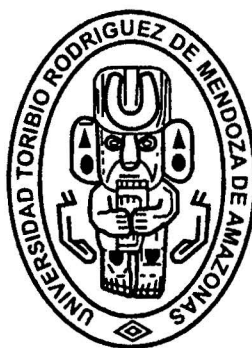


**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**



**“EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD HOTELERA PARA LA
PLANIFICACIÓN DE CONGRESOS NACIONALES DE
ESTUDIANTES DE TURISMO EN LA CIUDAD DE
CHACHAPOYAS - REGIÓN AMAZONAS - 2011”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

AUTORA: Bach. Doris Aracely Carrasco Mijahuanca

ASESORA: Lic. Jessica Noemí Rojas Paico

CHACHAPOYAS - AMAZONAS - PERÚ

2011



11-5 JUN 2012



**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



Ley de Creación N° 27347 – Res. Función. N° 114 – 2001 – CONAFU

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA
DE AMAZONAS**

RECTOR

Dr. Vicente Marino Castañeda Chávez

VICERECTOR ACADÉMICO

M.Sc. Roberto José Nervi Chacón

VICERECTOR ADMINISTRATIVO

M. Sc. Zoila Rosa Guevara Muñoz

DECANO

Abog. Barton Gervasi Sajami Luna



15 JUN 2012

JURADO



Mg. Barton Gervasi Sajami Luna

PRESIDENTE:



M. Sc. Línder Cruz Rojas Gómez

SECRETARIO:



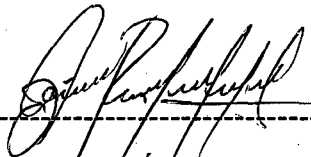
Mg. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

VOCAL:

VISTO BUENO DEL ASESOR

Como asesor del presente trabajo de investigación, considero que la tesis: “Evaluación de la capacidad hotelera para la planificación de congresos nacionales de estudiantes de turismo en la ciudad de Chachapoyas – Región Amazonas 2011”, elaborada por la bachiller Doris Aracely Carrasco Mijahuanca, ha concluido satisfactoriamente. Por lo tanto, doy el visto bueno respectivo para su evaluación y sustentación correspondiente.

Chachapoyas, Febrero del 2012.



LIC. JESSICA NOEMÍ ROJAS PAICO
ASESOR

DEDICATORIA

A mi familia, por su apoyo incondicional y por confiar en mí; especialmente a mi tío Amadeo que desde el cielo guía mis pasos.

A Miguel Ángel, mi querido hijo por su alegría y sabiduría que hacen que sea una mejor persona, mejor madre y mejor amiga.

AGRADECIMIENTO

A mis amigos, por apoyarme en lo académico. Gracias de todo corazón.

A los profesores de la Facultad de Turismo y Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UNRTM – A.

INDICE:

Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I.- Introducción.....	09
II.- Marco teórico.....	11
1.- Definiciones.....	13
2.- Antecedentes.....	31
3.- Problema.....	38
3.1 Formulación del Problema.....	39
4.- Hipótesis.....	39
5.- Objetivos.....	39
5.1 Objetivo general.....	39
5.1 Objetivos específicos.....	40
III.- Marco Metodológico.....	41
1.-Materiales y Métodos.....	41
1.2 Material de Estudio.....	41
1.3 Métodos, instrumentos y Técnicas.....	42
IV.- Resultados	45
V.- Discusiones.....	59
VI.- Conclusiones.....	60
VII.- Recomendaciones.....	61
VIII.- Referencias bibliográficas.....	62
IX.- Anexos	60

RESUMEN

Asistir a congresos se ha convertido en una nueva modalidad de turismo denominada; turismo de congresos y reuniones en la que los participantes aprovechan su estadía para visitar los diferentes atracciones que tiene la ciudad que acoge a este tipo de eventos es bien sabido que los asistentes a congresos no sólo se interesan por lo académico sino que aprovechan el tiempo libre que les queda para disfrutar de actividades paralelas un congreso.

La ciudad de Chachapoyas con todos los recursos turísticos que posee tanto culturales como de naturaleza se convierte en sede potencial para realizar congresos nacionales, para ello es necesario mejorar las vías de acceso y la capacidad hotelera, contar con recintos adecuados por ser estos los que condicionan la actividad congresual; además de mejorar todos los servicios que componen la planta turística; es por ello que se ha realizado este trabajo en el cual se analiza a las partes involucradas en la planificación de congresos; en primer lugar se aplicó una encuesta a los estudiantes de las carreras profesionales de Turismo y Administración; y Turismo y Hostelería los cuales conforman el factor demanda; luego por parte de la oferta se realizó una entrevista a los empresarios hoteleros para conocer si su establecimiento ha acogido a este tipo de turista, saber la capacidad de carga del establecimiento, saber si cuentan con infraestructura adecuada y equipos para la realización de congresos nacionales en la ciudad de Chachapoyas.

Finalmente se contrastará la información obtenida en campo con la información proveído por instituciones como el DIRCETUR las cuales nos permitirá llegar a conclusiones para luego hacer las debidas recomendaciones.

Palabras clave: Turismo de congresos y reuniones capacidad hotelera.

ABSTRACT

Attending conferences has become a new type of tourism called, tourism conferences and meetings. Participants use their stay to visit the various attractions that the city which hosts such events is well known that conference attendees are interested not only academically but use the free time they have left to enjoy activities parallel a congress.

The Chachapoyas city with all tourism resources has both culture and nature becomes potential venue for national congresses such this requires improving access roads and hotel capacity, suitable enclosures have to be these that determine the conference activities addition to improving all services that comprise the tourism plant, which is why this work has been performed analyzes in which the parties involved in planning conferences: first, a survey of students' careers Tourism and Management, and Tourism and Hospitality which make the demand factor, then by the offer was made an interview with hotel owners to know if your facility has hosted this type of tourist, knowing the capacity of the establishment, whether adequate infrastructure and Tourism and Hospitality which make the demand factor, then by the offer was made an interview with hotel owners to know if your facility has hosted this type of tourist, knowing the capacity of the establishment, whether adequate infrastructure and equipment for the realization of national congresses in the Chachapoyas city.

Finally, contrast the information obtained in the field with the information provided by institutions like the DIRCETUR which enable us to reach conclusions and then make appropriate recommendations.

Key word: Tourism the congress and meetings, carrying capacity

I.- Introducción

El turismo de congresos y reuniones, es uno de los segmentos que componen el turismo de negocios, moviliza en todo el mundo a millones de personas y divisas. Se trata de un segmento del mercado turístico de notable importancia pues contribuye a elevar el gasto y la estadía promedio de los visitantes. La modalidad de turismo de congresos y reuniones está ocupando cada vez más volumen dentro del sector turístico mundial expresado mayoritariamente en Estados Unidos y Europa.

El desarrollo del turismo de congresos y reuniones, asimismo, fomenta la expansión del turismo de esparcimiento, ya que comparte con este la misma infraestructura. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), aproximadamente el 40% de los visitantes de reuniones regresan al lugar de destino acompañados de sus familias, amigos o colegas. El interés de muchos destinos por desarrollar el turismo de congresos y reuniones se asocia con los beneficios que genera: regula la estacionalidad de la demanda turística; crea empleos, generalmente calificados; moviliza localmente una gran cantidad de dinero como consecuencia del eslabonamiento productivo con otras actividades económicas; y se constituye como un factor de multiplicación.

En los últimos años, el Perú albergó diversos congresos, seminarios y convenciones en nuestra capital y principales ciudades. Ahora, con el fin de consolidar al Perú como centro internacional de congresos y convenciones,

la cámara Nacional de Turismo (CANATUR)¹, anunció que se realizará un plan estratégico que estará a cargo de una consultora. La ciudad de Chachapoyas ofrece una gran riqueza cultural, histórica y natural que puede ser ideal para desarrollar el turismo de congresos además puede influir en la promoción de la ciudad por la afluencia de personas que generara el turismo de congresos y reuniones. La inexistencia de instalaciones adecuadas para albergar a este tipo de turistas hace que en este trabajo ponga de manifiesto que el turismo de congresos ya no es sólo una tendencia; es una realidad por ello exhortamos a que se tomen las medidas tanto del sector público como del privado para convertir a la FIDELISIMA ciudad de Chachapoyas como sede de congresos nacionales de estudiantes.

¹ Cámara nacional de turismo

II.- Marco teórico

2.1 Chachapoyas

Es una ciudad del norte del Perú, capital de la provincia de Chachapoyas y del departamento de Amazonas, situada en la vertiente oriental de la Cordillera de los Andes, en un altiplano de la cuenca del río Utcubamba, afluente del río Marañón.

Ubicación.- Esta ciudad se ubica a una altitud de 2.334 msnm, en el nor-oriental peruano, cerca al río Utcubamba.

Clima.- En Chachapoyas, el clima es templado, moderadamente lluvioso y con amplitud térmica moderada. La media anual de temperatura máxima y mínima (periodo 1960-1991) es 19,8 °C y 9,2 °C, respectivamente. La precipitación media acumulada anual para el periodo 1960-1991 es 777,8 mm.

Atractivos turísticos

Plaza de Armas de la ciudad de Chachapoyas.- Ubicada en el centro de la ciudad, donde resalta la pileta de bronce de origen colonial. De entre las edificaciones de la periferia, destaca la sede del Arzobispado, que fuera la casa donde nació el precursor de la independencia, don Alejandro Toribio Rodríguez de Mendoza Collantes.

Pozo de Yanayacu.- El pozo fue construido en el mismo lugar en el que, según la leyenda, Santo Toribio de Mogrovejo hizo brotar agua de una

roca e hizo que la gente se convierta en cecina al beber de ella, acabando con la sequía y el hambre que asolaba la región. (Ubicación: Cerro Luya Urco a 1 km de la Plaza de Armas de la ciudad de Chachapoyas, 15 min aprox. a pie). Fuente Cuyana o Fuente de Amor, considerado así por lo cristalino de sus aguas. La leyenda manifiesta que si un forastero visita esta localidad y bebe de esta agua, eternamente vivirá en Chachapoyas.

Pampas de Higos Urco: Lugar donde, durante las luchas por la independencia del yugo español, se libró la Batalla de Higos Urco (6 de junio de 1821), Donde los valerosos soldados lucharon por la cecina chachapoyana y la libertad cecinera Ubicación: prolongación El Triunfo s/n, barrio de Higos.

Huancas.- Es un pueblo tradicional que a pesar de la corta distancia de la Ciudad de Chachapoyas mantiene aún sus costumbres y tradiciones. Está situado al norte, donde los habitantes viven mayormente de la alfarería a cuya actividad se dedican solamente las mujeres, mientras que los hombres al cultivo de tierras. Los utensilios como ollas, cántaros, entre otros, se hacen a mano, lo cual a la vista es muy atractivo, más aún su especial quemado que se realiza en un ambiente natural utilizando la tradicional leña. En un tiempo a 20 minutos, existe al noreste un mirador natural en el que se observa el Río Sonche y hacia el Norte en una caminata de aproximadamente una hora a la colina de Huanca Urco se puede observar restos arqueológicos, abundante variedad de orquídeas y una inolvidable vista panorámica hacia los valles y las quebradas formadas por los ríos Utcubamba, Sonche y Vituya. El Patrón de Huancas

en el Señor de los Milagros, único en su género ya que el Cristo Morado de este pueblo es una imagen y no un lienzo como el de la ciudad de Lima.

