivo esta ciudad, ha realizado varias evoluciones como el Metro Cable, el Metro Plus, el Tranvía y el Metro entre otras, bajando la contaminación de CO<sub>2</sub> y PM<sub>10</sub>. La ciudad Cali, obtiene el número 21 con mejoras en la dimensión de servicio a ejecutivos, optimizando su calidad de vida y siendo una de las mejores ciudades en costo de vida; además, le ha apostado a diferentes proyectos, como implementación de diferentes tecnologías, vías, entre otros. La ciudad de Barranquilla se posiciona en el puesto número 29, su enfoque principal es el servicio de ejecutivos y dinamismo económico esto basado en (Sotomayor, 2015).

---

<sup>22</sup>Datos Scielo: Biblioteca Científica Electrónica en Línea) es un proyecto de biblioteca electrónica, iniciativa de la Fundación para el Apoyo a la Investigación del Estado de São Paulo, Brasil. que permite la publicación electrónica de ediciones completas de las revistas científicas mediante una plataforma de software que posibilita el acceso a través de distintos mecanismos, incluyendo listas de títulos y por materia, índices de autores y materias y un motor de búsqueda.

Otra de las ciudades que se ha fortalecido con el tiempo es Cartagena de Indias, que cada día implementa nuevos sitios turísticos sofisticados, lleva más de 30 años en el segmento de “Turismo de Reuniones”; según el ranking ICCA, Cartagena se posiciona el número 29 a nivel mundial y el 6 puesto en Latinoamérica.

*Cartagena de Indias Convention & Visitors Bureau, es una entidad privada sin ánimo de lucro con 16 años de experiencia, que trabaja por posicionar a Cartagena de Indias como destino preferencial para la realización de congresos, convenciones, ferias, viajes de incentivo y bodas, Cartagena de indias ha aprovechado el posicionamiento que ha tenido la ciudad como destino turístico para posicionarse como destino de “Turismo de Reuniones” (OMT, Informe global sobre la Industria de Reuniones, 2014).*

Por otra parte, se puede ver el interés que adquiere esta actividad dentro del país, lo que permite dar cuenta de actividades en beneficio del desarrollo del “Turismo de Reuniones”. Como se observó en Tuluá (Valle), donde se llevó a cabo el primer Encuentro Nacional de Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones<sup>23</sup>, se reunieron expertos nacionales de la Industria del Turismo de Negocios, Ferias, Convenciones y relacionados, con las personas que toman las decisiones en los diferentes entes gubernamentales, gremios, asociaciones y empresas del sector turístico, a fin de discutir sobre las tendencias actuales del mercado e intercambiar ideas y experiencias, buscando la optimización del sector y elevar el nivel de competitividad del mismo. (El tabloide, 2015).

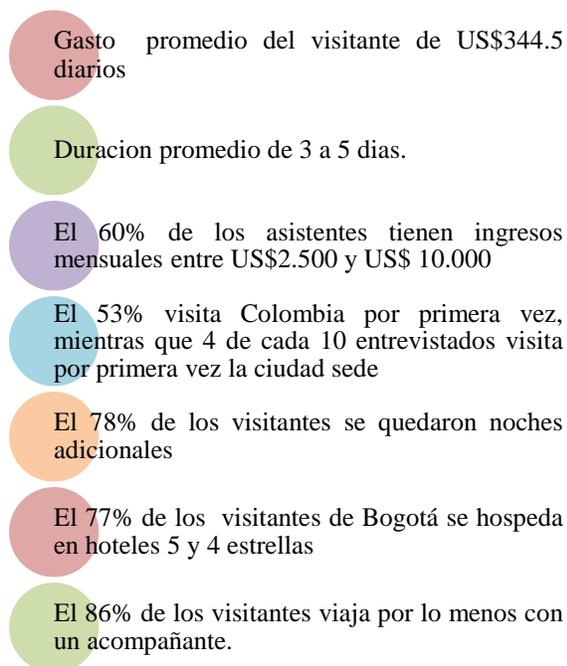
---

<sup>23</sup> Evento que fue llevado a cabo el 30 y 31 de octubre del 2015 en el Parque Carlos Sarmiento Lora. Evento organizado por ANATO Sur Occidente y AsTurismo en el Centro del Valle del Cauca.

En Colombia, no existen cifras oficialmente consolidadas para demostrar el impacto de la industria; sin embargo, Procolombia llevó a cabo en el año 2013 un estudio de la firma IPSOS<sup>24</sup> que arrojó los siguientes resultados:

#### Gráfica 2.4

##### *Estudio de PROCOLOMBIA.*



Fuente: Adaptada de Sandra García, (García, 2004)

Finalmente al analizar el contexto nacional e internacional se puede obtener una visión más clara de cuáles son los destinos claves más representativos en el “Turismo de Reuniones”.

---

<sup>24</sup>Una compañía independiente, formada por especialistas, que se dedica a una única actividad: la investigación de mercado basada en encuestas. Es un mundial de investigación de mercados, la compañía con sede central en París, Francia. Cinco unidades de profesionales trabajan todos los días para lograr que la investigación de mercado se convierta en una de las herramientas fundamentales para comprender a la sociedad y la economía contemporáneas, Por lo que nos convertimos en un socio estratégico vital para que las empresas e instituciones conozcan realmente a sus consumidores, usuarios y ciudadanos.

La compañía fue fundada en 1975 cotiza en la Bolsa de París desde el 1 de julio de 1999. Desde 1990, el Grupo ha creado o adquirido numerosas empresas en todo el mundo. En octubre de 2011, Ipsos adquirió Synovate, resultando en una nueva organización combinada Ipsos que se ubica como la agencia de investigación de la tercera mayor del mundo. A partir de 2014, Ipsos tiene oficinas en 87 países, que emplean a 16.530 personas.

Tabla 2.14

Lugares con mayor influencia en Turismo de Reuniones.

CONTEXTO INTERNACIONAL	CONTEXTO NACIONAL
Países con mayor influencia en Turismo de Reuniones	Ciudades con mayor influencia en Turismo de Reuniones
U.S.A.	Cartagena
España	Bogotá
Alemania	Medellín
Francia	Cali
Reino unido	Armenia
Italia	Neiva
Australia	Bucaramanga
Japón	Manizales
Canadá	
Holanda	
Brasil	
Argentina	
Colombia	
Chile	
Perú	
Panamá	
Uruguay	
Costa rica	
Ecuador	
Guatemala	
República Dominicana	
Paraguay	
Bolivia	
Puerto rico	
Cuba	

Fuente: Elaboración propia

## 2.5. CONTEXTO REGIONAL

Popayán, capital del departamento del Cauca, se ha visto envuelto en el entorno del “Turismo de Reuniones” de forma no especializada. Todo inicia con el reconocimiento social

que emerge en torno a la Semana Santa, fiesta religiosa que se lleva a cabo desde 1566, donde se hacen procesiones, con un ritual de imágenes de santos haciendo memoria al sufrimiento de Jesucristo. En el 2009 la UNESCO declara estas procesiones como patrimonio inmaterial de la humanidad, lo cual atrae a más turistas nacionales e internacionales lo que la convierte en la celebración religiosa más importante del país.

Tal como lo comenta Villanova en el año 2012, el turismo visto como resultado de la elección del consumidor, sugiere la existencia de una función de demanda cuyos determinantes son trascendentales al momento de emprender acciones de política pública y privada, propensos a impulsar el nivel de actividad económica. Lo anterior, dado que el turismo se constituye de algún modo en una exportación que trae consigo la llegada de recursos, fomenta el comercio, la formación y dinamización de cadenas de valor, y en el plano social, promueve el fortalecimiento de la identidad colectiva alrededor de la producción local. En este sentido, se torna importante estudiar economías que se han decidido por el turismo como uno de sus renglones de especialización, no solo a nivel país como es la generalidad. Sino desde la óptica de ciudades como Popayán, “Ciudad Blanca de Colombia”, que en la época colonial fue sitio obligado de paso dentro de la ruta comercial Quito - Cartagena de Indias y que actualmente se considera uno de los lugares más atractivos en América Latina por su legado histórico-cultural. (Villanova, 2012)

Por otro lado, desde el año 2003 se realiza en la ciudad de Popayán, el Congreso Gastronómico como un espacio académico, cultural y representativo de las cocinas tradicionales, en el cual los amantes del arte culinario, pueden reunirse a debatir sobre las prácticas gastronómicas nacionales e internacionales. Este evento, fue un impulsor para que la

ciudad fuese catalogada en el año 2005 como: “Ciudad Gastronómica. Popayán como patrimonio intangible de los colombianos” (UNESCO, 2005); este reconocimiento esta proporcionado específicamente por la tradición culinaria que la ciudad conserva hasta ahora.

En este certamen tienen lugar; conferencias, talleres educativos, encuentros entre escuelas y academias gastronómicas y, por supuesto, degustaciones de platos tradicionales.

Por tanto, el turismo más representativo de Popayán, se fecunda y crece en torno a estos dos grandes eventos que ubicaron la ciudad como un destino en el mapa<sup>25</sup> turístico, propiciando el inicio de una actividad de Turismo de Reuniones de forma práctica, donde se ha llevado una organización homogénea año tras año en el desarrollo de estos eventos.

En los últimos años, cabe resaltar un amplio proceso de desarrollo de eventos en la ciudad, especialmente de pequeña envergadura (aproximadamente de 10 a 50 personas), enfocados en un público segmentado, ya que son eventos académicos desarrollados por entidades de carácter público y privado con objetivos de capacitar o informar a empresas, organizaciones y/o instituciones educativas, donde se pueden destacar los eventos realizados por la Universidad del Cauca, la Cámara de Comercio entre otras Instituciones; sin embargo, a lo largo de los años, hay eventos que se han quedado plasmados como parte de estas instituciones, cabe resaltar: “La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.” La cual en el año 2015<sup>26</sup> fue el evento inaugural

---

<sup>25</sup>En la actualidad la ciudad de Popayán ha tenido importantes crecimientos especialmente en dos (2) momentos del año “Semana Santa y el Congreso Gastronómico” ya que hoy en día la ciudad se caracteriza por un turismo estacional, la tasa de crecimiento más elevada se presenta en el mes de abril del 13.8%, en esta fecha se realizan actividades de reconocimiento internacional como la Semana Santa donde desfilan por el centro histórico imágenes alusivas a la pasión y muerte de Cristo. Chantre, A. (2010). *Popayán ciudad cultural, Caso de marketing de ciudades: Una estrategia de marketing para el desarrollo turístico en la ciudad de Popayán*. Popayán.

<sup>26</sup>La Gobernación del Cauca, la Corporación Mixta de Turismo y la Universidad del Cauca presentaron la Feria Empresarial, Turística y Cultural ‘El Cauca, un destino por descubrir’, que se realizó del 19 al 21 de noviembre en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda. Disponible en: <http://unicauca.edu.co/versionP/noticias/interinstitucional/se-presentó-la-versión-2014-de-la-feria-empresarial-de->

del Centro de Convenciones Casa de la Moneda en Popayán y estuvo apoyado por la Gobernación y la Corporación Mixta de Turismo del Cauca. El evento de la Cámara de Comercio, “la Feria de la Salud la Belleza y la Moda<sup>27</sup>” que en su más reciente versión, también fue realizado en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda en Popayán.

Hay que resaltar que en el 2015 se realizaron dos eventos de gran importancia en la ciudad, los que vale la pena destacar ya que son de talla mundial y pueden ser clasificados como eventos de Turismo MICE.

- IV Congreso Latinoamericano de Etnobiología; se realizó en la ciudad de Popayán, Cauca, sur de Colombia de septiembre 28 a octubre 02 de 2015 en la sede de la Universidad del Cauca. Evento que propicia el intercambio de conocimientos y saberes entre los diferentes actores de la sociedad con el fin de enriquecer el que hacer Etnobiológico a partir de la experiencia cotidiana, el reconocimiento del otro en sus diferentes dimensiones y construcción de la memoria y el futuro biocultural de los pueblos en América Latina y el Caribe”, su sede principal, el Centro de Convenciones Casa de la Moneda y otras sedes La Universidad del Cauca, El Colegio mayor y El Banco de la Republica.

Este congreso que tuvo como premisa “Espacio de diálogo e intercambio de experiencias relacionadas a la Etnobiología por parte de sabedores de diferentes comunidades.” Un congreso multicultural de recepción de público nacional e

---

unicauca

<sup>27</sup>La Feria de Salud y Belleza es un evento que desde el año 2012 organiza la Cámara de Comercio del Cauca en la ciudad de Popayán. El cual tiene como objetivo responder a las necesidades que se han identificado en términos de proveeduría, tendencias y novedades acordes a la dinámica que presenta el sector en la región. Disponible en: <http://www.cccauca.org.co/eventos/inscripciones-iv-feria-salud-belleza-moda-2015>

internacional, el cual tuvo lugar como sede principal, el Centro de Convenciones Casa de la Moneda y otras sedes La Universidad del Cauca, El Colegio mayor y El Banco de la Republica.

- VII Congreso Iberoamericano de Telemática (CITA)<sup>28</sup>, Organizado por la Corporación Clúster CreaTIC – Parquesoft Popayán, se realizó el 10, 11 y 12 de junio de 2015, un foro de encuentros en el campo de la telemática intercambiaron conocimientos y experiencias. El congreso ofreció oportunidades importantes de aprender, exponer nuevas ideas, resultados de investigaciones y ponencias sobre los avances en telemática y tener encuentros con empresarios (Creativ, 2015).

Popayán, es una ciudad que posee grandes expectativas ante la actividad de “Turismo de Reuniones” según las investigaciones de este trabajo. Esto se ve reflejado en la construcción del Centro de Convenciones Casa de la Moneda, que tiene una infraestructura para albergar pequeños y medianos eventos.

En el transcurso del último semestre del 2015, se desarrollaron varios eventos, de igual manera se incrementó, progresivamente la realización de eventos en la ciudad y estos fueron locales, regionales, nacionales e internacionales. Estos eventos han exaltado a Popayán poniéndola como una alternativa para el desarrollo de posteriores reuniones y como una buena plaza para eventos a nivel internacional.

---

<sup>28</sup>Disponible en: <http://cita2015.co/>

Por tal motivo, es básico conocer a fondo las actividades que se deben desarrollar para que la ciudad sea una buena anfitriona en el “Turismo de Reuniones”.

# Capítulo 3

## 3.1. FACTORES ESTRATÉGICOS

El propósito de este capítulo, es definir factores necesarios para el proceso de desarrollo del “Turismo de Reuniones” y, de esta manera, plantear estrategias que puedan dar ventaja para realizar dicha actividad en la ciudad de Popayán. Para ello, se ha estructurado la presentación de estos factores, partiendo de las necesidades básicas hasta el proceso de funcionamiento y articulación de los servicios necesarios para el desarrollo exitoso del Turismo de Reuniones.

Cabe resaltar, que la implementación de estos factores no garantizan un éxito rotundo en el desarrollo de la actividad, pero según el análisis de procesos anteriores, estudios de caso y ejemplos prácticos de países que han implementado exitosamente la actividad, se permitirá tener una visión que otorgue una ventaja y mayor destreza en el desarrollo y gestión del Turismo de Reuniones.

Se inició con los antecedentes, los componentes que se atribuyen a la estructura misma que caracteriza la actividad de Turismo de Reuniones, seguido de lo que se determina como elementos fundamentales de este tipo de Turismo y de un análisis del sector que permita dar cuenta de un diagnóstico de la ciudad, en beneficio de generar factores de estrategia para la inclusión del Turismo de Reuniones.

### 3.1.1. Factores esenciales

Según la UNWTO, para atraer el Turismo de Reuniones, se han establecido cuatro factores esenciales los cuales son: Hipercompetencia, ciclos económicos, cultura, tecnología y nuevas generaciones.

Tabla 3.1

*Factores esenciales.*

<b>FACTORES ESENCIALES</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>APLICABILIDAD</b>
<b>HIPERCOMPETENCIA</b>	<i>Es la situación que se produce en determinados sectores en los que la incursión continua de tecnologías y soluciones, producen un cambio continuo en los niveles de calidad que se traduce en inestabilidad, y en una gran dificultad a la hora de mantener ciertas ventajas competitivas (D'Aveni &amp; Fano, 2015).</i>	Es un factor esencial en el Turismo de Reuniones debido a que está muy ligado a constantes variaciones y cambios en la prestación de servicios, esto debido a que el sector de las reuniones generalmente cambia de aspecto, según la necesidad que lo acompañe.  Permite crear interrelación entre los servicios, los componentes y la competencia, para el desarrollo de Turismo de Reuniones.

<p style="text-align: center;">CICLOS ECONÓMICOS</p>	<p><i>Son los periodos de expansión y contracción que experimenta el nivel general de actividad de un país, hecho que ocurre en horizontes temporales de mediano plazo. Por nivel general de actividad, que en determinados momentos existen en el conjunto de la economía (Vargas).</i></p>	<p>Es importante, tener en cuenta los ciclos económicos, ya que puede afectar de manera positiva en la desestacionalización del turismo. Un gran caso de este fenómeno, es la ciudad de Popayán, según estudios económicos como lo expone (Villano, 2012), en su artículo, Popayán tiene picos económicos elevados especialmente referentes a turismo, por lo cual, el Turismo de Reuniones, propone la producción de dinámicas económica en momentos independientes del año.</p>
<p style="text-align: center;">CULTURA</p>	<p><i>Es el conjunto de símbolos y objetos que son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra por los miembros de una sociedad, por tanto, es un factor que determina, regula y moldea la conducta humana, intercambio de conocimiento. (Thompson, 2006)</i></p>	<p>La cultura, es la identidad de un sector, es la bienvenida que una región le brinda a quien llega, es lo que hace que haya intercambio de conocimientos en formas de vida, creencias, hábitos entre otros. Es también, aquello que motiva a moverse, a cambiar de ambiente, es lo que genera un lugar atractivo y propicio para realizar negocios, hacer intercambio cultural, conocer, establecer actividades o simplemente desarrollar un Turismo de Reuniones.</p>

<b>TECNOLOGÍA Y NUEVAS GENERACIONES</b>	<i>La tecnología es otra gran fuerza que está transformando el sector, que junto a las nuevas necesidades de las generaciones, van a generar una gran demanda, para su uso en reuniones y eventos. (Travel, 2015)</i>	Las tecnologías se han convertido en una herramienta fundamental en la forma de vida y todo lo que a ella concierne, sea comercio, economía, política, estudio, entre otros, y su constante avance, permite que cada día estemos mayormente dotados de estas maravillosas herramientas; sin embargo, hay que enfatizar en un punto importante y determinante que son las nuevas generaciones, quienes exigen, impulsan, gestionan, demandan y crean este tipo de herramientas.
---	---	--

Fuente: Elaboración propia a partir de otros autores

En concordancia con las Tecnologías, se percibe que, en la actualidad, son un factor fundamental para la selección de cualquier espacio de trabajo, esparcimiento, vivienda y cualquier otra actividad, donde el “Turismo de Reuniones”, se encuentra igualmente representado, ya que posee grandes demandas de tecnologías para el desarrollo de sus acciones en torno al éxito de lo que se hace. Es así, como un artículo de (López, Análisis del futuro del Turismo de Reuniones, según CWT, 2015), nos muestra la necesidad de innovar a través de la tecnología, en el campo de “Turismo de Reuniones” exponiendo lo siguiente; La tecnología tiene que ser una de las primeras prioridades para cualquier organizador de reuniones y eventos.

Según (López 2015), entre las primeras aplicaciones de la tecnología en el funcionamiento del Turismo de Reuniones se destacan:

Tabla 3.2  
Ayudas Tecnológicas.

<b>AYUDAS TECNOLÓGICAS</b>	
<i>Herramientas de registro online:</i>	<i>Cada vez se usa más el registro online, que permite más visibilidad y transparencia a las empresas, a la vez que crea un canal de comunicación con los asistentes y mejorar su satisfacción</i>
<i>Redes Sociales:</i>	<i>El uso de las redes sociales en las reuniones va a seguir creciendo, influenciado por las nuevas generaciones de asistentes, que demandan comunicación directa, en tiempo real.</i>
<i>Aplicaciones Móviles (Apps) de reuniones:</i>	<i>De todos los avances tecnológicos aplicados a las reuniones, el desarrollo de Aplicaciones móviles (Apps) va a ser el más demandado. Estas aplicaciones permiten crear un canal de comunicación directo con los asistentes, conocer mejor sus necesidades y poder poner a su disposición información y herramientas que les ayuden a personalizar su experiencia en la reunión y en el destino.</i>
<i>Medición:</i>	<i>La tecnología también tiene que usarse para poder medir la eficacia de las reuniones y el retorno a la inversión.</i>
<i>Reuniones híbridas o virtuales:</i>	<i>Las empresas tienen que analizar si la naturaleza de su negocio y su cultura empresarial permiten el desarrollo con éxito de reuniones híbridas (donde se combina un componente presencial de la reunión con otra parte que es virtual) o la organización de reuniones 100% virtuales. El desarrollo de estos dos tipos de reuniones influye en el coste de organización y en la vida útil que tiene la reunión.</i>

Fuente: elaboración propia basados en Raúl López (López 2015)

Partiendo de todo lo anterior, se evidencia que las nuevas tecnologías, se han vuelto una herramienta fundamental en la actualidad, con una acogida tan fuerte que el hecho de no tenerlas

es realmente perjudicial para cualquier ámbito empresarial. Por tal motivo, es de prioridad contar con buenos elementos tecnológicos, que faciliten las actividades desarrolladas en el “Turismo de Reuniones”, y más aún cuando dar un paso tecnológico se puede convertir en un gran valor agregado y un puente hacia la competitividad.

### **3.1.2. Lugares para desarrollo de reuniones**

En el proceso de desarrollo de la actividad turística de reuniones, cabe resaltar el lugar de desarrollo de un evento. El espacio seleccionado para estas actividades se escoge, según las características que particularizan a cada evento, los requerimientos que este tiene, la temática, la cantidad de personas, el orden logístico, las actividades que se van desarrollar entre otros; esto, debido a que los eventos son de características versátiles y cada uno trae su propia identidad.

Según el World Tourism Organization, 2006, *los congresos y convenciones se celebran principalmente en los centros de convenciones y los congresos independientes y también en campus universitarios, tanto durante como fuera del año académico.*

*Una clasificación básica de los lugares de reunión incluiría:*

- *Sala de congresos - Centros de congresos y convenciones*
- *Hotel o resort con instalaciones para reuniones*
- *Universidad*
- *Otros lugares no construidos específicamente para reuniones, que tienen instalaciones*

que permitan su uso, también son utilizadas para eventos que según sus características puedan desarrollarse. Según la magnitud de la reunión, duración y concepto, se recomienda la elección

del espacio y el tamaño de la muestra para el estudio de satisfacción. (UNWTO Department of Statistics and Tourism Satellite Account, 2008)

Así las cosas, hay diferentes alternativas para los espacios de realización de los eventos; aunque no se limitan en lo primeramente mencionado, esos son los espacios de mayor uso; por esa razón es importante resaltarlos.

Es un factor de importancia, reconocer la estructura y características del evento para hacer una buena selección del lugar (infraestructura) y garantizar un buen desarrollo.

### **3.1.3. Elementos fundamentales**

Cuando se habla de elementos fundamentales, son aquellos elementos de los que no se puede prescindir en una buena práctica en el desarrollo de “Turismo de Reuniones”.

En el trayecto de la investigación, se realiza un enfoque en la Norma Técnica Sectorial NTS colombiana que estipula varias propiedades en la práctica de los eventos, esto con la finalidad de establecer un listado de chequeo en la verificación de establecimiento para desarrollo de eventos en la ciudad de Popayán que se estipula en el tercer capítulo de la investigación.

Teniendo en cuenta que en Colombia Existe una norma denominada la Norma Técnica Sectorial (NTS) - OPC-001, se pueden enunciar diferentes elementos que esta enmarca tales como:

Gráfica 3.5

*Elementos de la Norma Técnica Sectorial NTS.*



Fuente: Elaboración propia

Para hacer frente a los factores que deben destacar en el funcionamiento de gestión y desarrollo de “Turismo de Reuniones”, hay que tener en cuenta, que hay características importantes para desarrollar elementos que se derivan de la NTS como:

### Gráfica 3.6

#### *Características importantes de la Norma Técnica Sectorial.*



Fuente: Elaboración propia

El cliente es un elemento fundamental, por lo tanto, realizar un estudio sobre sus preferencias y sus características ayuda a establecer estrategias de trabajo y comunicación para satisfacer sus necesidades.

Por otro lado, también hay que tener en cuenta la implementación de elementos que permiten conocer el segmento del mercado a trabajar y, los canales de comunicación más apropiados para llegar a ellos. Es destacable de igual forma, que hay que conocer el estado actual de calidad y capacidad del servicio que se pretende prestar, los elementos a mejorar y el

volumen a manejar, la logística de servicio y las características que permiten establecer la calidad del mismo.

### 3.1.4. Elementos con valor agregado

Para que la organización de las reuniones llegue a feliz término, no se puede descuidar el factor de la comunicación a través de diferentes medios, esto va a permitir una constante interacción con el cliente, una retroalimentación. Como se planteó en el caso de Bookmeetings en España, de esta forma, es importante manejar redes sociales y componentes interactivos de aplicaciones, entre otras cosas.

Existen variables, que expresan características, que permiten tener un orden para la organización y valor agregado al momento de implementarlos.

Tabla 3.3  
*Elementos con valor agregado*

<b>ELEMENTOS CON VALOR</b>
<b>ELEMENTO</b>
Componente innovador
Incentivos
Propuesta de estructuración de proyecto de Turismo de Reuniones
Estudio de la necesidad del cliente
Plataformas virtuales
Accesibilidad
Mercadeo
Estudio de la necesidad del cliente
Análisis del entorno

Fuente: Elaboración propia basada en Raúl López (López, 2016 GLOBAL MEETINGS AND EVENTS FORECAST (II), 2015)

Tabla 3.4

Elementos a tener en cuenta según la Carlson Wagonlit Travel (CWT)

<b>ELEMENTOS CON VALOR AGREGADO A TENER EN CUENTA</b>		
<b>ELEMENTO</b>	<b>INFLUENCIA</b>	<b>APLICABILIDAD</b>
<i>Strategic Meetings Management (SMM)</i>	<i>Cada día más empresas están usando software que les permite gestionar de forma eficaz sus reuniones. Entre los beneficios de usar software de gestión de reuniones podemos destacar:</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>a) Ahorro económico.</i></li> <li><i>b) Visión más estratégica de la reunión.</i></li> <li><i>c) Reducción del riesgo (tanto financiero como legal).</i></li> <li><i>d) Transparencia.</i></li> <li><i>e) Compliance<sup>29</sup>.</i></li> <li><i>f) Y por último, un aumento de la satisfacción de los asistentes.</i></li> </ul>
<i>Planificar con tiempo</i>	<i>Los plazos para organizar reuniones se siguen reduciendo. Las empresas que organicen reuniones deben entender que cuanto más adelanten la búsqueda del destino y de la sede para su reunión, mejores precios van a conseguir.</i>	<i>Un mayor tiempo de planificación también permite garantizar la eficacia e impacto de la reunión.</i>
<i>Cuidar los costes de Alimentación y Bebidas</i>	<i>Los costes de F&amp;B (Food and Beverage) siguen aumentando y tienen un impacto significativo sobre el coste total por asistente.</i>	<i>Hay que buscar fórmulas que permitan reducir el coste de esta partida, sin disminuir la satisfacción del cliente (que espera tener experiencias gastronómicas significativas en reuniones y eventos)</i>
<i>Reducir los riesgos con los hoteles</i>	<i>Los hoteles están endureciendo sus políticas de cancelación.</i>	<i>Se recomienda a empresas y a hoteles a desarrollar acuerdos de colaboración y programas de proveedores preferentes.</i>

<sup>29</sup> Cumplimiento normativo o su sinónimo en inglés **Compliance** es la función que tienen las empresas u organizaciones para establecer los procedimientos que aseguren el cumplimiento normativo interno y externo.

<i>Mejorar la gestión de contratos</i>	<i>Las empresas tienen que tener una estrategia para racionalizar y controlar las diferentes obligaciones contractuales que se asumen en el desarrollo de diferentes reuniones y eventos.</i>	<i>Se recomienda a toda actividad de Turismo de Reuniones; con la finalidad de tener control en torno al desarrollo de las actividades.</i>
--	---	---

Fuente: Elaboración propia basada en Raúl López (López, Análisis del futuro del Turismo de Reuniones, según CWT, 2015)

Tabla 3.5

*Elementos para destinos de la industria de eventos*

<b>ELEMENTOS PARA DESTINOS DE LA INDUSTRIA DE EVENTOS</b>	
<b>ELEMENTO</b>	<b>INFLUENCIA</b>
<i>Estrategia proactiva de promoción</i>	<i>Las instituciones garantizadas internacionalmente son los Bureau de Convenciones, que agrupan los diferentes actores del destino siendo la plataforma más importante para el posicionamiento y atracción de los eventos a las ciudades.</i>
<i>Atraer y promocionar grandes eventos de ciudad</i>	El destino se compromete a realizar eventos de alto impacto que reúnen líderes de diferentes sectores y generan gran exposición internacional.
<i>Aparecer en Rankings internacionales</i>	<i>El más reconocido es elaborado anualmente por ICCA es una de las mayores fuentes de consulta de tomadores de decisión.</i>

Fuente: Elaboración propia basada en (Turismo de eventos Bogota y GBCB) (García, 2004)

Hay que tener en cuenta, la forma como se va a prestar el servicio, cómo va a llegar al cliente, cada uno de esos servicios necesarios para el equipamiento de su actividad. Teniendo en cuenta estudios de caso, es básica la conformación de una entidad que asocie todos los servicios necesarios para el desarrollo de una actividad de “Turismo de Reuniones”, ya que son actividades que demandan un portafolio importante de servicios que al momento de ofertar hay

que tener en cuenta. Por tanto, en muchos lugares se han creado Bureaus<sup>30</sup>, que permiten tener todo al alcance.

