

**ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN
EVENTOS**



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

**ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN
EVENTOS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PREVIO A OPTAR EL GRADO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA
HOTELERA**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

SARA LUCIA MARIÑO BARRIENTOS

NOMBRE DEL TUTOR:

LCDA. FANNY MANNER

SAMBORONDÓN, DICIEMBRE, 2018

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

Atributos para la selección de sedes no convencionales en eventos

Sara Lucía Mariño Barrientos

Universidad de Especialidades Espíritu Santo – Ecuador

samarino@uees.edu.ec

Facultad de Turismo, Hotelería y Gastronomía, Universidad de Especialidades Espíritu

Santo, Km 2.5 vía La Puntilla Samborondón.

Resumen

En últimos años los eventos han evolucionado y el interés por realizarlos en sedes diferentes, auténticas y poco convencionales ha aumentado. El presente estudio presenta un primer acercamiento a la determinación de los atributos que tienen mayor importancia para los organizadores, proveedores y asistentes de eventos en sedes no convencionales dentro de la ciudad de Guayaquil. Se seleccionó a una muestra de 86 participantes con el método bola de nieve y se los encuestó para conocer los atributos que consideran más relevantes al momento de escoger este tipo de sedes.

Entre los hallazgos encontrados destacaron los atributos: Amabilidad del personal, limpieza del espacio, calidad de la comida, parqueo amplio y costo de alquiler. Finalmente, al ser las sedes de eventos no tradicionales espacios que su función principal no son los eventos, muchos de estos no cuentan con las facilidades y los atributos que los clientes desean. Esta investigación proporciona un primer acercamiento al estudio de las características generales que debería tener una sede no convencional.

Palabras claves: eventos, sedes no convencionales, selección de sede.

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

Abstract

In the last years, event planning has developed and there is an increase in the interest to plan events in different locations that are authentic and unconventional.

This study presents a detailed analysis of the determination of the attributes that have a greater importance for event planners, providers and assistants of events in unconventional locations within the city of Guayaquil. 86 participants have been selected using the snowball sampling method and were surveyed to get to know which attributes they consider most relevant at the time of choosing this type of locations. The results presented is order of relevancy the attributes most considered: Kindness of personnel, cleanliness of the space, quality of the food, parking availability, cost of rent.

Finally, given that the spaces are not originally made to serve for event purposes they do not count with the facilities and attributes that the clients would expect and want. This investigation offers a first glance at the study of the general characteristics that an unconventional event location should include.

Keywords: events, non-conventional events venues, venue selection.

1. Introducción

La industria de eventos forma parte de uno de los principales impulsores para el crecimiento y desarrollo de los destinos turísticos, otorgando oportunidades, conocimientos y relaciones entre culturas convirtiéndose de gran importancia para la economía mundial. Según la Organización Mundial del Turismo (2017) la industria de reuniones ha alcanzado su madurez, posicionándose en el núcleo del turismo como uno

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

de los principales motores de desarrollo del sector y como un importante generador de ingresos, empleo e inversión (Rifai, 2017).

Según Blanca Orbe, directora de Marketing de *VenuesPlace* en España comenta que los eventos sociales representan alrededor del 60% y los *Meetings, incentives, conferences and exhibitions* (MICE) o corporativos un 40%. De acuerdo al estudio, los lugares más demandados son los locales 36,7%, seguidos por las salas de fiesta 8,7% terrazas 1,9% y jardines 1,4% pero estos dependiendo de las condiciones climáticas. El caso de las bodas los espacios en la playa representa un 14,7%, las fincas 9,5%, los restaurantes para grupos 5,6% y las haciendas y cortijos un 3,7% (Orbe, 2018).

Actualmente América Latina es una región importante donde se desarrolla el turismo de reuniones ya que combina infraestructuras modernas, atractivos turísticos, logística, tecnología y precios accesibles. A su vez el turista de eventos y reuniones hace un balance entre el tiempo destinado a su motivación principal y el tiempo restante para conocer el destino teniendo un gasto tres veces más alto que un turista convencional.