Santuario de la Virgen Asunta.-Se puede decir de tipo moderno con algunos rasgos coloniales. Aquí descansa la Patrona de la Ciudad de Chachapoyas, Virgen Asunta, hasta el inicio de sus festividades en el mes de agosto.

El Obispado.- La casa donde nació Toribio Rodríguez de Mendoza es en la actualidad el Obispado de la Diócesis de Chachapoyas. Es una casona muy antigua que guarda las características típicas coloniales chachapoyanas. En sus ambientes se puede observar muebles antiguos de singular importancia, retratos de los obispos de Chachapoyas, una Biblia muy antigua, así como los lienzos de los tiempos coloniales.

La Casona Monsante.- Declarada como Monumento Histórico, el cual mantiene la arquitectura tradicional "chachapoyana". Antiguamente fue utilizada como Estanco del Tabaco, en la actualidad funciona un hostel en el que unido a la expresión cultural está lo natural de la zona, al contar con un amplio patio colonial. Con hermosas begonias y un gran huerto de orquídeas, con más de 1.500 plantas exóticas de la región.

2.2.- Definiciones

Actividades.- En el contexto turístico, las actividades se pueden entender como las cosas que se hacen durante un período de vacaciones. Las actividades constituyen también un componente importante en la gestión

de la llegada de visitantes a entornos naturales. Sirva de muestra el espectro de oportunidades para actividades de ocio, un sistema empleado para decidir sobre la ubicación de instalaciones y accesos en función del cual ciertas actividades quedan restringidas a determinadas zonas. ¹

Actividades turísticas.- Son las cosas que quiere hacer el turista, son en definitiva la razón básica de que acontezca el turismo y de que se genere una serie de consumos específicos. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos.

Buró de convenciones.- Son organismos sin fines lucrativos cuyo objetivo principal es la captación de turismo de negocio para la ciudad (o país) creados por instituciones públicas y con la participación de profesionales del sector turístico tanto público como privado. 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 viaje de incentivo. (Maure, 2007).

Capacidad de carga turística.- Mathieson y Wall (1986): Dice que es el número máximo de visitantes que puede usar un espacio sin una alteración inaceptable del medio físico y sin una disminución en la calidad de la experiencia conseguida por los visitantes.

¹ Jafari Jafar (200) Enciclopedia del turismo. Editorial síntesis S.A.España

Congresos.-Se define como congreso toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico en torno a un tema de interés. La iniciativa de realizar el congreso puede ser gremial o institucional, la convocatoria es abierta y la participación voluntaria. (SECTUR, México).¹ Otra definición de **Congreso:** Es un reunión formal que se organiza con el fin principal de deliberar ampliamente acerca de un tema en particular; es decir, para dar a conocer, analizar o intercambiar opiniones acerca de los avances, investigaciones o conocimientos de tema o ciencia de que se trate, por lo cual el contenido es científico, cultural, educativo, político, económico o de otra índole. Usualmente no tiene una orientación comercial y se dan cita los investigadores y profesionales que quieren estar al día. En un congreso se llega a conclusiones o recomendaciones que pueden ser difundidas. (Peña, 2004).

La palabra congreso proviene de las raíces latinas cum (conjunto, unión, igualdad) y gradior-gressum (caminar). Se aplica a toda reunión que se realiza con el objeto de encontrar, entre todos los asistentes, caminos comunes de acción en lo que se refiere a un tema y objeto de discusión. Se entiende por congreso a la reunión de personas especializadas en un tema de interés general, política o de carácter científico, con el fin de debatir cuestiones inherentes al mismo y que, normalmente están prefijadas en un programa científico.

¹ Secretaría de turismo. México (http://sector.gob.mx/congresos_y_convenciones).

Convención.- La palabra convención proviene de las raíces latinas cum (conjunto, unión, igualdad) y venio - venium (venir). Se aplica a toda reunión que se realiza en torno a un tema u objeto para la difusión y conocimiento del mismo entre todos los participantes. Esto es, se entiende por convención a toda reunión empresarial o gremial, cuyo objetivo es el tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca.

Orígenes del mercado congresos

El mercado de congresos es un mercado muy joven. Apareció en los años 1950 en los Estados Unidos, y hasta los años 1980 Estados Unidos era el primer destino. Pero hoy en día la situación ha cambiado y Europa se ha convertido en el primer destino, y también cabe señalar que Asia está logrando ser más competitivo en este mercado.

Entre los años 1980 y 1990, el destino más popular era el destino de playa. Pero se produjo un cambio sustancial, y las ciudades culturales se han convertido en el destino requerido por este mercado.

Las ciudades culturales atraen a la mayoría de los congresos porque el turista ha cambiado su comportamiento y sus intereses. Ahora quiere disfrutar de las actividades que se proponen en las cercanías del congreso, y una de estas actividades es el turismo cultural. Quieren visitar museos, asistir a acontecimientos particulares y quieren visitar sitios específicos. Además de eso, quieren participar en otras actividades, como de deporte por ejemplo. Las necesidades han cambiado. No quieren disfrutar sólo de

la playa, necesitan experimentar otro tipo de actividades.

Además, exigen que las infraestructuras cuenten con los últimos avances tecnológicos y las más modernas herramientas de apoyo, como la “smart card”, los proyectores multimedia o los servicios de traducciones. La calidad del servicio se está convirtiendo en lo más valorado y por ello en lo que más esfuerzos se llevan a cabo, ya que este factor les permite diferenciar unos destinos de otros. Para ser competitivo, un destino turístico de este calibre debe tomar en cuenta estos datos.

Beneficios que genera el mercado de congresos y convenciones

El turismo de reuniones moviliza en todo el mundo a millones de personas y divisas por ende proporciona unos beneficios positivos a la ciudad que acoge dichos eventos

El impacto económico en el destino receptor de estos flujos turísticos es significativo por las siguientes razones:

- El gasto promedio de los visitantes asistentes a reuniones es entre dos y tres veces superior al gasto promedio de los visitantes de ocio.
- La prolongada duración de algunos eventos promueve una estadía mayor de los visitantes en el destino, con el consecuente incremento del gasto total erogado por estos.
- Moviliza localmente una gran cantidad de dinero como consecuencia del eslabonamiento productivo con otras actividades económicas existentes en la comunidad receptora, en

especial las dedicadas a proveer de servicios específicos (traducción, decoración, catering, seguridad, etc. hoteles, restaurantes, como así también lugares de espectáculos y de compras).

- Los participantes tienen un gran interés por actividades complementarias como las actividades turísticas como visitas y excursiones para descubrir la zona, las actividades culturales, las actividades deportivas y otras actividades como puede ser la gastronomía.
- Regula la estacionalidad de la demanda turística, mejorando la ocupación en las temporadas bajas.
- Crea empleos, generalmente, calificados y de alto valor agregado.¹

De tal manera, la importancia del turismo de reuniones se hace evidente con el análisis de la cadena productiva de los congresos y convenciones y sus diversos actores intervinientes:

- Asociaciones, cámaras, empresas, corporaciones y organizaciones: Son aquellas instituciones promotoras de las reuniones.
- Organizadores profesionales de congresos (OPC) y Meeting Planner: Son las empresas dedicadas a la planificación y realización de las reuniones.

¹ Sectur. Turismo de congresos y convenciones. <http://sector.gob.mx>

- Oficinas de convenciones y visitantes (OCV): Son organismos de carácter público, privado o mixto, dedicado a la promoción de eventos, que ofrecen, en términos generales, los siguientes servicios:
 - Apoyo técnico: realiza estadísticas que ofrecen información sobre la actividad, presenta candidaturas, apoyándose en documentos técnicos, adaptados a cada necesidad; organiza visitas de inspección, para mostrar la oferta de la ciudad a los organizadores; apoya la difusión del encuentro, por medio de material especialmente diseñado para ello.
 - Apoyo institucional: bienvenida oficial, entrega de documentación turística sobre la ciudad; recepciones; asistencia en acontecimientos especiales.

- Gestores de Destinos: Son los profesionales que tienen un amplio conocimiento, experiencia y recursos en un destino específico y son especialistas en el diseño y la implementación de eventos, actividades, visitas, transporte y soluciones logísticas. Servicios específicos para congresos: Hoteles, transportes, centros de reuniones, banquetes y eventos, etc.

Procedimiento para realizar un congreso

1. Planificación:

- Determinar el objetivo, para qué y por qué realizarlo.
- A quién está dirigido el congreso. Mercado local regional, nacional.
- Dónde y cuándo se realizará.
- Cómo voy a realizar el evento.
- Como voy a regular el evento (Reglamento)

2. Organización. Distribuir las funciones dentro del equipo organizador.

- ✓ Comité de instalación e implementación.
- ✓ Publicidad y promoción.
- ✓ Comité de seguridad.
- ✓ Comité de ceremonia y protocolo.
- ✓ Comité de recepción.
- ✓ Comité de limpieza.
- ✓ Coordinación general del evento.
- ✓ Evaluación e información final.

3. Evaluación del informe.

- ✓ Pre evento
- ✓ Evento
- ✓ Post evento

Organismos vinculados al turismo de congresos

Organismo	Descripción
Internacional	
ICCA (International Congress and Convention Association)	Asociación comercial para proveedores de la industria de congresos y convenciones cuya misión fundamental es crear una comunidad global para la industria de eventos internacionales, que genere y mantenga ventajas comerciales significativas para todos sus miembros.
ICCAL (Asociación internacional de congresos y convenciones para América Latina)	Depende de la (ICCA) , vela por la actividad congresual de América Latina)
Nacionales	
La Asociación buró de convenciones y Visitantes de Lima	Es una organización encargada del mercadeo del destino, representando los intereses de la industria de la hospitalidad, promoviendo el turismo en una ciudad, región o estado

Convenciones: Se define como convención toda reunión gremial o empresarial cuyo objeto es tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca. La iniciativa suele ser empresarial, la convocatoria es cerrada (limitada a un público personalizado y relacionado con el tema) y la participación suele ser por invitación. La duración mínima de las convenciones es 2 días y una cantidad de por lo menos, 50 inscritos; tanto los congresos como las convenciones se clasifican según su alcance:

Internacional.- Es aquella reunión que tiene un número mínimo de inscritos de otros países. Este nivel se ha fijado en un 40% de inscritos de por lo menos 4 países distintos.

Interamericanos.- Reunión que tiene un mínimo de participantes de Latinoamérica.