Ir más allá de lo esperado, hace la diferencia y en el campo de turismo aún más. Esto se debe a que es una práctica vivencial, se siente se percibe, se vive, es decir, que hay componentes que tienen valor agregado y hace de la experiencia algo más significativo; esto inicia desde los canales de distribución. Por lo tanto, la forma de llegar al cliente debe estar cargada de innovación, facilidad, calidad y la promoción que se hace del servicio.

### **3.1.5. Atributos de la ciudad**

Hay atributos, que se tienen en cuenta para caracterizar una ciudad y para esto, se ha tomado como base un artículo que muestra las variables competitivas de las ciudades que pueden ser sedes de eventos.

El artículo de Zúñiga y otros (La variable Competitividad en Meeting Tourism: Una visión general de la actualidad, 2013), recoge los estudios pioneros de Fortin, Ritchie y Arsenault (1976), American Society of Association Executives (ASAE) (1992), Edelstein y Benini (1994) y Opermann (1996), quienes analizaron los atributos para destinos idóneos del Turismo de Reuniones, tomando variables de la competitividad; para esto, se realizó un aglomerado de los atributos propuestos por cada autor, mediante una matriz, que permite conocer, cuales son los que cada uno propone. Dicho estudio, se ha utilizado para la presente

---

<sup>30</sup>La idea de bureau suele utilizarse para nombrar al órgano encargado de dirigir una agrupación política o de otra clase. Órgano dirigente de algunas asociaciones.  
CB o CVB: Convention Bureau o Convention & Visitors Bureau. Los Convention Bureaus son organismos encargados de la promoción de los servicios turísticos de los destinos. *Breve glosario para congresos*. (2012).

investigación, con la finalidad de poner en práctica la actividad turística, ya que la clasificación, ha permitido crear una matriz para facilitar el diagnóstico, de las ciudades que pueden ser sedes de Reuniones.

Tabla 3.6  
*Atributos de destinos MICE.*

<b>Fortin, Ritchie y Arcenault</b>	<b>ASAE</b>	<b>Edelstein y Benini</b>	<b>Oppermann</b>
Salas de conferencia	Salas de reunión	Disponibilidad de instalaciones	Instalaciones de salas de reuniones
Servicios de transporte	Accesibilidad global	Acceso al local	Accesibilidad global
Acceso aéreo	El transporte aéreo	Costos de transporte	El acceso de transporte aéreo
Servicio de hotel	Carreteras de accesibilidad	Distancia de los asistentes	Calidad del servicio de hotel
Habitaciones de hotel	Calidad del servicio	Clima	Disponibilidad de habitaciones
Nivel de precios	Instalaciones de las habitaciones	Instalaciones de ocio	Los costos de transporte
Disponibilidad local	Instalaciones de exhibición	Atracciones turísticas	Seguridad y protección
Hospitalidad	Imagen de la ubicación	Mandato de las leyes	Instalaciones para exposiciones
Servicios de restaurante	Restaurantes y Entretenimiento	Imagen del local	Alimentos y costos de alojamiento
Seguridad personal	Rotación geográfica		Imagen de la ciudad

Local interesante	Instalaciones de ocio		Limpieza/lugar atractivo
Localización geográfica	Clima		Clima
Hotel información/Asistencia			Instalaciones de restaurantes
Características turísticas			Paisaje/oportunidades para turismo
Experiencia previa			Vida nocturna

Fuente: Adaptada de Martín Oppermann (Oppermann, 1996)

De acuerdo a lo anterior, estos cuatro autores coinciden en: los atributos de instalaciones de salas de reuniones, accesibilidad, disponibilidad de la red hotelera y oportunidades para turismo. Tres de ellos, coinciden en los atributos clima, imagen del destino y localización geográfica. Otros ítems son analizados por un autor o dos, como los niveles de precios. Un atributo interesante es la existencia de experiencia previa, pero sólo el estudio de Fortin, Ritchie y Arsenault (1976) lo consideró.

A continuación, se establece una relación de los atributos que cada autor propone. Lo que se pretende realizar, es una conglomeración de los diferentes términos, en la que se haga una unificación de las palabras para obtener una mejor lectura de la tabla anteriormente vista, en una matriz que permita la comparación y la asociación de términos semejantes, con la finalidad de establecer los atributos de mayor importancia y seleccionarlos como parte de los factores estratégicos.

En la tabla siguiente, se encontrarán resaltado con amarillo, los atributos que todos los autores tuvieron en cuenta como factor importante de análisis para una ciudad sede; según esto,

se determina que los atributos de mayor relevancia en el análisis de una posible ciudad sede de Turismo de Reuniones son: *la disponibilidad de instalaciones para desarrollo de eventos, la accesibilidad y el transporte aéreo.*

Tabla 3.7  
Conglomerado de atributos.

<i>Ciudad sede / Autores</i>	Fortin, Ritchie y Arcenault	ASAE	Edelstein y Benini	Oppermann	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Disponibilidad de instalaciones para desarrollo de eventos	1	1	1	1	4	100%
Especificidades de las instalaciones de desarrollo de eventos	1	1	0	1	3	75%
Capacidad hotelera	1	0	0	1	2	50%
Calidad hotelera	1	1	0	1	3	75%
Accesibilidad	1	1	1	1	4	100%
Servicios de Transporte	1	0	0	0	1	25%
Costo de servicios de transporte	1	0	1	1	3	75%
Transporte aéreo	1	1	1	1	4	100%
Servicio de restauración	1	1	0	1	3	75%
Nivel de precios	1	0	1	1	3	75%
Instalaciones de ocio	0	1	1	1	3	75%
Características turísticas	1	0	1	1	3	75%
Imagen de la ciudad	0	1	1	1	3	75%
Localización geográfica	1	1	0	0	2	50%

Clima	0	1	1	1	<b>3</b>	75%
Seguridad	1	0	0	1	<b>2</b>	50%
Hospitalidad	1	0	0	0	<b>1</b>	25%
Legislación	0	0	1	0	<b>1</b>	25%
<b>No. Referentes</b>					<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de (Tourism Management, )

La tabla, permite visualizar los atributos con mayor peso para los autores Fortin, Ritchie y Arsenault (1976), American Society of Association Executives (ASAE) (1992), Edelstein y Benini (1994) y Opermann (1996),; cuya caracterización se estipuló de acuerdo a lo que cada autor afirmo .

Esta matriz de conglomerado de atributos, donde se globalizan los términos de las características que cada autor destaca y, luego se califica con 0 y 1, que equivalen a la opción de no mención y mención respectivamente, conlleva a tener conocimiento de cuáles son las de mayor y menor relevancia.

Para la presente investigación, es de gran importancia tener presente este atributo debido a que permite la realización de un chequeo para determinar el estado de preparación de una ciudad sede.

Según lo anterior, cabe destacar los atributos que posteriormente poseen importancia para la caracterización de una ciudad sede (resaltados con azul en la tabla), debido a que es imperativo destacarlo intrínsecamente en el chequeo para el diagnóstico de una ciudad sede; estos atributos son:

Gráfica 3.7

*Atributos para una ciudad sede.*



Fuente: Elaboración propia basados en el artículo (La variable Competitividad en Meeting Tourism: Una visión general de la actualidad, 2013)

Hay un caso específico, que este mismo artículo plantea, donde retoma la investigación de Qu, Li & Chu 2000, quienes proponen un sistema particular donde se permite dar cuenta de los factores de competencia internacionales, de los cuales la investigación de este estudio presentó un análisis de los atributos de destinos de "Turismo de Reuniones" desde la perspectiva de la competitividad; investigó además, la competitividad internacional de destinos de conferencia en el Sudeste de Asia, haciendo una comparación entre Singapur y Hong Kong.

La matriz que se presenta a continuación, es un modelo en fases que se realiza con la finalidad de ofrecer un diagnóstico de un destino para el "Turismo de Reuniones". En este

método se califica con la escala de Likert<sup>31</sup> y se divide en tres partes: la acomodación, las instalaciones de convenciones y otros.

Tabla 3.8  
*Conjunto de criterios, indicadores y sus grados de importancia para destinos de conferencias.*

<b>Criterio-Indicador</b>	<b>Media en Likert de 5 puntos</b>
<b>Acomodación</b>	
Disponibilidad y modernas instalaciones hoteleras	
Servicios de hoteles	
Las tarifas de hoteles	
<b>Instalaciones de Convenciones</b>	
Disponibilidad y modernos equipamientos audiovisuales	
Servicios prestados en sede de convenciones	
Disponibilidad de servicios de comida y banquetes	
La disponibilidad de grandes centros de convenciones	
Precio de alquiler sede	
Metros cuadrados disponibles para exhibiciones	
Disponibilidad y moderna teleconferencia de video- link	
Disponibilidad de servicios de interpretación simultánea	
<b>Otros</b>	
Accesibilidad	
Seguridad e higiene	
Infraestructura del sistema	
La imagen (política y económica)	

<sup>31</sup>La escala de Likert (también denominada método de evaluaciones sumarias) se denomina así por Rensis Likert, quien publicó en 1932 un informe donde describía su uso. Es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación, principalmente en ciencias sociales. En la que la numeración se estipula: 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 De acuerdo, 5 Totalmente de acuerdo Pérez, F. S. (1993). *Psicología social*.

Los planificadores de reuniones profesionales	
El clima y el medio ambiente	
De asistencia en viaje	
Costo de transporte	
Atracciones y entretenimiento	

Fuente: Adaptado de The comparative analysis of Hong Kong as an international conference destination in Southeast Asia por (Qu H., 2000).

Este modelo permite dar una evaluación de los atributos mencionados; para lo cual se plantea un modelo propio basado en estos referentes que se presentan al final del capítulo.

El siguiente ejercicio, se realiza tomando como base la tabla de los autores que se plantean en el artículo de (Chim Miki, Zuñiga Collazos, Gonçalves Gandara, & Medina Muñoz, 2013), como un ejemplo de aplicación de algunas de esta herramientas.

A continuación, se expone el análisis del sector que fue adquirido de los atributos más relevantes según lo que los autores plantean. A través de esta investigación, los atributos exponen las variables y la calificación que se hace de acuerdo con escala de Likers; partiendo de estas características, se dividen en porcentajes y se califica según la investigación y el estado actual de la ciudad de Popayán.

Se destaca, que el análisis se realizó basado en la compilación de autores, mediante estudios que determinaron propiedades importantes en el análisis de una ciudad sede. Lo primero que se toma de la tabla de “conglomerado de atributos”, que permite, dar cuenta cuales son los atributos con mayor importancia y cómo van descendiendo hasta el de menor prioridad, esto, basado en la tabla de Oppermann, 1996, p. 177. Más adelante, se observa una matriz utilizada para un estudio que determina una evaluación de los atributos y permite ver los factores

de competencia internacionales, como un modelo de encuesta al público, para la cual utilizó la metodología mencionada anteriormente. Basado en lo planteado para esta investigación, se obtiene el resultado de atributos para determinar las variables y la tabla de evaluación de factores de competencia internacional para determinar la metodología de calificación y agrupación de variables

La matriz de análisis del sector, agrupa las variables en agentes externos, agentes internos, infraestructura y servicio. Los agentes externos, son aquellos de los cuales no se tiene control, los internos los que engloba la ciudad y su funcionamiento; la infraestructura, se refiere a las instalaciones requeridas en el conjunto de servicios que debe tener una ciudad para el “Turismo de Reuniones”, esto es de forma tangible y el servicio, que es la práctica de toda la logística en torno a la actividad de “Turismo de Reuniones”, se da mediante lo tangible; sin embargo, el valor es representado en la experiencia intangible del servicio.

De tal forma, mediante este ejercicio, los Factores Estratégicos permiten establecer las variables más favorables y desfavorables en la fase de “Turismo de Reuniones”, para una ciudad sede.

Tabla 3.9  
*Tabla ejemplo de análisis del sector*

<b>VARIABLES</b>	<b>PESO DE VARIABLES</b>	<b>ESCALA LIKERS</b>	<b>RESULTADO</b>
<b>Agentes externos</b>			
Potencial turístico	21%	4%	5
El clima y el medio ambiente			
Orden público			

Fenómenos naturales				
Seguridad social				
Cultura ciudadana				
<b>Agentes internos</b>				
Imagen de la ciudad	22%			
Costos				
La imagen (política y económica)				
Instituciones de apoyo				
Modernidad				
Alianzas estratégicas				
Reguladores de la norma				
<b>Infraestructura</b>				
Salas de conferencia	30%			
Salones de eventos o auditorios				
Hotelera				
Servicios de transporte metropolitano				
Centros médicos				
Transporte aéreo				
Transporte terrestre				
Estado de vías				
Puntos de información				
Zonas de esparcimiento				
Seguridad industrial				
Transporte marítimo				
<b>Servicio</b>				
Restauración	27%			
Prestadores de servicios turísticos				

Atracciones y entretenimiento				
OPC (Organizador Profesional de Congresos)				
Tecnología y servicios tecnológicos				
Servicios complementarios				
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			

Fuente: Elaboración propia, a partir de los autores (Qu H., 2000) y (Oppermann, 1996)

Estos resultados, son calificados de acuerdo con las condiciones anteriormente expresadas, que presentaría para una ciudad sede. En la tercera fila, se muestra la calificación correspondiente a cada característica dada y en la última fila se observa el porcentaje total.

Con la información de la tabla 3.9, se pueden elaborar diferentes estrategias, según el destino que se esté evaluando y el resultado que obtenga de acuerdo a las variables expuestas en la matriz; las cuales se desarrollan más adelante para contrarrestar de una u otra forma las falencias que la ciudad evaluada muestra.

Tabla 3.10

*Ejemplo de estructuración de estrategias.*

<b>FACTOR</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>AGENTES EXTERNOS</b>	<b>POTENCIAL TURÍSTICO</b>	<b>CULTURA CIUDADANA</b>
	<b>ESTRATÉGIA</b>	
	El potencial turístico, es una variable atribuida a la ciudad que trae consigo grandes ventajas, y es estratégicamente una catapulta hacia la mejora en la cultura ciudadana y el sentido de pertenencia, por medio de la concienciación hacia lo que es, vive y podría llegar a ser Popayán en la dinámica de Turismo de Reuniones.	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Por lo tanto, un factor estratégico fundamental es tener en cuenta la coherencia y coordinación del sentir ciudadano en beneficio de fortalecer el sentido de pertenencia hacia y el aprovechamiento del potencial turístico que un sector posee, a través de los mismos habitantes de la región.</li> </ul>	
<b>AGENTES INTERNOS</b>	<b>IMAGEN DE LA CIUDAD</b>	<b>ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y REGULADORES DE LA NORMA</b>
	<b>ESTRATÉGIA</b>	
	<p>La imagen de una ciudad habla por sí mismo de lo que esta es, expresa y se ha vivido histórica, económica y políticamente; es la cara de presentación hacia la apertura del interés en los diferentes campos que se quiera desarrollar, en este caso en el Turismo de Reuniones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alianzas estratégicas y regulación de la norma; las alianzas estratégicas, son la base fundamental del éxito a la hora de prestar un servicio que se conforma de todos de una gran variedad de servicios como es el Turismo de Reuniones, son enlaces que crean una cadena que permite que fluya de forma natural la idea de la búsqueda de una meta en común que trae un beneficio en común, esta atribuye a la calidad y buen funcionamiento de la actividad y se puede lograr mediante ese eje que todos poseen y es la identidad por un mismo espacio para diferentes ofertas de servicio; ahora bien si esto existe es de enorme importancia que haya un ente regulador que este en pro de la calidad y cumplimiento de las normas, para mantener la identidad en buenos términos y se genere ese sentir de estabilidad en calidad y seguridad en el servicio.</li> </ul>	
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>SALAS DE CONFERENCIAS Y SALONES DE EVENTOS O AUDITORIOS</b>	<b>TRANSPORTE MARÍTIMO Y SEGURIDAD INDUSTRIAL</b>
	<b>ESTRATÉGIA</b>	
	<p>En infraestructura, en relación al Turismo de Reuniones es de gran importancia y de igual forma posee una buena calificación las salas de conferencias y salones de eventos; estos son lugares que la ciudad posee, que están a disposición en términos de realización de eventos, especialmente de carácter académico.</p>	

- La movilidad marítima, no es un factor que traiga arraigado consigo una gran desventaja; sin embargo el poseer la forma de establecer un medio de flujo de personas vía marítima, es un desaprovechamiento de oportunidad. Popayán no posee costa, pero el Cauca si hace parte de la zona costera pacífica, sin embargo, hasta ahora no se ha determinado una ruta de flujo turístico ni de movilidad por esta zona, para llegar a Popayán.
- La infraestructura en salas de conferencias y salones de eventos o auditorios, requiere de apalancar un factor de bastante importancia que es la seguridad industrial; que para el desarrollo de la actividad de Turismo de Reuniones es de fundamental importancia y hace referencia a todo el mecanismo de seguridad contra incendios, señalética, evacuaciones, situaciones de emergencia entre otros, que se hacen obligatorios especialmente en este tipo de turismo por la conglomeración de masas en un lugar en específico, y no hace referencia solo a los lugares de salas o salones de eventos sino a toda la infraestructura que tenga capacidad de acoger a significantes números de personas.

<b>SERVICIO</b>	<b>RESTAURACIÓN</b>	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>
	<b>ESTRATÉGIA</b>	
	<p>Al definir la restauración como un elemento de fortaleza o cuando esto se posiciona de esta manera como en la ciudad de Popayán, es una gran ventaja debido a que no solo es un servicio suntuario, hace parte de una necesidad básica que hay que satisfacer y que mejor forma que saciar el hambre con una buena comida.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La restauración se convierte en un elemento clave de apalancamiento a desventaja de no poseer servicios complementarios; ya que no solo acompaña, puede llegar a ser este mismo en diferentes formas y matices como una alternativa que se libera a la hora de buscar una actividad o servicio que llene ese espacio que falta; y esto mezclado con la interculturalidad y variedad de costumbres y tradición en la misma gastronomía, restauración se convierte en una alternativa para probar e ir a conocer en ese espacio vacío.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia basada en (Plan de acción del segmento MICE, 2011)

Finalmente, los factores estratégicos se estipulan de acuerdo con el lugar de aplicabilidad; sin embargo, éstos, deben tener en cuenta las características que atribuyen a la competitividad y al buen que hacer del “Turismo de Reuniones”, donde lo más importante es analizar lo que se va a hacer: explorar las fortalezas y amenazas que éste posee para así cruzarlas, combinarlas y dar cuenta de un factor estratégico, que se concibe disminuyendo las falencias en las ventajas para establecer oportunidades, crecimiento y mejoras de un lugar que se perfila para ser un buen destino de “Turismo de Reuniones”, como es el de la ciudad de Popayán.

Como conclusión del capítulo, se exponen dichos “Factores Estratégicos” se considera unos de los más importantes de no ser los más, debido a que son los que garantizarán de alguna manera el éxito de incursionar en este tipo de turismo, en una ciudad que da sus primeros pasos como el caso de Popayán. Los factores que se determinaron a groso modo son; Factores esenciales, Lugares para el desarrollo de reuniones, Elementos Fundamentales, Elementos con valor agregado y Atributos de la ciudad.

Tabla 3.11  
*Factores Estratégicos.*

FACTORES ESRATÉGICOS	COMPONENTES	FUNCIÓN
Factores esenciales	La hipercompetencia, los ciclos económicos, la cultura, la tecnología y las nuevas generaciones.	Son importantes para mantener la dinámica del Turismo de Reuniones.

Lugares para el desarrollo de reuniones	Tipología de evento, cantidad de asistentes, actividades a realizar, cronograma, temática.	Permite Tener un Lugar (inmueble) adecuado Para el evento.
Elementos Fundamentales	Planeación, organización, dirección y control (Mercadeo, publicidad, talento humano, logística, acondicionamiento)	Atienden la logística del evento y las condiciones de los establecimientos Basados en la NTS.
Elementos con valor agregado	Estudio de la necesidad, el cliente, el entorno y los canales de comunicación. Componente innovador	Comprende el referente diferenciador en todos los campos anteriormente expuestos y supera expectativas.
Atributos de la ciudad	Disponibilidad de establecimientos de desarrollo de eventos, accesibilidad, transporte aéreo, capacidad hotelera, restauración, características turísticas, clima, transporte, componentes de ocio, imagen de la ciudad	Comprende las características necesarias de una ciudad para el desarrollo de eventos.

Fuente: Elaboración propia basada en la recopilación de los “Factores Estratégicos” anteriormente expuestos.

## Capítulo 4

Popayán como ciudad sede del “Turismo de Reuniones”.

### 4.1. CARACTERIZAR LA OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS.

En este capítulo, se caracteriza la oferta de espacios para el desarrollo del “Turismo de Reuniones” en la ciudad de Popayán, para lo cual se apoyará en el documento denominado: *“Formulación de un estudio de mercado que permita identificar la situación actual y las posibles estrategias para implementar las actividades propias del turismo MICE en la ciudad de Popayán”*. (Erazo & Montenegro, 2016); este análisis se toma como, base debido a sus estudios recientes, realizados en el segundo semestre del año 2015, que se desarrolla como una práctica empresarial en la Corporación Mixta de Turismo del Cauca, identificando las potencialidades y características en el segmento del “Turismo de Reuniones” en la ciudad, el cual cuenta con un diagnóstico de los espacios para el desarrollo en este campo y estándares mínimos que deben cumplir, donde se puede verificar la condición de uso que posee la ciudad para el desarrollo de este tipo de turismo y los factores que se han de fortalecer.

El propósito de este capítulo, se basa en el análisis de la información que se estudia, estipulando un factor general de ventajas para establecer una propuesta de factores en vías de mejoramiento, incorporando un estudio comparativo con ciudades similares a Popayán en población y territorio, como: Manizales, Pereira, Armenia, Tunja, Pasto y Neiva, para establecer un punto de referencia, en el, se pueda determinar una variable que establezca el contraste de estas ciudades en “Turismo de Reuniones”.

Cabe destacar, que para que la ciudad de Popayán sea competitiva en el campo de “Turismo de Reuniones”, debe poseer las instalaciones adecuadas que permitan la ejecución de eventos. Para esto, a partir de este análisis, se determinarán las condiciones y los factores positivos de la ciudad.

Según el estudio realizado por (Erazo & Montenegro, 2016), se toma la información estadística, con el propósito de ser analizada según los parámetros que establece la investigación en torno a los objetivos planteados.

A continuación, se presenta la relación entre los espacios elegidos para la realización de eventos internacionales y el promedio de la cantidad de reuniones que se realizan en dichos escenarios, según el estudio realizado a través del Plan Estratégico de Quito 2013-2016, donde evidencia el mercado de reuniones según ICCA, por medio del cual, se muestra a América latina como su principal eje en comparación con otras regiones, en el que se destacan países como: Brasil, Argentina, Chile, Colombia y Ecuador debido a que fue la zona con mayor crecimiento desde el año 2002 hasta el año 2011; y a través de este estudio se estipularon las mejores sedes para la realización de diferentes reuniones (Consulting, 2013).

Tabla 4.1

*Sedes elegidas para la realización de reuniones internacionales.*

<b>Espacios elegidos para realización de reuniones internacionales</b>	<b>Porcentaje de reuniones</b>
<b>Hoteles</b>	45,4%
<b>Centros de Convenciones</b>	23,6%
<b>Universidades</b>	22,5%
<b>Otros</b>	8,5%

Fuente: Plan estratégico producto MICE Quito

Gráfica 4.1

*Sedes elegidas para la realización de reuniones internacionales.*



Fuente: Plan estratégico producto MICE Quito

Al observar la gráfica, se puede evidenciar que a nivel internacional, se tiene como preferencia la ocupación de hoteles en la realización de eventos (45.4%), lo cual es casi la mitad de la muestra que puede indicar la posibilidad de que Popayán pueda convertirse en un destino de “Turismo de Reuniones”, ya que la infraestructura hotelera en general, es buena (Rengifo, 2014) y un porcentaje de los hoteles de la ciudad posee las instalaciones para este tipo de actividad, lo que se verá reflejado en el análisis del estudio. No sólo los Centros de Convenciones son destinados para realización de eventos de impacto representativo, sino también los organizadores en eventos con grandes experiencias, como lo afirma (Consulting, 2013). Además, poseen indicadores que permiten determinar una preferencia hacia la organización de eventos en hoteles, debido a que existen grandes ventajas del desarrollo de eventos en estos espacios, tales como la incorporación de todas las actividades dentro de un

mismo lugar, ya que esto permite mayores beneficios, como el hospedarse, la alimentación y la realización de todas las actividades dentro de un mismo lugar, otorgando mayor comodidad que proporcione un alto porcentaje en la participación de todas las actividades que el evento organiza, permitiendo recortar costos y tiempo en traslados y ofrecer un mayor control del evento en general.

## 4.2 ESTUDIO PRÁCTICO

Posteriormente, se exponen los eventos tomados para el estudio del caso que se realizó en el segundo periodo del 2015 en la ciudad de Popayán, donde se mostrará el número de participantes y el lugar de ejecución.

Tabla 4.2

*Eventos realizados en el segundo periodo del 2015 en la ciudad de Popayán.*

	NOMBRE DEL EVENTO	LUGAR DE DESARROLLO	NÚMERO DE PARTICIPANTES
1	IV Congreso Latinoamericano de Etnobiología y V Congreso Colombiano de Etnobiología	Centro de Convenciones Casa de la Moneda	400 Participantes
2	Feria Nacional de Salud, Belleza y Moda	Centro de Convenciones Casa de la Moneda	100 Participantes
3	Feria Nacional ALGASCO	Centro de Convenciones Casa de la Moneda	100 Participantes
4	I Congreso de Medicina Interna	Centro de Convenciones Casa de la Moneda	100 Participantes
5	Festival de Cine Corto de Popayán	Teatro Guillermo León Valencia	80 Participantes

6	Encuentro Nacional de la Quinua	Centro de Convenciones Casa de la Moneda	80 Participantes
7	Encuentro de Portadores de Saber Cultural Caucano	Centro de Convenciones Casa de la Moneda	70 Participantes

Fuente: Adaptada de la formulación del estudio de mercado que permita identificar la situación actual y las posibles estrategias para implementar las actividades propias del Turismo MICE en la ciudad de Popayán.

