



**El turismo de reuniones como aporte al desarrollo local. Caso: ciudad de
Manta provincia de Manabí.**

Hernández Martínez, Nicole Alexandra y Morquecho Salto, Angélica Viviana

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería y Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del Título de Ingeniera y Licenciada en

Administración Turística y Hotelera

MSC. Pavón Patiño, Mariana Cecilia

13 de enero de 2021



Document Information

Analyzed document Hernández_Morquecho_Tesis_Urkund.docx (D88827131)
Submitted 12/11/2020 12:43:00 AM
Submitted by
Submitter email nahernandez@espe.edu.ec
Similarity 5%
Analysis address mprea.espe@analysis.orkund.com



Firmado electrónicamente por:
**MARIANA
CECILIA PAVON
PATINO**

MSC. Pavón Patino, Mariana Cecilia

C. C. 1710344894



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**El turismo de reuniones como aporte al desarrollo local. Caso: ciudad de Manta, provincia de Manabí**” fue realizado por las señoritas **Hernández Martínez Nicole Alexandra, Morquecho Salto Angélica Viviana** el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 30 de diciembre 2020



MSC. Pavón Patino, Mariana Cecilia

C. C. 1710344894



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Nosotros, **Hernández Martínez Nicole Alexandra** con CI: 0301870887 y **Morquecho Salto Angélica Viviana** con CI: 1721880134, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **El turismo de reuniones como aporte al desarrollo local. Caso: ciudad de Manta, provincia de Manabí** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 24 de diciembre 2020

Firma

Hernández Martínez Nicole Alexandra

C.C.: 0301870887

Firma

Morquecho Salto Angélica Viviana

C.C.: 1721880134



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotros, **Hernández Martínez Nicole Alexandra** con CI: 0301870887 y **Morquecho Salto Angélica Viviana** con CI: 1721880134., autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **El turismo de reuniones como aporte al desarrollo local. Caso: ciudad de Manta, provincia de Manabí** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi/nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 24 de diciembre 2020

Firma

Hernández Martínez Nicole Alexandra

C.C.: 0301870887

Firma

Morquecho Salto Angélica Viviana

C.C.: 1721880134

Dedicatoria

Este trabajo de investigación está dedicado a mis padres, Alex y Gladis, por ser el motor de mi vida, por su amor, su trabajo y apoyo incondicional. Ha sido y será siempre un orgullo y un privilegio ser su hija, ya que me han convertido en la mujer que soy y por eso les dedico este y cada uno de mis logros.

A mis tíos, Xavier Martínez y Mercy Cabrera, por estar siempre conmigo y brindarme su apoyo, amor y consejos, por no dejarme caer y enseñarme a ser más fuerte cada día.

A mis hermanos Allyson y Xael, que son fuente de mi inspiración y alegría para dar lo mejor de mí cada día, espero ser un gran ejemplo para ustedes, y así como han formado parte de mis sueños, yo pueda ayudarlos a cumplir los suyos. Los amo infinito.

A todas las personas que han sido y son importantes en mi vida, gracias por estar a mi lado porque con sus consejos y cariño hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Nicole Hernández

Dedicatoria

A mis padres, Carlos Morquecho y Rosa Salto por apoyarme en el transcurso de mi vida, por ser un gran ejemplo de esfuerzo y perseverancia, por saber brindarme su paciencia y ayuda a lo largo de mi vida.

A mi hija, Melani Haro por siempre ser mi motivación para salir adelante y querer superarme cada día, a ella que con su sonrisa tan dulce y su mirada tierna me brinda la más grande alegría en mi vida.

A mi hermano y cuñada, Juan Carlos Morquecho y Mirian Lascano que me han brindado palabras de aliento y apoyo cuando más lo he necesitado, que a pesar de la distancia sé que ellos siempre serán mi apoyo y mi gran inspiración para poder salir adelante junto a mi hija.

A mi prima, Mirian Aguayo, por haberme escuchado y apoyado en cada locura y aventura que he pasado en mi vida, por ser el hombro donde pude llorar y la mano que pude sostener cuando más lo necesitaba.

A mis amigas y compañeras de locuras y risas Nicky, Sofy, Katty y Kelly, por ser esas lindas y locas amigas que adoro con el alma, siempre apoyándome y brindándome su linda amistad.

Angélica Morquecho

Agradecimiento

A mi madre Gladis Martínez, por ser un ejemplo de mujer, por su esfuerzo, dedicación y perseverancia y demostrarme que todo se puede lograr si así lo queremos. Gracias por creer en mí, solo le devuelvo un poco de todo lo que me ha dado.