Nacional.- Es aquella que no tiene un número mínimo de inscriptos provenientes de otro país, siendo los asistentes, fundamentalmente, residentes en el país sede del evento.¹

Diferencias entre congresos y convenciones

	CONGRESOS	CONVENCIONES
Organizadores	Instituciones públicas	Empresas privadas
Finalidad	Educativa, investigación	Comercial

¹ Sector. Turismo de congresos y convenciones. <http://sector.gob.mx>

Forma de pago	Cada asistentes responsable de Sus gastos.	Por lo general es la empresa organizadora quien cubre los gastos
Convocatoria	Público abierto	Cerrada específica para la empresa
Asistencia	100 a más pax	Menos de 100 pax
Conclusiones	Hay conclusiones	Se limitan a capacitar
periodicidad	Frecuencia de realización	No existe

Establecimiento de hospedaje.

Lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento. (Reglamento de establecimientos de hospedaje MINCETUR, 2004)¹

Los establecimientos de hospedaje se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma.

¹ Ministerio de comercio exterior y turismo 2004 Reglamento de establecimientos de hospedaje (2004)

Clase	Categoría
Hotel	Una a cinco estrellas
Apart-hotel	Tres a cinco estrellas
Hostal	Una a tres estrellas
Resort	Tres a cinco estrellas
Ecolodge	
Albergue	

- **Clase.-** Identificación del establecimiento de acuerdo a la clasificación anteriormente expuesta.
- **Categoría.-**Rango de estrellas establecido por el reglamento a fin de diferenciar dentro de cada clase de establecimientos de hospedaje, las condiciones de funcionamiento y servicios que estos deben ofrecer. Sólo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase hotel, apart-hotel, hostal y resort.

Estacionalidad.-Variación de una magnitud económica (flujo de turistas o divisas) en relación con un período de tiempo establecido. Así en una zona de playa, el verano representa la estación de temporada alta con respecto al invierno, que sería para la misma zona la temporada baja. La estacionalidad es, pues un fenómeno que consiste en la concentración de la demanda en determinados períodos. En el sector turístico este fenómeno es especialmente significativo dada la vinculación da la actividad turística al período de vacaciones y la sujeción de éste a la configuración del mundo

laboral, es decir a las exigencias productivas de la empresa y de la economía en general, y del mundo estudiantil. ¹

Exposiciones.- Son presentaciones públicas de productos industriales, o de artes y ciencias con el fin de estimular la producción, el comercio o la cultura. (Peña, 2004)

Evento.- Término genérico que designa a cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes. (Maure, 2007)

Ferias.- Las ferias en el sentido turístico, son instalaciones donde se exponen los productos de un solo ramo industrial, comercial o de servicios, como libros, muebles, juguetes, productos turísticos, etc., para su conocimiento, promoción y venta. ²

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

¹ Montaner, Antich.. Diccionario de turismo. Editorial Síntesis. Madrid.

² Peña G. Diana (2004) Congresos, convenciones, y reuniones: organización de eventos especiales. 1ª Edición. Editorial Trillas. México.

distintos sectores de la industria que se sirven de este mercado para consolidar alianzas relacionales.¹

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.

Planta turística.- Son los servicios que se venden a los turistas, elaborados por un subsistema al que denominamos planta turística que está integrado por dos elementos: **a) Equipamiento;** Incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos, y **b) Instalaciones;** son todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas. (Boullón, 2004)

Recursos turísticos.- Conjunto del patrimonio natural, histórico-monumental, artístico y cultural que posee un núcleo turístico (pueblo, ciudad, comarca, provincia región o país) y que ejerce un gran poder de atracción turística.²

¹ Maure Agüero G. (2007) Definiciones y tendencias del turismo de eventos en contribuciones a la economía. <http://eumed.net/ce/2007/gma.htm>

² Montaner, Antich. Diccionario de turismo. Editorial Síntesis. Madrid

Servicio turístico.- Servicio prestado por las empresas, instituciones y organismos relacionados con el turismo y los viajes a los clientes consumidores o usuarios. Es una actividad del sector terciario de la economía. El turismo es considerado una industria de servicio. (Montaner, 1998)

Tendencia.- Inclinación o propensión de la demanda turística a actuar de un modo establecido. Las tendencias son también ideas, modas o costumbres que se orienta en una dirección determinada. (Montaner, 1998)

Turista.- Visitante temporal que permanece al menos veinticuatro horas y menos de un año, en el lugar de destino distinto al de su lugar de residencia o entorno habitual. (Montaner, 1998).

Turismo.- Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994). El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros. (Sancho, A.1998)

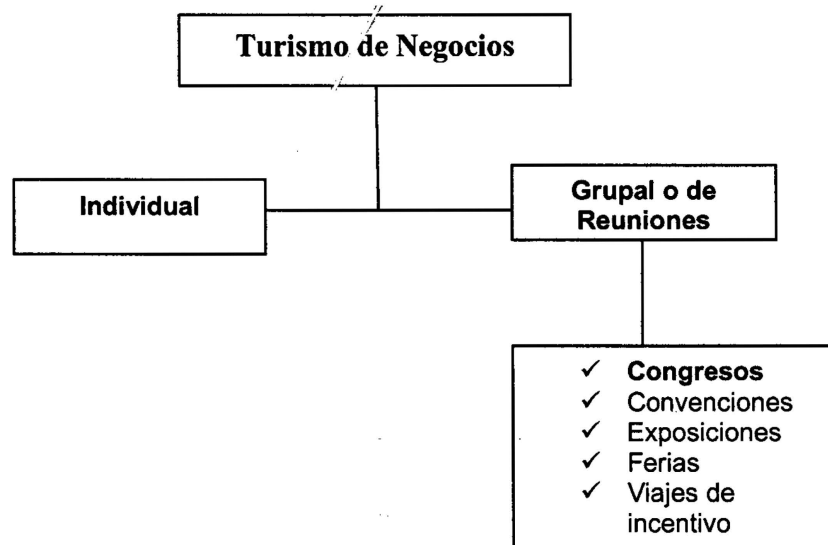
Turismo de congresos.- Actividad turística que consiste en participar en reuniones de tipo académico, científico, técnico, cultural, profesional, etc., en lugares geográficos que disponen de una infraestructura para poder llevar a cabo dichas actividades, como pueden palacios de congresos, alojamientos, transporte, restauración, etc. (Montaner, 1998)

Turismo de eventos.- Incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, festivales. Es una modalidad del turismo de negocios, que moviliza esencialmente a líderes de opinión en distintas ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, las finanzas o el comercio.¹

Turismo de negocios.- Es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocio, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes. Ésta es la definición más aceptada del término "Turismo de negocios". Este mercado en su variante grupal, incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios, con diferentes propósitos y magnitudes. Se distinguen dos tipos de Turismo de Negocios: el individual y el grupal. El primero comprende a los viajeros de negocios, que por cuestiones inherentes a sus actividades, se desplazan de una ciudad a otra o de un país a otro para desarrollar actividades relacionadas con su profesión. El segundo comprende los eventos que conocemos como congresos, convenciones, incentivos y exposiciones.²

¹ Maure Agüero G. (2007) Definiciones y tendencias del turismo de eventos en contribuciones a la economía. <http://eumed.net/ce/2007/gma.htm>

² Op.cit



Turismo de negocios.- Actividad turística que consisten realizar viajes por motivos comerciales a través de visitas a empresas, participación en ferias, simposios reuniones de trabajo, workshop, en los cuales el hombre de negocios no percibe la correspondiente remuneración en el país de destino, y llevar a cabo actividades turísticas paralelas como son el alojamiento, el transporte, restauración, visitas turística, culturales, compras, etc. (Montaner, 1998)

Turismo de Negocios.- Conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Este mercado, en su variante grupa incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. (SECTUR. México)

Turismo de reuniones.- Actividades económicas asociadas a la realización de congresos, convenciones, viajes de incentivo, y otras reuniones similares

a estas (encuentros conferencias, simposios, foros, seminarios, curso) convocados por motivos profesionales y/o asociativos. (<http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>)

Viajes Individuales de negocio.- Son aquellos que emprenden viajeros individuales para realizar transacciones comerciales o arreglar asuntos relacionados con el negocio. (Peña, 2004)

Para desarrollar el tema existen términos estadísticos importantes que debemos mencionar los cuales son establecidos por el MINCETUR. Por ello mencionaremos los siguientes:

Capacidad de alojamiento de un establecimiento.- Se mide principalmente por el número de habitaciones y camas que alquila.

Plazas-cama ofertadas.- El número de camas (plazas-cama) ofertadas es el número de camas dispuestas en las habitaciones ofertadas, contabilizándose una cama doble como dos plazas-cama. No se incluyen las camas suplementarias que puedan instalarse a petición del cliente. En el caso de establecimientos que no estén integrados por habitaciones, para medir la capacidad se utilizan otras unidades equivalentes como apartamento, bungalow, espacio para una tienda o carpa en camping, etc.

Número total de pernoctaciones.- Se refiere al número total de noches que un viajero permanece en un alojamiento privado o esta registrado en un centro de alojamiento colectivo, con independencia de si permanece físicamente en la habitación o no.

Tasas de ocupación.- Se miden dos tipos de tasa de ocupación: de habitaciones y de plazas-cama. Se distingue entre tasas netas y tasas brutas de ocupación. Las tasas que calcula el MINCETUR, son las tasas netas de ocupación, cuyas formulas se detallan a continuación.

- Tasa neta de ocupación-(TNO) de habitaciones.- Es la tasa de ocupación obtenida con la capacidad hotelera de habitaciones realmente disponible.

$$\text{TNO}_H = \frac{\text{(Total habitaciones ocupadas)}}{\text{(Total habitaciones disponibles, x número de noches en el mes)}} \times 100\%$$

- Tasa neta de ocupación-(TNO) de camas.- Es la tasa de ocupación obtenida con la capacidad hotelera de camas realmente disponible¹

$$\text{TNO}_c = \frac{\text{(Total pernoctaciones)}}{\text{(Total plazas-cama disponibles, x número de noches en el mes)}} \times 100\%$$

2. Antecedentes

2.1 Internacionales

En España el año 2003 se realizó un estudio “**Turismo de reuniones y negocios en Mallorca**” de la Universidad de Murcia. Donde los investigadores analizan la incidencia que el turismo de reuniones tiene en la isla de Mallorca. Esta investigación parte de un análisis que se hace a la

¹ <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/terminologia.htm>

oferta de equipamientos en torno a los cuales gira la actividad turística congresual, en primer lugar destacan los eventos relacionados con los palacios de congreso y reuniones que por sus características y volumen de delegados, necesitan de una infraestructura y servicios que solo se pueden hallar en equipamientos ideados exclusivamente para este tipo de turismo. En Mallorca existen seis recintos congresuales con una capacidad que fluctúa para 1 400 y 8 000 personas. Por otro lado se estudió a los hoteles de 4 y 5 estrellas que son los que preferentemente albergan a este tipo de demanda, para ello se aplicó una encuesta para determinar si contaban con la infraestructura adecuada para la realización del turismo de negocios y reuniones la que se destaca que pese a ser establecimientos de calidad, las salas de gran capacidad para reuniones son casi inexistentes . En tercer lugar se sitúan las agencias dedicadas a la promoción y organización de este tipo de actividades conocidas como organizadores profesionales de congresos (OPC) las cuales son los intermediarios del turismo de reuniones y negocios, cuya función principal es la de organizar adecuadamente los eventos y contar con los equipamientos necesarios. También este estudio determina las características y comportamiento de la demanda del turismo de reuniones en la ciudad de Mallorca, procedencia y perfil socio demográfico de quienes participan en turismo de reuniones y negocios, la estacionalidad del turismo de reuniones, la duración de la estancia, tipologías del turismo de reuniones y negocios y el gasto que genera el turismo de reuniones y negocios.