Para poner en contexto, a continuación, se presenta una breve introducción de cada uno de los eventos:

Tabla 4.3

*Nombres de los eventos realizados en la ciudad de Popayán (segundo semestre del 2015)*

EVENTO	DESCRIPCIÓN
<b>IV CONGRESO LATINOAMERICANO DE ETNOBIOLOGÍA</b>	Evento que propicia el intercambio de conocimientos y saberes entre los diferentes actores de la sociedad con el fin de enriquecer el que hacer etnobiológico y construcción de la memoria y el futuro biocultural de los pueblos en América Latina y el Caribe. (UNICAUCA, Importante información para los asistentes internacionales al congreso, 2015).
<b>LA FERIA DE LA SALUD LA BELLEZA Y LA MODA</b>	Tiene como objetivo responder a las necesidades que se han identificado en términos de proveeduría, tendencias y novedades acordes a la dinámica que presenta el sector en la región. (Cauca, 2015).
<b>ALGASCO</b>	Algasco le apuesta a fortalecer más la red de producción gastronómica de Popayán, reconocida por la Unesco, a través del sello 'Ciudad Creativa por su Gastronomía' y la Alcaldía Municipal con la Política pública de la gastronomía. (Comfacauca, 2015).
<b>I CONGRESO DE MEDICINA INTERNA</b>	El I Congreso de Medicina Interna de la Universidad, presenta las herramientas útiles en el ejercicio clínico diario que impactan la mejora de la salud y la calidad de

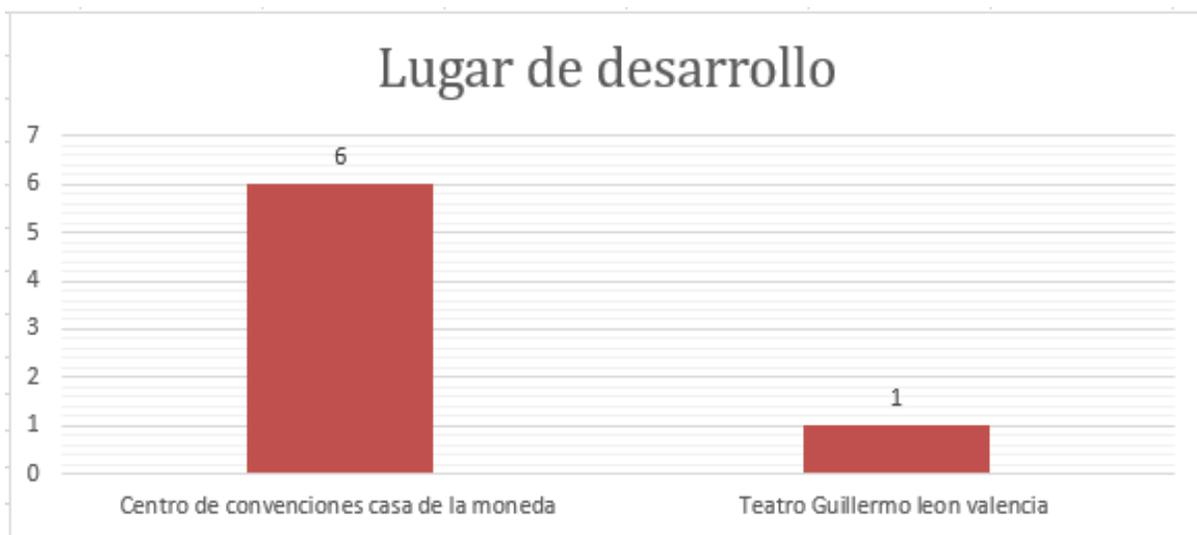
	vida de nuestros pacientes.(UNICAUCA, I Congreso de Medicina interna , 2015).
<b>FESTIVAL DE CINE CORTO POPAYÁN</b>	Este taller está enfocado en las piezas que componen la Carpeta o Dossier de proyecto, herramienta principal para la gestión, que suele ser configurada teniendo en cuenta el objetivo final de la misma (fondos, mercados, encuentros, inversionistas etc.) (Colombia, 2015).
<b>ENCUENTRO NACIONAL DE LA QUINUA</b>	Evento que tiene como propósito, congregar a diferentes actores para compartir e intercambiar experiencias exitosas en torno a la actividad productiva de la quinua, en los eslabones primario, de agregación de valor y comercial, como renglones fundamentales del encadenamiento productivo. (Agrocadenas, 2015).
<b>PRIMER ENCUENTRO DE PORTADORES DEL SABER</b>	Este proyecto tiene como objetivo, fortalecer las capacidades creativas e innovadoras de los artistas y cultores de las comunidades caucanas, para mejorar la calidad de vida y la economía tanto de los portadores de los saberes como de sus entornos cercanos. (El nuevo liberal, 2015).

Fuente: Elaboración propia.

A continuación en esta gráfica, se puede evidenciar que en el segundo periodo del año 2015, los siete eventos que se tomaron para desarrollar la muestra, fueron realizados en la ciudad de Popayán, donde seis de ellos se ejecutaron en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda, mientras que el Festival de Cine Corto de Popayán se realizó en el Teatro Guillermo León Valencia.

Gráfica 4.2

*Lugar de desarrollo de los eventos realizados en la ciudad de Popayán.*



Fuente: Adaptada de la formulación del estudio de mercado que permita identificar la situación actual y las posibles estrategias para implementar las actividades propias del Turismo MICE en la ciudad de Popayán.

La gráfica anterior, muestra que el lugar en cual se desarrollaron la mayor cantidad de eventos, fue el Centro de Convenciones Casa de la Moneda, con el 86% de la muestra, equivalente a 6 eventos; situación que se podría atribuir a la distribución, espacio y locación del lugar.

En la siguiente gráfica, se puede observar el número de asistentes por evento; para el caso del IV Congreso Latinoamericano de Etnobiología y V Congreso Colombiano de Etnobiología, que cuenta con una alta asistencia (400 personas), correspondiente al 43% del total de la muestra; se puede inferir, que esta gran y relevante participación se atribuye al componente internacional de estudios especializados en la biología y cultura, el cual se ha llevado a cabo en diferentes países desde hace más de 3 años. Además, existe una red organizada en torno a este evento, que está informando durante todo el año, el estado de organización del mismo, tanto a

particulares interesados como a académicos, instituciones e investigadores entre otros en relación.

Gráfica 4.3

*Número de participantes que asistieron a los eventos.*



Fuente: Adaptada de la formulación del estudio de mercado que permita identificar la situación actual y las posibles estrategias para implementar las actividades propias del Turismo MICE en la ciudad de Popayán.

Según el estudio realizado por (Erazo & Montenegro, 2016), es necesario realizar un análisis de interpretación guiada al mercadeo y estudio de la demanda, lo que permite exponer los recursos que posee Popayán para la inclusión del “Turismo de Reuniones”, como una actividad económica constante de calidad y con resultados exitosos ante la demanda regional, nacional e internacional.

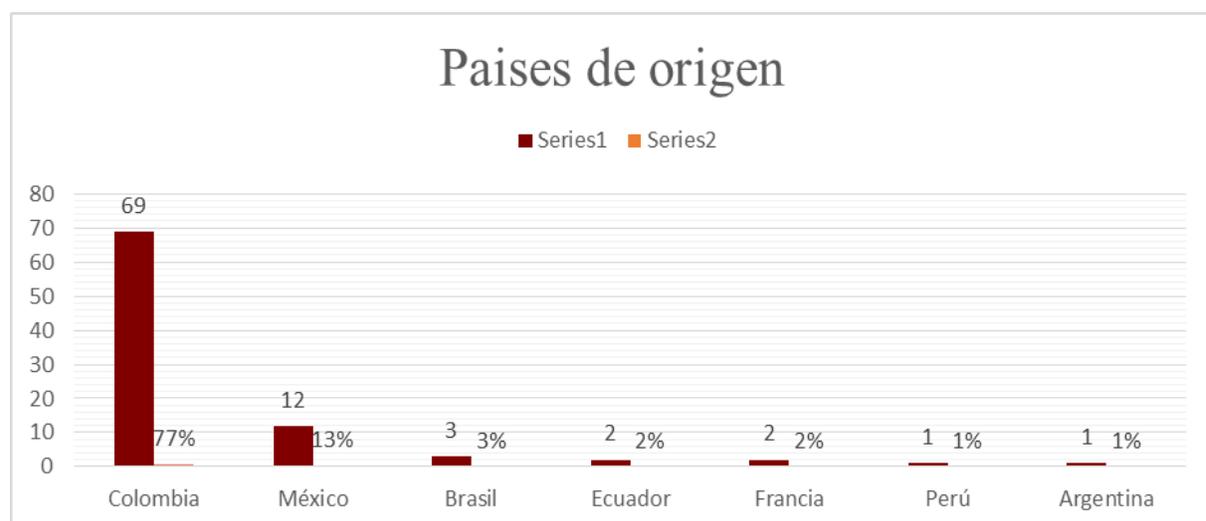
La siguiente gráfica, muestra la cantidad de países de donde provienen los asistentes a los eventos anteriormente establecidos según la muestra, lo que permite tener en cuenta el mercado más potencial en el contexto internacional para la recepción de “Turismo de Reuniones” en la ciudad de Popayán. Esta muestra se aplicó principalmente a un evento realizado en la ciudad de Popayán: el IV Congreso Latinoamericano de Etnobiología y V Congreso Colombiano de Etnobiología, considerado su carácter internacional.

Tabla 4.4  
País de origen de los asistentes.

País de origen de los asistentes			
		Frecuencia	Porcentaje
<b>Valido</b>	Colombia	69	77%
	México D.F	12	13%
	Brasil	3	4%
	Ecuador	2	2%
	Francia	2	2%
	Argentina	1	1%
	Perú	1	1%
	<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Gráfica 4.4  
Número de países asistentes en los eventos.



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Según la gráfica anterior, la mayor recepción de asistentes, son los nacionales con un 77% del total de la muestra y México con un 13%, en el segundo lugar. Esto posiblemente se debe a que el evento con mayor carácter internacional fue el IV Congreso Latinoamericano de Etnobiología, el cual posee conexión en la estructura de sus componentes con instituciones

Mexicanas, y muy probable, según el componente cultural y científico que tuvo el evento, que está en línea de relación con importantes universidades, asociaciones e investigadores del país, por tal motivo se ve este resultado estadístico.

La siguiente tabla, muestra el porcentaje de asistentes según la ciudad de donde provienen, lo que permite evidenciar cuál es el origen de mayor proveniencia de los participantes, en los eventos realizados en el segundo semestre del 2015 en la ciudad de Popayán.

Tabla 4.5  
*Ciudad de origen de los asistentes.*

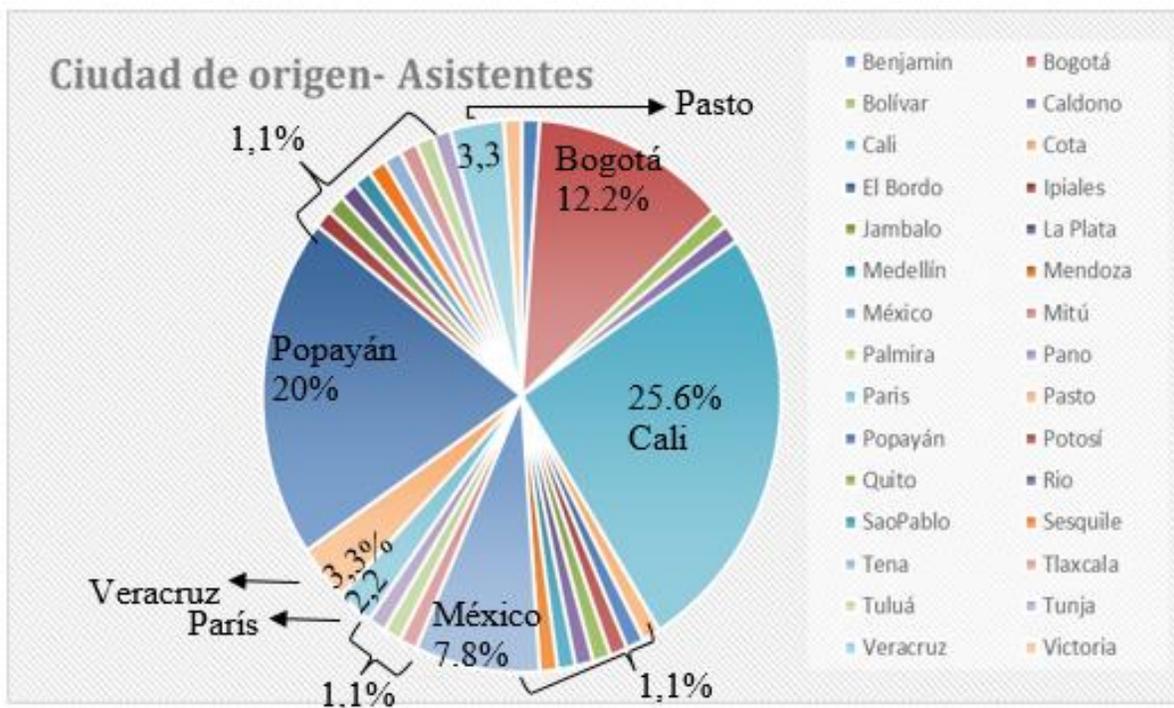
<b>Ciudad o Municipios de origen de los asistentes</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Válido</b>	Cali	23	<b>25,6</b>
	Popayán	18	<b>20,0</b>
	Bogotá	11	<b>12,2</b>
	Ciudad de México	7	<b>7,8</b>
	Pasto	3	<b>3,3</b>
	Veracruz	3	<b>3,3</b>
	Paris	2	<b>2,2</b>
	Bolívar	1	<b>1,1</b>
	Caldono	1	<b>1,1</b>
	Benjamín	1	<b>1,1</b>
	Cota	1	<b>1,1</b>
	El Bordo	1	<b>1,1</b>
	Ipiales	1	<b>1,1</b>
	Jambaló	1	<b>1,1</b>
	La Plata	1	<b>1,1</b>
	Medellín	1	<b>1,1</b>
	Mendoza	1	<b>1,1</b>
	Mitú	1	<b>1,1</b>
Palmira	1	<b>1,1</b>	

Pano	1	1,1
Potosí	1	1,1
Quito	1	1,1
Rio de Janeiro	1	1,1
Saõ Pablo	1	1,1
Sesquile	1	1,1
Tena	1	1,1
Tlaxcala	1	1,1
Tuluá	1	1,1
Tunja	1	1,1
Victoria	1	1,1
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Gráfica 4.5

*Ciudad de origen de los asistentes.*



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

La gráfica anterior, evidencia una participación de los asistentes provenientes de la ciudad de Cali con un 35.6%, en los eventos expuestos anteriormente, lo cual es coherente debido a la cercanía que tiene con la ciudad de Popayán; en el segundo puesto se encuentra

Popayán con un 20.0%, como ciudad anfitriona, seguido de la ciudad de Bogotá con un 12,2 % y la Ciudad de México con un 7,8%, lo que se observa es que el mercado potencial es el nacional y regional.

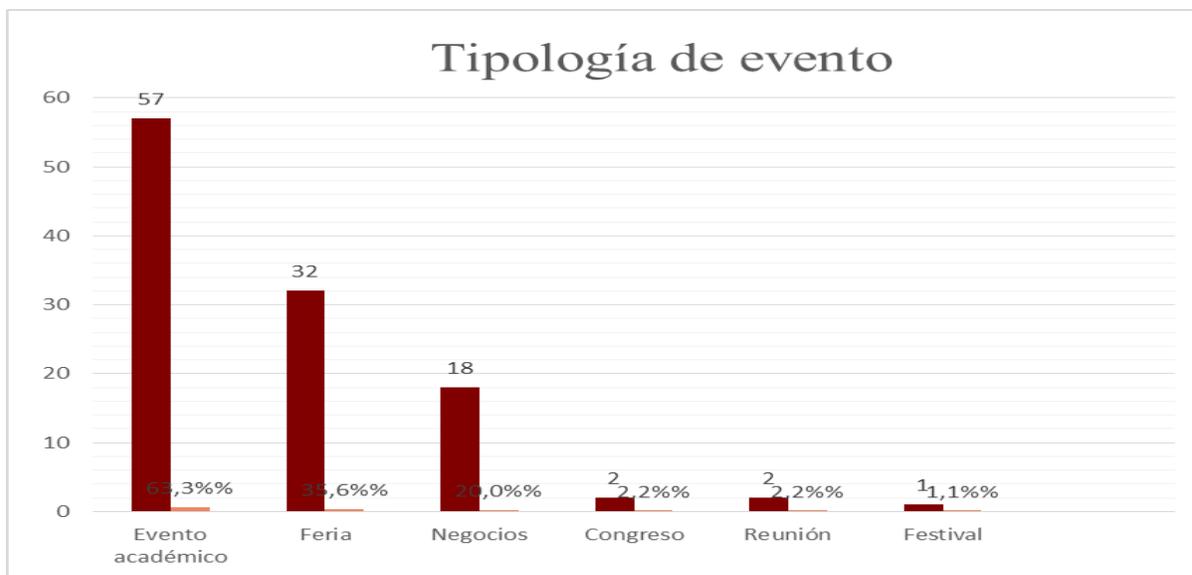
En el análisis que se está realizando, se tiene en cuenta la tipología de eventos con mayor demanda, ya que el foco de este proyecto esta guiado hacia eventos académicos, esto, por el contexto universitario y gubernamental que ha tomado la ciudad respecto al desarrollo de “Turismo de Reuniones”. A continuación, se exponen las estadísticas que caracterizan la información recopilada de los eventos en estudio y proyecta el resultado de la tipología con mayor demanda.

Tabla 4.6  
*Tipología de eventos.*

<b>Tipo de evento al cual asiste en la ciudad de Popayán</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Válido</b>	Evento académico	57	<b>63,3 %</b>
	Feria	32	<b>35,6 %</b>
	Negocios	18	<b>20,0 %</b>
	Reunión	2	<b>2,2 %</b>
	Congreso	2	<b>2,2 %</b>
	Festival	1	<b>1,1 %</b>
	<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100,0 %</b>

Fuente: Adaptada de la formulación del estudio de mercado que permita identificar la situación actual y las posibles estrategias para implementar las actividades propias del Turismo MICE en la ciudad de Popayán.

Gráfica 4.6  
*Tipología de evento.*



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Como se demuestra anteriormente, el 63,3% de los asistentes en los eventos mencionados participan en eventos académicos, otorgándole a esta investigación la importancia necesaria, dado que refuerza el enfoque de los eventos académicos. Para este proyecto, se evidencia que el “Turismo de Reuniones” estratégicamente debe estar encaminado a fortalecer este segmento, que ha tomado fuerza en los ultimo años.

Es importante, conocer a qué segmento jurídico, pertenecen las entidades entrevistadas, ya que es un indicador para saber cuál es el grupo de instituciones con mayor interés en el desarrollo de “Turismo de Reuniones” en la ciudad de Popayán y hacia los cuales deben estar direccionados los factores, con el fin de que permitan una ventaja en la segmentación del mercado. Hablando de este estudio específicamente, se conoce que posee influencia de grupos de investigación, entidades especializadas y universidades, lo que tal vez, altera un poco el resultado de la razón jurídica (si es privado o público); sin embargo, se muestra notablemente

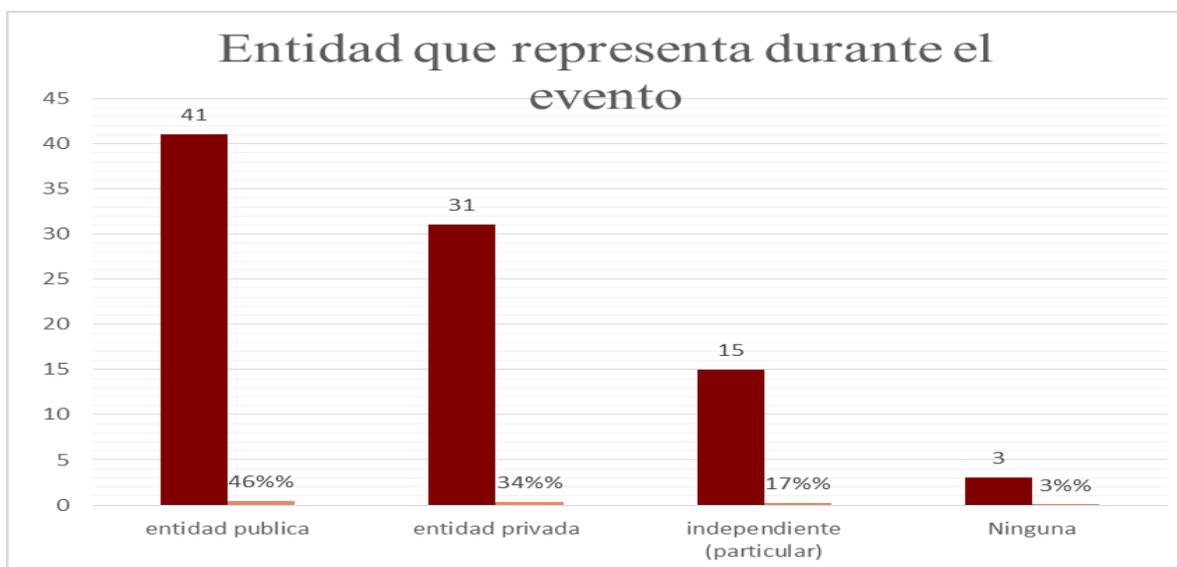
que las instituciones educativas y en general, las instituciones públicas poseen, gran influencia en el desarrollo de eventos, no siempre como parte de la organización, pero están generando aportes logísticos, de recursos, publicitarios, entre otros; esto generalmente se da como parte de alianzas estratégicas.

Tabla 4.7  
Entidad que representa durante el evento.

Entidad a la que representa el asistente			
		Frecuencia	Porcentaje
<b>Válido</b>	Entidad privada	31	34,4
	Independiente	15	16,7
	Entidad Pública	41	45,6
	Ninguna	3	3,3
	<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100,0</b>

Fuente: adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Gráfica 4.7  
Entidad que representa durante el evento.



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Considerando los datos anteriores, se puede observar que, la entidad que representa el mayor número de asistentes, es la entidad pública con el 45.6 %, que corresponde de acuerdo a los registros observados a las universidades y especialmente a sus docentes, investigadores y estudiantes, convirtiéndose en el mercado potencial de este segmento de turismo; lo que indica que las entidades públicas se refieren principalmente a las universidades; por lo tanto, estratégicamente, es conveniente apostarle a la organización de eventos que representen asistencia de entidades públicas, lo que puede garantizar una mayor asistencia y éxito del mismo.

Por otro lado, cabe destacar los gastos que un participante tiene al asistir a un evento, debido a que se puede considerar el gasto promedio que un participante aporta a la economía de la ciudad anfitriona.

Tabla 4.8

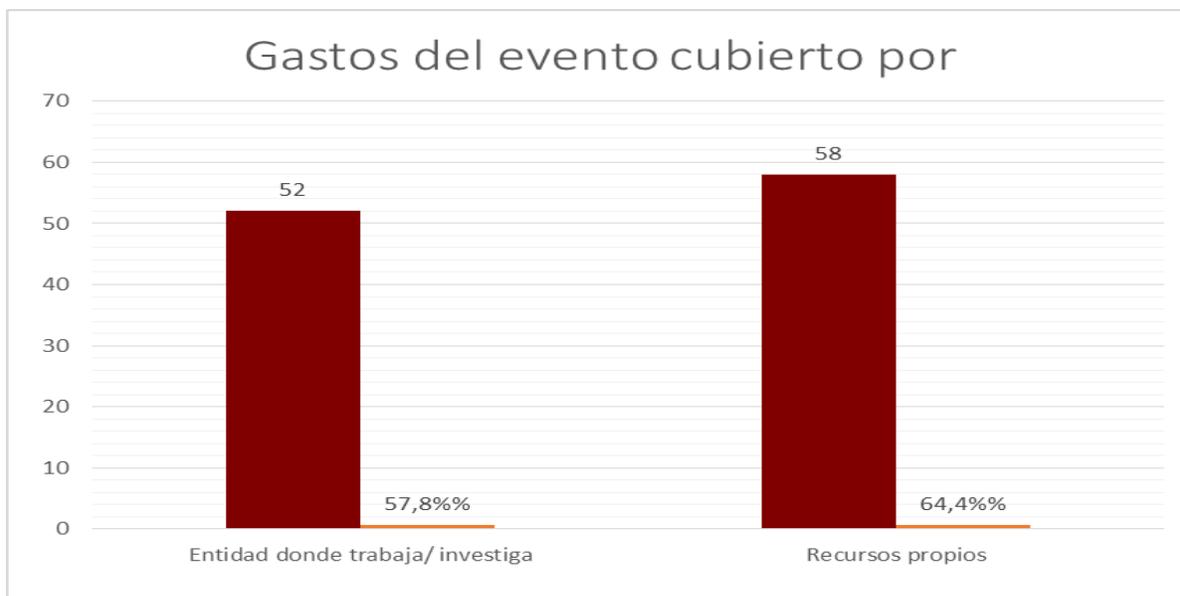
*Gastos del eventos cubierto por la entidad donde trabaja o recursos propios.*

Los gastos del evento son cubiertos por			
		Frecuencia	Porcentaje
<b>Válido</b>	Entidad donde trabaja/investiga	52	<b>57,8</b>
	Recursos propios	58	<b>64,4</b>
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>122,2</b>

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Gráfica 4.8

*Gasto del evento cubierto por la entidad donde trabaja recurso propio.*



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

En la gráfica se muestra que, los gastos de los participantes en los eventos, se derivaron de sus propios recursos, con un porcentaje del 64,4%; Sin embargo, cabe resaltar que el 57.8% de los asistentes encuestados contestaron que, eran respaldados por la entidad donde trabajan.

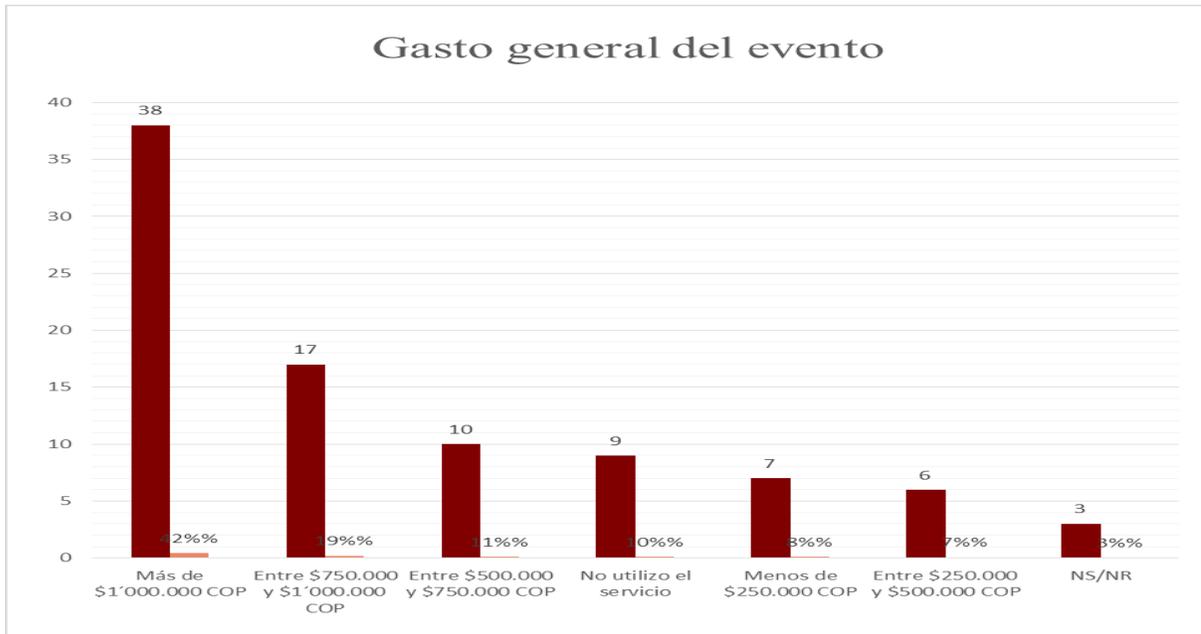
Hay que tener en cuenta, la proveniencia de los recursos para el gasto de los asistentes: si son recursos propios o recursos de la entidad a la cual pertenece. Esta información permite tener la noción del objetivo hacia el cual un evento debe apuntar, en pro del ejercicio financiero, sea con o sin ánimo de lucro, para establecer punto de equilibrio y utilidad; por tanto, es de importancia tener en cuenta el segmento del cual se derivan los recursos de financiación de la mayoría de asistentes.

Tabla 4.9  
*Gasto general del evento.*

Gasto general del evento			
		Frecuencia	Porcentaje
<b>Válido</b>	Más de \$1'000.000 COP	38	<b>42,2</b>
	Entre \$750.000 y \$1'000.000 COP	17	<b>18,9</b>
	Entre \$500.000 y \$750.000COP	10	<b>11,1</b>
	No utilizo el servicio	9	<b>10,0</b>
	Menos de \$250.000 COP	7	<b>7,8</b>
	Entre \$250.000 y \$500.000COP	6	<b>6,7</b>
	NS/NR	3	<b>3,3</b>
	<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Gráfica 4.9  
*Gasto general del evento.*



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

De la información anterior, se expone una variable muy importante para la ciudad de Popayán, puesto que el gasto de los asistentes aporta al ingreso económico de los establecimientos, lo que evidencia que el gasto de los participantes fue superior a un millón de pesos con un 42.2%. en la ciudad de Popayán.

Posteriormente, al analizar las estadísticas del gasto en hospedaje, se puede identificar el tipo de hotel al que un asistente del evento promedio tiene acceso.