Gracias infinitas a mi padre Alex Hernández, por apoyarme en cada una de mis locuras, por todos sus consejos y su conocimiento. Gracias por estar presente en todo este proceso.

Mi profundo agradecimiento a la Universidad de las Fuerzas Armadas por abrirme las puertas de su institución y hacer de mí una profesional. Gracias por brindarme los mejores años de formación y la oportunidad de conocer a grandes docentes y forjar valiosas amistades.

A mis amigos y cómplices de aventuras, Angélica, Katty, Kelly, Sofía y Edgar gracias por su amistad y apoyo en todo momento, siempre les llevo en mi corazón.

A mi compañera de tesis y mejor amiga Angy, no hay palabras suficientes para describir lo importante que eres para mí, gracias por tu cariño y comprensión, realmente no hay otra persona con quien lo hubiera hecho mejor.

A mi compañero de vida Andrés, por estar conmigo a cada paso del camino y no dejar que me rinda, solo quiero darte las gracias por todo el apoyo y amor que me has dado para continuar mi camino.

Nicole Hernández

Agradecimiento

Agradecer a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, mi alma máter, por recibirme en estos cinco años que culminan y por permitir conocer grandes amigos docentes que fueron parte clave en mi formación. Gracias, querida ESPE.

Agradecer a mis tres familias, Morquecho, Caiza, Iliguan por siempre brindarme su apoyo desde muy pequeña ustedes han sido un pilar fundamental para que ahora este culminando esta etapa de mi vida, sin ustedes la historia hubiera sido otra, por eso agradezco a Dios por tener a mis 3 mamás y a mis 3 papás que los amo con mi vida, porque fueron quienes me aconsejaron de tal manera para que ahora sea la mujer que soy, los amo.

Agradecer a mi hija por comprender que no siempre pude estar a su lado por motivos de estudio o de trabajo, que este logro se lo dedico y agradezco a ella con todo mi corazón, ella es mi gran inspiración en la vida.

A mi mejor amiga y compañera de tesis Nicky, por todas las palabras de aliento cuando más las necesitaba y ese apoyo a mi hija y a mí, te has vuelto una hermana que adoro con todo el corazón, amiga de aventuras, locuras de tristezas y llanto, gracias por todo ese apoyo incondicional siempre.

Angélica Morquecho

Índice de contenido

Similitud de contenido _____	1
Certificado del director _____	3
Responsabilidad de autoría _____	4
Autorización de publicación _____	5
Dedicatoria _____	6
Dedicatoria _____	7
Agradecimiento _____	8
Agradecimiento _____	9
Índice de contenido _____	10
Índice de tablas _____	14
Índice de Figuras _____	15
Resumen _____	16
Abstract _____	17
Introducción _____	18
Planteamiento del problema _____	19
Objetivo general _____	20
Objetivos específicos _____	20
Capítulo I Marco teórico _____	21
Teoría de la competitividad de destinos turísticos _____	21
El Modelo de la competitividad de Calgary _____	22

Marco Referencial _____	24
Origen del Turismo de Reuniones _____	24
Características del turismo de reuniones _____	26
Beneficios del turismo de reuniones _____	27
Turismo de Reuniones en Latinoamérica _____	28
Turismo de Reuniones en Ecuador _____	29
Turismo de Reuniones en Manta _____	30
Marco conceptual _____	31
Turismo _____	31
Reunión _____	31
Turismo de reuniones _____	31
Competitividad turística del destino. _____	31
Destino. _____	32
Gestión. _____	32
Turista. _____	32
Oferta de servicios e infraestructura turística. _____	33
Políticas del destino. _____	33
Formas de comunicación y difusión. _____	33
Tecnología e información. _____	34
Desarrollo empresarial en congresos y convenciones. _____	34
Tipos de eventos. _____	34

Tipos de recintos del turismo de reuniones. _____	37
Desarrollo del turismo de reuniones _____	38
Desarrollo local _____	38
Modelo turístico tradicional. _____	39
Número de turistas. _____	39
Perfil del turista. _____	40
Diversificación Turística. _____	40
Diversificación del atractivo. _____	41
Accesibilidad. _____	41
Movilidad. _____	42
Capítulo II Marco Metodológico _____	43
Enfoque de la investigación _____	43
Variables de la investigación _____	43
Tipología de la investigación _____	44
Procedimiento para recolección y análisis de datos _____	45
Instrumentos _____	47
Encuesta _____	47
Entrevista _____	55
Observación directa _____	58
Capítulo III Resultados _____	59
Análisis de la situación actual de la ciudad de Manta _____	59