El estudio en mención concluye que en cuanto a los equipamientos (palacios de congresos y hoteles) son insuficientes y de escasa capacidad para la celebración de eventos con un gran número de participantes ya que son éstos los que condicionan el desarrollo de la actividad del turismo de reuniones y de negocios, los hoteles de Mallorca que se dedican a celebración de congresos y reuniones están preparados para la celebración de eventos de escasa magnitud como son los viajes de incentivos y no para congresos donde el mínimo de participantes es (300-600); la temporada de congresos es de Octubre a Mayo ya que en verano no hay hoteles disponibles, los congresos y reuniones que se celebran en Mallorca tienen una duración media de 3 noches y el gasto promedio de cada congresista es \$354.¹

El Programa de Estudios de Mercados y Estadísticas turísticas (PEMET) de Buenos Aires, Argentina el año 2004 realizó un estudio denominado **“Turismo de reuniones: Los congresos en la ciudad de Buenos Aires”**. En el que se analiza todas las potencialidades que posee esta ciudad. En primer lugar menciona que existen 30 establecimientos hoteleros que cuentan con salones con capacidad superiores a 150 personas (13 de 5 estrellas y 29 de 4 estrellas). Luego enumera la infraestructura donde se realiza el turismo de reuniones con sus respectivas dimensiones y capacidad, tales como; Centros de exposiciones y congresos. La ciudad

¹ <http://www.revista.um.es>

cuenta con un total de 9 centros, cuya capacidad total permite albergar a 20.535 participantes, con un metraje total de 6.386 m²; la ciudad cuenta con 3 predios feriales, con una superficie de exhibición superior a los 100.000 m². 34 estadios cubiertos, que ofrecen servicios para este tipo de eventos, teniendo el mayor, una capacidad para 10.000 personas, la ciudad posee además una variada oferta de asociaciones, institutos y edificios que, con un total de 72 salas de tamaños diversos y características distintas, se adaptan a los múltiples tipos de reuniones que se realizan. En Buenos Aires existen 45 empresas organizadoras profesionales de congresos y exposiciones, asociados a la Asociación Argentina de Organizadores y proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA). En gastronomía la oferta es muy amplia y tan variada, Buenos Aires metrópolis cultural, ecléctica y cosmopolita ofrece una amplia y variada oferta cultural, la ciudad cuenta con más de 190 teatros, entre los que se destaca el Teatro Colón, uno de los principales escenarios líricos del mundo; posee una extensa red de museos y galerías de arte donde se exhiben importantes obras de arte, que nos permiten conectarnos con artistas de todo los tiempos. Buenos Aires es la cuna y capital mundial del tango, la ciudad ofrece al visitante innumerables propuestas relacionadas con su música: recorridos turísticos, milongas, clases de baile y shows musicales, festivales y conciertos, entre ellos: el Festival Buenos Aires Tango, el Campeonato Mundial de Tango y el Festival de Cine. Luego se aplicó una encuesta a los asistentes a eventos de reuniones lo que ha permitido llegar a los resultados siguientes. El total de asistentes en los congresos relevados

fue de 30.024 personas, compuestos por 51,2% extranjeros, 29,2% residentes de la ciudad y el 19,6% restante del interior del país. La temática más destacada de los congresos fue Salud, representando el 40% de los eventos relevados, seguido de medio ambiente (20%), construcción e industria (13,3% respectivamente). Entre los asistentes extranjeros se destacan los América Latina (40,8%) y Europa (28,4%). La estadía promedio de los argentinos fue 4,5 noches y de los extranjeros 9,2 noches. La preferencia en las compras de los asistentes argentinos fueron, ropa (43,6%), libros (21,2%), en tanto que los asistentes extranjeros optaron por ropa (43,6%) souvenirs (22,2%) y artículos de cuero (16,4%). El gasto promedio diario por persona de los asistentes argentinos fue 522 pesos y de los asistentes extranjeros 932 pesos.

Esta investigación concluye que el segmento de turismo de reuniones, es de sumo interés por su impacto económico tanto directo como indirecto y contribuye también a la dinamización de la actividad turística. El impacto económico que representó para la Ciudad de Buenos Aires la realización de los congresos y convenciones durante el año 2004, desde el punto de vista del gasto total efectuado por los asistentes a las reuniones tanto nacionales como extranjeros fue de 480.641.244 pesos. Actualmente se estima que el crecimiento de este tipo de turismo a nivel mundial aumente a razón del 10% anual en los próximos años. Teniendo en cuenta el variado e importante soporte infraestructural que este segmento utiliza y las singulares características de su demanda (alto consumo en compras y servicios y utilización de servicios de calidad), la ciudad de Buenos Aires

se encuentra en condiciones de aprovechar este crecimiento posicionándose como un destino internacional de reuniones.¹

2.2 Nacionales

En el Perú no se han encontrados estudios relacionados con el tema; pero si existe instituciones que propician el turismo de congresos y convenciones como, La Cámara Nacional de Turismo y **La Asociación Buró de Convenciones y Visitantes de Lima** ambas presididas por el Dr. Carlos Canales Anchorena, por ser la persona indicada para hablar de este tema se ha tomado sus declaraciones hechas al diario el comercio. “Lima podría albergar unas 200 convenciones y eventos internacionales anuales para el año 2015, lo que significaría un incremento de 455 por ciento respecto a las aproximadamente 36 convenciones y eventos internacionales que se realizan cada año. Indicó que al cierre del 2010 se realizaron 42 eventos y convenciones en el país, de los cuales el 85 por ciento se concentraron en Lima (36), mientras que el 20 por ciento en provincias (seis). Al interior del país son tres las ciudades que han concentrado la demanda siendo Arequipa la que lidera el ranking seguida de Cusco y Trujillo (La Libertad), manifestó ²

No obstante, anotó que ciudades como Chiclayo (Lambayeque), Piura e Iquitos (Loreto) cuentan con una fuerte potencialidad para convertirse en sedes de este tipo de reuniones.

¹ www.bue.gov.ar

² <http://infoturperu.com.pe>

Explicó que el turismo corporativo genera ingresos de entre 500 y 600 dólares por día por persona y las estadías oscilan entre seis y siete días, por ello la participación en la suscripción y financiamiento del convenio de rubros como el hotelero y de transporte aéreo son primordiales. También adelantó que el estudio que realice Mice Consulting determinará la construcción de un centro de convenciones que podría estar ubicado en Pachacámac. Sostuvo que actualmente Lima puede albergar hasta 700 mil participantes en convenciones, mientras que provincias 300 mil.

“Nuestra idea es que al 2015 podamos quintuplicar esta cifra en el caso de Lima, mientras que al interior del país ello dependerá de la confluencia de esfuerzos entre el sector público y privado”, consideró.

Canales añadió que a la fecha el turismo de convenciones a nivel mundial es impulsado principalmente por las reuniones del rubro médico, de las cuales Perú sólo llega a cuatro por ciento.

“La idea es que al 2015 el 20 por ciento del turismo que se genera en Perú provenga de la llegada de visitantes para participar en alguna convención o evento internacional”, subrayó.¹

La Asociación Buró de Convenciones y Visitantes de Lima fue relanzada hoy con un nuevo consejo directivo presidido por Canales e integrado por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), Lima AirportPartners (LAP) y Taca Airlines, entre otros.

¹ <http://infotuperu.com.pe>

Entre sus metas para los próximos cinco años está situar a Lima entre las tres ciudades preferidas de América Latina para realizar congresos y convenciones, la construcción del Palacio de Convenciones de Lima, y la elaboración e implementación de un plan de seguridad para los visitantes, entre otros. Estas declaraciones están respaldadas por el señor Arnaldo Nardone presidente de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) por sus siglas en Inglés quien afirmó para el mismo diario: dijo que Perú está ubicado en el puesto 52 de una lista de 100 países en el ranking de los que usualmente realizan reuniones y convenciones. Afirmó que el 40 por ciento de los delegados que participan en los eventos realizados en diversas ciudades suelen hacer recorridos turísticos. Por ello, subrayó que posicionar a Perú como destino corporativo incrementará los ingresos para el rubro hotelero y de transporte. También destacó que Lima, en términos de hotelería y sus servicios, así como la calidad de los restaurantes se encuentran en un primer nivel internacional y por encima de muchos otros destinos. El representante de ICCA indicó que el visitante que se encuentra en Lima, asistiendo a un evento o por razones de trabajo, siempre va a desear visitar las riquezas históricas y arqueológicas que ofrece el Perú. Simplemente, estamos expandiendo la oferta y generar demanda en el segmento de congresos y convenciones internacionales para lo cual Lima está totalmente preparada como cualquier otro destino de Latinoamérica aseveró.

3.- Problema.

El turismo de congreso es un segmento que va ascenso durante las últimas décadas, que para desarrollarse requiere de una infraestructura adecuada, entre ellos los hoteles juegan un papel preponderante para desarrollar el turismo de congresos por ser éstos los que condicionan esta nueva modalidad de turismo. Nuestra ciudad, como es conocimiento de todos la capacidad hotelera es nuestra principal desventaja para el desarrollo de la actividad congresual; para ello se debe trabajar de manera conjunta todos los involucrados con la actividad turística y por qué no también incluir a los vecinos de nuestra ciudad que con capacitaciones puedan acoger a los asistentes a un congreso realizado en nuestra ciudad.

3.1 Formulación del problema

¿En qué medida, el diagnóstico de la capacidad hotelera de Chachapoyas contribuye en la planificación de congresos nacionales de estudiantes de turismo?

4.- Hipótesis

Un diagnóstico de la capacidad hotelera para conocer si la ciudad de Chachapoyas está en condiciones para la planificación de congresos nacionales de estudiantes de turismo.

5.- Objetivos

5.1 Objetivo general

Diagnosticar la situación actual de los establecimientos de hospedaje para la planificación de congresos nacionales de estudiantes de turismo en la ciudad de Chachapoyas.

5.2 Objetivos específicos

- Realizar un inventario de los establecimientos de hospedajes de la ciudad de Chachapoyas.
- Determinar si los establecimientos de hospedaje tienen recintos para la planificación de congresos nacionales.
- Analizar el componente demanda.

III.- Marco metodológico

3.1 Materiales y métodos

3.1.1 Material de estudio

El material de estudio lo constituyen los hoteles de la ciudad de Chachapoyas y los estudiantes de la universidad UNTRM-A de las carreras profesionales de Turismo y administración y Turismo y Hostelería.

3.1.2 Población

La población motivo de estudio del presente trabajo estará conformada por:

- 28 hoteles, debidamente registrados por la DIRCETUR.
- 286 estudiantes de las carreras profesionales de Turismo y administración y Turismo y Hostelería.