Existe la necesidad de determinar los atributos que tienen mayor importancia para los organizadores y asistentes de eventos en sedes no convencionales como lo son galerías de arte, terrazas y las casas patrimoniales. Ya que es evidente que las nuevas generaciones no quieren participar de eventos en sedes comunes, como los salones de eventos de hoteles.

Dentro de las tendencias de eventos de 2018 *Venuesplace* señaló a los espacios no convencionales como aquellos que ofrecen un valor añadido y son atractivos para los asistentes, además de la personalización del evento (VenuesPlace, 2018).

Ecuador está buscando posicionarse más en el turismo internacional, aprovechándose del turismo de eventos y dentro del país posee alta participación. Para

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

esto el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) lanzó una campaña llamada “*Ecuador is Love*” enfatizando el turismo de bodas. El país tiene todos los espacios adecuados para motivar al turista a realizar su evento en cualquiera de las 4 regiones (Ministerio de turismo, 2018).

Es de suma importancia conocer lo que motiva tanto a un planeador como a un participante a buscar una sede no convencional y principalmente qué es lo que busca en ella, cómo es el proceso de la toma de decisión y qué tiene mayor peso dentro de esta.

Con los resultados de la presente investigación, se aportará con información primaria a la comunidad hotelera y turística del Ecuador, para de esta forma aprovechar el nicho de mercado que actualmente está creciendo dentro del país, por la capacidad y variedad de ambientes y sedes de eventos que motivan a salir de la rutina.

Este artículo estará dividido en las siguientes secciones: la primera parte presenta la introducción sobre el tema de investigación, luego desarrolla la revisión de la literatura donde analiza la definición y características de las sedes no convencionales y la motivación de los diferentes actores del turismo de reuniones para organizar eventos en sedes no tradicionales. Como tercera sección, se presenta la metodología utilizada en el estudio. La cuarta sección está compuesta por los resultados. Y finalmente la quinta sección presenta la conclusión y las recomendaciones teóricas y prácticas.

2. Revisión literaria

2.1 Sedes no convencionales

El siglo XXI ha sido testigo del veloz ingreso de distintos tipos de sedes en el mercado de los eventos. Asimismo la expansión de la construcción de centros de

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

conferencia y eventos hoteleros, ha permitido que los planeadores puedan tener a su disposición una amplia gama de opciones para realizar sus eventos: universidades, resorts, centros de entrenamiento, entre otros. Se ha destacado notablemente el crecimiento de las sedes no tradicionales o no convencionales como castillos, botes, museos, parques, zoológicos, estadios, teatros, cines, etc. Quienes además de tener una función principal, se aprovechan del sector de los eventos, sacándole total provecho a la sede (Rogers & Davidson, 2015).

Las sedes de eventos no tradicionales son espacios que generalmente no tienen como propósito principal los eventos. El primer tipo de lugar para eventos no tradicionales son los espacios arquitectónicos: un almacén, un hangar de aviones, un techo o una estación de tren. El segundo tipo de lugar para eventos no tradicionales son lugares experienciales: zoológicos, jardines botánicos, museos y galerías de arte (Colston, 2014).

British Association of Conference Destinations (2007) clasifica a las sedes de eventos de la siguiente forma: “Hoteles, sedes no convencionales, universidades u otros centros educacionales, sedes de uso múltiple, centros de conferencias o entrenamientos y centros de convenciones” (BACD, 2007).

Las sedes de eventos no convencionales abarca lugares como: museos, pistas de bolos, galerías de arte, bodegas, cervecerías, estaciones de esquí, espacios de *coworking*, salas de cine, tejados, estudios *fitness*, almacenes y centros de recreación (Gather, 2018).