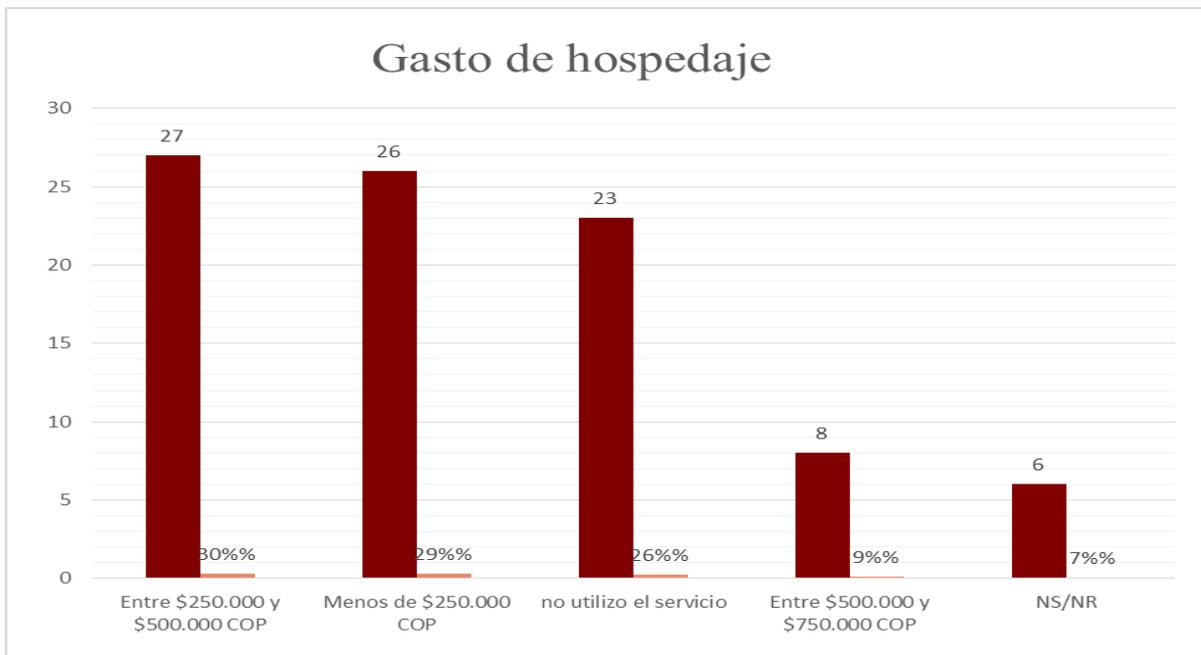
Tabla 4.10  
*Gasto de hospedaje.*

Gasto de hospedaje			
		Frecuencia	Porcentaje
<b>Válido</b>	Menos de \$250.000 COP	26	<b>28,9</b>
	Entre \$250.000 y \$500.000 COP	27	<b>30,0</b>
	No utilizo el servicio	23	<b>25,6</b>

Entre \$500.000 y \$750.000 COP	8	<b>8,9</b>
NS/NR	6	<b>6,7</b>
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Gráfica 4.10  
Gasto de hospedaje.



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Aquí se puede observar que, un 30% de los participantes estuvieron dispuestos a gastar entre \$250.000 y \$500.000 pesos, según el estudio realizado por (Erazo & Montenegro, 2016)

se dio a conocer, que el promedio de estadía de los participantes durante los eventos realizados fue de 3 a 4 días; el 29% de los asistentes y tuvo un gasto menor a \$250.000, y el 26% no tuvo gasto debido a que no utilizó el servicio de hospedaje. Este último valor, es una variable que permite establecer un análisis cruzado con la recolección de información de las ciudades de origen de los participantes. Según esto, la ciudad de procedencia con mayor asistentes fue Cali, tal vez, por la cercanía a la ciudad anfitriona, hay nexos familiares, conocidos, entre otros; que permite obviar el gasto de hospedaje, la siguiente ciudad con mayor índice de asistentes fue la ciudad sede Popayán.

En lo anterior, se identifica que una tercera parte del porcentaje de asistentes están obviando el gasto de hospedaje, lo que permite abrir una posibilidad a la oferta de un servicio complementario, que pueda experimentar otro tipo de actividades que se encuentran en la ciudad, otorgando a los visitantes oportunidades para conocer los diferentes atractivos, y de la misma manera aportar a otro segmento de la economía.

Partiendo de lo anterior y basado en el estudio de (Erazo & Montenegro, 2016), se da la posibilidad de realizar un análisis de variables cruzadas que brinde una detallada información de los diferentes gastos que se tuvieron en cuenta y determinar cuáles son las que se integran a las necesidades fundamentales y aquellas que son suntuarias; por ende lo que tuvo más representación económica y dejaron por fuera esos gastos suntuosos, fue el esparcimiento y culturización con el entorno directamente enfocado al turismo regional.

En la siguiente tabla, se expresan los criterios de gastos junto a las variables con mayor porcentaje de respuesta en el estudio realizado por (Erazo & Montenegro, 2016); partiendo de

esto, se estipula un valor promedio asignado para cada criterio de gasto y con base en el promedio del gasto general, se da el porcentaje de otros gastos.

Tabla 4.11  
*Tipos de gastos.*

CRITERIO DE GASTO	VALOR	%	VALOR PROMEDIO	PORCENTAJE
Gasto general	<b>Mas 1'000.000</b>	<b>42,20%</b>	<b>\$ 1.250.000</b>	<b>100%</b>
Gasto de hospedaje	Entre 500 y 700 mil pesos	30%	\$ 600.000	48%
Restaurantes	Menos de 250.000	65,30%	\$ 150.000	12%
Gasto de inscripción al evento	Entre 250 y 500 mil pesos	35,60%	\$ 350.000	28%
Gasto de transporte	Menos de 250.000	35,60%	\$ 150.000	12%
Gastos en museos y parques naturales	0	77,80%	0	0%
Gastos en tiendas	0	50%	0	0%
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Según la información anterior, se pueden observar los seis principales ítems que fueron tomados del estudio de (Erazo & Montenegro, 2016), el cual se tuvo en cuenta para el estudio dentro de la ciudad de Popayán, en la que la primera variable, con mayor gasto de hospedaje que sobresalió fue entre \$500.000 y \$700.000 pesos, con un 30% en el que se estipuló un gasto promedio de \$600.000 que representó el 48% que significa el mayor porcentaje de gasto que el participante realizó en la ciudad de Popayán; el gasto de inscripción al evento con un 28%, el transporte y restaurante, presentaron un 12% cada uno; sin embargo, su última variable, el aporte de gastos en tiendas, entradas a museos y parques naturales es del 0% debido a que en el estudio de la variable más representativa que tuvieron fue la de no usar el servicio con el 77.80% y 50% respectivamente.

Cabe resaltar que los valores promedio dados y el porcentaje de éstos son valores simulados, que permiten una visión clara del fenómeno que se desarrolló en los eventos estudiados referente a gastos.

Por otro lado, las dos últimas variables mencionadas son preocupantes para la ciudad y para los Organizadores Profesionales de Congresos (OPC), porque se tiene un potencial que no es aprovechado entorno a estas actividades, las cuales según el “Turismo de Reuniones” deben ser complementarias para una experiencia más amena. Es importante destacar que, para mitigar este problema y mejorar las estadísticas, se deben crear estrategias que conecten directamente a las organizaciones y a los organizadores de eventos de carácter académico y de cualquier otro tipo con operadores turísticos y de servicios, que brindan espacio de esparcimiento y cultura general de la ciudad sede.

Se presenta, la gráfica de acceso a información y atención al turista que permite tener conocimiento de la información de diferentes sitios de interés de la ciudad y los servicios de prestación turística.

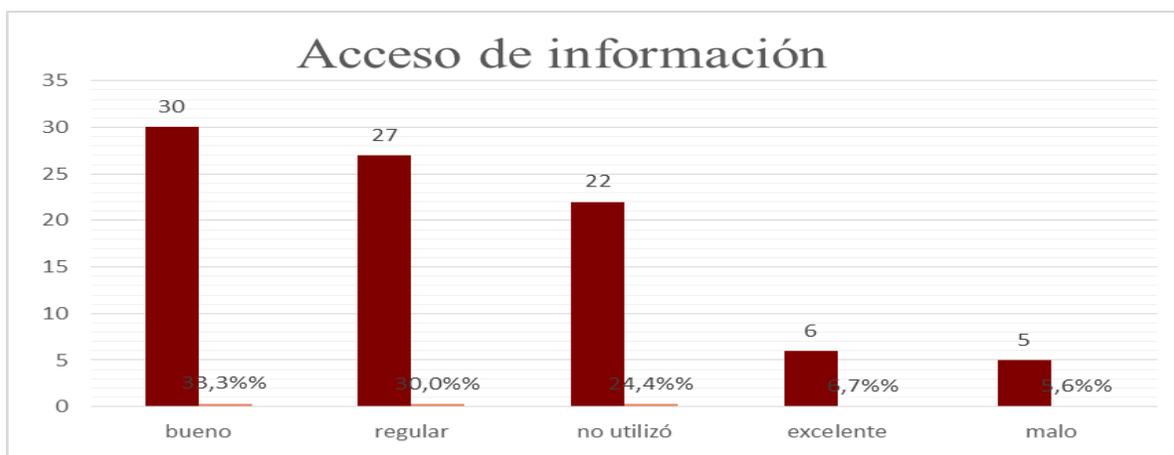
Tabla 4.12  
*Acceso a información y atención al cliente.*

<b>Acceso a información y atención al turista</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Válido</b>	Bueno	30	<b>33,3</b>
	Regular	27	<b>30,0</b>
	No utilizó	22	<b>24,4</b>
	Excelente	6	<b>6,7</b>
	Malo	5	<b>5,6</b>
	<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Gráfica 4.11

*Acceso a información y atención al turista.*



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Según las estadísticas anteriores, se puede observar que el acceso a la información y atención al turista fue bueno con un 33.3%. Sin embargo, se observa un porcentaje del 30.0% que es regular, lo que se puede evidenciar y es preocupante, debido a la falta de información que se da por parte de los organizadores, sin dejar a un lado la falta de interés de este conocimiento por parte del turista.

Se realizó, una investigación en el IV Congreso Latinoamericano de Etnobiología, con la finalidad de tener conocimiento sobre las actividades turísticas que los asistentes hayan realizado en el evento, para lo cual en la encuesta, se exhibió una tabla de selección múltiple con siete opciones que se ilustran a continuación

Tabla 4.13

*Opciones encuestadas en las actividades extras del evento*

<b>City tour</b>
<b>Recorrido turístico por la región</b>
<b>Salida de campo</b>
<b>Turismo Étnico</b>
<b>Turismo Rural</b>
<b>Turismo Religioso</b>
<b>Turismo Gastronómico</b>

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

De las anteriores opciones, se dieron diferentes combinaciones, debido a que hubo un porcentaje de los asistentes que realizaron al menos dos actividades; estas respuestas se presentan a continuación.

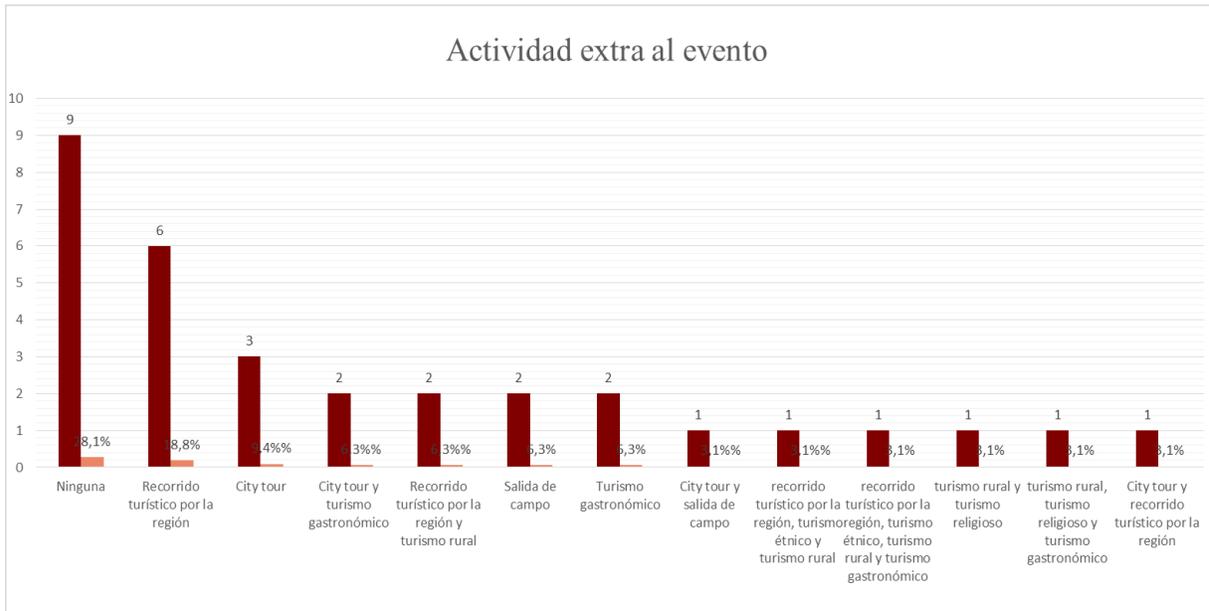
Tabla 4.14  
*Realizó alguna actividad extra al evento.*

realizó alguna actividad extra al evento			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Ninguna	9	28,1
	Recorrido turístico por la región	6	18,8
	City tour	3	9,4
	City tour y salida de campo	1	3,1
	City tour y Turismo Gastronómico	2	6,3
	Salida de campo	2	6,3
	Turismo Gastronómico	2	6,3
	Recorrido turístico por la región, Turismo Étnico y Turismo Rural	1	3,1
	Recorrido turístico por la región, Turismo Étnico, Turismo Rural y Turismo Gastronómico	1	3,1

Turismo Rural y Turismo Religioso	1	3,1
Turismo Rural, turismo Religioso y turismo Gastronómico	1	3,1
City tour y recorrido turístico por la región	1	3,1
Total	32	100,0

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016).

Gráfica 4.12  
*Actividad extra al evento.*



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016).

Se observa, que el 18,8% de los participantes realizó un recorrido turístico por la región lo que es muy positivo para la ciudad, ya que es de gran interés para los turistas que vienen a visitarla; sin embargo, este resultado está impulsado por los programas y actividades que el evento ofreció y realizó dentro de su cronograma.

Por otro lado, se puede observar en la tabla un 18.8% por el recorrido turístico de la región, aspecto positivo que necesita fortalecerse, al igual que los atractivos turísticos que posee. Por esta razón, se presenta a continuación la experiencia de las personas que tomaron los servicios de los diferentes atractivos de la ciudad.

Tabla 4.15  
*Calificación de la experiencia.*

<b>En caso de que sea afirmativa, califique la experiencia</b>			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Ns/Nr	13	40,6
	Muy bueno	9	28,1
	Bueno	7	21,9
	Regular	3	9,4
	Total	32	100,0

Fuente: adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Gráfica 4.13  
*Calificación de la experiencia.*



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Se evidencia que de los asistentes que participaron, un 28.1% califican la experiencia con muy buen resultado, a pesar de que un mínimo porcentaje de los asistentes a estos eventos fue satisfactorio, lo que permite evidenciar que la ciudad de Popayán necesita explotar de manera adecuada todo lo que posee para el mismo fortalecimiento.

### 4.3 INVENTARIO DE LOS LUGARES PARA DESARROLLO DE EVENTOS

De acuerdo con análisis anterior, se determinó realizar un lista de chequeo de la Norma técnica sectorial NTS-OPC 001 del 2009, basado en el estudio de (Erazo & Montenegro, 2016), en el cual se hace una segmentación de los factores necesarios en los establecimientos de desarrollo de eventos que se realizan dentro de la ciudad de Popayán.

Se realizó un inventario de 19 establecimientos, para lo cual se ha determinado una matriz que califica con 0-1 respectivamente No y Si, con las siguientes preguntas que se dividen en cinco ítems según lo muestra la Norma Sectorial NTS-OPC 001 del 2009.

Tabla 4.16

*Lista de chequeo basada en la NTS.*

<b>1. INFRAESTRUCTURA</b>	
<b>1.1</b>	Toma eléctrica en todas las áreas
<b>1.2</b>	Infraestructura de iluminación que garantice la presentación del servicio en todas las áreas
<b>1.3</b>	Señalización arquitectónica
<b>1.4</b>	Señalización de seguridad (preventiva, informativa y de emergencia)
<b>1.5</b>	Sistema de emergencia que garantice la prestación de servicio de energía en las áreas públicas y de acceso
<b>1.6</b>	Capacidad tecnológica de voz y datos
<b>1.7</b>	Servicio de energía eléctrica, incluyendo planta eléctrica de emergencia, de acuerdo con las necesidades del evento
<b>1.8</b>	Baterías de baño separadas por sexo
<b>1.9</b>	Facilidades de acceso
<b>1.10</b>	Parqueadero para automóviles, taxi y transporte terrestre automotor
<b>1.11</b>	Accesibilidad y servicios para personas con discapacidad
<b>1.12</b>	Zonas de carga, descarga y áreas de bodegaje
<b>1.13</b>	Acceso a servicios financieros dentro del área de influencia (200 metros alrededor de la localización)
<b>1.14</b>	Servicios de alimentos y bebidas conforme a las normas legales vigentes
<b>1.15</b>	Servicio de apoyo para reservas, áreas de alojamiento
<b>1.16</b>	Disponibilidad de oficina para organizadores
<b>1.17</b>	Disponibilidad de espacios para la adecuación de cabinas para traducción simultánea
<b>1.18</b>	Centro de negocios que cuente como mínimo con dos equipos de cómputo con programas actuales vigentes (fax, fotocopidora, conexión a internet e impresora)
<b>1.19</b>	Cuenta con maletero y ropero
<b>1.20</b>	Aislamiento acústico en salones

<b>2. AREAS ESPECÍFICAS:</b>	
<b>2.1</b>	Áreas específicas para refrigerios
<b>2.2</b>	Áreas específicas para exhibiciones
<b>2.3</b>	Áreas específicas para registro y acreditación
<b>2.4</b>	Áreas específicas para actividades sociales
<b>3. EQUIPO DE AUDIO, ILUMINACIÓN Y VIDEO:</b>	
<b>3.1</b>	Pantallas
<b>3.2</b>	Equipo de sonido
<b>3.3</b>	Micrófonos
<b>3.4</b>	Señalizadores
<b>3.5</b>	Computadores
<b>3.6</b>	Proyectores
<b>3.7</b>	Equipo de traducción simultanea
<b>3.8</b>	Cámaras de video
<b>3.9</b>	Equipo de grabación y audio
<b>3.10</b>	Sistema de iluminación
<b>3.11</b>	Monitores de audio y video
<b>3.12</b>	Reproductores de video
<b>3.13</b>	Sistema de video conferencias
<b>3.14</b>	Circuito cerrado de televisión
<b>3.15</b>	Semáforos
<b>4. MOBILIARIO:</b>	
<b>4.1</b>	Mobiliario en sillas
<b>4.2</b>	Mobiliario en mesas

<b>4.3</b>	Mobiliario en banderas
<b>4.4</b>	Mobiliario en atriles
<b>4.5</b>	Mobiliario en manteles
<b>4.6</b>	Mobiliario en porta pendones
<b>4.7</b>	Mobiliario en tarima
<b>4.8</b>	Mobiliario en tableros y papelógrafo
<b>5. EMERGENCIAS:</b>	
<b>5.1</b>	Tener detectores de humo o de calor según el concepto técnico de la autoridad competente
<b>5.2</b>	Tener mecanismo de extinción contra incendios, según concepto técnico de la autoridad competente
<b>5.3</b>	Tener alarmas generales de incendio
<b>5.4</b>	Tener salida de escape de emergencia según el concepto técnico de la autoridad de competente
<b>5.5</b>	Tener plan de emergencia que incluya: ( simulacro de incendio, actos criminales, accidentes de empleados, huéspedes y visitantes, desastres naturales) al igual que tener el personal capacitado para tener en cuenta el plan de emergencia
<b>5.6</b>	Disponer de Señalización y sistemas de seguridad integral
<b>5.7</b>	Facilitación de servicio de atención médica.

Fuente: Adaptada de la Norma Técnica Sectorial (NTS)

La norma resalta, cuáles son los ítems necesarios para una infraestructura con las mejores condiciones para la realización de “Turismo de Reuniones”, dentro de la ciudad de Popayán. Por tal motivo se han escogido diferentes establecimientos, que se encuentran en la ciudad para

determinar cuál de estos posee las características necesarias para la elaboración de los diferentes eventos que se van a realizar en la misma, según la NTS-OPC 001.

A continuación, se expone el listado de los establecimientos con la capacidad de asistentes por auditorios, con su respectivos precios según el estudio de (Erazo & Montenegro, 2016).

Tabla 4.17

*Centro de Convenciones Casa de la Moneda y Teatro Guillermo León Valencia.*

<b>INVENTARIO DE TEATROS Y CENTRO DE CONVENCIONES EN LA CIUDAD DE POPAYÁN</b>		
<b>NOMBRE</b>	<b>CAPACIDAD</b>	<b>PRECIO ALQUILER POR DIA O EVENTO</b>
<b>Teatro Guillermo León Valencia</b>	500 Personas	<b>\$3'000.000</b>
<b>Centro de Convenciones Casa de la Moneda</b>	800 Personas	<b>\$3'000.000</b>
<b>TOTAL 2</b>		

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Tabla 4.18

*Auditorios Empresariales y Universitarios.*

<b>INVENTARIO DE AUDITORIOS UNIVERSITARIOS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>AUDITORIOS</b>	<b>CAPACIDAD</b>	<b>PRECIO DE ALQUILER POR 2 HORAS</b>
	Auditorio Bicentenario	150 Personas	<b>\$112.000</b>

<b>COLEGIO MAYOR DEL CAUCA</b>	Auditorio Encarnación	110 Personas	<b>\$112.000</b>
<b>UNICOMFACAUCA</b>	Julio Arboleda	200 Personas	<b>\$214.800</b>
	Salón de Eventos	70 Personas	<b>\$172.800</b>
	Torreón	158 Personas	<b>\$161.000</b>
<b>UNIVERSIDAD DEL CAUCA</b>	Francisco Lemos	213 Personas	<b>\$322.000</b>
	Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas (FCCEA)	90 Personas	<b>\$184.000</b>
	Paraninfo Francisco José de Caldas	241 Personas	<b>\$579.000</b>
	Edificio de Matemáticas	190 Personas	<b>Sin alquiler</b>
	Antonio José Lemos Guzmán	344 Personas	<b>\$161.000</b>
<b>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN</b>	Auditorio 1 San José	80 Personas	<b>\$100.000</b>
	Los Fundadores San José	180 Personas	<b>\$100.000</b>
	Sede San Camilo	450 Personas	<b>\$120.000</b>
<b>UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CAUCA</b>	Auditorio La Quimera	180 Personas	<b>\$500.000</b>
<b>TOTAL 14 AUDITORIOS</b>			

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Tabla 4.19

*Inventario Auditorios Empresariales.*

<b>INVENTARIO DE AUDITORIOS EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE POPAYÁN</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>AUDITORIOS</b>	<b>CAPACIDAD</b>	<b>PRECIO DE ALQUILER POR 2 HORAS</b>

<b>COOMEVA</b>	Coomeva Cooperativa	120 Personas	<b>\$100.000</b>
<b>ALCALDÍA DE POPAYÁN</b>	Auditorio CAM	600 Personas	<b>Gratuito</b>
	Auditorio CAM 2	80 Personas	
	Auditorio CAM 3	50 Personas	
<b>COMFACAUCA</b>	Pisoje	600 Personas	<b>\$480.000</b>
	Biblioteca Rafael Maya	80 Personas	<b>\$50.400</b>
<b>CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA</b>	Auditorio de los Comerciantes	50 Personas	<b>\$61.000</b>
	Auditorio Empresarial	150 Personas	<b>\$114.500</b>
<b>TOTAL 6 AUDITORIOS</b>			

Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Tabla 4.20  
Hoteles.

<b>INVENTARIO DE HOTELES CON SALONES DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>AUDITORIOS</b>	<b>CAPACIDAD</b>	<b>PRECIO ALQUILER POR DIA O EVENTO</b>
<b>Hotel Camino Real</b>	Salón de Eventos “El Domo”	300 Personas	<b>\$450.000</b>
<b>Hotel La Plazuela</b>	Salón de Eventos	80 Personas	<b>\$50.000</b>
	Salón de Eventos Campanario	150 Personas	<b>\$1'200.000 Todo Incluido</b>

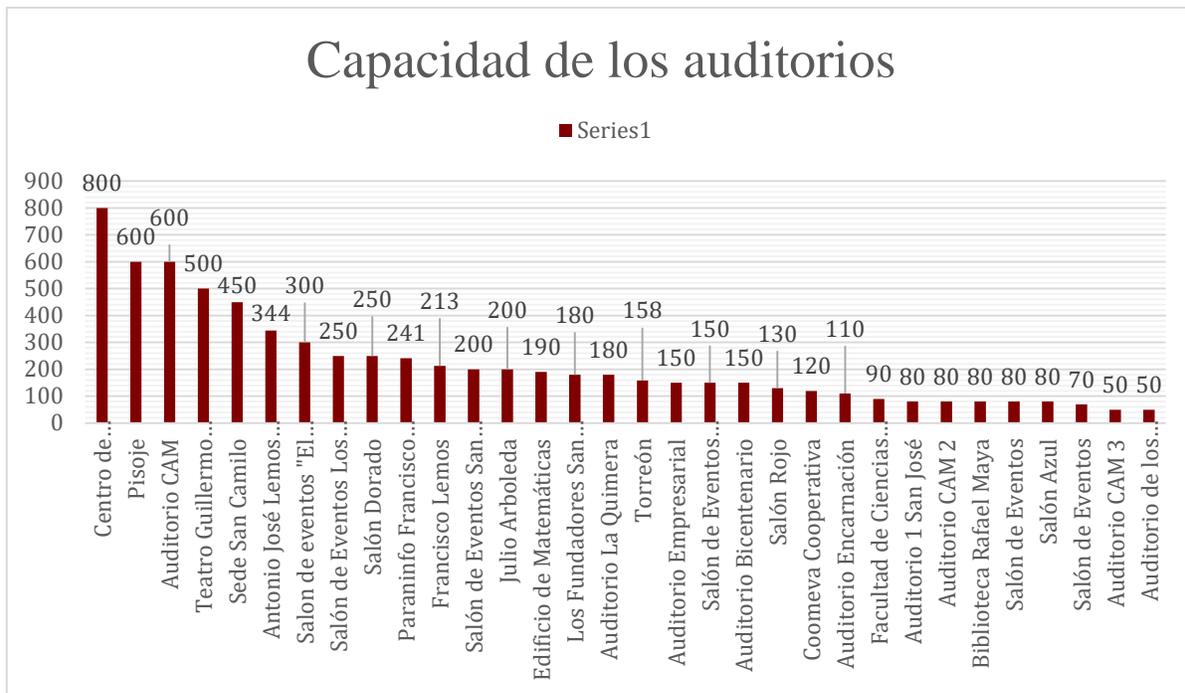
<b>Hotel Dann Monasterio</b>	Salón de Eventos San Francisco	200 Personas	<b>\$1'400.000 Todo Incluido</b>
	Salón de Eventos Los Monjes	250 Personas	<b>\$1'500.000 Todo Incluido</b>
<b>Hotel San Martin</b>	Salón Azul	80 Personas	<b>\$700.000 Todo Incluido</b>
	Salón Rojo	130 Personas	<b>\$1'000.000 Todo Incluido</b>
	Salón Dorado	250 Personas	<b>\$2'000.000 Todo Incluido</b>
<b>TOTAL 9 Salones</b>			

Fuente: adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Partiendo de lo anterior, se realizan estadísticas para observar las capacidades que tienen los diferentes auditorios de la ciudad de Popayán que se han tenido en cuenta para esta investigación.

Gráfica 4.14

*Capacidad de los auditorios de la ciudad de Popayán.*



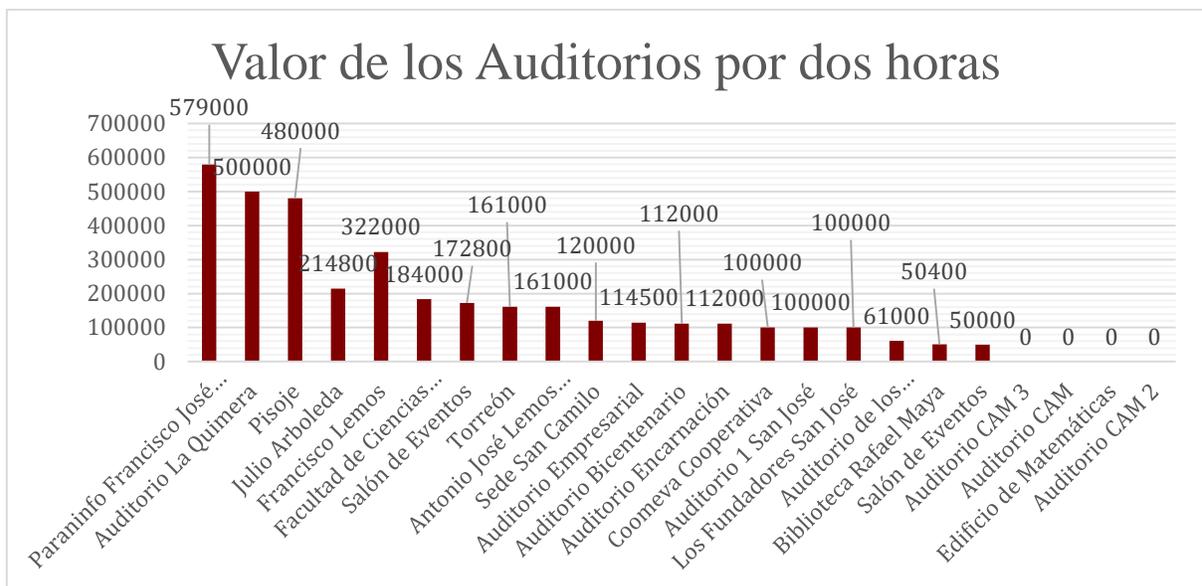
Fuente: Elaboración propia

El auditorio que tiene la mayor capacidad de personas es el Centro de Convenciones Casa de la Moneda con una capacidad de 800 personas, apto para eventos de “Turismo de Reuniones”, seguido de Comfacauca-Pisoje y la Alcaldía de Popayán, con una capacidad de 600 personas respectivamente.