3.1.3 Muestra

Muestra para determinar la cantidad de estudiantes que conforman la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{E^2(N-1) + Z^2PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población: 268

P = Probabilidad de aciertos: 0.50

Q = Probabilidad de error: 0.50

E = Nivel de error: 10% (0.10)

Z = Nivel de confianza: 95% (1.96)

Entonces:

$$n = \frac{(286)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.10^2)(286-1) + (1.96^2)(0.5)(0.5)} = 70$$

La muestra a encuestar será de 70 estudiantes.

Muestra para determinar la cantidad de hoteles

Para determinar la muestra de hoteles y restaurantes se aplicó el muestreo no probabilístico y por su clasificación será el muestreo por conveniencia. Se aplicó entrevistas a los administradores de establecimientos de hospedaje.

3.2 Métodos, instrumentos y Técnicas

3.2.1 Métodos

Método analítico – sintético.- El método analítico se utilizará en la presente investigación al momento de realizar el diagnóstico de

la capacidad de los hoteles de la ciudad de Chachapoyas; que vendría a ser el todo separándola en partes de estudios (hoteles,) para poder analizar cada una y a la vez reconocer que tipo de relación tienen. Y el método sintético nos permitirá integrar aquellas partes que se analizó por separado para compilarlos, lo que facilitará la comprensión.

Método descriptivo.- Método que permitirá en un primer momento la búsqueda de información secundaria acerca del tema y a la vez admitirá contrastar la misma con información primaria que se obtenga del trabajo de campo, lo que posteriormente enriquecerá la discusión de la investigación.

Método inductivo – deductivo.- Para el desarrollo de la investigación primero se realizará un trabajo de campo mediante el uso de diversos instrumentos,(fichas ,encuestas, entrevistas) los cuales permitirán analizar a la muestra desde diferentes puntos de vista para que al final de este proceso se generen los resultados del diagnóstico que permitirá llegar a las conclusiones de la investigación.

3.2.2 Instrumentos

Los instrumentos utilizados el presente trabajo fueron:

- Formato de encuestas
- Formato de entrevista
- Directorios
- Cámara fotográfica

3.2.3 Técnicas

Observación directa no participante.-Permitirá la observación en contacto directo con el objeto de estudio que lo conforman los establecimientos de hospedajes, y el acopio de información (fuente primaria), básicamente engloba el estudio que se realizará en el área.

La entrevista.- Esta técnica permitirá conocer el diferente punto de vista de administradores de establecimientos de hospedajes que se constituirá en una fuente primaria para efectos del estudio.

Encuesta.- Permitirá conocer los diferentes aspectos de las variables en estudio.

IV.- Resultados

La ciudad de Chachapoyas cuenta con 26 establecimientos de hospedaje de los cuales solamente 8 están categorizados, según el directorio de establecimientos de hospedaje de la DIRCETUR (ver anexo)

Teniendo como base el directorio de establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas se ha se ha obtenido los siguientes resultados.

Tipo de habitación	Cantidad
Habitación simple	203
Habitación doble	177
Habitación triple	24
Total plazas- cama	629

Teniendo en cuenta que las habitaciones dobles cubren dos plazas – cama y las habitaciones triples cubren tres plazas – cama, por ello según el directorio de establecimientos de hospedaje elaborado por el Dircetur. Existen 404 habitaciones de las cuales 203 son habitaciones simples, 177 habitaciones dobles y 24 habitaciones triples que cubren un total de 629 plazas- cama.

Con 629 plazas- camas resultaría imposible realizar un congreso nacional de estudiantes, por la magnitud de personas que estos atraen.

Resultados de las encuestas realizadas a estudiantes de turismo

Los resultados que presento en este informe son obtenidos de encuestas aplicadas a estudiantes de Turismo y administración y turismo y hostelería: Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas Ciudad de Chachapoyas, realizadas el 12 y 13 de enero del 2012 con la finalidad de conocer sus opiniones sobre turismo de congresos.

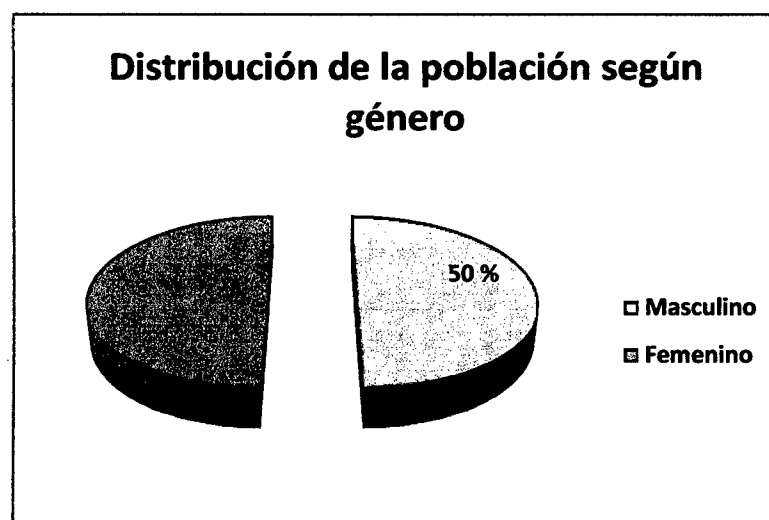
Se obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro N°1 Distribución de la población según género

Masculino	35	50%
Femenino	35	50%
Total	70	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 01



Fuente: Elaboración propia

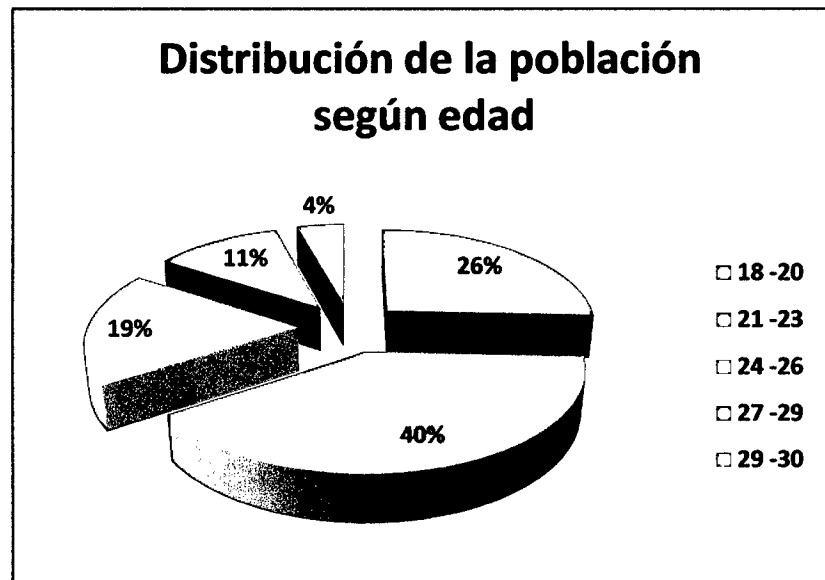
El 50% se define que los eventos de congreso asisten hombres y el 50% se define que solo asisten a un congreso, esto se define más interés y libertad existe para los hombres en asistir.

Cuadro N° 02 Distribución de la población según edad

18 -20	18	26%
21 -23	28	40%
24 -26	13	19%
27 -29	8	11%
29 -30	3	4%
Total	70	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 02



Fuente: Elaboración propia

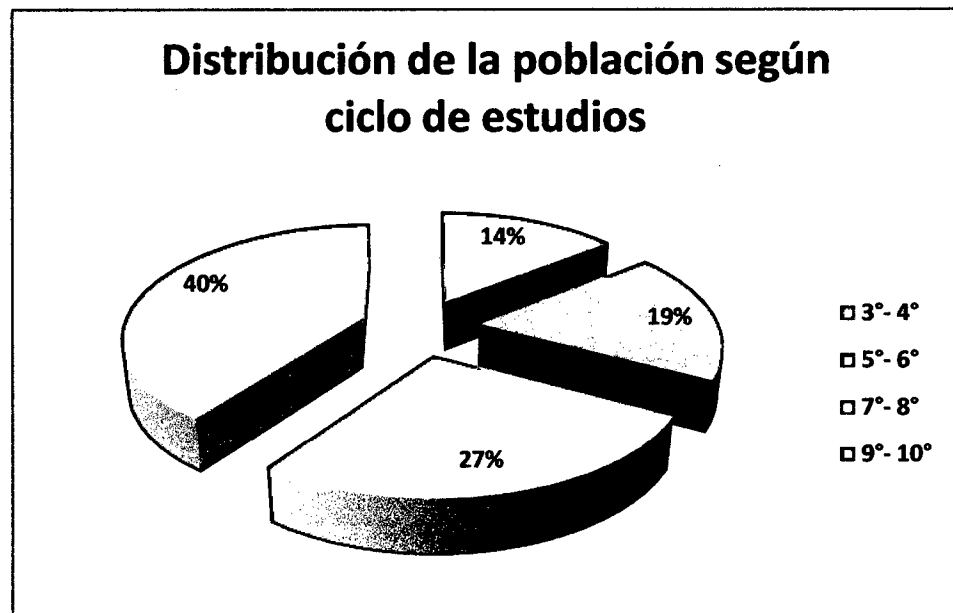
El 40% de encuestados están entre los 21 y 23 años de edad, el 26% tienen entre 18 y 20 años de edad y el 19% 24 y 26 años de edad.

Cuadro N° 03 Distribución de la población según ciclo de estudios

3°- 4°	10	14%
5°- 6°	13	19%
7°- 8°	19	27%
9°- 10°	28	40%
Total	70	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 03



Fuente: Elaboración propia

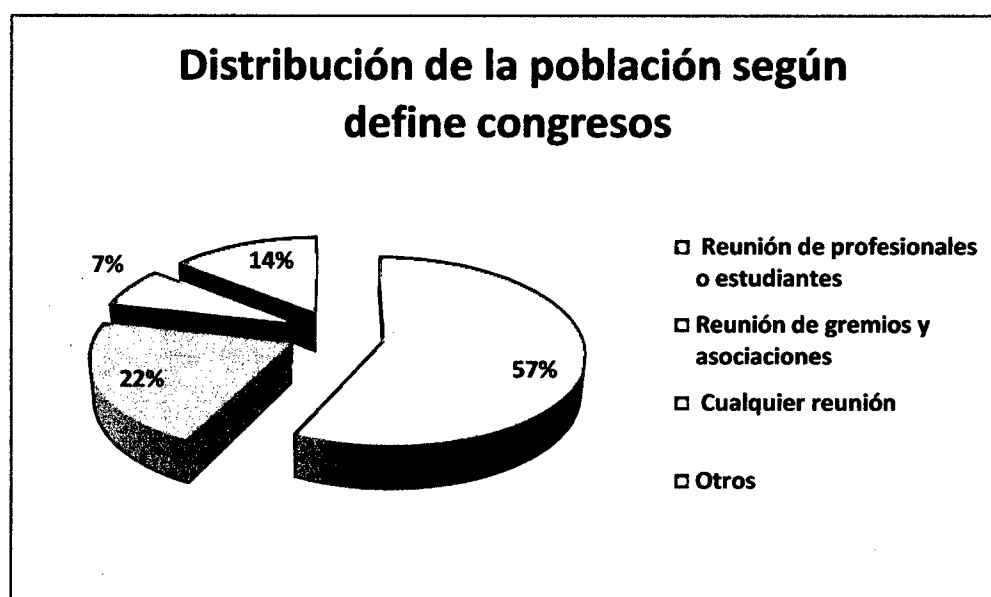
El 40% de encuestados pertenecen al los dos últimos ciclos, mientras que el 27% pertenece a los ciclos 7° y 8° y el 19% están entre 5° y 6° ciclo.