Otra clasificación de este tipo es la expuesta por *Eventbrite*, 2018 la cual indica que existen cuatro tipos de espacios no tradicionales para eventos: 1. Almacenes y

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

estudios: su arquitectura y distribución de espacio es ideal para cenas *pop-up*, y eventos corporativos estos son versátiles y pueden ser adaptados de cualquier forma. 2. Suites y *rooftops*: ideales para cocteles y reuniones. 3. Galerías de arte y museos: muy beneficiosas para fiestas de galas, cocteles y recaudaciones de fondos. 4. Fincas, viñedos y villas: eventos como retiros, fiestas, bodas entre otros (Eventbrite, 2018).

A continuación se presentan diferentes clasificaciones de sedes no convencionales de acuerdo a diferentes autores:

Tabla 1.

Clasificación de sedes no convencionales.

Autores	Clasificación
British Association of Conference Destinations, 2007	Hoteles, sedes no convencionales, universidades u otros centros educacionales, sedes de uso múltiple, centros de conferencias o entrenamientos y centros de convenciones
Colston, 2014	Espacios arquitectónicos como: un almacén, un hangar de aviones, un techo o una estación de tren. Lugares experienciales: Zoológicos, jardines botánicos, museos y galerías de arte.
Rogers & Davidson, 2015	Castillos, botes, museos, parques, zoológicos, estadios, teatros, cines, etc.
Orbe, 2018	Terrazas, jardines, playa, fincas, haciendas, cortijos

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

Eventbrite, Thinking Outside the Ballroom, 2018 Almacenes y estudios, suites y *rooftops*, galerías de arte y museos, fincas, viñedos y villas

Gather, 2018 Museos, Pistas de bolos, Galerías de arte, Bodegas, Cervecerías, Estaciones de esquí, Espacios de coworking, Salas de cine, Tejados, Estudios de *fitness*, Almacenes y Centros de recreación

Fuente: Elaboración propia con base en (British Association of Conference Destinations, 2007); (Colston, 2014); (Rogers & Davidson, 2015); (Orbe, 2018); (Eventbrite, 2018); & (Gather, 2018).

El fin de realizar eventos científicos fuera de los lugares tradicionales es desvincular a los participantes de la manera tradicional de aprender. Los resultados de un estudio demuestran que se obtienen mejores resultados cuando la atmósfera es relajada e informal (Bultitude & Sardo, 2012).

El término sedes no convencionales debería ser referido directamente a un atractivo de interés turístico con facilidades para eventos y convenciones (Whitfield, 2005). Es un lugar que los turistas visitan para conocer y tener una experiencia por su valor ya sea cultural, belleza, u ocio y tiene la capacidad de ofrecer luego de su actividad primaria, la oportunidad para cubrir las necesidades de los eventos dentro de sus instalaciones.

Los planificadores tienen el nuevo reto, de "pensar fuera del hotel" la demanda de reuniones no tradicionales y espacios para eventos subió un 4% en 2017 en los Estados Unidos y se espera que aumente en otros 3.8. % el 2018 (AMEX Global Meeting Forecast, 2018).

**ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN
EVENTOS**

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

2.2 Motivación del consumidor de eventos en sedes no convencionales

Existe la necesidad de determinar la motivación de los consumidores de eventos en sedes no convencionales. La nueva generación quiere formar parte de eventos que salgan de los estándares tradicionales. En respuesta a esto, en el año 2015 en Guayaquil se creó el Buró de Convenciones, que anteriormente era administrado por medio de la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP. La estrategia principal aplicada fue el convenio firmado con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones. Otra estrategia muy efectiva ha sido la creación del Observatorio Turístico de Guayaquil que es gestionado por la Universidad Espíritu Santo, aquí la academia mide el nivel de satisfacción de los asistentes a los diferentes eventos culturales de la ciudad (Calderón, 2016).