En seguida, se observa la gráfica del alquiler del salón, con gráficas separadas: una por medio día, y la otra por día completo, en los diferentes auditorios de la ciudad de Popayán, con variedad valores de alquiler para eventos.

Gráfica 4.15

*Valor de los auditorios por dos horas.*

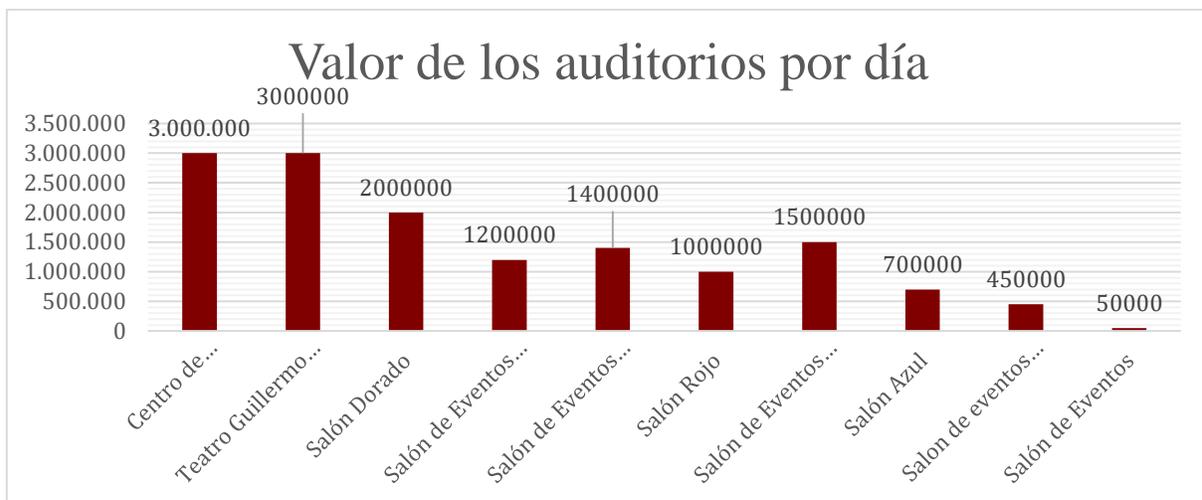


Fuente: Elaboración propia

El valor de los auditorios por dos horas, del Paraninfo Francisco José de Caldas de la Universidad del Cauca ocupa el primer lugar, con un coste de \$579.000 pesos, seguido del Auditorio la Quimera de la Universidad Autonoma del Cauca, con un valor de \$500.000 pesos; los últimos cuatros audiorios, que se observan en la gráfica no poseen costo debido a que son gratuitos o no se alquilan.

Continuando con lo anterior, se expone la gráfica con el valor de los auditorios por día de la ciudad de Popayán.

Gráfica 4.16  
*Valor de auditorio por día.*



Fuente:Elaboración propia

Los valores de los auditorios son elevados; el Centro de Convenciones Casa de la Moneda tiene un valor de \$3.000.000 pesos, al igual que el Teatro Guillermo Leon Valencia, seguido del Salon Dorado del Hotel San Martín con un valor de 2.000.000 pesos.

A continuación, se realiza una muestra del inventario de cada uno de los establecimientos, lo que permite establecer las condiciones que tienen según las variables indicadas anteriormente en el listado de chequeo, lo que deja ver el auditorio con mayores disponibilidades para la realización de “Turismo de Reuniones”, lo cual abarca Eventos Convenciones, Simposios, Conferencias, Reuniones, entre otros.

Se muestra de forma vertical, el número correspondiente a la variable de la lista de chequeo expuesta anteriormente de forma horizontal y en el encabezado, los nombres de cada uno de los establecimientos tenidos en cuenta en esta muestra. Para este análisis, se realiza una matriz de impacto cruzado más conocido como el método Delphi, en la que su valoración con el número uno se denomina SI y corresponde a los auditorios que cumplen con los requisitos y el número cero; se le connota el valor NO a los auditorios que no poseen características; todo

esto de acuerdo con la lista de chequeo anteriormente expuesta en la Norma Sectorial NTS-OPC 001 del 2009.

Tabla 4.21  
Calificación de los auditorios según lista de chequeo.

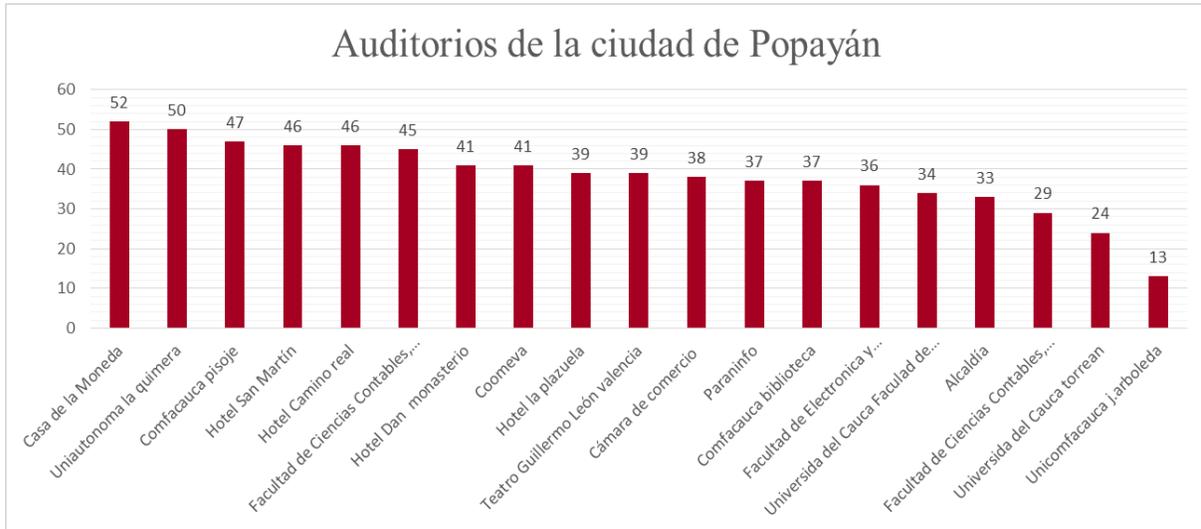
	Alcaldía	Comfaucaca pisoje	Casa de la Moneda	Hotel San Martín	Unicomfaucaca j.arboleda	Facultad de Electronica y Telecomunicaciones francisco lemos	Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas (FCCEA)	Paraninfo	Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas- aula máxima	Universidad del Cauca Facultad de salud	Universidad del Cauca torrean	Hotel Dan monasterio	Hotel la plazuela	Hotel Camino real	Teatro Guillermo León valencia	Cámara de comercio	Coomeva	Comfaucaca biblioteca	Uniautónoma la quimera	Total	
<b>1.1</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>19</b>
<b>1.2</b>	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>17</b>
<b>1.3</b>	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	<b>14</b>
<b>1.4</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	<b>16</b>
<b>1.5</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	<b>17</b>
<b>1.6</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>18</b>
<b>1.7</b>	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	<b>13</b>
<b>1.8</b>	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>18</b>
<b>1.9</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>18</b>
<b>1.10</b>	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	<b>13</b>
<b>1.11</b>	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	<b>13</b>
<b>1.12</b>	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	<b>15</b>
<b>1.13</b>	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	<b>15</b>
<b>1.14</b>	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	<b>16</b>
<b>1.15</b>	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>13</b>

<b>1.16</b>	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	<b>14</b>	
<b>1.17</b>	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	<b>3</b>	
<b>1.18</b>	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	<b>6</b>	
<b>1.19</b>	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	<b>8</b>	
<b>1.20</b>	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	<b>11</b>	
<b>2.1</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>17</b>	
<b>2.2</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>18</b>	
<b>2.3</b>	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	<b>16</b>	
<b>2.4</b>	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	<b>13</b>	
<b>3.1</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	<b>16</b>	
<b>3.2</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	<b>17</b>	
<b>3.3</b>	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	<b>16</b>	
<b>3.4</b>	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	<b>13</b>	
<b>3.5</b>	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	<b>14</b>	
<b>3.6</b>	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>17</b>	
<b>3.7</b>	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>	
<b>3.8</b>	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	<b>6</b>	
<b>3.9</b>	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	<b>8</b>	
<b>3.10</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>18</b>	
<b>3.11</b>	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	<b>11</b>	
<b>3.12</b>	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	<b>14</b>	
<b>3.13</b>	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	<b>13</b>	
<b>3.14</b>	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	<b>4</b>	
<b>3.15</b>	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>5</b>	
<b>4.1</b>	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>17</b>	
<b>4.2</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>18</b>	
<b>4.3</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	<b>17</b>	
<b>4.4</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>18</b>	
<b>4.5</b>	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	<b>14</b>	
<b>4.6</b>	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	<b>10</b>	
<b>4.7</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	<b>17</b>	
<b>4.8</b>	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	<b>15</b>	
<b>5.1</b>	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	<b>8</b>	
<b>5.2</b>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	<b>17</b>	
<b>5.3</b>	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	<b>9</b>	
<b>5.4</b>	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	<b>15</b>	
<b>5.5</b>	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	<b>12</b>	
<b>5.6</b>	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	<b>12</b>	
<b>5.7</b>	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	<b>13</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>47</b>	<b>52</b>	<b>46</b>	<b>13</b>	<b>36</b>	<b>45</b>	<b>37</b>	<b>29</b>	<b>34</b>	<b>24</b>	<b>41</b>	<b>39</b>	<b>46</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>37</b>	<b>50</b>	<b>727</b>

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 4.17

Calificación de los auditorios según la lista de chequeo.



Fuente: Adaptada de (Erazo & Montenegro, 2016)

Esta gráfica muestra, el número equivalente a cada uno de los auditorios, permitiendo saber cuál es el de mayor cumplimiento en la lista de chequeo expuesta anteriormente.

Este estudio se hace con el fin de establecer cuáles son los lugares con mayor idoneidad para la realización de Turismo de Reuniones y cuáles son los auditorios en Popayán con capacidad mayor a 50 personas.

El auditorio que cumple con la mayoría de los requisitos es el Centro de Convenciones Casa de la Moneda, seguido del Auditorio la Quimera de la Universidad Autónoma.

#### 4.3.1. Fichas técnicas de los mejores establecimientos

Se presenta una ficha técnica de los seis mejores establecimientos con mejor calificación según el análisis expuesto anteriormente, en la que estos auditorios de la ciudad de Popayán cumplieron con la mayoría de las características, según la Norma Técnica Sectorial

NTS-OPC 001 del 2009, donde a continuación se muestra una información más detallada de los establecimientos, estos auditorios son:

Gráfica 4.18

*Mejores establecimientos de la Ciudad de Popayán.*



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.22

Ficha técnica del Centro de Convenciones Casa de la Moneda.

FORMATO DE INVENTARIO DE ESPACIO DE DESARROLLO DE EVENTOS										
<b>Nombre de la entidad:</b>					Casa de la Moneda					
<b>Clasificación del establecimiento:</b>					Centro de Convenciones					
<b>Imagen</b>					<b>Descripción</b>					
					Cuenta con un gran salón para eventos, adicionalmente tiene 3 salas de comisiones, camerinos, sala vip, cabinas de traducción, entre otros espacios versátiles y cómodos para el desarrollo de diferentes tipos de reuniones, además tiene instalado sistema de aire acondicionado central, redes de voz y datos, circuito cerrado de televisión y sistemas de audio y video, catalogándolo como uno de los nuevos centros de convenciones con mayor capacidad con los que cuenta el país para realizar eventos de talla internacional.					
<b>Naturaleza jurídica</b>				<b>Pública</b>	<b>Mixta</b>	<b>Privada</b>	<b>Dirección</b>		Carrera 11 # 3 -45	
				X			<b>Teléfono</b>		3144123936	
							<b>Email</b>		-	
<b>Aparcamiento para autos</b>				Si		<b>Capacidad</b>		800 personas		
<b>Servicios complementarios</b>				<b>Mobiliario</b>	<b>Sonido</b>	<b>Equipos</b>	<b>Alimentación</b>	<b>Vigilancia</b>	<b>Áreas públicas</b>	<b>Especificaciones:</b> El salón cuenta con video beam , sonido, computador, internet, inalámbrico, micrófonos inalámbricos, servicio de parqueadero cubierto sujeto a disponibilidad
					X	X		X	X	
<b>Distribución en planta</b>				<b>Baño</b>	<b>Cocina</b>	<b>Especificaciones:</b> Cuenta con baños en los diferentes pisos que posee				
				X	X					
<b>Accesibilidad</b>				<b>Señalétic</b>	<b>Puertas</b>	<b>Pasillos</b>	<b>Escaleras</b>	<b>Ascensor</b>		
				X	X		X	X		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.24

Ficha técnica Comfacauca Pisoje.

FORMATO DE INVENTARIO DE ESPACIO DE DESARROLLO DE EVENTOS									
<b>Nombre de la entidad:</b>					Comfacauca Pisoje				
<b>Clasificación del establecimiento:</b>					Auditorio				
<b>Imagen</b>					<b>Descripción</b>				
					<p>Es un espacio ideal para realizar toda clase de eventos corporativos, como asambleas, juntas, comités, reuniones, ruedas de prensa, lanzamiento de marca, etc. También puede realizar sus eventos sociales como reuniones diurnas o nocturnas para conmemorar fechas especiales. Eventos académicos como simposios, congresos, talleres, convivencias, encuentros deportivos y demás actividades que requieran de la mejor infraestructura.</p>				
<b>Naturaleza jurídica</b>			Publica	Mixta	Privada	<b>Dirección</b>		Carrera 5 vereda Gonzales	
					X	<b>Teléfono</b>		820 1257	
						<b>Email</b>		salonempresarial@comfacauca.com	
<b>Aparcamiento para autos</b>				Si		<b>Capacidad</b>		600 personas	
<b>Servicios complementarios</b>			Mobiliario	Sonido	Equipos	Alimentación	Vigilancia	Áreas publicas	<b>Especificaciones:</b> El salón cuenta con un espacio que cuenta con todas las comodidades logísticas y ayudas audiovisuales y tecnológicas (sonido, video beam, pantalla para proyección, internet wifi, sala de sistemas, tarima, aire acondicionado, silletería, mesones).
			X	X	X	X	X	X	
<b>Distribución en planta</b>			Baño	Cocina	<b>Especificaciones:</b>				
			X	X	Cuenta con baños en el auditorio				
<b>Accesibilidad</b>			Señalético	Puertas	Pasillos	Escaleras	Ascensor		
Fuente: Elaboración propia			X	X		X			

Tabla 4.25

Ficha técnica Hotel Camino Real “EL DOMO”.

FORMATO DE INVENTARIO DE ESPACIO DE DESARROLLO DE EVENTOS										
<b>Nombre de la entidad:</b>					Hotel Camino Real					
<b>Clasificación del establecimiento:</b>					Hotel					
<b>Imagen</b>					<b>Descripción</b>					
					<p>Ofrece el servicio integral de eventos mediante el cual se encarga de la planeación, coordinación y desarrollo del mismo para garantizando un buen servicio Atienden eventos dentro y fuera de las instalaciones poniendo a su disposición toda la infraestructura y menaje.</p>					
<b>Naturaleza jurídica</b>			Publica	Mixta	Privada	<b>Dirección</b>		Calle 5 # 5 – 59		
					X	<b>Teléfono</b>		824 3595		
						<b>Email</b>		Reservashotelcaminoreal@gmail.com		
<b>Aparcamiento para autos</b>				Si		<b>Capacidad</b>		200		
<b>Servicios complementarios</b>			Mobiliario	Sonido	Equipos	Alimentación	Vigilancia	Áreas publicas	<b>Especificaciones:</b> Cuenta con video beam , sonido, computador, papelógrafo, montaje (mesas, sillas, loza, cristalería, cubertería, mantelería ), internet, inalámbrico, señalizador, micrófonos inalámbricos, servicio de parqueadero cubierto sujeto a disponibilidad Marcadores - telón - atril sujeto a disponibilidad	
			X	X	X	X	X	X		
<b>Distribución en planta</b>			Baño	Cocina	<b>Especificaciones:</b>					
			x	x	Cada salón cuenta con su respectivo baño (hombres y mujeres )					
<b>Accesibilidad</b>			Señalética	Puertas	Pasillos	Escaleras	Ascensor	<b>Nota:</b> primer piso		
				X	X					

Fuente: Elaboración propia

FORMATO DE INVENTARIO DE ESPACIO DE DESARROLLO DE EVENTOS							
<b>Nombre de la entidad:</b>			Hotel San Martín				
<b>Clasificación del establecimiento:</b>			Hotel				
<b>Imagen</b>			<b>Descripción</b>				
			El hotel busca revolucionar el mercado hotelero de la ciudad brindando un concepto moderno y elegante resaltando sus atractivos turísticos. Cuenta con 4 salones para realizar diferentes cualquier tipo de evento (salón azul, rojo, empresarial y séptimo piso)				
Naturaleza jurídica	Publica	Mixta	Privada	<b>Dirección</b>		Calle 4 # 10 – 14	
			X	<b>Teléfono</b>		824 2191	
				<b>Email</b>		Eventoshsanmartin@gmail.com	
Aparcamiento para autos		Si		<b>Capacidad</b>		35	
Capacidad		<b>Aula</b>	<b>U</b>	<b>Espiga</b>	<b>Auditorio</b>	<b>Mesa redonda</b>	<b>Coctel</b>
<b>Salón rojo</b>		60	60	120	150	120	150
<b>Salón azul</b>		50	40	60	100	80	100
<b>Salón séptimo piso</b>		120	80	0	300	200	300
Servicios complementarios		Mobiliario	Sonido	Equipos	Alimentación	Vigilancia	Áreas publicas
		X	X	X		X	X
		<b>Especificaciones:</b> Cada salón cuenta con video beam , sonido, computador, papelógrafo, montaje, internet, inalámbrico, señalizador, micrófonos inalámbricos, servicio de parqueadero cubierto sujeto a disponibilidad					
Distribución en planta		Baño	Cocina	<b>Especificaciones:</b>			
		x	x	cuanto a la cocina el salón rojo, azul y séptimo piso la poseen,			
Accesibilidad		Señalética	Puertas	Pasillos	Escaleras	Ascensor	<b>Nota:</b>
		X	X		X	X	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.27

Ficha técnica Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas “FCCEA” Aula Máxima 401

FORMATO DE INVENTARIO DE ESPACIO DE DESARROLLO DE EVENTOS									
<b>Nombre de la entidad:</b>					Aula Máxima 401				
<b>Clasificación del establecimiento:</b>					Auditorio				
<b>Imagen</b>					<b>Descripción</b>				
					El auditorio se encuentra en la facultad de ciencias contables económicas y administrativas, el cual está presto a alquilarse eventos académicos de la universidad del cauca.				
<b>Naturaleza jurídica</b>			Publica	Mixta	Privada	<b>Dirección</b>		Carrera 2 # 4n - 140	
			X			<b>Teléfono</b>		820 9900 ext 3103	
						<b>Email</b>		-	
<b>Aparcamiento para autos</b>				Si		<b>Capacidad</b>		180	
<b>Servicios complementarios</b>			Mobiliario	Sonido	Equipos	Alimentación	Vigilancia	Áreas publicas	<b>Especificaciones:</b> Cuenta con sillas fijas, mesas, aire acondicionada, video beam, cabina de sonido, consolas de sonido, micrófonos, atril, mesas para adornos y sala de espera, posee un cuarto de bodega.
			X	X	X		X	X	
<b>Distribución en planta</b>			Baño	Cocina	<b>Especificaciones:</b>				
			X		Cada salón cuenta con su respectivo baño ( hombres y mujeres )				
<b>Accesibilidad</b>			Señalética	Puertas	Pasillos	Escaleras	Ascensor	<b>Nota:</b>	
Fuente: Elaboración propia			X	X	X	X	X		

De lo anterior, se determina el análisis de los diferentes auditorios de la ciudad de Popayán que muestra, que, el establecimiento que ofrece la mayor capacidad según la norma técnica sectorial NTS-OPC 001 del 2009 es: la Casa de la Moneda ubicada en el centro histórico de la ciudad; sin embargo, cabe resaltar que la diferencia entre los otros auditorios analizados no es mucha, debido a que según la norma, la mayoría de auditorios, no poseen todas las herramientas, pero, hay unos que están más dotados que otros; por lo tanto, se puede tomar como oportunidad para el beneficio de la ciudad, debido a que se puede implementar las herramientas necesarias para ofrecer un servicio de “Turismo de Reuniones” en la misma, realizando una sinergia entre los diferentes auditorios ya que unos se complementan con otros logrando así un mayor beneficio no sólo para los auditorios sino para la Popayán.

#### **4.4. ANALISIS COMPARATIVO**

Con respecto a los estudios hechos anteriormente, se procede a realizar un análisis comparativo donde se toma como muestra a cinco ciudades debido a que su tamaño de población y territorio es similar a la de la ciudad de Popayán. Partiendo de esto, se realiza un análisis comparativo donde se podrá observar las diferentes variables que se tomaron, estas ciudades son: Pereira, Armenia, Manizales, Pasto y Tunja similares según la población, las universidades de prestigio y el ejercicio de “Turismo de Reuniones” que cada una posee para la realización de eventos, como son los Centros de Convenciones y los dos hoteles principales que ofrezcan este mismo servicio; varias de estas ciudades se han tomado como destino universitario al igual que Popayán. Debido a estas características se ha recolectado este segmento para iniciar un análisis de relación en pro del “Turismo de Reuniones”, permitiendo establecer los parámetros

utilizados por estas ciudades o aquellas características ventajosas en este segmento para el desarrollo de este tipo de turismo.

La información de las siguientes fichas técnicas, es tomada de las páginas gubernamentales a las que cada ciudad corresponde.

Tabla 4.28

*Principales características de Pereira.*

<b>PEREIRA</b>	
<b>POBLACIÓN</b>	358.681 habitantes
<b>TIPO DE TURISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro de negocios</li> <li>• viajes de incentivos</li> </ul>
<b>CENTRO DE CONVENCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expofuturo</li> </ul>
<b>DESCRIPCIÓN - CENTRO DE CONVENCIONES</b>	<p>Pereira ha decidido apostarle a la ejecución de Turismo de Negocios, por tal motivo ha invertido en el sector para la construcción del Centro de Negocios en Pereira “Expofuturo” la cual se tiene una capacidad de hasta 7000 personas</p> <p>Quienes llegan a visitar esta ciudad a parte de realizar sus negocios se disponen a disfrutar de las diferentes actividades relacionadas con el café</p>
<b>HOTELES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Sonesta Cerritos</li> <li>• Hotel Movich Pereira</li> </ul>
<b>UNIVERSIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universidad Tecnológica de Pereira – UTP</li> <li>• Universidad Católica de Pereira</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.29

*Principales características de Armenia.*

ARMENIA	
<b>POBLACIÓN</b>	265.020 Habitantes
<b>TIPO DE TURISMO</b>	Eventos académicos
<b>CENTRO DE CONVENCIONES</b>	El Centro Cultural Metropolitano de Convenciones del Quindío
<b>DESCRIPCIÓN - CENTRO DE CONVENCIONES</b>	El Centro Cultural Metropolitano de Convenciones del Quindío, que puede recibir a 1.400 personas, es un recinto donde tienen lugar eventos importantes. Tiene espacios amplios que permiten apreciar el paisaje, así como equipos audiovisuales con tecnología de punta y una logística experimentada para organizar reuniones y congresos. Está ubicado a 25 minutos del Aeropuerto Internacional El Edén y a 10 minutos de la ciudad. Igualmente, existen diversos hoteles que tienen salones con capacidad para entre 150 y 800 asistentes.
<b>HOTELES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Allure Aroma Mocawa Hotel By Karisma</li> <li>• Hotel Isa victory Hotel Boutique</li> </ul>
<b>UNIVERSIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universidad del Quindío</li> <li>• Universidad La Gran Colombia</li> <li>• Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt</li> <li>• Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.30

*Principales características de Manizales.*

MANIZALES	
<b>POBLACIÓN</b>	342.620 Habitantes
<b>TIPO DE TURISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negocios</li> <li>• Eventos académicos</li> <li>Ferias y festivales</li> </ul>

<b>CENTRO DE CONVENCIONES</b>	El Centro Cultural y de Convenciones Teatro Los Fundadores
<b>DESCRIPCIÓN - CENTRO DE CONVENCIONES</b>	El Centro Cultural y de Convenciones Teatro Los Fundadores, es un bien de interés cultural, el cual ha sido un espacio de desarrollo empresarial local y nacional el posee seis salones, donde el principal salón es la Sala Fundadores, que posee un sistema de amplificación profesional e iluminación escénica con la última tecnología. Con capacidad de 1.232 sillas es la sala principal ideal para todo tipo de eventos.
<b>HOTELES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Estelar las Colinas</li> <li>• Hotel Benidorm</li> <li>• Hotel Carretero</li> </ul>
<b>UNIVERSIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universidad Católica de Manizales</li> <li>• Universidad de Caldas</li> <li>• Universidad Nacional de Manizales</li> <li>• Universidad de Manizales</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.31

*Principales características de Tunja.*

<b>TUNJA</b>	
<b>POBLACIÓN</b>	184 080Habitantes
<b>TIPO DE TURISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negocios</li> <li>• Académicos</li> <li>• Culturales</li> </ul>
<b>CENTRO DE CONVENCIONES</b>	Centro de Convenciones de Tunja
<b>DESCRIPCIÓN - CENTRO DE CONVENCIONES</b>	El Centro de Convenciones de Tunja se encuentra fuera del casco histórico de la ciudad lo que facilita la movilidad respecto de la reglamentación de pico y placa; territorialmente está estratégicamente localizado en un lugar donde confluyen varias vías de acceso a otros destinos como Bogotá, Sogamoso y Bucaramanga. ofrece diferentes salones en los que se

	destaca el salón múltiple con una capacidad de 1000 personas, perfecta para realizar cualquier eventos
<b>HOTELES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Monserrat</li> <li>• Hotel Hunza</li> </ul>
<b>UNIVERSIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia</li> <li>• Universidad de Boyacá</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.32

*Principales características de Pasto.*

<b>PASTO</b>	
<b>POBLACIÓN</b>	342.620 Habitantes
<b>TIPO DE TURISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos académicos</li> <li>• Empresariales</li> <li>• Gremiales</li> <li>• Convenciones y congresos</li> <li>• Ferias y festivales</li> </ul>
<b>CENTRO DE CONVENCIONES</b>	Centro de Convenciones de la cámara de comercio de Pasto.
<b>DESCRIPCIÓN - CENTRO DE CONVENCIONES</b>	El Centro de Convenciones de la Cámara de Comercio de Pasto, posee 3 salones, con capacidad de 50 personas, otro con 100 personas y el otro con 40 personas, posee Halls de exposiciones con capacidad de 30 stands, ideales para exposiciones artísticas, industriales, muestras comerciales, artesanales, ruedas de negocios, presentaciones culturales y en general eventos empresariales que requieren un espacio abierto, con excelente iluminación, amplitud y un ambiente moderno; cuenta con medios audiovisuales necesarios.
<b>HOTELES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Morasurco</li> <li>• Hotel Cuellar</li> <li>• Hotel Xilon</li> </ul>
<b>UNIVERSIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universidad de Nariño</li> <li>• Universidad Mariana</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.33

*Ficha técnica de la ciudad de Popayán.*

<b>POPAYÁN</b>	
<b>POBLACIÓN</b>	227.840Habitantes
<b>TIPO DE TURISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos académicos</li> <li>• Eventos culturales</li> <li>• Gremiales</li> <li>• Ferias, Festivales y Congresos</li> </ul>
<b>CENTRO DE CONVENCIONES</b>	Centro de Convenciones Casa de la Moneda
<b>DESCRIPCIÓN - CENTRO DE CONVENCIONES</b>	<p>El Centro de Convenciones; engalana una de las calles históricas de la ciudad debido a que está ubicado junto al Hotel Monasterio y a una de las iglesias principales de la ciudad, lugares de mucha concurrencia por los turistas, con el que dará paso para que la capital del Cauca incremente de esta manera el turismo corporativo de la ciudad y la región.</p> <p>La edificación cuenta con un gran salón para eventos, adicionalmente tiene 3 salas de comisiones, camerinos, sala vip, cabinas de traducción, entre otros espacios versátiles y cómodos para el desarrollo de diferentes tipos de reuniones, cuenta con un sistema de aire acondicionado central, redes de voz y datos, circuito cerrado de televisión y sistemas de audio y video, catalogándolo como uno de los nuevos Centros de Convenciones con mayor capacidad con los que cuenta el país para realizar eventos de talla internacional.</p>
<b>HOTELES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Monasterio</li> <li>• Hotel San Martín</li> </ul>
<b>UNIVERSIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universidad del Cauca</li> <li>• Universidad Cooperativa de Colombia</li> <li>• Corporación universitaria Autónoma del Cauca</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Se expone un cuadro comparativo de las tablas anteriormente vistas, con el fin de obtener una información más detallada de cada una de las ciudades expuestas en el trabajo de investigación con respecto a la ciudad de Popayán.