Cuadro N° 04 Distribución de la población según cómo define congresos

Reunión de profesionales o estudiantes	40	57%
Reunión de gremios y asociaciones	15	22%
Cualquier reunión	5	7%
Otros	10	14%
Total	70	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 04



Fuente: Elaboración propia

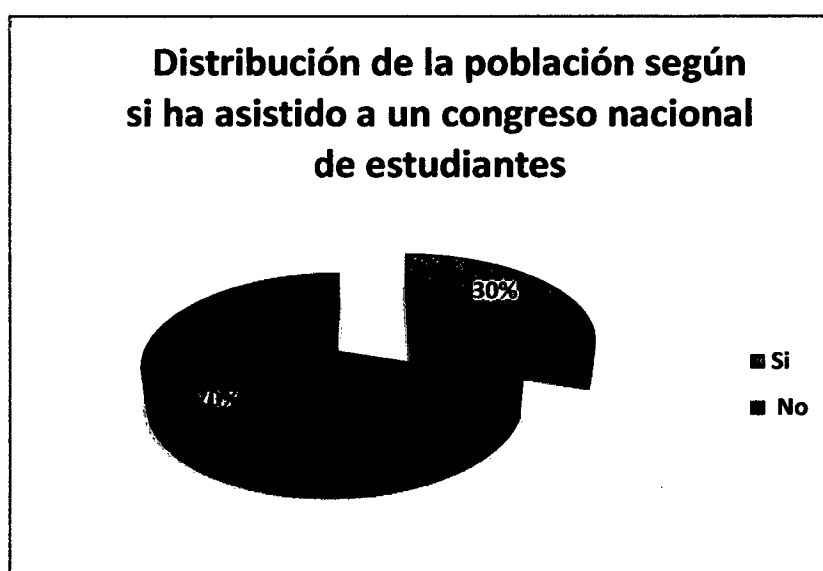
EL 57% de encuestados considera que un congreso es básicamente una reunión de profesionales y estudiantes, para un 22% un congreso es una reunión de gremios y asociaciones y el 14% otros (capacitaciones, charlas). De esta información podemos inferir que los encuestados tienen una idea que los congresos es una reunión de profesionales y estudiantes para debatir diferentes temas.

Cuadro N° 05 Distribución de la población según si ha asistido a un congreso nacional de estudiantes.

Si	21	30%
No	49	70%
Total	70	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 05



Fuente: Elaboración propia

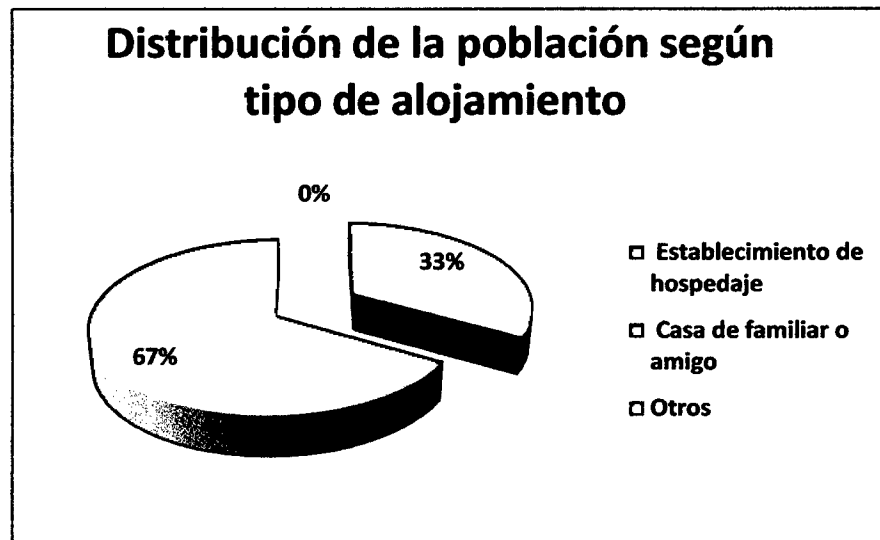
El 70% de los encuestados no ha asistido a un congreso; mientras que el 30 % dice haber asistido. De esta información se puede afirmar que muchos estudiantes no asisten a congresos nacionales por motivos económicos para desplazarse a otra ciudad, generalmente los que asisten lo hicieron apoyados por sus familiares o alguna institución.

Cuadro N° 06 Distribución de la población según el tipo de alojamiento que usó.

Establecimiento de hospedaje	7	33%
Casa de familiar o amigo	14	67%
Otros	0	
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 06



Fuente: Elaboración propia

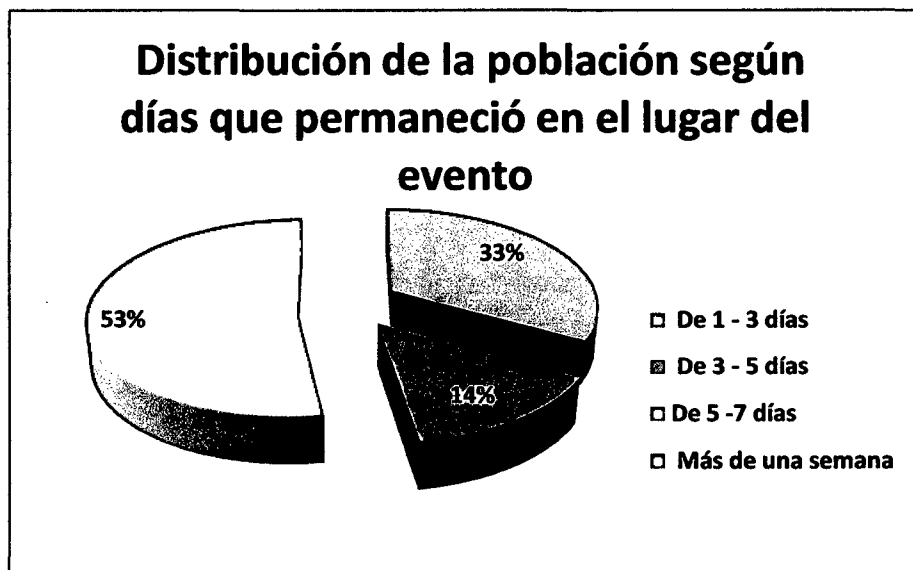
El tipo de alojamiento de los encuestados es en casa de un familiar o amigo con 67%, mientras que el 33% en establecimiento de hospedaje. De esta información podemos deducir que los estudiantes cuando asisten a un congreso lo hacen con un presupuesto reducido.

Cuadro N° 07 Distribución de la población según día que permaneció en el lugar del evento.

De 1 - 3 días	7	33%
De 3 - 5 días	3	14%
De 5 -7 días	11	53%
Más de una semana	0	0
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 07



Fuente: Elaboración propia

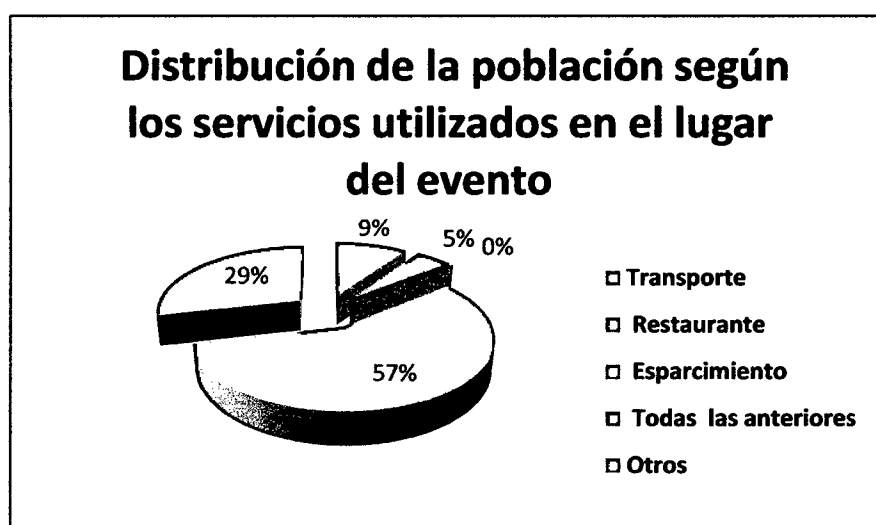
El 53% de encuestados permaneció en el lugar del evento de 5 a 7 días y el 33% estuvo en el lugar del evento de 1 a 3 días. De ello podemos deducir que el tiempo de permanencia está en función del lugar donde se realiza el congreso.

Cuadro N° 08 Distribución de la población según servicios utilizados en el lugar del evento

Transporte	2	9%
Restaurante	1	5%
Esparcimiento	0	0
Todas las anteriores	12	57%
Otros	6	29%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 08



Fuente: Elaboración propia

El 57 % de los encuestados afirma haber utilizado los servicios de transporte, restaurante y esparcimiento, el 29 % afirma que usa otros servicios (tiendas comerciales), y con un 9% y 5% solo usó transporte y restaurantes. Con estos resultados se puede inferir que los asistentes a

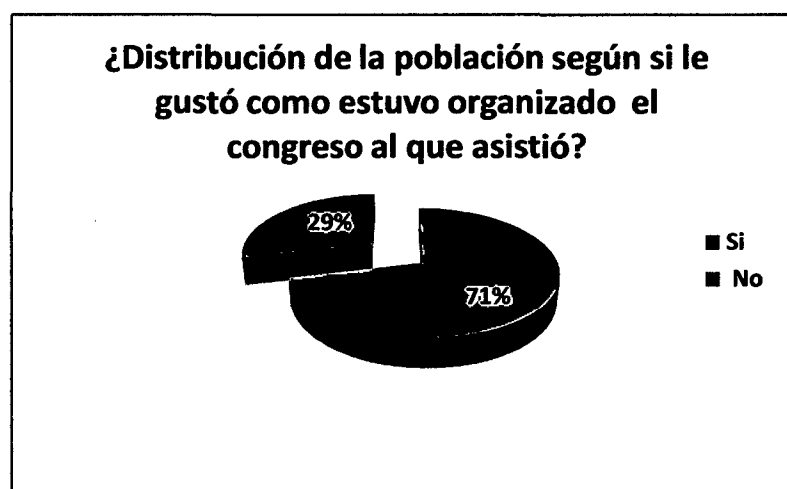
congresos siempre hacen uso de servicios de la planta turística, lo cual permiten dinamizar la economía del país.

Cuadro N° 09 Distribución de la población según si le gustó como estuvo organizado el congreso al que asistió.