Los planificadores de eventos saben que los hoteles, restaurantes y centros de convenciones ofrecen espacio para eventos. Estos a su vez tienen la necesidad de conocer principalmente la tipología de eventos para de esta forma poder escoger el lugar correcto para desarrollarlo; están aprendiendo que existe una opción más interesante, en última instancia, más inspiradora. Las sedes no tradicionales ayudan a conectar a sus asistentes con el evento, o la emoción que trata de transmitir (Skinner, 2016).

Considerar el rol de los *planners* en el proceso de selección de la sede es importante para comprender la información que ellos reúnen para tomar una decisión. Reconocer el tipo de evento a realizarse es fundamental para poder escoger la sede adecuada. Así mismo como la cantidad de participantes, ya que esto limitara las opciones de sedes (Alexander, Kim & Groves, 2012; Hard, 2018).

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

Un estudio realizado en Australia, indica que para las asociaciones de eventos y organizadores, el tamaño de la sede es fundamental para el proceso de selección y de igual importancia la calidad del servicio, alimentación, habitaciones y equipos audiovisuales (Deery & Jago, 2002).

Disponibilidad de sala de reuniones y equipos audiovisuales son considerados importantes en los congresos, mientras que la distribución de los espacios para la facilidad de exhibición es más importantes en las convenciones, el proceso de selección de sede, es complejo, ya que incluye una cantidad de variables, que pueden visualizadas desde distintas perspectivas (Del Chiappa, 2012).

Se ha demostrado que la estética y la logística tienen gran peso e influencia en la selección del sitio, es por eso que los planificadores se esmeran para que sus eventos tengan un alto impacto visual. Hoy en día, organizar un evento en un lugar no tradicional no es solo una tendencia pasajera, estos lugares están encontrando su espacio en el mundo de los eventos (López, 2017).

Los espacios reconvertidos, a los que se les ha dado una segunda vida se han acabado convirtiendo en los sitios de moda. Así, los almacenes, caballerizas, naves o iglesias son algunos de los espacios más demandados últimamente para la organización de eventos. Una de sus principales características es que muchos cuentan con infraestructuras y decoración que se salen de lo normal (VenuesPlace, 2018).

La tecnología ha sido participe del desarrollo de los eventos en sedes no convencionales, dándole la oportunidad a los profesionales de eventos de buscar e investigar sedes de todo tipo por medio de la web, haciendo más sencillo el proceso de selección evaluando las opiniones y los beneficios (Solaris, 2017).

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

2.3 Los *millennials*, un nuevo target en eventos de sedes no convencionales

Para los consumidores *millennials* la felicidad no está tan enfocada en las posesiones o el estatus de carrera. Vivir una vida feliz y significativa consiste en crear, compartir y capturar recuerdos obtenidos a través de experiencias que abarcan el espectro de oportunidades de la vida (Getz and Page, 2016; Beard and Russ, 2017).

Durante sus viajes, los *millennials* buscan inspirarse y experimentar algo diferente. Ellos hacen sus investigaciones, luego de recorrer pasillos y salones de baile, lo predecible no les llama la atención. Les gusta crear su propio acontecimiento durante su propio tiempo, y realmente no puede ser reproducido en un lugar tradicional (Russell, 2018).

Un estudio reciente de *Pew Research* destacó que los *millennials* son la generación más “sostenible” hasta la fecha. Teniendo en cuenta que este grupo de jóvenes adultos tiende a apoyar prácticas comprometidas con el medio ambiente en sus eventos y que se sienten más a gusto en un lugar con valores similares (NHHotelGroup, 2017).

Alrededor de un 48% de los asistentes *millennials* acuden a un evento con la motivación de compartir sus experiencias y el 60% admite que asiste para obtener material para subir en redes sociales. 3 de cada 4 *millennials* elegirían gastar su dinero en una experiencia en lugar de comprar algo deseable (Eventbrite, Thinking Outside the Ballroom, 2018).