Tabla 4.34  
*Análisis Comparativo de las diferentes ciudades.*

ANÁLISIS COMPARATIVO						
CIUDADES	PEREIRA	ARMENIA	MANIZALES	TUNJA	PASTO	POPAYÁN
POBLACIÓN	358.681 Habitantes	265.020 Habitantes	342.620 Habitantes	184.080 Habitantes	342.620 Habitantes	227.840 Habitantes
TIPO DE TURISMO	Negocios		Negocios	Negocios		
					Gremiales	Gremiales
		Académicos		Académicos	académicos	académicos
					Empresariales	
				Culturales		culturales
	Viajes de incentivos					
					Convenciones	
			Ferias y Festivales		Ferias y festivales	Ferias, Festivales

<b>CENTRO DE CONVENCIONES</b>	Expofuturo	El Centro Cultural Metropolitano de Convenciones del Quindío	El Centro Cultural y de Convenciones Teatro Los Fundadores	Centro de Convenciones de Tunja	Centro de Convenciones de la Cámara de Comercio de Pasto.	Centro de Convenciones Casa de la Moneda
<b>HOTELES</b>	Sonesta Cerritos	Allure Aroma Mocawa Hotel By Karisma	Estelar las Colinas	Montserrat	Morasurco	Monasterio
	Hotel Movich Pereira	Isa victory Hotel Boutique	Benidorm	Hunza	Cuellar	San Martin
			Carretero		Xilon	
<b>UNIVERSIDADES</b>	Universidad Católica de Pereira	Universidad del Quindío	Universidad Católica de Manizales	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	Universidad de Nariño	Universidad del Cauca
	Universidad Tecnológica de Pereira - UTP	La Gran Colombia	Universidad de Caldas	Universidad de Boyacá	Universidad Mariana	Cooperativa de Colombia
		Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt	Universidad Nacional de Manizales			Corporación Universitaria Autónoma del Cauca
		Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío	Universidad de Manizales			

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente, se presentan las diferentes tablas con sus respectivas gráficas donde se puede observar la comparación de las seis ciudades incluyendo a Popayán.

En la primera tabla, se encuentra las diferentes ciudades seleccionadas y su Población, en la que se evidencian cinco ciudades, similares a la ciudad de Popayán y con respecto a la población, debido a que oscilan entre los 184.000 y los 358.000 habitantes

Se evidencian en la tabla 4.35, el tamaño de la población de cada una de las ciudades elegidas entre el intervalo seleccionado anteriormente, y se representan en una gráfica que permite establecer la diferencia entre una y otra ciudad.

Tabla 4.35

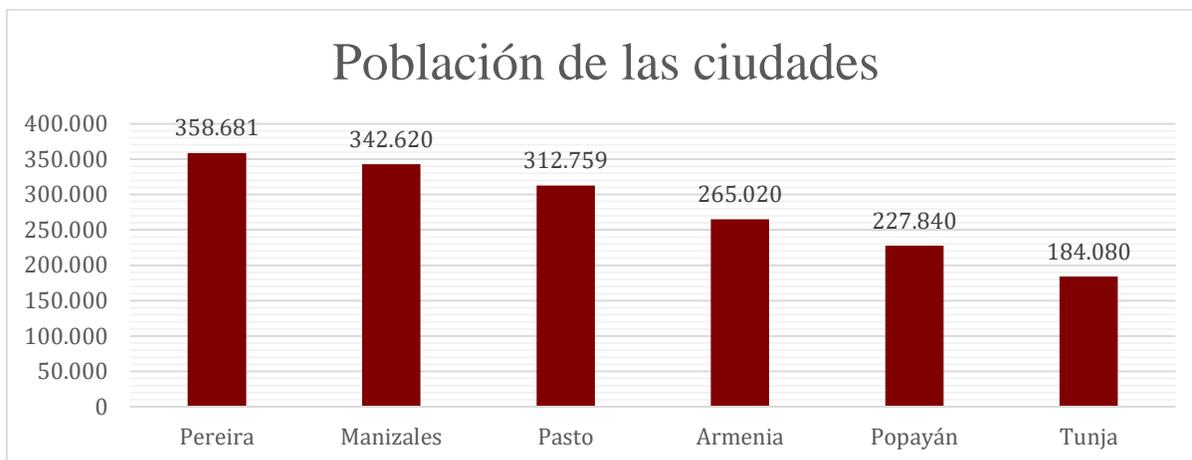
*Población de las respectivas ciudades para el análisis comparativo.*

<b>CIUDADES</b>	<b>HABITANTES</b>
<b>Pereira</b>	358.681
<b>Armenia</b>	265.020
<b>Manizales</b>	342.620
<b>Tunja</b>	184.080
<b>Pasto</b>	312.759
<b>Popayán</b>	<b>227.840</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4.19

*Población de las respectivas ciudades para el análisis comparativo.*



Fuente: Elaboración propia

Se observan las diferentes ciudades que se han tomado para el análisis de este estudio con sus respectivas poblaciones que son casi iguales a la ciudad de Popayán

Esta tabla 4.36 muestra las capacidades de los Centros de Convenciones que se encuentran en las diferentes ciudades, que son de gran importancia para este estudio.

Tabla 4.36

*Centros de Convenciones de las diferentes ciudades.*

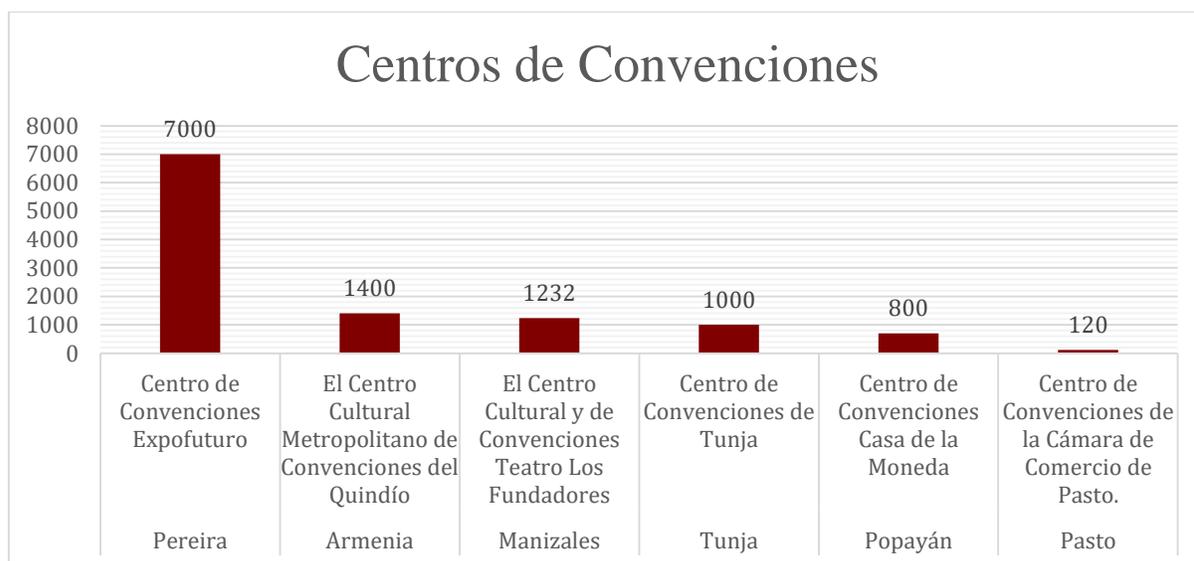
<b>CENTRO DE CONVENCIONES</b>		
<b>CIUDAD</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>CAPACIDAD</b>
<b>Pereira</b>	Centro de Convenciones Expofuturo	7000
<b>Armenia</b>	El Centro Cultural Metropolitano de Convenciones del Quindío	1400
<b>Manizales</b>	El Centro Cultural y de Convenciones Teatro Los Fundadores	1232
<b>Tunja</b>	Centro de Convenciones de Tunja	1000

<b>Pasto</b>	<b>Centro de Convenciones de la Cámara de Comercio de Pasto.</b>	<b>120</b>
<b>Popayán</b>	<b>Centro de Convenciones Casa de la Moneda</b>	<b>800</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4.20

*Centro de convenciones de las diferentes ciudades para el análisis comparativo.*



Fuente: Elaboración propia

Se aclara que en la ciudad de Popayán se ha seleccionado el Centro de Convenciones Casa de la Moneda, debido al análisis comparativo realizado anteriormente, según los estudios realizados anteriormente se puede observar que el Centro de Convenciones, es el establecimiento que ofrece las mejores condiciones para realizar “Turismo de Reuniones”.

En la tabla y gráfica anteriores, se expresan las capacidades de los auditorios, lo que permite saber la capacidad de la magnitud de eventos que se pueden realizar en cada uno de estos Centros de Convenciones; sin embargo, al ser Pasto, la ciudad con el tercer número más grande de población, se puede observar que a diferencia de los otros, es el destino con menor capacidad de albergar personas en su Centro de Convenciones (120 personas). A pesar de esto,

se ha observado que los hoteles de Pasto pertenecientes a Cotelco, han puesto a disposición sus instalaciones con última tecnología y todos los recursos necesarios para permitir a sus clientes un mejor servicio, además, por su estratégica ubicación geográfica lo hace partícipe de la oportunidad de interactuar y disfrutar de la zona cultural y turística de la ciudad. Pasto le está apostando a las convenciones y los congresos con una capacidad máxima de hasta 600 personas.

Por otro lado, es muy evidente que Pereira, con el mayor número de población, ofrece la capacidad de albergar 7000 personas en su Centro de Convenciones llamado Expofuturo.

Tunja, a pesar de que su población es pequeña con 184.080 habitantes, tiene una capacidad de albergar hasta 1000 personas.

Partiendo del tamaño del Centro de Convenciones de cada una de las ciudades estudiadas, se observa que en Popayán, según el estudio realizado anteriormente, está por debajo del promedio de la capacidad que tienen los demás investigados. Sin embargo, posee una capacidad de asistentes que permite el desarrollo de eventos de mediana envergadura, regionales, nacionales e internacionales.

A continuación, se observan los diferentes tipos de “Turismo de Reuniones” en las respectivas ciudades que han sido seleccionadas para este análisis.

Tabla 4.37  
*Tipos de turismo que se presentan en las ciudades analizadas.*

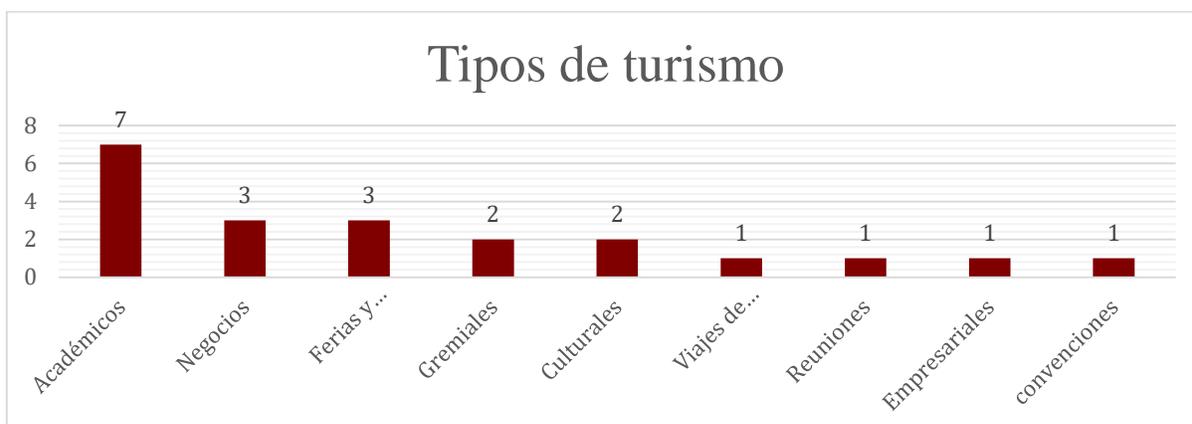
TIPOS DE TURISMO	
<b>Académicos</b>	7
<b>Negocios</b>	3

<b>Ferias y festividades</b>	3
<b>Gremiales</b>	2
<b>Culturales</b>	2
<b>Viajes de incentivos</b>	1
<b>Reuniones</b>	1
<b>Empresariales</b>	1
<b>Convenciones</b>	1

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4.21

*Tipos de turismo que se presentan en las diferentes ciudades.*



Fuente: Elaboración propia

En la muestra anterior de ciudades, se ha realizado una caracterización de los tipos de turismo enfocados en eventos que cada ciudad desarrolla, lo que permite, dar cuenta de cuáles son las más utilizados dentro de la dinámica de “Turismo de Reuniones”; en este caso, las características más destacadas han sido el segmento de los eventos Académicos con un porcentaje del 33%.

Para tener un contexto de cada una de las ciudades objeto de investigación, es importante hablar de su identidad, teniendo en cuenta su referente nacional que en muchos casos se resume

en una frase como: Armenia: “Ciudad Milagro” debido al terremoto de 1999 que afectó gran parte de la población y la infraestructura de la ciudad; Pereira: “ Ciudad sin Puertas”, la cual es una ciudad presta para acoger visitantes de manera poco frecuente alentando a que otros la visiten; Manizales: “la Ciudad de las Puertas Abiertas”, debido a que su gente es muy amable y formal, lo cual cautiva a los diferentes turistas que la visitan y a las personas que llegan a ella a realizar sus estudios universitarios; Tunja: “Ciudad de el Tejo y la Ruana”, por la frecuente práctica del juego de tejo como actividad tradicional de ocio y deporte, y la ruana ya que son tierras frías y es una característica representativa en la vestimenta de sus habitantes; Pasto: “la Ciudad Sorpresa”, se le da este nombre ya que por cualquier camino terrestre que se quiera llegar a esta ciudad, en un momento del trayecto aparece de repente el paisaje urbano en el horizonte en medio de las montañas, finalizando con Popayán: “la Ciudad Blanca”, por la conservación de sus colores en las fachadas de su centro histórico.

Armenia, capital del departamento del Quindío, es lugar de interés turístico debido a los pocos kilómetros del Parque Nacional del Café. Armenia es una de las ciudades más pequeñas de Colombia, pero que por su rápido desarrollo se ganó tal apelativo. La actividad económica del departamento del Quindío son los cultivos del café y las fincas con fines turísticos (colombianos). Al llegar a la "Ciudad Milagro" se pueden observar numerosas obras arquitectónicas, que permiten hacer un recorrido por diferentes etapas de la historia del siglo XIX. Una obra arquitectónica antigua de Armenia, es el edificio de la estación del ferrocarril que se inauguró en 1927 y entre las modernas se encuentra el edificio del centro cultural; la actividad agrícola es muy importante en la economía de este departamento; su principal cultivo es el café, histórico baluarte de la economía departamental y nacional. Otros cultivos son el plátano, yuca, sorgo, soya, frijol, maíz y cacao. (Armenia, 2005)

Manizales, capital del departamento de Caldas, está ubicada en el corazón de Colombia, delata innumerables encantos como el prodigio de una topografía arisca que incitó a sus colonizadores a engrandecerla por medio de la acción cultural del hombre, que fijó sobre sus predios bellos edificios de herencia republicana y trazó amplias y acogedoras avenidas. Es además la cuna del teatro y de los toros. Su nombre proviene de la abundancia de las llamadas "piedras de maní", que son rocas graníticas de color gris, compuestas por mica, feldespato y cuarzo. Un conjunto de estas piedras. Manizales significa conjuntos de piedras de maní. Es otra de las ciudades ubicadas en el eje cafetero donde se realizan sus festividades a principio de año en feria que atrae muchos turistas tanto nacionales como extranjeros; se realizan ahí el reinado internacional del café y también el del agua y se caracteriza por su temporada taurina, desfiles, exposiciones, entre otros, según (turismo, 2015 ).

Pereira, capital del departamento de Risaralda, centro de la región occidental del territorio colombiano, en un pequeño valle formado por la terminación de un contra fuerte que se desprende de la cordillera central. Su estratégica localización central dentro de la región cafetera, la ubica en el panorama económico nacional e internacional, estando unida vialmente con los tres centros urbanos más importantes del territorio nacional y con los medios aéreos de comunicación internacional (Pereira, 2014).

Popayán, capital del departamento del Cauca, es reconocido por su gran valor histórico y cultural, ya que fue una ciudad de paso obligado en la época de la colonia, hoy aún conserva parte de sus fachadas coloniales la cuales se visten de blanco y le permiten conocerse como la ciudad blanca de Colombia según (Gobernación del Cauca, 2010). Es de gran importancia el

sentido cultural que gira en torno a la ciudad y el departamento, por tanto, es un eje central en el prospecto de desarrollo de eventos enfocados al ámbito cultural y académico.

Tunja, capital del departamento de Boyacá, es un lugar tranquilo y relajante, con mucho encanto escondido, es conocida como ciudad colonial de las tres culturas (Chibcha, Castellana y Mestiza) con Patrimonio de ámbito mundial, de la Red de Conjuntos Monumentales de Colombia, el patrimonio arquitectónico de la ciudad, fruto de un enriquecedor pasado histórico protagonizado por las culturas que en ella convivieron y conviven. Hoy es también considerada como una ciudad universitaria (una de cada cinco personas es estudiante), puede disfrutar de museos y galerías, así como de cafés con un buen ambiente, por tanto en el enfoque que desarrolla el “Turismo de Reuniones” está claramente direccionado al ámbito académico, y Cultural ya que la ciudad es famosa por sus fiestas (Chibcha, 2016).

Pasto, capital del departamento de Nariño, ha sido centro administrativo, cultural y religioso de la región desde la época de la colonia, aún en la actualidad conserva edificios que muestran el paso de la colonia y la influencia de esta época, sin embargo, Pasto se ha caracterizado fuertemente en el sector cultural, posee los carnavales de negros y blancos, una festividad tradicional alrededor de la cual gira una gran logística; posee campo abierto principalmente para el “Turismo de Reuniones” enfocado en la cultura étnica y el sector académico (Colombia Turismo).

A continuación, se presentan las ventajas de las ciudades que se han tomado en cuenta para el análisis de este proyecto.

Tabla 4.38

*Ventajas de las ciudades.*

VENTAJAS	
<b>ARMENIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 26°C Cuenta con un clima favorable para la realización de cualquier tipo de actividad desarrollada en el Turismo de Reuniones, dado que permite un aprovechamiento óptimo del paisaje, la gente y el ambiente; por tal motivo se cree que las temáticas por el Turismo de Reuniones más coherentes según el clima son de carácter social e incentivos.</li> <li>• Ubicación estratégica.</li> <li>• Aeropuerto Internacional El Edén, La Tebaida vuelos exclusivos de Fort Lauderdale, Florida, Estados Unidos.</li> <li>• No hay alteraciones de orden público.</li> <li>• Infraestructura turística.</li> <li>• Vías de comunicación a diferentes ciudades del país.</li> <li>• Zona cafetera.</li> <li>• Paisaje cafetero.</li> <li>• Clúster enfocado al turismo.</li> </ul>
<b>PEREIRA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25°C ofrece un clima en el cual se puede brindar el Turismo de Reuniones en condiciones confortables para personas que vengan de cualquier destino, lo que ha permitido la puesta que le está haciendo al Turismo de Reuniones con la creación del Centro de Convenciones Expofuturo.</li> <li>• Aeropuerto Internacional Matecaña vuelos exclusivos a Panamá.</li> <li>• No hay alteraciones de orden público.</li> <li>• Infraestructura turística.</li> <li>• Zona cafetera.</li> <li>• Paisaje cafetero.</li> <li>• Clúster enfocado al turismo.</li> </ul>

<p style="text-align: center;"><b>MANIZALES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 24°C</li> <li>• Ciudad universitaria.</li> <li>• Ferias de Manizales.</li> <li>• No hay alteraciones de orden público.</li> <li>• Ubicada en el eje cafetero.</li> <li>• Infraestructura turística (sistema moderno de transporte público).</li> <li>• Relieve.</li> <li>• Zona cafetera.</li> <li>• Paisaje cafetero.</li> <li>• Clúster enfocado al turismo.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>PASTO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13°C</li> <li>• Salida a la frontera ubicación estratégica.</li> <li>• Multiculturalidad.</li> <li>• A la vanguardia.</li> <li>• Carnavales de Blancos y negros (Sello UNESCO).</li> <li>• Ciudad organizada.</li> <li>• Excelente servicio de aseo.</li> <li>• Relieve.</li> <li>• Atracciones turísticas.</li> <li>• Desarrollo científico.</li> <li>• Infraestructura de la ciudad.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>TUNJA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13°C.</li> <li>• Cerca de la capital.</li> <li>• Tranquila.</li> <li>• Ferias de Tunja (Turmequé).</li> <li>• Catalogada Como la ciudad más segura de Colombia.</li> <li>• Deporte endémico (Tejo).</li> <li>• La ciudad se localiza en la zona norte del Altiplano Cundiboyancense.</li> <li>• Centro histórico de Tunja (Declarado monumento nacional).</li> <li>• Paisaje variado por sus condiciones climáticas.</li> <li>• Multiculturalidad.</li> </ul>

<b>POPAYÁN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18°C.</li> <li>• Multicultural étnica.</li> <li>• Ciudad universitaria.</li> <li>• Biodiversidad.</li> <li>• Flora y Fauna.</li> <li>• Semana Santa (Sello UNESCO).</li> <li>• Congreso Gastronómico (Sello UNESCO, comida tradicional).</li> <li>• Es Valle.</li> <li>• Ubicada cerca del macizo colombiano lo posiciona como uno de los mejores departamentos en sus recursos hídricos.</li> <li>• Centro histórico.</li> </ul>
----------------	--

Fuente: Elaboración propia

Partiendo de lo anterior se realiza un cuadro comparativo de las ventajas que posee cada una de las diferentes ciudades que se han escogido para este análisis con la finalidad de observar de manera más detallada toda la información.

Tabla 4.39

*Cuadro comparativo de las ventajas.*

<b>VENTAJAS DE LAS CIUDADES</b>						
	<b>ARMENIA</b>	<b>PEREIRA</b>	<b>MANIZALES</b>	<b>PASTO</b>	<b>TUNJA</b>	<b>POPAYÁN</b>
<b>CLIMA FAVORABLE</b>	✓	✓	✓	-	-	✓
<b>ZONA CAFETERA</b>	✓	✓	✓	-	-	-
<b>UBICACIÓN ESTRATÉGICA</b>	✓	-	-	✓	✓	
<b>POSEE AEROPUERTO</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>AEROPUERTO INTERNACIONAL</b>	✓ (limitada)	✓ (limitada)	-	-	-	-
<b>ORDEN PÚBLICO</b>	✓	✓	✓	-	✓	-
<b>INFRESTRUTURA TURISTICA</b>	✓	✓	✓	✓	-	-
<b>PAISAJE CAFETERO</b>	✓	✓	✓	-	-	-
<b>CLUSTER EN TURISMO</b>	✓	✓	✓	-	-	-
<b>CIUDAD UNIVERSITARIA</b>	-	-	✓	-	-	✓
<b>FERIAS</b>	-	-	✓	✓	✓	✓

<b>GEOGRAFÍA</b>	Quebrada	Ondulada	Arisca	Valle	Quebrada y ondulada	Valle
<b>MULTICULTURALIDAD</b>	-	-	-	✓	✓	✓
<b>MODERNA</b>	✓	✓ ,	✓	✓	-	-
<b>DESARROLLO CIENTIFICO</b>	-	-	-	✓	-	-
<b>GASTRONOMÍA IDENTITARIA</b>	-	-	-	✓	-	✓

Fuente: Elaboración propia

Se han determinado, algunos criterios para mejorar en las ciudades las cuales carecen de las ventajas más importantes tales como infraestructura turística y vial, orden público, entre otros.

La ciudad de Pasto, a pesar de poseer grandes ventajas, carece de una estabilidad de orden público en sus vías, no posee infraestructura turística en su totalidad y casi nula para el “Turismo de Reuniones”, dado a que no se ha categorizado como una ciudad de destino para este tipo de actividad; Pasto carece de un Centro de Convenciones propio del municipio que permita realizar eventos de mediana o gran envergadura en el sector académico y de negocios; los ciudadanos de Pasto deben mejorar la calidez de la gente, la atención y servicio al público, carece de clúster de turismo.

La ciudad de Tunja, a pesar de que se encuentra a pocas horas de la capital no está activa en la articulación de actividades de “Turismo de Reuniones” con la Capital del país enfocados principalmente en la parte académica; por otro lado, se evidencia que a pesar de que le apuesta a los diferentes tipos de turismo como lo es, en la parte cultural y deportiva, carece de infraestructura turística.

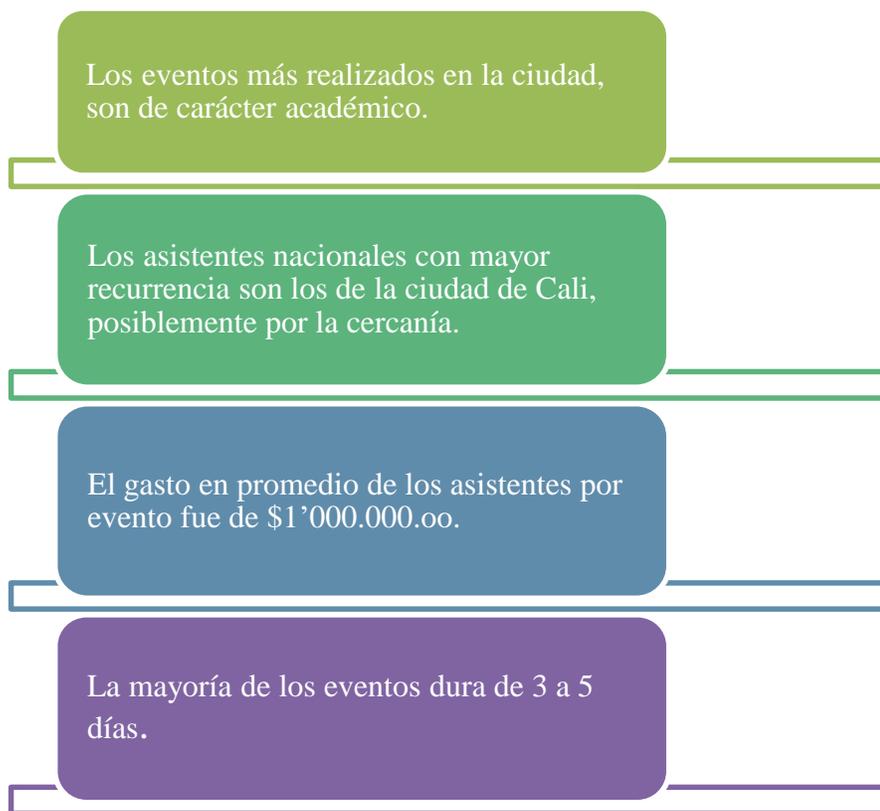
Finalizando con la Ciudad de Popayán, de acuerdo con el análisis comparativo con las otras ciudades se deben tener en cuenta varios puntos a tratar, puesto que está por debajo de las otras ciudades, en cuanto al Centro de Convenciones, con una capacidad de 800 asistentes; sin embargo, si se trabaja de la mejor manera para poder obtener una población para el “Turismo de Reuniones” dentro de la ciudad y principalmente con ayuda de las diferentes entidades que se encuentran en la ciudad, es posible dar el enfoque que necesita la Popayán, lo que a su vez permitirá minimizar la infraestructura vial, la situación de orden público, el transporte urbano, la calidez de la gente y la atención y servicio; además, es de gran importancia tener en cuenta, lugares, sectores o factores relativos a los que se pretenden trabajar con el fin de fijar ventajas que determinen características comparativas y poder trazar elementos para mejorar su situación como se estableció en el ejercicio anterior.