Si	15	57%
No	6	29%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 09



Fuente: Elaboración propia

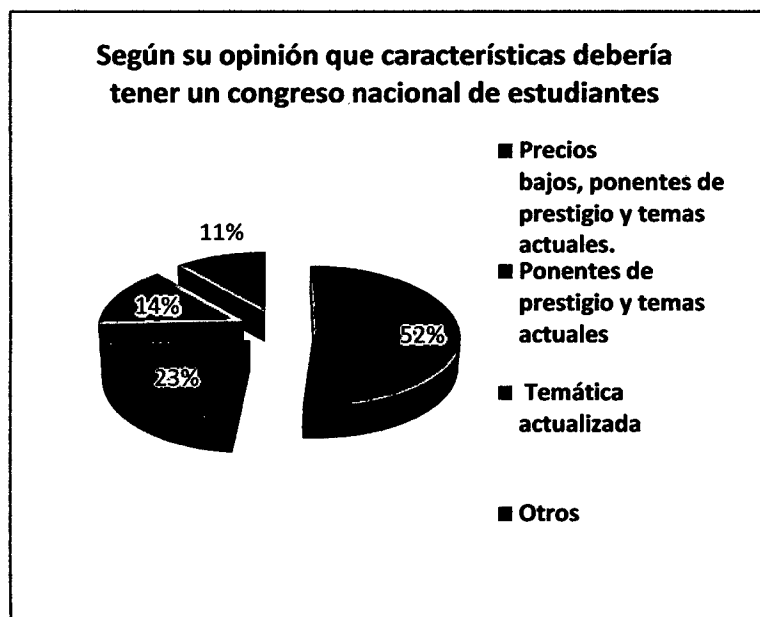
El 71% de encuestados que asistieron a congresos considera que si le gustó como estuvo organizado, mientras que el 29% no le gustó como estuvo organizado el congreso. De esta información se puede inferir que la buena organización de un congreso es muy importante lo cual será un referente de valor tanto para los organizadores como para la ciudad anfitriona.

Cuadro N° 10 Distribución de la población según que características debería tener un congreso nacional de estudiantes

Precios bajos, ponentes de prestigio y temas actuales.	36	52%
Ponentes de prestigio y temas actuales	16	23%
Temática actualizada	10	14%
Otros	8	11%
Total	70	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 10



Fuente: Elaboración propia

El 63% de los encuestados considera que las principales características que debería tener un congreso nacional de estudiantes es; precios bajos, ponentes de prestigio y temas actuales, el 19% asegura ponentes de prestigio y temas actuales y el 11 % considera la temática actualizada como una característica que debería tener un congreso nacional de estudiantes.

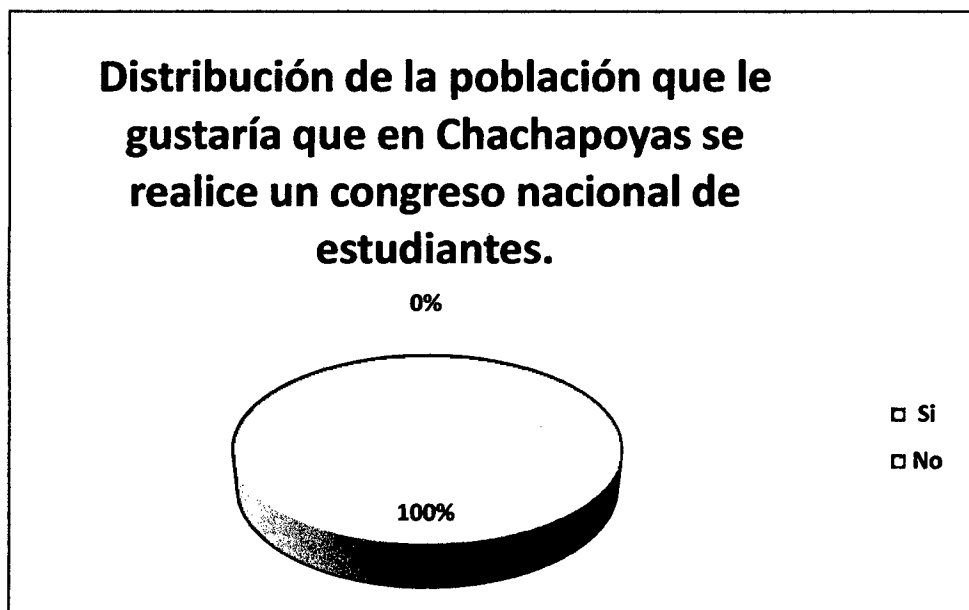
De esta información podemos inferir que de las características principales que debería tener un congreso nacional de estudiantes son los precios bajos, ponentes de prestigio y temas actuales ya que al tratarse de estudiantes aun no perciben un ingreso por lo tanto de organizarse un congreso en el futuro las características arriba mencionadas deben ser el punto de partida.

Cuadro N° 11 Distribución de la población que le gustaría que se realice un congreso nacional de estudiantes

Si	70	100%
No	0	
Total	70	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 11



Fuente: Elaboración propia

El 100% de encuestados le gustaría que en Chachapoyas se realice un congreso nacional de estudiantes.

Cuadro N° 12 Distribución de la población según la temática que le gustaría tratar

Turismo Rural Comunitario	12	17%
Calidad de los servicios turísticos y atención al cliente.	21	30%
Ecoturismo y Turismo sostenible	27	39%
Buenas prácticas ambientales	10	14%
Total	70	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 12



Fuente: Elaboración propia

El 39% de los encuestados le gustaría tratar temas sobre ecoturismo y turismo sostenible, el 30% le gustaría tratar calidad de los servicios turísticos y atención al cliente, 17% considera que se debiera tratar turismo rural comunitario, y el 14% le gustaría que haya un congreso sobre buenas

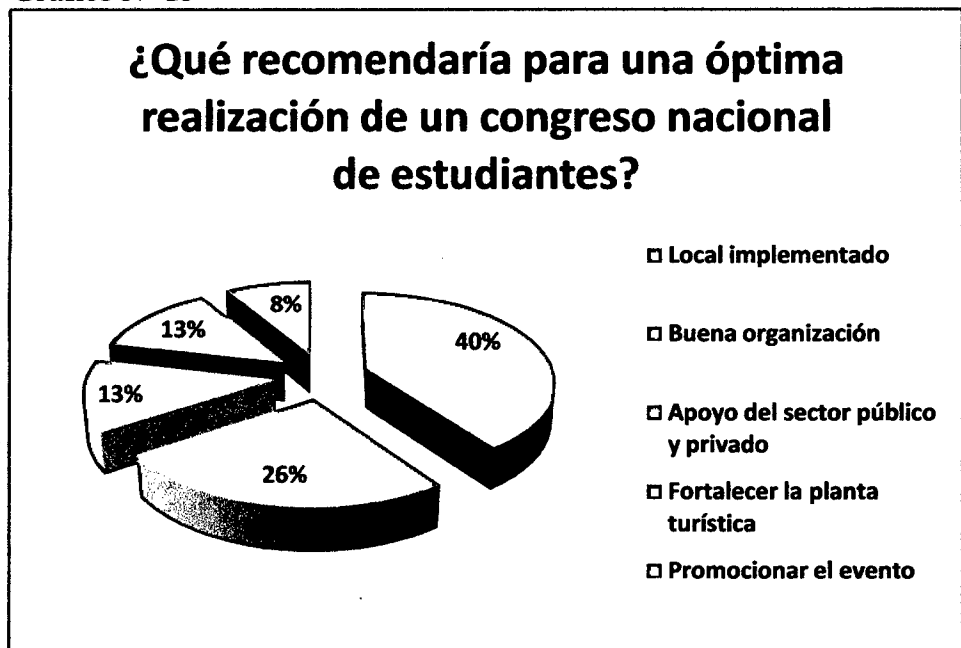
prácticas medioambientales. Con esta información podemos deducir que los estudiantes prefieren tratar temas tales como ecoturismo y turismo sostenible lo que guarda relación con la riqueza que posee la ciudad, para fortalecer la actividad turística les gustaría tratar calidad de los servicios turísticos y atención al cliente, por el potencial cultural que existe en nuestra región los encuestados les gustaría tratar sobre encuestados les gustaría tratar turismo rural comunitario.

Cuadro N° 13 Distribución de la población según lo que recomendaría para una óptima realización de un congreso nacional de estudiantes

Local implementado	28	40%
Buena organización	18	26%
Apoyo del sector público y privado	9	13%
Fortalecer la planta turística	9	13%
Promocionar el evento	6	8%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 13



Fuente. Elaboración propia

El 40% recomienda un local apropiado, 26% recomienda una buena organización y el 13% considera que para una óptima realización de un congreso nacional de estudiantes es importante el apoyo del sector público y privado además fortalecer la planta turística. De esta información se concluye que los encuestados son conscientes de la inexistencia de locales implementados para este tipo de eventos, además de recomendar una buena organización consideran que es importante el apoyo tanto del sector público como del privado.

Alternativas de solución para cubrir el déficit de plazas-cama existente en la ciudad de Chachapoyas.

- Empadronar a las personas que deseen brindar este servicio de alojamiento a los asistentes a un congreso hecho que les permitirá tener un ingreso adicional a estas familias.
- Capacitar a la población a que acondicionen habitaciones en sus viviendas para prestar servicio de alojamiento a los que asisten a estos eventos.

Si bien es cierto implementar una alternativa de solución requiere recursos económicos y sobre todo necesita tiempo, por lo que de llevarse a cabo será a largo plazo.

V.- Discusiones

- Los empresarios hoteleros deben prepararse para recibir a esta corriente de turismo de congreso y convenciones que ya no es una tendencia; es una realidad.

- Para una futura planificación de congresos nacionales no sólo se debe tomar en cuenta el nivel de ocupabilidad de los establecimientos de hospedaje sino también y lo más importante es tener un auditorio bien equipado.

- El segmento de Turismo de congresos y reuniones, es de sumo interés por su impacto económico tanto directo como indirecto y contribuye también a la dinamización de la actividad turística.

- El 57% de encuestados hace uso de principalmente de hoteles, restaurantes y transporte, y siendo los hoteles materia de estudio, es en ellos que se debe centrar la atención para paliar el déficit de plazas cama existente en la ciudad de Chachapoyas.

- El 100% de encuestados le gustaría que se realicen congresos nacionales en nuestra ciudad.

VI.- Conclusiones

- La capacidad hotelera de la ciudad de Chachapoyas es reducida por lo que no se podría realizar congresos nacionales de estudiantes, dada la magnitud de personas que estos eventos convocan.
- Los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas tienen una capacidad de 629 plazas - cama.
- La unanimidad de la opinión de los administradores de establecimientos de hospedaje que confirma el importante papel que podría jugar el turismo de congresos y convenciones en nuestra ciudad.
- La poca importancia manifestada por el desconocimiento de esta modalidad de turismo de reuniones y congresos, los empresarios y autoridades no aúnan esfuerzos para convertir a Chachapoyas como sede de congresos nacionales.
- La capacidad hotelera de la ciudad de Chachapoyas no está preparada para planificar congresos nacionales de estudiantes.