Las investigaciones muestran que los consumidores del tiempo actual "quieren interactuar dentro del evento y con las demás personas que participan en él". Las áreas comunes (especialmente los espacios al aire libre como los patios y los *rooftops*) y el

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

uso de las mesas cocteleras, ayudan a facilitar y crear un ambiente de gran interacción social entre los asistentes (Cox, 2018).

Debido a que los *millennials* son parte de la 'era visual', los organizadores deberían considerar incorporar experiencias que sean lo suficientemente interesantes como para compartirlas en las redes sociales". Estas experiencias pueden abarcar desde proporcionar cabinas fotográficas interactivas, hasta decoración visualmente deslumbrante (Rowh, 2018).

3. Metodología

En el presente estudio se aplicó la metodología mixta que se caracteriza por ser la combinación de los métodos cuantitativos y cualitativos utilizados de manera combinada conllevando a un conocimiento más completo, que necesariamente informa de la teoría y la práctica (Monje Álvarez, 2011).

Dentro del marco mencionado la investigación tiene un enfoque explorativo - descriptivo, ya que muestra las características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio (Bernal, 2010). Soportándose principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental.

Por otra parte, el estudio es de tipo exploratorio, estos se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). Por medio de esta investigación, se desea abrir puertas para más generar mayor interés al tema.

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

Diseño de la herramienta de recolección de datos

En la primera sección se evaluarán atributos que influyen en la toma de decisión para organizar un evento en una sede no convencional. Estos atributos fueron escogidos de la literatura citada (Daniels, Lee, & Cohen, 2012) y se organizan en 5 categorías, que son: comunicación, la alimentación/bebidas, precio, acceso y estética.

Se evaluará la importancia de los atributos utilizando una escala de *Likert* de 5 puntos, donde 5 es “muy importante” y 1 es “sin importancia” (ver tabla 2).

Seguido, la sección dos presenta las variables sociodemográficas: género, edad, nivel de formación y ocupación. El método de selección de los encuestados fue de bola de nieve, método que permite contactar a los participantes del estudio a través de referidos. La encuesta será aplicada en línea, utilizando los formularios de Google Forms durante los días 16 de noviembre a 1 de diciembre de 2018.

El análisis de datos será desarrollado en el programa SPSS versión 22 y presentará análisis estadísticos univariantes.

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN

EVENTOS

Tabla 2.

Atributos

ATRIBUTOS	
Comunicación	Acceso
Eficiencia de comunicación	Ubicación
Facilidad de establecer y concretar contrato	Uso exclusivo de la sede
Tecnología e internet disponible	Flexibilidad con el tiempo de duración del evento
Profesionalismo del personal	Sede con posibilidad para acomodar banda en vivo
Amabilidad del personal	Parqueo amplio
Información online de la sede	Sede con área de habitaciones para acomodar huéspedes / invitados
Coordinador disponible para resolver dudas	Capacidad de la sede
Paquetes disponibles	
Estética	Alimentos y bebidas
Opción de centros de mesa	Calidad de la comida
Variedad de mantelería a disposición	Distintos tipos de menú disponibles
Número de meseros disponibles	Cantidad de comida por persona
Habitación disponible para los novios / organizadores.	Opción de catering en la sede
Restricciones (decoración, alquiler)	Tipos de bebidas a disposición
Sugerencias de decoración	Opción de bar abierto
Decoración incluida en el contrato	Opción de contratar catering externo
Limpieza	
Distribución de los espacios	
Pista de baile disponible	
Autenticidad de la sede	
Popularidad de la sede	
Precio	
Costo del alquiler	
Cargos por servicio	
Número de horas rentadas incluidas en el precio	
Mobiliario incluido en el precio (mesas y sillas)	
Horarios de montaje y desmontaje	
Posibilidad de negociar el precio	

Fuente: Elaboración propia basada en los autores: (Daniels, Lee, & Cohen, 2012).

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

4. Análisis de resultados

La categoría comunicación presenta como atributo más importante al momento de escoger una sede no convencional “amabilidad del personal” con una media de 4,90. Por otro lado, el atributo considerado como menos relevante es “paquetes disponibles” con una media de 4,26.