En este capítulo se presentó, que Popayán es una ciudad en la que se han desarrollado eventos de diferentes caracteres, y existe interés por seguir realizando eventos en esta ciudad; se ve como una localidad potencial para el “Turismo de Reuniones”; sin embargo hay aspectos por mejorar como la cultura ciudadana con respecto a los visitantes y turistas asistentes en la ciudad; los puntos de información, las ofertas de servicios turísticos, las estrategia de ubicación y la logística general, la organización en la recolección de basuras en eventos masivos, la

motivación hacia la utilización de servicios complementarios, gastos de ocio, suntuarios y logística hotelera (esto según la encuesta aplicada); el estudio muestra que la ciudad fue de gran acogida por los turistas y de este estudio se determinó que:

Gráfica 4.22

*Características principales de los eventos en la ciudad de Popayán.*

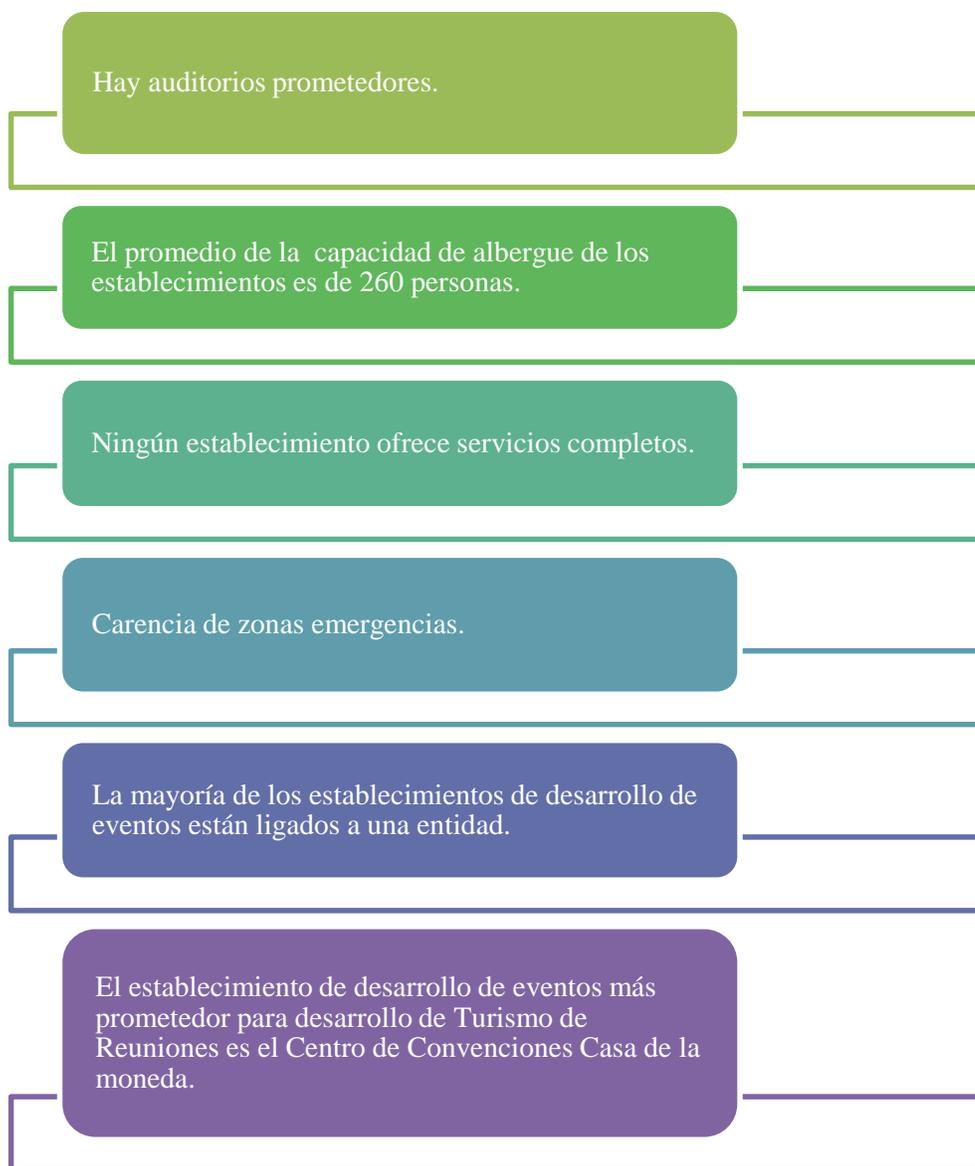


Fuente: Elaboración propia

Se realizó un moderado estudio de los espacios de desarrollo de eventos en la ciudad donde se demostró lo siguiente:

Gráfica 4.23

*Estudio de los espacio de desarrollo de eventos.*



Fuente: Elaboración propia

Por último, se hizo un análisis comparativo con ciudades similares, las cuales se eligieron por parecido en el tamaño de la población; de acuerdo con esto, se pudo estimar que Popayán

es una ciudad que posee una buena infraestructura turística, universitaria y de establecimiento para eventos; sin embargo, no está completamente preparada para realizar

“Turismo de Reuniones” en plenitud, pero va en proceso de hacerlo. La ciudad de Popayán destaca principalmente en el componente académico y posee su mayor falencia en la infraestructura de transporte vial y servicios complementarios.

# Capítulo 5

## 5.1 INTERES DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS

En este capítulo, se pretende abordar el interés por parte de las entidades públicas y privadas ubicadas en la ciudad de Popayán para el desarrollo de “Turismo de Reuniones”, para lo cual se recoge la información necesaria por medio de una entrevista realizada por estudiantes de turismo de la Universidad de Cauca, donde se exponen diferentes preguntas que permiten trazar un camino en la recopilación de datos basados en la organización logística, desarrollo de eventos e integración con el turismo de la región.

Para lo anterior, se determinó una muestra de diecisiete entidades que son importantes para la ciudad de Popayán debido a que cuentan con la experiencia en el desarrollo de eventos. Estas entidades se presentan a continuación:

Gráfica 5.1

Entidades de la ciudad de Popayán.



Fuente: Elaboración propia

A estas diecisiete entidades, se les aplicó una única encuesta con la finalidad de obtener la información relevante, esta encuesta tiene como finalidad determinar las características propias de cada ente encuestado, por ejemplo; el tipo de eventos que realizan, la duración, la financiación y demás información que se consideró relevante y que podrán encontrar en el formato de encuesta.

Tabla 5.1  
*Encuesta aplicada*

 Universidad del Cauca	<p><i>Esta encuesta de recolección de datos es con fines de estudio para aporte a trabajo de grado de estudiantes de Turismo de la Universidad del Cauca.</i></p> <p><i>Solicitamos cordialmente a usted el diligenciamiento de esta encuesta.</i></p>		
	<p>Nombre _____</p> <p>Entidad _____ Cargo _____</p>		
<p>1. ¿Qué tipo de eventos ha realizado en la entidad donde labora o investiga?</p>			
Evento académico		Rueda de negocios	
Feria		Evento deportivo o cultural	
Reunión		Convenciones	
Otro ¿Cuál?			
<p>1. ¿Dónde ha realizado los eventos que usted ha organizado anteriormente?</p>			
Auditorios empresariales		Auditorios Universitarios	
Salón de eventos (club, hotel, etc.)		Centro de negocios	
Coliseos		Centro de Convenciones	
Otro ¿Cuál?	Campanario		

2. En promedio ¿cuantos días de duración tuvo el evento organizado?

3 o más días		1 a 2 días	
2 a 3 días		a.Día	

3. ¿Cómo han financiado los eventos que han realizado?

Patrocinios (Monetaria especie)		Alianza de varias entidades	
Institución donde labora o investiga		Recursos propios	
Otro ¿Cuál?			

4. ¿Cuándo realiza o gestiona un evento en la ciudad de Popayán, ha recurrido a empresas o personas especializadas en la organización de eventos?

Si		No	
----	--	----	--

5. ¿Estaría dispuesto a contratar una entidad integral especializada en la organización de eventos?

Si		No	
----	--	----	--

Organización y logística integral del evento (Planeación, organización, desarrollo y evaluación)	
Institución donde labora o Logística parcial del evento (algunos servicios)	
Personal para staff y logística (invitación, registro, confirmación, apoyo, etc.)	
Trámites legales para participantes extranjeros	
Paquetes turísticos complementarios	

6. ¿Qué servicios estaría dispuesto a contratar con esta entidad integral?

Fuente: Elaboración propia

Dado que se han seleccionado entidades que han realizado más de un evento durante su trayectoria, la característica de la encuesta esta cimentada en preguntas con selección múltiple con diversas respuestas y preguntas de selección múltiple con única respuesta, con la finalidad de que no se limite la respuesta de las entidades de acuerdo a su ritmo de elaboración de eventos.

Según lo anterior, es de importancia establecer la mejor forma de tabulación para la presentación de la información para lo cual se estableció una matriz de impacto cruzado, donde la selección de las entidades a cada ítem, dentro de la matriz se establece con 0 y 1 siendo 0= no y 1= si; a continuación, a través de una tabla ejemplo y su posterior aplicación se explica cómo se realiza la tabulación de los resultados de las 17 entidades y sus preguntas lo que se puede observar de la siguiente forma:

Tabla 5.2

*Tabulación para la presentación de las tablas (tabla ejemplo).*

Ítem/Entidades	1	2	3	4	5	Total	Porcentaje
A	0	1	0	0	1	#	%
B	1	0	1	0	1	#	%
C	0	1	0	1	0	#	%
D	0	0	0	1	1	#	%
<b>Total</b>						X	100%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla ejemplo, en las casillas turquesa con amarillo, la lectura de forma vertical se haría de la siguiente manera: la entidad 1 marca solo la opción b, y de forma horizontal, las casillas turquesa con rosado se leerían que la opción a fue seleccionada por dos de las entidades.

- Gris: son las entidades entrevistadas.
- Amarillo: son las opciones que cada pregunta tiene.
- Verde: es el porcentaje del total de respuestas afirmativas dadas para cada opción.
- Salmón: es el total de todos.
- Turquesa: son las casillas que resguardan el sí o el no de cada ítem para cada entidad.

- Flecha roja: es la indicación que se puede realizar lectura horizontal.
- Flecha violeta: es la indicación que se puede realizar lectura vertical.

A continuación, se presenta la relación de los resultados de acuerdo a las diferentes respuestas expresadas por los encuestados, para lo cual se ha elegido realizar matrices de impacto cruzado, más conocido como la técnica Delphi<sup>32</sup> que permite medir estadísticamente las variables de mayor importancia para cada pregunta, con la finalidad de estipular las características relevantes y el nivel de importancia que ejercen sobre cada factor a ser evaluadas.

Se plantea la recolección de esta información mediante el instrumento Encuesta, dado que es el más idóneo y el que va a permitir incluir una dinámica del Turismo de Reuniones, en donde converjan los eventos más el componente de turismo.

Se exponen matrices de impacto cruzadas, las cuales se deben interpretar de la siguiente manera; (1 = Si y 0 = No), se presenta de esta manera con la intención de poder realizar un comparativo entre las respuestas de las entidades entrevistadas. El ejercicio consiste en cruzar el componente informativo en los diferentes ítems a tratar sobre el Turismo de Reuniones.

La información para todas las gráficas y tablas, se presenta de manera descendente y de forma ordenada, con la intención de facilitar la comparación entre resultados, como fue

---

<sup>32</sup> El método Delphi es una técnica de comunicación estructurada, desarrollada como un método de predicción sistemático interactivo, que se basa en un panel de expertos. Es una técnica prospectiva para obtener información esencialmente cualitativa, pero relativamente precisa.

mencionado anteriormente, esta va a permitir destacar aquellas características con mayor incidencia, es decir, la determinación de la variable más destacada; se observa en la tabla 5.3, la información correspondiente a la primera pregunta del cuestionario, en donde se determina la tipología de los eventos más realizados en la ciudad de Popayán según el estudio.

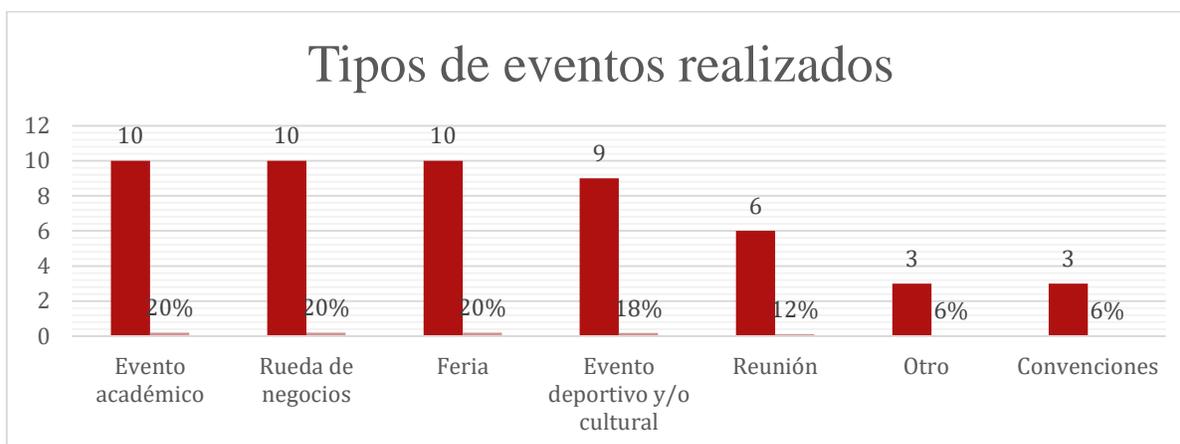
Tabla 5.3  
Tipos de eventos realizados.

TIPOS DE EVENTOS REALIZADOS																			
	Crepic Cauca	COTELCO	ACOPI	Innovación Cauca	Corporación Gastronómica	CREATIC	Grupo de Investigación de Biología	Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC)	Gobernación del Cauca	Casa de la Cultura	Universidad Cooperativa de Colombia	Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)	Cámara Comercio del Cauca	Corporación Universitaria Unicomfauca	Fundación Universitaria de Popayán	Instituto Universitaria Colegio Mayor del Cauca	Centro Comercial Campanario	TOTAL	PORCENTAJE
Evento académico	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	10	20%
Rueda de negocios	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	10	20%
Feria	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	10	20%
Evento deportivo y/o cultural	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	9	18%
Reunión	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	6	12%
Otro	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	6%
Convenciones	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	3	6%
<b>TOTAL</b>																		51	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.2

*Tipos de eventos realizados.*



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la gráfica anterior “Tipo de Eventos Realizados”, se presentan con mayor frecuencia tres de las opciones dadas, especificadas así; eventos académicos, rueda de negocios y ferias, según la encuesta más del 50% (es decir 10 de 17 entidades responden de manera afirmativa ante estas); sin embargo, cabe resaltar que la opción de eventos deportivos y/o culturales también es una de las más realizadas entre los encuestados (9 de las 17) equivalentes a más de 50%. Finalmente, se encuentran las convenciones como la opción menos marcada por los encuestados, por lo que se puede inferir entonces, que las empresas escogen lugares cálidos y de turismo típico, diferente al que se puede encontrar en la Ciudad de Popayán.

Tabla 5.4

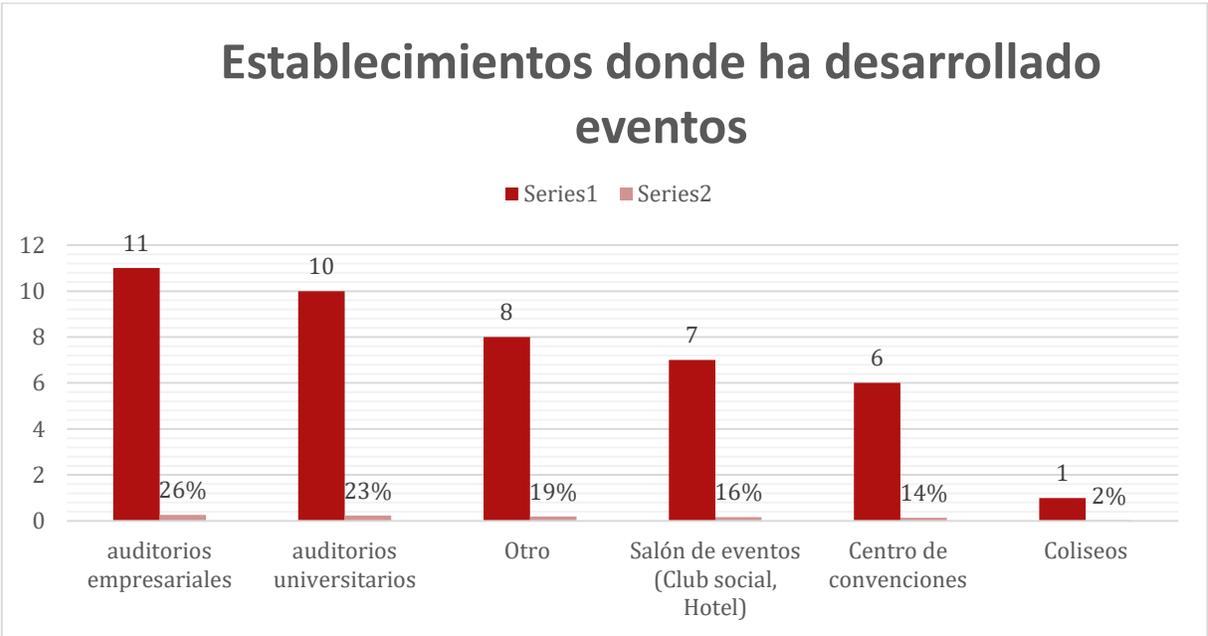
*Establecimientos donde ha desarrollado eventos.*

<b>ESTABLECIMIENTOS DONDE HA DESARROLLADO EVENTOS</b>																			
	Crepic Cauca	COTELCO	ACOPI	Innovación Cauca	Corporación Gastronómica	CREATIC	Grupo de Investigación de	Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC)	Gobernación del Cauca	Casa de la Cultura	Universidad Cooperativa de Colombia	Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)	Cámara Comercio del Cauca	Corporación Universitaria Unicomfauca	Fundación Universitaria de Popayán	Instituto Universitaria Colegio Mayor del Cauca	Centro Comercial Campanario	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
auditorios empresariales	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	11	26%
auditorios universitarios	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	10	23%
Otro	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	8	19%
Salón de eventos (Club social, Hotel)	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	7	16%
Centro de convenciones	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	6	14%
Coliseos	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2%
<b>TOTAL</b>																		<b>43</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se estipula la cantidad de establecimientos donde cada entidad ha tenido desarrollo de eventos. El objetivo de esta pregunta determinar cuál de los establecimientos tiene mayor acogida por las entidades públicas y privadas en la ciudad de Popayán.

Gráfica 5.3  
*Establecimientos donde ha desarrollado eventos.*



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anterior, se observa que los establecimientos más utilizados son los auditorios empresariales dado que once de los diecisiete encuestados, dicen utilizar o haber utilizado estos recintos, es decir un 65% del total de la muestra, seguido están los auditorios universitarios con un 59%, es importante aclarar que un 35% (6 encuestados) de la muestra, son universidades.

Se presenta el tiempo de duración de los eventos de interés para esta investigación, que cada entidad ha desarrollado.

Tabla 5.5

*Tiempo de duración del evento.*

<b>TIEMPO DE DURACIÓN DEL EVENTO</b>																			
	Crepic Cauca	COTELCO	ACOPI	Innovación Cauca	Corporación Gastronómica	CREATIC	Grupo de Investigación de Biología	Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC)	Gobernación del Cauca	Casa de la Cultura	Universidad Cooperativa de Colombia	Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)	Cámara Comercio del Cauca	Corporación Universitaria Unicomfauca	Fundación Universitaria de Popayán	Instituto Universitaria Colegio Mayor del Cauca	Centro Comercial Campanario	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
3 o más días	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	8	35%
2 a 3 días	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	6	26%
1 día	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	5	22%
1 a 2 días	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	4	17%
<b>TOTAL</b>																		23	100%

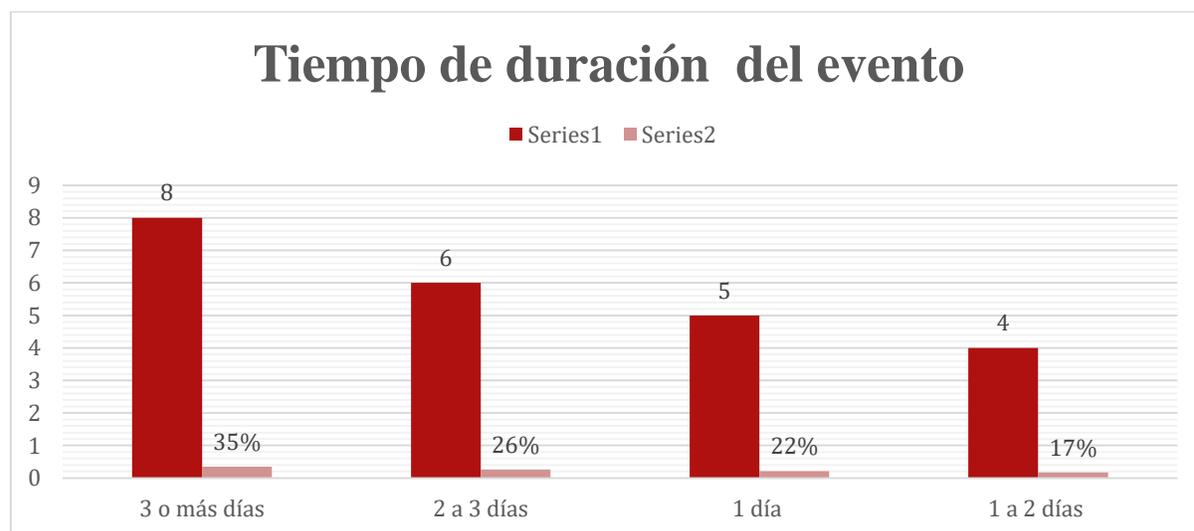
Fuente: Elaboración propia

Dado el análisis de características, se consideró relevante determinar la duración de los eventos, puesto que, este es directamente proporcional al gasto en el que deberá incurrir una persona que asiste a uno de ellos, por lo anterior, se puede decir que a mayor permanencia de un lugar diferente al residencial, mayores gastos económicos, ya sea, en establecimientos de hospedaje, alimentación y/o compras, lo que también se puede entender como mayores oportunidades de ingresos y mayor turismo para la ciudad anfitriona.

De acuerdo a esto, se preguntó en la encuesta, el tiempo de duración de los eventos desarrollados por estas entidades.

Gráfica 5.4

*Tiempo de duración del evento.*



Fuente: Elaboración propia

Como lo muestra la gráfica, la mayoría de los eventos duran tres o más días, con un (47%), esto se atribuye a que la mayoría de eventos que se realizan, según esta misma encuesta son ferias,

eventos académicos y ruedas de negocio, en donde se hace necesario contar con una logística previa y un planeación, no solo de espacios y locaciones sino también de tiempos.

Por otra parte, se hace importante decir que, los eventos con una duración de uno a dos días, usualmente hacen parte de un evento mayor, como es el caso de conferencias, simposios, lanzamientos de libros, entre otros.

Tabla 5.6  
Financiación de los eventos.

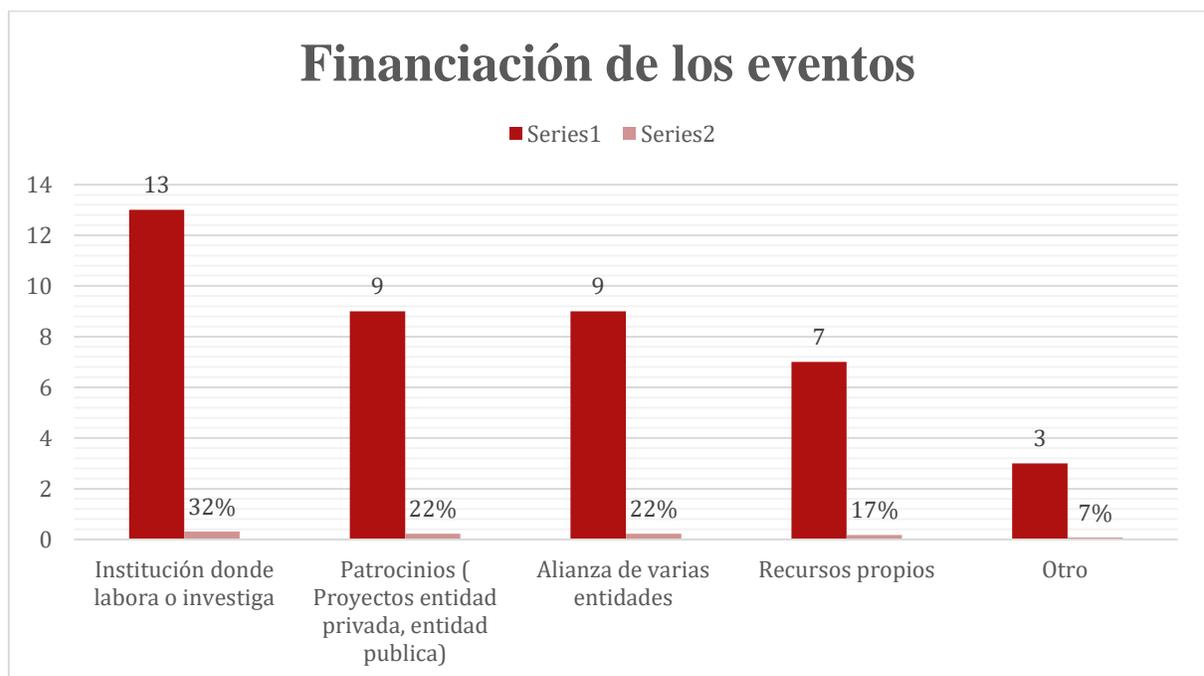
<b>FINANCIACIÓN DE LOS EVENTOS</b>																			
	Crepic Cauca	COTELCO	ACOPI	Innovación Cauca	Corporación Gastronómica	CREATIC	Grupo de Investigación de Biología	Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC)	Gobernación del Cauca	Casa de la Cultura	Universidad Cooperativa de Colombia	Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)	Cámara Comercio del Cauca	Corporación Universitaria Unicomfauca	Fundación Universitaria de Popayán	Instituto Universitaria Colegio Mayor del Cauca	Centro Comercial Campanario	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Institución donde labora o investiga	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	13	32%
Patrocinios ( Proyectos entidad privada, entidad pública)	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	9	22%
Alianza de varias entidades	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	9	22%
Recursos propios	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	7	17%
Otro	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	7%
<b>TOTAL</b>																		41	100%

Fuente: Elaboración propia

A continuación, la importancia de este ítem recae en el gran valor de conocer la fuente de financiación de las entidades al realizar los eventos, esto permite a la investigación conocer las alternativas financieras utilizadas a la hora de organizar y planear un evento.

Gráfica 5.5

*Financiación de los eventos.*



Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la gráfica, las fuentes de financiación o recursos monetarios más utilizados son los propios, con un 76% equivalente a la respuesta afirmativa de trece de las diecisiete empresas, de esto, se puede deducir que el nivel de endeudamiento para la realización de estos eventos es mínimo, aunque cabe anotar que una de las alternativas más utilizadas son los patrocinios y las alianzas con un 53% es decir que, más de la mitad de las empresas utilizan dichas alternativas para la obtener solvencia económica.

Tabla 5.7

*Contratación de servicios en organización de eventos.*

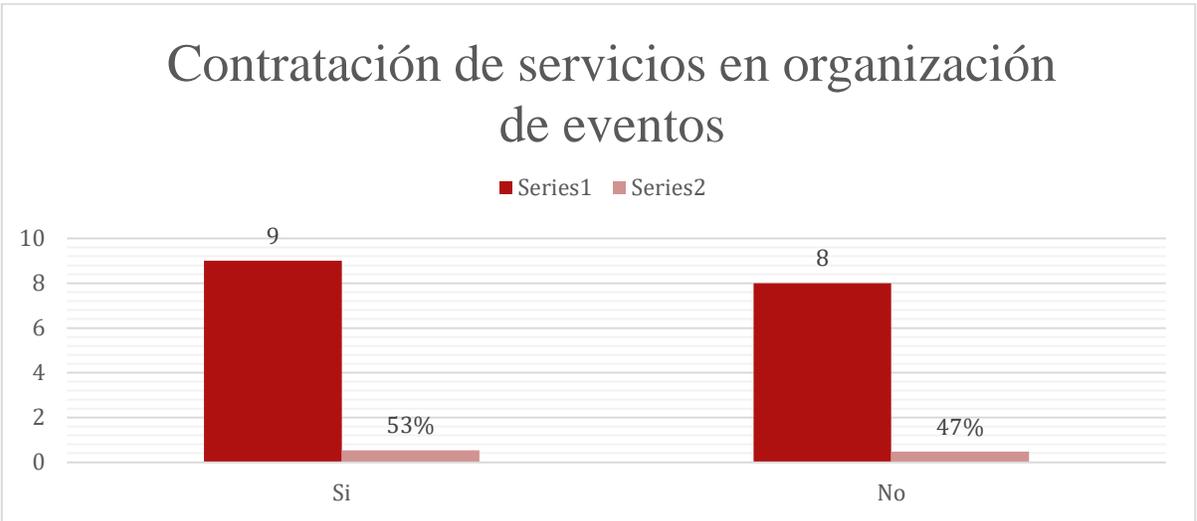
<b>CONTRATACIÓN DE SERVICIOS EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS</b>																			
	Crepic Cauca	COTELCO	ACOPI	Innovación Cauca	Corporación Gastronómica	CREATIC	Grupo de Investigación de Biología	Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC)	Gobernación del Cauca	Casa de la Cultura	Universidad Cooperativa de Colombia	Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)	Cámara Comercio del Cauca	Corporación Universitaria Unicomfauca	Fundación Universitaria de Popayán	Instituto Universitaria Colegio Mayor del Cauca	Centro Comercial Camanario	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	9	53%
No	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	8	47%
<b>TOTAL</b>																		<b>17</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Debido a factores que se han establecido desde los capítulos anteriores, encaminados a la propuesta de estructuración de una entidad propia encargada de la planeación, organización, control y evaluación de eventos, especialmente con enfoque académico, es de gran importancia, saber los servicios que estas organizaciones han demandado en torno al desarrollo de sus eventos.