VII. Recomendaciones

- Según la bibliografía revisada se han dado casos en ciudades con poco potencial turístico se han visto en la necesidad implementar estrategias mediante el mejoramiento de establecimiento de hospedaje y por ende toda la planta para así atraer a esta modalidad de turismo de congresos sabiendo que este tipo de turismo genera muchos beneficios económicos, para las ciudades que son sedes de congresos.

- A la DIRCETUR para que trabaje conjuntamente con los vecinos de la ciudad de Chachapoyas que estén dispuestos a acondicionar en sus viviendas, alguna habitación que sirva para alojar a los estudiantes que asisten a congresos nacionales.

- La facultad de Turismo y Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UNTRM-A que lleve a cabo el proyecto del hotel escuela donde se pueda albergar a los asistentes a congresos nacionales, permita al estudiante realizar prácticas y además dicho proyecto contribuya a paliar de alguna manera la falta establecimientos de hospedaje en la ciudad de Chachapoyas.

VIII.- Referencias bibliográficas

8.1 DE LIBROS

- Boullón R. C. (2002). *Las Actividades Turísticas y Recreacionales el Hombre como Protagonista*. Editorial Trillas S.A.; México.
- Jafari J. (2000). *Enciclopedia del Turismo*. Editorial Síntesis S. A.; España.
- Peña G. Diana, (2004). *Congresos, convenciones y reuniones: Organización de eventos especiales*. 1era edición. Editorial Trillas; México.
- Sancho, Amparo. (1998). *Introducción al Turismo*. Editorial OMT, España.
- Montaner, Antich... *Diccionario de turismo*. Editorial Síntesis .Madrid

8.2 SITIOS EN RED

- Maure Agüero, G. (2007). *Definiciones y tendencias del turismo de eventos en Contribuciones a la Economía*, acceso el 19 de Octubre 2011 <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>
- Sectur. *Turismo de Congresos y Convenciones*. Acceso 19 de Octubre 2011 http://www.sectur.gob.mx/congresos_y_convenci
- Gastón Ramos, *Turismo de negocios en México*. 2005. Acceso 19 de Octubre 2011 http://www.revistabuenviaje.com/b_travel/.html
- Jaume, Antoni. *Turismo de Negocios y Negocios en Mallorca*. 2004 Universidad de Murcia. Acceso 24 de Octubre 2011. (http://www.sectur.gob.mx/congresos_y_convenci)
- <http://infoturperu.com.pe/2011/>. Acceso el 22 de Octubre 2011
- www.bue.gov.ar. Acceso el 20 de Octubre 20011
- <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/terminologia.htm>

- www.iccaworld.com.

8.3 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Hernández, Sampieri. Roberto. (1997). *Metodología de la Investigación*, 1ª Edición. Impreso en Colombia

ANEXOS

ENTREVISTAS CON ADMINISTRADORES DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Entrevista con la Señora Lilibian Muñoz Saavedra

1. **¿Qué es para usted el turismo de congresos?** Es una reunión de personas que pueden ser profesionales o que pertenezcan a una institución que discuten temas en común con el fin de solucionarlos.
2. **¿Alguna vez ha atendido a este tipo de turista?** No,
3. **¿Considera que el turismo de congresos beneficiará a su empresa?** Considero que sí ya que al dar un buen servicio las personas que asistieron al congreso generan el efecto multiplicador.
4. **¿Su establecimiento cuenta con ambientes para la realización de congresos nacionales?** Sí
5. **¿Cuál es la capacidad de aforo de esos ambientes?** La capacidad es para 25 personas
6. **¿Con qué frecuencia hace uso de esos ambientes?** La frecuencia varía mucho, en temporada alta es semanalmente y en temporada baja quincenal.
7. **¿Cree usted que su establecimiento está preparado para realizar un congreso nacional?** Aún no por que nos faltaría lo más importante; un auditorio y todos los equipos necesarios para un congreso.
8. **¿Con el crecimiento del turismo cree que Chachapoyas se puedan realizar congresos nacionales?** Sí porque Chachapoyas tiene muchos atractivos turísticos que pueden servir como ancla para que se realicen congresos nacionales.

Entrevista con el señor Jorge Vanguardia administrador Del Hostal las Orquídeas

1. **¿Qué es para usted el turismo de congresos?** Son los turistas que se trasladan a otras ciudades para asistir a capacitaciones charlas.
2. **¿Alguna vez ha atendido a este tipo de turista?** Sí
3. **¿Considera que el turismo de congresos beneficiará a su empresa?**
Considero que sí beneficiará a mi empresa y a otras del rubro de alimentación, transporte, tour operadoras.
4. **¿Su establecimiento cuenta con ambientes para la realización de congresos nacionales?** Sí
5. **¿Cuál es la capacidad de aforo de esos ambientes?** Hostal las Orquídeas tiene un auditorio con capacidad de afora de 65 pax
6. **¿Con qué frecuencia hace uso de esos ambientes?** En la mayoría de las veces alquilamos semanalmente.
7. **¿Cree usted que su establecimiento está preparado para realizar un congreso nacional?** Sí porque tenemos un auditorio internet, data , mesas brindamos servicios de alimentación y ambientes adicionales.
8. **¿Con el crecimiento del turismo cree que Chachapoyas se puedan realizar congresos nacionales?** Sí porque es un atractivo nuevo que es un punto a favor para mayor número de participantes y por ende en el éxito del evento.

ENCUESTA

La presente encuesta está dirigida a los estudiantes de la Facultad de Turismo y Ciencias Económicas, Administrativas y Contables con la finalidad de conocer su opinión acerca de congresos nacionales en la ciudad de Chachapoyas.

DATOS SOCIOECONÓMICOS

1. Sexo: M () F () Edad () Años
2. Ciclo que curso
3. **¿Cómo define al turismo de congresos?**
 - a) Reunión de profesionales o estudiantes.
 - b) Reunión de gremios y asociaciones.
 - c) Cualquier reunión.
 - d) Otros.....
4. **¿Alguna vez ha asistido a un Congreso Nacional de estudiantes?**
 - a) Si b) NoDónde
- Cuándo.....
5. **¿Dónde se alojó?**
 - a) Establecimiento de hospedaje.
 - b) Casa de un familiar o amigo.
 - c) Otros especifique.....
6. **¿Cuántos días permaneció en el lugar del evento?**
 - a) De 1 – 3 días.
 - b) De 3 – 5 días.
 - c) De 5 – 7 días
 - d) Más de una semana.
7. **¿Qué servicios utilizó durante su estadía en dicha ciudad?**
 - a) Transporte.
 - b) Restaurante.

- c) Lugares de esparcimiento.
- d) Otros especifique.....

8. ¿Le gustó como estuvo organizado el congreso nacional de estudiantes?

- a) Si
- b) No

Porqué.....

9. ¿Según su opinión qué características debería tener un congreso nacional de estudiantes?

- a) Duración entre 1 – 5 días.
- b) Precios bajos.
- c) Precios altos.
- d) Ponentes de prestigio.
- e) Temática actualizada.
- f) Otros especifique.....

10. ¿Le gustaría que en Chachapoyas se realice un congreso nacional?

- a) Si
- b) No

Porqué.....

11. ¿De realizarse un congreso nacional de estudiantes en nuestra ciudad qué temática le gustaría que se tratara.

.....
.....

12. ¿Qué recomendaría para una óptima realización de un congreso nacional de estudiantes?

.....
.....

Lista de establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas según la Dircetur

N°	Categorización	Nombre Comercial	Dirección
1	03 Estrellas	Hostal La Casona Monsante	Jr. Amazonas 746
2	03 Estrellas	Hostal Casa Vieja	Jr. Chincha Alta N° 569
3	02 Estrellas	Hostal Belen	Jr. Ortiz Arrieta N° 540
4		Hostal Plaza	Jr. Grau N° 534
5	01 Estrella	Hostal Karajia	Jr. Dos de Mayo N° 546
6	02 Estrellas	Hostal Johumaji	Jr. Ayacucho N° 711
7	02 Estrellas	Hostal el Dorado	Jr. Ayacucho N° 1062
8		Hostal Gocta	Jr. Amazonas N° 721
9		Hostal Revash	Jr. Grau N° 517
10		Hostal Vista Hermosa	Jr. Puno N° 285 - 295
11		Casa Hospedaje Las Orquideas	Jr. Ayacucho N° 1231
12		Hostal Villa de Paris	Km2 Salida a Chiclayo
13		Hostal Continental	Jr. Ortiz Arrieta N° 431
14		Gran Hotel Vilaya	Jr. Ayacucho N° 755
15		Hotel Puma Urco	Jr. Amazonas N° 833
16		Hotel Kuelap	Jr. Amazonas N° 1057
17		El Gran Pajaten	Jr. La Merced N° 505
18		Hospedaje Gutierrez	Jr. Ortiz Arrieta N° 731
19		Hospedaje Jorge Jara	Jr. Amazonas N° 513 - 517
20		Hospedaje Jenny	Psje David Reyna N° 285
21		Hospedaje el Poseidon	Jr. Libertad N° 1062
23		Casa Hospedaje San Pedro	Jr. Chincha Alta N° 391
24		Casa Hospedaje La Posada del Arriero	Jr. Grau N° 636
25		Casa Hospedaje la Posada de Tico	Jr. Ortiz Arrieta N° 724
26		Casa Hospedaje Jehova es mi Luz	Psje David Reyna N° 100

**ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN NÚMERO DE
HABITACIONES**

Nº	Categorización	Nombre Comercial	Nº De hab.	Hab.sim	Hab.doble	Hab.triple
1	03 Estrellas	Hostal La Casona Monsante	9		4	2
2	03 Estrellas	Hostal Casa Vieja	12	2	8	2
3	02 Estrellas	Hostal Belen	11	4	7	
4		Hostal Plaza	8	2	5	1
5	01 Estrella	Hostal Karajia	16	13	8	
6	02 Estrellas	Hostal Johumaji	35	26	9	
7	02 Estrellas	Hostal el Dorado	13	6	4	3
8		Hostal Gocta	12	3	9	
9		Hostal Revash	13	4	6	2
10		Hostal Vista Hermosa	16	9	7	
11		Casa Hospedaje Las Orquideas	20	4	8	3
12		Hostal Villa de Paris	12	3	9	
13		Hostal Continental	27	17	9	1
14		Gran Hotel Vilaya	20	2	18	1
15		Hotel Puma Urco	19		15	2
16		Hotel Kuelap	32	19	10	3
17		El Gran Pajatén	13	13	-	
18		Hospedaje Gutierrez	10	9	1	
19		Hospedaje Jorge Jara	7	7	-	
20		Hospedaje Jenny	8	3	5	
21		Hospedaje el Poseidon	20	20	5	2
22		Casa Hospedaje San Pedro	21	9	6	1
23		Casa Hospedaje La Posada del Arriero	7	2	4	1
24		Casa Hospedaje la Posada de Tico	5		5	
25		Casa Hospedaje Jehova es mi Luz	23	18	5	
26		Casa hospedaje shubet	18	8	10	
Total de hab			404	203	177	24

Fuente: Elaboración propia a partir del directorio del DIRCETUR