Tabla 3

Comunicación.

CATEGORIA	ATRIBUTO	MEDIA (n)
Comunicación	Amabilidad del personal	4,95
	Profesionalismo del personal	4,90
	Eficiencia de la comunicación	4,82
	Coordinador disponible para resolver dudas	4,68
	Facilidad de establecer y concretar contrato	4,64
	Tecnología e internet disponible	4,51
	Información online de la sede	4,30
	Paquetes disponibles	4,25

Fuente: Elaboración propia

Dentro de la categoría de acceso se presenta como el elemento más importante al momento de escoger una sede no convencional “parqueo amplio” con una media de 4,81. Mientras que el atributo considerado como menos relevante es el de “Sede con área de habitaciones para acomodar huéspedes / invitados” con una media de 4,19.

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

Tabla 4

Acceso

CATEGORIA	ATRIBUTO	MEDIA
Acceso	Parqueo amplio	4,81
	Uso exclusivo de la sede	4,78
	Flexibilidad con el tiempo de duración del evento	4,73
	Sede con posibilidad para acomodar banda en vivo	4,70
	Capacidad de la sede	4,66
	Ubicación	4,62
	Horarios de montaje y desmontaje	4,62
	Sede con área de habitaciones para acomodar huéspedes / invitados	4,19

Fuente: Elaboración Propia

Dentro del segmento Alimentos y bebidas, la “calidad de la comida” fue considerada como criterio importante con una media de 4,87. En cambio, la cualidad considerada menos relevante fue “opción de bar abierto” con una media de 3,93.

Tabla 5

Alimentos y Bebidas

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

CATEGORIA	ATRIBUTO	MEDIA
Alimentos y bebidas	Calidad de la comida	4,87
	Distintos tipos de menú disponibles	4,40
	Tipos de bebidas a disposición	4,31
	Opción de contratar catering externo	4,31
	Cantidad de comida por persona	4,21
	Opción de catering en la sede	4,10
	Opción de bar abierto	3,93

Fuente: Elaboración propia

La estética presenta como cualidad más importante la “limpieza” con una media de 4,94. Por otro lado, el atributo considerado como menos relevante es “autenticidad de la sede” con una media de 3,67.

Tabla 6

Estética

CATEGORIA	ATRIBUTO	MEDIA
Estética	Limpieza	4,94
	Distribución de los espacios	4,75
	Distribución de los espacios	4,75
	Número de meseros disponibles	4,49
	Habitación disponible para los novios / organizadores.	4,44

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

Restricciones (decoración, alquiler)	4,34
Popularidad de la sede	4,33
Variedad de mantelería a disposición	4,26
Popularidad de la sede	4,33
Pista de baile disponible	4,25
Sugerencias de decoración	3,99
Opción de centros de mesa	3,98
Opción de centros de mesa	3,98
Decoración incluida en el contrato	3,77
Autenticidad de la sede	3,67

Fuente: Elaboración propia

La categoría de precio evidenció como atributo más importante al “costo del alquiler” con una media de 4,75. Por otro lado, el atributo considerado como menos relevante es el de “mobiliario incluido en el precio (mesas y sillas)” con una media de 4,18.

Tabla 7

Precio

CATEGORIA	ATRIBUTO	MEDIA
Precio	Costo del alquiler	4,75
	Número de horas rentadas incluidas en el precio	4,69
	Posibilidad de negociar el precio	4,60
	Cargos por servicio	4,33
	Mobiliario incluido en el precio (mesas y sillas)	4,18

Fuente: Elaboración propia

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

5. Conclusiones y recomendaciones

A través de la investigación realizada se ha podido determinar los atributos importantes en el momento de escoger una sede no tradicional. El estudio realizado por medio de una encuesta de 44 atributos con diferentes categorías ilustra que la amabilidad del personal es el factor principal en el momento de tomar una decisión para la elección de la sede. Más allá de la profesionalismo del personal, el trato al cliente es considerado el punto más importante dentro del proceso de selección. En segundo lugar de ranking destacó la limpieza del espacio (dentro de este considerado los baños y las áreas alrededor). En el tercer puesto la calidad de la comida ofrecida por el establecimiento. En lugar dentro del proceso de selección se considera fundamental un parqueadero amplio y finalmente en quinto lugar se obtuvo el costo de alquiler de la sede.