A continuación, en la tabla se muestra si las entidades han requerido o no el servicio para llevar a cabo el desarrollo de sus eventos.

Gráfica 5.6  
*Contratación de servicios en organización de eventos.*



Fuente: Elaboración propia

En esta gráfica de respuesta se considera el análisis como una del más importante dado la razón de ser de este trabajo de investigación, pues mediante este se puede determinar si actualmente se utilizan o no los servicios en organización de eventos. Por lo anterior, el determinar que más del 53% dio una respuesta positiva a la contratación de dichos servicios, es uno de los trasfondos de la investigación y es entendido como una oportunidad de negocio importante para los investigadores.

Por otra parte, el 47 % responde “no utilizar estos servicios”, las razones a esta respuesta se podrán aclarar de alguna manera en la siguiente pregunta de la encuesta.

Por lo anterior, y basados en la idea de proponer una entidad especializada en la organización y desarrollo de eventos, es de gran importancia conocer los servicios demandados por estas entidades para lograr satisfacer sus diferentes necesidades.

Tabla 5.8

*Interés en contratar una entidad especializada en organización de eventos.*

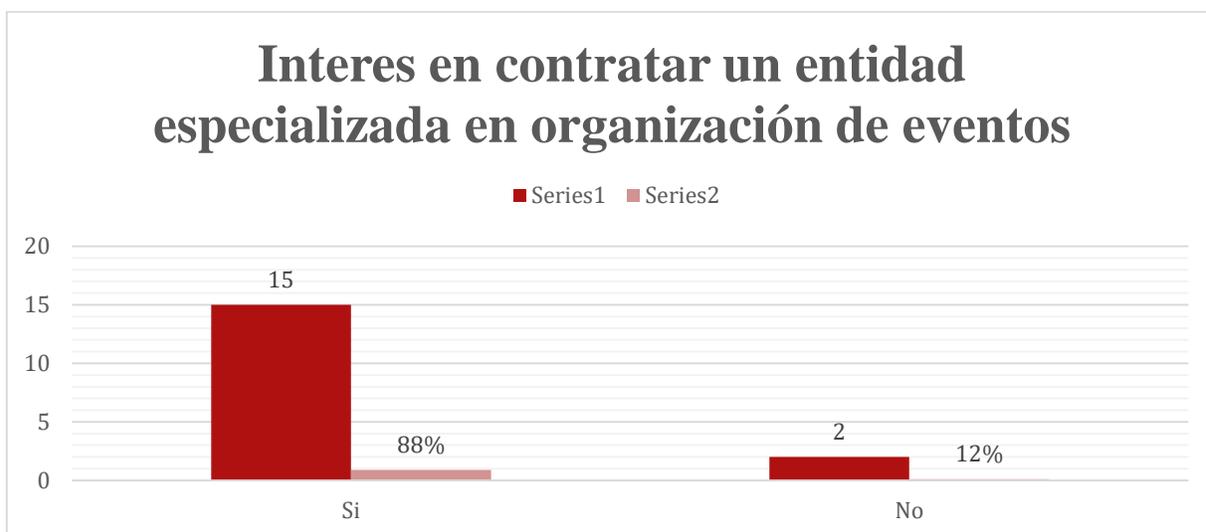
<b>INTERÉS EN CONTRATAR UN ENTIDAD ESPECIALIZADA EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS</b>																			
	Crepic Cauca	COTELCO	ACOPI	Innovación Cauca	Corporación Gastronómica	CREATIC	Grupo de Investigación de Biología	Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC)	Gobernación del Cauca	Casa de la Cultura	Universidad Cooperativa de Colombia	Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)	Cámara Comercio del Cauca	Corporación Universitaria Unicomfauca	Fundación Universitaria de Popayán	Instituto Universitaria Colegio Mayor del Cauca	Centro Comercial Campanario	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	15	88%
No	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	12%
<b>TOTAL</b>																		17	100%

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se expone la tabla en la cual se mide el interés de contratar una entidad especializada en la organización de eventos según las entidades entrevistadas.

Gráfica 5.7

*Interés en contratar una entidad especializada en organización de eventos.*



Fuente: Elaboración propia

Como resultado, a esta pregunta de la encuesta se encontró que quince de diecisiete instituciones, contratarían una entidad especializada en la organización de eventos, correspondiente al 88% del total de la muestra. De lo anterior se puede concluir lo siguiente:

- Existe un mercado potencial, para las empresas que estén dispuestas a ofertar los servicios de organización de eventos (cabe aclarar que los eventos a los cuales se está haciendo referencia son aquellos de carácter académico)
- No se encuentra actualmente empresas con un buen posicionamiento y reconocimiento en la ciudad de Popayán, que ofrezcan estos servicios de organización de eventos.
- Se puede decir, que a través del tiempo las entidades han determinado la importancia de contar con una organización con experiencia en la realización de eventos

que maximice los recursos, que genere la calidad esperada y que sobretodo cumpla con las expectativas de los asistentes.

Como dato adicional, se encuentra que dos de las entidades encuestadas se negaron a la utilización de estos servicios de realización de eventos mediante la contratación de terceros, y al indagar el por qué, se encontró que de manera independiente, cada uno cuenta al interior de la organización con áreas que se encargan netamente de la realización de eventos, las dos entidades que respondieron no utilizar dichos servicios mediante contratación fueron El CREPIC y la Gobernación del Departamento del Cauca.

Tabla 5.9  
*Servicios que estarían dispuesto a contratar en la organización de eventos.*

<b>SERVICIOS QUE ESTARÍAN DISPUESTO A CONTRATAR EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS</b>																			
	Crepic Cauca	COTELCO	ACOPI	Innovación Cauca	Corporación Gastronómica	CREATIC	Grupo de Investigación de Biología	Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC)	Gobernación del Cauca	Casa de la Cultura	Universidad Cooperativa de Colombia	Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)	Cámara Comercio del Cauca	Corporación Universitaria Unicomfauca	Fundación Universitaria de Popayán	Instituto Universitaria Colegio Mayor del Cauca	Centro Comercial Campanario	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Organización y logística integral del evento (Planeación,	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	6	27%

organización, desarrollo y evaluación)																				
Institución donde labora o logística parcial del evento (algunos servicios)	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	6	27%	
Personal para staff y logística (registro de invitados, entrega de invitación, confirmación, graduación, etc.)	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	6	27%	
Paquetes turísticos complementarios	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	3	14%	
Invitación y trámites legales para invitador y expositores extranjeros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	5%	
<b>TOTAL</b>																		<b>22</b>	<b>100 %</b>	

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en conocimiento del interés de contratar a entidades especializadas, a continuación se establece la razón de contratar una entidad encargada de la organización de eventos, de lo anterior, se plantea una incógnita referente a cuales son los servicios que cada una de estas entidades están en disposición de contratar.

Gráfica 5.8

*Servicios que estarían dispuesto a contratar en la organización de eventos.*



Fuente: Elaboración propia

Tres de las opciones arrojan el mismo resultado, equivalente al 35% respectivamente, estos datos se pueden entender como la oferta requerida en la ciudad de Popayán actualmente, o como el punto de partida, para quien esté dispuesto a ofertar turismo de eventos en la ciudad en mención, como se muestra en la gráfica 5.8. Las opciones con dicho porcentaje y sus características son:

- Organización y logística integral: refiere a la planeación, organización desarrollo y evaluación de un evento.
- Logística parcial del evento: es un solo segmento del desarrollo logístico del evento.

- Staff o personal de apoyo: el talento humano a cargo de las actividades logísticas.

Partiendo de todo el análisis expuesto anteriormente, se puede resaltar que la ciudad de Popayán posee entidades tanto públicas como privadas que están interesados en la realización de eventos enfocados en lo académico principalmente de mediana envergadura; que poseen tendencia a tener un apoyo especializado en la organización de este tipo de eventos especialmente en factores logísticos y de acompañamiento turístico; debido a esto, es de importancia reconocer que hay una carencia de este tipo de instituciones especializadas en el proceso organizativo de los eventos dentro de la ciudad, ya que no existen entidades que presten este servicio.

# Capítulo 6

## 6. CONCLUSIONES

El rol que actualmente desempeña la región, frente al desarrollo de estancias locativas de la ciudad, la cultura que se aferra a las tradiciones y la historia; impulsa la evolución comercial, académica y turística, que abre la posibilidad a la actividad de Turismo de Reuniones, puesto que brinda a las personas regionales y a los visitantes, la oportunidad de realizar eventos de mediana envergadura, de carácter local, regional, nacional e internacional, lo que permite experimentar de primera mano la riqueza cultural de la cual goza la zona.

A lo largo del proceso investigativo se pudieron definir los siguientes factores estratégicos, el primero de ellos hace referencia a los factores esenciales (hipercompetencia, ciclos económicos, tecnologías y nuevas generaciones), donde se realiza la selección del espacio adecuado a las características necesarias del evento; el segundo factor importante son los elementos fundamentales que se atribuyen a la planeación, organización, dirección y control basada en la NTS – 001, seguido de los elementos con valor agregado que comprende el componente comercial, enfocado a la necesidad del cliente, quinto y el más importante son los atributos de la ciudad, que define las características necesarias de una ciudad para el adecuado desarrollo de Turismo de Reuniones, que sin lugar a dudas permiten afianzar la preparación de la ciudad y la articulación de los servicios que hacen parte del proceso de la actividad, proporcionando en los visitantes, la sensación de calidez y el pronto regreso, además de ello, faculta el constante flujo de viajeros no solo con fines recreativos sino también comerciales, académicos, de ferias y exhibiciones entre otros, convirtiendo la región en un centro de negocios alternativo.

Popayán, una ciudad conocida por ser sede universitaria muestra notable desarrollo en actividades académicas. El trabajo de campo realizado demostró mediante la aplicación de las encuestas, en el segundo periodo de 2015 (para la muestra correspondiente), que la mayor parte de los eventos que se realizaron fueron de carácter académico; sin embargo, en estos eventos no se acoplaron actividades turísticas donde se podría aprovechar la dinámica de Turismo de Reuniones.

La ciudad de Popayán cuenta con diferentes escenarios para el desarrollo de eventos, uno de los más optativos es el Centro de Convenciones Casa de la Moneda, puesto que al presentarse como uno de los lugares con más características, tales como su infraestructura, áreas específicas, equipo de audio, iluminación, video y zonas de emergencia, proporciona el diseño de estrategias que permitan a los visitantes extraer el mayor provecho en su funcionalidad, ya sea en la organización del espacio o decoración del mismo, brindando servicios acertados y conveniente para la persona que la recibe.

El desarrollo idóneo de un destino turístico es clave para llevar a cabo de manera satisfactoria el Turismo de Reuniones. A nivel organizacional se evidenció que la actividad de outsourcing o subcontratación, es el camino adecuado para generar fácil acceso y satisfacción de las necesidades de los desarrolladores y participantes de eventos, pues de esta forma se presta un servicio especializado de las actividades que domina, delegando funciones, mejorando la eficiencia al momento de prestar el servicio.

Se desarrolló una actividad a partir de elementos teóricos y conceptuales; en este sentido el trabajo abordó una definición de Turismo de Reuniones que facilitó identificar algunos factores y aspectos claves para la caracterización de una ciudad que tenga las posibilidades y la

idoneidad para consolidar un destino turístico mediante del desarrollo de reuniones, lo que les permite a los empresarios y a las instituciones, asumir este concepto desde una perspectiva integral.

Se definieron factores estratégicos que permitieron establecer una metodología propia (matriz de análisis de destino), a través de diferentes actores convirtiéndose en una herramienta para el desarrollo de un destino de Turismo de Reuniones o la realización de la actividad en un locación; lo que se podría aplicar en la ciudad Popayán, dadas las características de un ambiente favorable, histórico, poca contaminación y diversidad cultural, posee condiciones que permiten la realización de eventos como los que se han llevado a cabo de forma estacional (Semana Santa y Congreso Gastronómico, que tienen componente turístico). Donde una vez caracterizado es fundamental construir y darle identidad a los factores, haciéndolos propios de Popayán para que de esta manera quienes planifican y hacen gestión turística tengan fuentes de información validas, verídicas permitiendo tomar decisiones frente al destino y al futuro de esta ciudad no solo para la actividad turística, sino también para otro tipo de actividades económicas.

Si bien se evidenció en el trabajo de campo, que hay interés de las entidades públicas y privadas en el desarrollo de eventos, no hay articulación para el desarrollo de Turismo de Reuniones; la individualidad ha generado que la ciudad no se identifique por tener procesos de asociatividad, en donde la sinergia o la complementariedad deberían ser unas de las características principales de este grupo de empresarios, que están interesados tanto en ser parte de la oferta como de la demanda de esta actividad, procesos donde la articulación de los diferentes servicios permitiría ser parte del desarrollo.

A pesar de que el turismo de reuniones se encuentra enmarcado en el Plan de Desarrollo Municipal, donde se proponen esfuerzos para convertir a Popayán como Ciudad Convención, no se ha generado una política pública que propicie la articulación y los estímulos empresariales para el desarrollo de la actividad.

El Turismo de Reuniones se caracteriza por generar un gran aporte económico, lo que se podría ver reflejado en la ciudad de Popayán con el ejercicio de su funcionamiento, ya que permite una mayor dinámica para mitigar la estacionalidad.

### **6.1. Recomendaciones**

- De acuerdo al trabajo de investigación se propone la creación de un Observatorio de Turismo de Reuniones en la ciudad de Popayán, para ser planificado y desarrollado desde el campus universitario, específicamente en el departamento de Turismo de la Universidad del Cauca, lo que permitiría tener información actualizada sobre las dinámicas de esta actividad en la ciudad, y proporcionaría casos aplicados como fuentes de estudio y referencia.

El establecer este espacio, puede ser una oportunidad de práctica para los estudiantes del Programa de Turismo, una ventaja para la Universidad, debido a que se contará con una entidad especializada en el desarrollo de eventos que podrá coordinar y asesorar aquellas actividades que la Universidad realiza en sus diferentes dependencias.

Se recomienda diseñar una unidad auto sostenible, ligada al departamento del Programa de Turismo, con autonomía en el desarrollo de sus funciones y estructura organizacional.

- Se proyecta la creación de un Bureau, que permita la articulación de servicios alrededor de la dinámica de eventos y el componente turístico, que genere una oferta completa al alcance de las necesidades de la demanda, y contribuya a convertir la ciudad de Popayán en un destino

de Turismo de Reuniones. De igual forma, la posibilidad de establecerse como una entidad que proporcione servicios en la organización de reuniones para entidades locales, nacionales o internacionales.

### **6.1.1. Observaciones**

En la universidad del Cauca existe un Centro de Educación Continua Abierta y Virtual (CECAV), que se encarga de manejar los programas y proyectos relacionados con la educación no formal que se adelantan en la institución.

De igual manera, la Universidad Cuenta con El Centro de Estudios y Servicios – CES que es la unidad estratégica que articula la interacción entre la Facultad y el medio externo, a través de la gestión social, emprendedora y socio-académica. De esta manera, complementa la formación de profesionales idóneos y comprometidos con la región de los programas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca.

Ambas dependencias, realizan eventos dentro de la Universidad, al igual que muchas otras, pero su objetivo principal está relacionado con un propósito distinto al Turismo de Reuniones, limitando el desarrollo de este segmento para la ciudad.

## 7. REFERENCIAS

- Department of Statistics and Tourism Satellite Account UNWTO . (2 de septiembre de 2008). Global Meetings Initiative / volume 1 Basic concepts and definitions. 1, 12.
- Abracorp. (2015). Viajes de negocios en Brasil crecen un 14,5 %. *Caribbean news digital* .
- Agrocadenas, C. (2015). *Semilla del futuro Quinoa del cauca* . Popayán.
- Armenia, A. d. (2005). *Información general de Armenia* . Armenia.
- Association Meetings from North America. (2014). *Trends in International Association Meetings from North America 2014 Survey Report*. 2014 Survey Report, Estadístico , New York.
- Barretto, M. (julio йил 1996). TURISMO "DE NEGOCIOS": Un concepto polémico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*,, 5º(3), 207-221.
- Bookmeetings. (01 de junio de 2015). <http://www.aprendedeturismo.org>. Recuperado el 17 de noviembre de 2015, de Aprendedeturismo.org: <http://www.aprendedeturismo.org/tendencia-en-turismo-de-reuniones/>
- Brandimarte, F. M. (2011). Mice Tourism In Piedmont: Economic Perspective And Quantitative Analysis Of Customer Satisfaction. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, pp 213-220.
- Bureau, C. (2012). Descripción General del Modelo Convention Bureau.
- Bustani, J. B. (s.f.). *Turismo de negocios. Una frase mal aplicada a los congresos*. B.P, servimed, S.A. de CV.
- Canales, F. A. (1986). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Editorial Limusa .
- Cauca, C. d. (2015). *Inscripciones a la IV Feria de Salud, Belleza y Moda 2015*. Popayán. Obtenido de <http://www.ccauca.org.co/eventos/inscripciones-iv-feria-salud-belleza-moda-2015>
- CEDEC. (2013). *Impacto del turismo de eventos, reuniones, congresos y convenciones en la economía de cartagena de indias*. Cámara de comercio de cartagena , cartagena.
- Centro de Comercio Internacional. (2 de 2011). Turismo y desarrollo sostenible. (F. d. internacional, Ed.) *Revista trimestral del centro de comercio internacional*.
- Chantre, A. (2010). *Popayán ciudad cultural, caso de marketing de ciudades*.
- Chantre, A. (2010). *Popayán ciudad cultural, Caso de marketing de ciudades: Una estrategia de marketing para el desarrollo turístico en la ciudad de Popayán*. Popayán.

Chim Miki, A. F., Zuñiga Collazos, A., Gonçalves Gandara, M., & Medina Muñoz, D. R. (4 de noviembre de 2013). La variable Competitividad en Meeting Tourism: Una visión general de la actualidad. *Escenarios empresa y territorio*.

Chris Gratton, N. D. (2000). The economic importance of major sports events: a case- study of six events. *Managing Leisure*, pp 17-28.

Coleman, S. S. (2005). Economic impact and place marketing evaluation: a case study of the world snooker championship. *International journal of event management research*, pp 13-29.

Colombia, P. (2015). *Festival cine corto de Popayán* .

Comfacauca. (2015). *Todo listo para Algasco 2015*. Popayán.

Creatic, C. C. (2015). *CITA 2015 Academia e industria en un mismo lugar*. Popayán.

D'Aveni, R., & Fano, F. J. (2015). *Hipercompetencia y erosión de los mercados*.

Delgado, M. G. (26 de noviembre de 2014). Impacto de los grandes eventos en una ciudad. *APROFEC*.

Delgado, M. I. (2010). *Impacto de los grandes eventos en una ciudad*. Instituto Comenius, Turismo, Monterrey N.L.

El tabloide. (30 de Octubre de 2015). 1er Encuentro Nacional de Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones. *El Tabloide*.

Erazo, A., & Montenegro, A. (2016). *Formulación de un estudio de mercado que permita identificar la situación actual y las posibles estartegias para implementar las actividades propias del turismo MICE en la ciudad de Popayán*. Popayán.

EUSKADI. (JULIO de 2011). ESTUDIO PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO MICE. 62. PAIS VASCO.

Fernandez, L. (07 de octubre de 2008). *Popayán en la antigüedad*. Recuperado el 3 de agosto de 2015, de Popayán ciudad blanca 15: [http://popayanciadablanca15.blogspot.com/2008/10/historia-de-popayan\\_07.html](http://popayanciadablanca15.blogspot.com/2008/10/historia-de-popayan_07.html)

Fernández, L. (07 de octubre de 2008). *Popayán en la antigüedad*. Recuperado el 3 de agosto de 2015, de Popáyan ciudad blanca 15: [http://popayanciadablanca15.blogspot.com/2008/10/historia-de-popayan\\_07.html](http://popayanciadablanca15.blogspot.com/2008/10/historia-de-popayan_07.html)

García, S. (2004). Turismo de eventos Bogota y GBCB. *Greater Bogota convention Bureau*.

Gordon., G. L. (2005). *Strategic Planning for Local Government*. . International City/County Management Association.

ICCA. (2013). *ICCA Publishes "A Modern History of International Association Meetings: 1963-2012" as part of 50th anniversary year*.

ICCA. (2014). *Releases most popular cities and counties for association meetings by participants numbers*. News and publications archives.

ICCA. (SEPTIEMBRE DEL 2013). *A Modern History of International Association Meetings 1963-2012*.

Instituto de Cultura y Turismo. (2015). *Alcaldía de Manizales mas oportunidades instituto de cultura y turismo*. Obtenido de <http://culturayturismomanizales.gov.co/>

Jimenez, I. (24 de julio de 2014). Turismo de Reuniones: una oportunidad para profesionales. *Forbes*.

Lauman, M. V. (2014). "*Diagnóstico estructural de la cadena de valor del turismo de reuniones en La Plata*". Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires.

Leon, V. (Octubre de 2015). *Foro de turismo en Canarias*. Obtenido de Foro de análisis y debate sobre los retos del turismo en Canarias : <http://futurismocanarias.com/2015/10/24/el-turismo-de-eventos-en-areas-turisticas-maduras-el-caso-de-magma-arte-congresos-parte-i/>

Liberalito, E. (2015). *Primer encuentro de portadores del saber cultural caucano*. Popayán.

Lira, I. S. (2003). *Metodologías para la Eleboración de estrategias de desarrollo local*. ILPES, Santiago de Chile.

López, R. G. (25 de noviembre de 2015). 2016 GLOBAL MEETINGS AND EVENTS FORECAST (II). *aprende de turismo.org*.

López, R. G. (5 de octubre de 2015). Análisis del futuro del Turismo de Reuniones, según CWT. (Carlson Wagonlit Travel (CWT), Ed.) *aprende de turismo.org*.

Martínes, R., & Fernandez, A. (s.f.). *Metodologías e instrumentos para la formulación, evaluación y monitoreo de programas sociales*. Confama / cepal, mexico . No sometido a editorial .

Maure Agüero, G. (2007). "*Definiciones Y Tendencias Del Turismo De Eventos*" En *Contribuciones A La economía*. EUMED.

Maure, G. (2007). "Definiciones y tendencias del turismo de eventos" en *Contribuciones a la Economía*.

McCartney, G. (2008). El CAT (turismo casino) y el MICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones, Exposiciones): Consideraciones de desarrollo clave para la Convención y Exposición de Industria en Macao. *Diario de turismo de convenciones y eventos* , pp 293-308.

MICE, C. (Marzo de 2013). *Plan estratégico producto MICE, Quito turismo 2013-2016*. Quito. Obtenido de Q.

Millares, R. (2001). Actualidad, tendencia y perspectiva del Turismo de Eventos. *ediciones balcón* .

Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación. (1997). *Manual de Planificación Participativa para la Paz*. Gobierno, Desarrollo Sostenible y Planificación, Bolivia.

Montes, B. (2015 йил 07-май). *MICE, el sector más suculento del turismo*. Retrieved 05 йил 2015-agosto from Sabemos Digital : <http://sabemosdigital.com/hoy/763-mice-el-sector-mas-suculento-del-turismo>

Mosquera Hernandez, V. (2014). *Los recursos naturales y la legislación ambiental mexicana*. Universidad autónoma de baja california sur, área de conocimiento de ciencias sociales y humanidades departamento académico de economía.

OMT. (2007). *UNWTO*. Recuperado el octubre de 2015, de [media.unwto.org](http://media.unwto.org): <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

OMT. (2014). *Informe global sobre la Industria de Reuniones* (Vol. volumen siete). Madrid: Copyright © 2014, Organización Mundial del Turismo (OMT).

OMT. (2014). *La OMT presenta el informe global sobre la industria de reuniones*. PR14024, Organización Mundial del Turismo .

OMT. (2014). *La OMT presenta el informe global sobre la industria de reuniones*.

Oppermann, M. (1996 йил mayo). Convention Cities - Images and Changing Fortunes. *THE JOURNAL OF TOURISM STUDIES* , 7(1).

Pereira, A. d. (2014). *Municipio de Pereira* . Obtenido de [http://www.pereira.gov.co/es/ipaginas/ver/G432/102/asi\\_somos/](http://www.pereira.gov.co/es/ipaginas/ver/G432/102/asi_somos/)

(2011). *Plan de acción del segmento MICE*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015

Procolombia. (2014). Colombia, tercer destino en Suramérica para congresos y convenciones según ICCA. *Procolombia, exportaciones turismo inversion marca pais*.

PROCOLOMBIA. (2016). ¿Que es PROCOLOMBIA? *PROCOLOMBIA exportaciones turismo inversion marca pais*.

RCN Radio. (06 de abril de 2015). *RCN la radio*. Recuperado el 03 de agosto de 2015, de <http://www2.rcnradio.com.co>: [http://www2.rcnradio.com.co/noticias/aumento-el-numero-de-turistas-en-popayán-durante-semana-santa-203536?qt-en\\_la\\_jugada=0](http://www2.rcnradio.com.co/noticias/aumento-el-numero-de-turistas-en-popayán-durante-semana-santa-203536?qt-en_la_jugada=0)

Rengifo, C. A. (2014). *Generación de eventos académicos de talla mundial en popayán, desde la universidad del cauca con el acompañamiento del cecav*. pasantia, universidad del cauca, cauca.

Roberto Hernandez, C. F. (1997). Metodoliga de la investigacion. pp 60- 80.

Rodriguez Vargas, J. d. (2012). *Ciclos economicos capítulo 20*. Mexico.

ROMERO, A. (29 de Enero de 2015). TURISMO MICE: Elementos y destinos mas representativos del sector. *Tecnohotelnews*.

Santana-Gallego, J. F. (2010). *The impact of mega-events on tourist arrivals*. turismo, universiteit stellenbosch university · universidad del la laguna, Economía.

Sempere, M. J. (2012). *metodología y técnicas cuantitativas de investigación*. cuadernos docentes en procesos de desarrollo. universitat politècnica de valència.

Sernatur. (2010). *Plan de acción del segmento MICE*. Servicio nacional de Turismo, Segmento MICE.

Servicio Nacional de Turismo, Sernatur. (2010). *Plan de acción del segmento MICE*. Servicio nacional de Turismo, Segmento MICE.

Sotomayor, R. (2015). Ranking 2015, las mejores ciudades para hecer negocios en América Latina. *Colombia crece* .

Spiller, J. (2009 ). Capítulo 1 History of convention tourism. En I. 1. the Haworth press, *Convention Tourism* (págs. pp 5-8).

Thompson, I. (2006). Definiciones de cultura. *Promonegocios.net*.

Travel, C. W. (2015). Análisis del futuro del Turismo de Reuniones según CWT. *aprendedeturismo.org*.

UNESCO. (2005). *UNESCO*. Recuperado el 03 de agosto de 2015, de [www.unesco.org: http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-cities-network/gastronomy/popayán/](http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-cities-network/gastronomy/popayán/)

UNESCO. (2009). *UNESCO*. Recuperado el 03 de agosto de 2015, de [www.unesco.org: http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00011&RL=00259](http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00011&RL=00259)

UNICAUCA. (2015). *I congreso de Medicina interna*.

UNICAUCA. (2015). Importante información para los asistentes internacionales al congreso. *IV Congreso Latinoamericano y V Colombiano de Etnobiología*.

UNWTO Department of Statistics and Tourism Satellite Account. (2 de septiembre de 2008). *Global Meetings Initiative / volume 1 Basic concepts and definitions*. 1, 12.

Vargas, C. S. (2004). *Metodologías de la investigación*. ASOCIACIÓN COLOMBIANA PARA EL AVANCE DE LA CIENCIA, Cundinamarca, Bogota.

Villanoa, F. E. (2012). *Diagnóstico de la demanda turística en la ciudad de Popayán : una aproximación econométrica para el periodo 2009- 2012*. Cali.

Vogeler, C., & Rifai, T. (2014). *Informe Global Sobre las industrias de Reuniones*. Organizacion Mundial De Turismo. Equipo editorial: Jesús María Gómez Merino, MPI España; Addaia Arizmendi, Ocean Belcher, Dmitriy Ilin, Inés Valenzuela, Programa de Miembros Afiliados de la OMT.

Vogelsong, X. L. (2006). Comparing methods of measuring image change: a case study of a small-scale community festival 1. *tourism analysis*, pp 349-360.

Whitford, M. (2004). Regional development through domestic and tourist event policies: gols coast and brisbane 1974-2003. *Journal of Hospitality, tourism and leisure science*.

World Tourism Organization. (2006). *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry*. OMT, Developing a Tourism Satellite Account Extension. Madrid: Copyright © 2006 World Tourism Organization.