Luego de observar los resultados y comparar con el estudio de Daniels, Lee & Cohen (2012) realizado en Estados Unidos, encontramos que ellos tienen con la media más alta, en cuestión de importancia el costo de alquiler, seguido por la locación, profesionalismo del personal, facilidad de comunicación y limpieza. Obteniendo resultados similares a los del presente estudio, aunque no ubicados en el mismo orden de importancia. Se puede concluir que las categorías más importantes para la toma de decisión para eventos en sedes no convencionales son: costo de alquiler, comunicación y limpieza.

Dentro de la literatura revisada, encontramos diversos lugares que forman parte de las sedes no tradicionales, a su vez se encontró que los *millennials* son el target que se están más interesados en asistir a eventos en sedes no convencionales. Junto con las tendencias actuales y la tecnología estos lugares podrían sacar mucho provecho dentro del sector de los eventos.

Finalmente, al ser las sedes de eventos no tradicionales espacios que su función principal no son los eventos, muchos de estos no cuentan con las facilidades y los atributos que los clientes desean. Esta investigación proporciona un primer acercamiento al estudio de las características generales que debería tener una sede no convencional.

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

Se recomienda realizar investigaciones según la tipología de eventos y los distintos tipos de sedes ya que hay muchos factores que influyen en el proceso de selección. De esta forma, se podrá obtener resultados más certeros.

Como limitaciones del estudio se evidencia el reducido tamaño de la muestra (86 encuestados), y no se pueden generalizar los resultados; se recomienda realizar el estudio en una muestra de mayor proporción y diversidad sociodemográfica.

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

Referencias bibliográficas

- Alexander, A., Kim, D.-Y., & Groves, J. (2012). *Individual and Organizational Characteristics influencing event planners perceptions of information content and channel choice*. Obtenido de DOI:10.1080/15470148.2012.651782
- AMEX Global Meeting Forecast. (2018). Obtenido de <https://www.amexglobalbusinesstravel.com/content/uploads/2017/12/2018-Global-Meetings-Forecast-US.pdf>
- BACD. (2007). *British Conference Venues Survey: Scotland 2007, Visit Scotland, British Association of Conference Destinations, Birmingham.*. Obtenido de www.visitscotland.org/pdf/British-Conference-Venues-Survey-2007.pdf
- Beard, C., & Russ, W. (2017). *Event Evaluation and Design: Human Experience Mapping*. Obtenido de <https://doi.org/10.3727/152599517X14942648527563>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Pearson.
- Bultitude, K., & Sardo, A. (2012). *Leisure and pleasure: science events in unusual locations*. Obtenido de <https://doi.org/10.1080/09500693.2012.664293>
- Calderón, A. (2016). *La brújula de los eventos*. Guayaquil: Espol.
- Colston, K. (2014). *Endless Events*. Obtenido de <https://helloendless.com/non-traditional-event-venues/>
- Cox, C. (2018). *Gather Blog*. Obtenido de <https://www.gatherhere.com/plan-millennial-event/>
- Daniels, Lee, & Cohen. (2012). The Attributes Influencing Wedding Reception Venue Selection. Obtenido de <https://doi.org/10.3727/152599512X13459279626845>
- Deery, M., & Jago, L. (2002). Relationships and Factors Influencing Convention Decision-Making. *Journal of convention & exhibition management.*, (Vol. 4, No. 1, pp. 55-73.
- Del Chiappa, G. (2012). *How Do Meeting Organizers Choose Convention Sites Based on different types of meetings An Empirical Analysis of The Italian Meetings Industry*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.3727/152599512X13343565268410>
- Eventbrite. (2017). *Experience Movement: How Millennials Are Bridging Cultural*. Obtenido de <https://s3.amazonaws.com/eventbrite-s3/marketing/landingpages/assets/pdfs/Eventbrite+Experience+Generation+report-2017.pdf>
- Eventbrite. (2018). *Thinking Outside the Ballroom*. Obtenido de https://mkto.eventbrite.com/rs/269-CEG-133/images/DS00_Thinking%20Outside%20the%20Ballroom.pdf?mkt_tok=eyJpLjoiTUdOaFpEQmxZVFV5T1dReSIsInQiOiJqUWQrdWVvRExVbjE2R3B2NwYoydVp6NWk5a0tvVnVPZ3FBaFwva3Z4R1BSM3FvK0w4ZjN4Q0FkQW9HWIRudzVlcThVUEJtZ1wvM2tjNElqK21DaXJ5
- Gather. (2018). A Deeper Look Into the Non-Traditional Event Venue. *Gatherhere*.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. London: Routledge.
- Hard, R. (2018). *An Event Planner's Guide to Venue Planning*. Obtenido de <https://www.thebalancesmb.com/an-event-planner-s-guide-to-venue-planning-1223890>
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.

ATRIBUTOS PARA LA SELECCIÓN DE SEDES NO CONVENCIONALES EN EVENTOS

- López, L. (2017). *Gather Blog*. Obtenido de <https://www.gatherhere.com/heres-nontraditional-venues-rise/>
- Ministerio de turismo. (2018). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-lanza-la-campana-ecuador-is-love/>
- Monje Álvarez, C. A. (2011). *Guia didáctica metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- NHHotelGroup. (2017). *NH Hotels*. Obtenido de <https://www.nh-hotels.es/meetings/blog/articulos/captar-atencion-millennials-evento>
- Orbe, B. (2018). *VenuesPlace*. Obtenido de <https://www.venuesplace.com/es/idea/319-sabes-cuales-son-los-espacios-mas-demandados-segun-el-tipo-de-evento>
- Rifai, T. (2017). Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/los-retos-de-la-industria-de-reuniones-como-motor-de-desarrollo-economico-en-los-destinos/>
- Rogers, T., & Davidson, R. (2015). En T. Rogers, & R. Davidson, *Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events*. Routledge.
- Rowh, M. (2018). *The meeting Magazines*. Obtenido de <http://www.themeetingmagazines.com/cit/millennials-changing-meetings/>
- Russell, K. (2018). *The Trend Of Non Traditional Wedding Venues*. Obtenido de http://www.gatherhere.com/wp-content/uploads/2018/10/27_Nontraditional_Weddings.pdf?mkt_tok=eyJpIjoiTl dKbVpqTTBOelUwWW1abSIsInQiOiJieVZDV2tqaEphd0ZqeERSM1dKcmpc Lyt6Wkh3VHhIblwvQ3JZMERKaVR0WGIQaVA1dVo3eTArOVZNYkt0dkIx Wkxub2JDaGxjSmIzNFwvZVN4YnMyOEYzbllZeEh
- Skinner, K. (2016). *Eventbrite*. Obtenido de <https://www.eventbrite.com/blog/the-rise-of-nontraditional-event-venues-ds00/>
- Solaris, J. (2017). *Eventbrite*. Obtenido de <https://www.eventbrite.com/blog/the-rise-of-nontraditional-event-venues-ds00/>
- VenuesPlace. (2018). Obtenido de <https://www.venuesplace.com/es/idea/313-como-atraer-a-la-generacion-millennial-a-un-evento>
- Whitfield, J. (2005). *An Analysis and Critique of an Evolving Conference Industry within the U.K. From Post-war to the Present Day*. .