	13
Análisis de las encuestas aplicadas _____	65
Características sociodemográficas _____	66
Características del viaje _____	67
Motivación y satisfacción del turista _____	69
Actividades complementarias _____	72
Promoción _____	73
Análisis de las entrevistas aplicadas _____	77
Capítulo IV Discusión _____	85
Propuesta _____	85
Desarrollo de estrategias _____	86
Propuesta Mejora de la Imagen de Manta _____	86
Mejorar el servicio de información y seguridad turística _____	87
Diseñar un modelo de asociación estratégica para ejecución de eventos de grandes magnitudes, con los cantones aledaños _____	89
Mejorar el contenido dirigido al turismo MICE de la página web del Municipio de Manta. _____	89
Realizar seguimiento al Plan de capacitación a los prestadores de servicios turísticos. _____	90
Conclusiones _____	92
Recomendaciones _____	94
Bibliografía _____	96

Índice de tablas

Tabla 1. Nomenclatura y valores asignados a la fórmula de la muestra _____	45
Tabla 2. Establecimientos de alojamiento de la ciudad de Manta. _____	62
Tabla 3. Prestadores de servicios turísticos de Manta _____	63
Tabla 4. Agencias de servicios turísticos de Manta _____	63
Tabla 5. Empresas intermediarias de Manta _____	64
Tabla 6. Atractivos turísticos de Manta _____	64

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Modelo de competitividad y sostenibilidad</i> _____	23
Figura 2. <i>Dimensiones del desarrollo local</i> _____	39
Figura 3. <i>Ocupación profesional del turista de congresos en Manta durante el año 2019.</i> _____	67
Figura 4. <i>Transportación para llegar a la ciudad de Manta.</i> _____	68
Figura 5. <i>Movilización del turista en la ciudad de Manta.</i> _____	69
Figura 6. <i>Participación a los diferentes eventos realizados en Manta durante el año 2019.</i> _____	71
Figura 7. <i>Gasto promedio diario del turista de eventos en Manta durante el año 2019.</i>	73
Figura 8. <i>Mejor herramienta para la promoción de eventos.</i> _____	74
Figura 9. <i>Eventos de interés pos Covid-19.</i> _____	75
Figura 10. <i>Cuadro de estrategias 1,2 y 3.</i> _____	88
Figura 11. <i>Cuadro de estrategia 4</i> _____	90
Figura 12. <i>Cuadro de estrategia 5</i> _____	91

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo analizar el sector de congresos y convenciones de forma que aporte a la diversificación de la actual oferta turística de la ciudad de Manta, contribuyendo así al desarrollo turístico local y creando destinos competitivos y atractivos para el turista. El trabajo pretende contextualizar todos los requerimientos y dificultades que se presentan para desarrollar un turismo que se encuentre mancomunado con el trabajo de congresos, convenciones y reuniones en una zona urbana, analizando a su vez la capacidad y calidad de la estructura actual del destino y su nivel de competitividad. La base teórica del trabajo de investigación se fundamenta en el estudio de la competitividad de destinos turísticos de los autores Crouch y Ritchie (1993). Así como, la metodología abordó un estudio mixto con componentes cualitativos y cuantitativos a nivel descriptivo, con la revisión de documentación bibliográfica y recurriendo a bases de datos de artículos científicos y oficiales. Además del uso de entrevistas a representantes de la rama del turismo y hotelería del cantón; encuestas a visitantes nacionales y extranjeros como método de recolección de datos.

El análisis se sustenta en dimensiones de estudio como; oferta de servicios e infraestructura turística, desarrollo empresarial de congresos y convenciones, competitividad turística, desarrollo local y diversificación turística. El estudio dio como resultado propuestas enfocadas en la mejora de la competitividad y gestión del destino por entes públicos y privados, con el fin de contribuir al desarrollo local del cantón.

Palabras claves:

- **TURISMO DE REUNIONES**
- **DESARROLLO LOCAL**
- **COMPETITIVIDAD DEL DESTINO**

Abstract

This research aims to analyze the congress and convention sector in a way that contributes to the diversification of the current tourist offer in the city of Manta, contributing to local tourism development and creating competitive and attractive destinations for tourists.

The work aims to contextualize all the requirements and difficulties that arise to develop a tourism that is jointly with the work of congresses, conventions and meetings in an urban area, also analyzing the capacity and quality of the current structure of the destination and its level of competitiveness. The theoretical basis of the research work is based on the study of the competitiveness of tourist destinations by the authors Crouch and Ritchie (1993). As well as, the methodology addressed a mixed study with qualitative and quantitative components at a descriptive level, with the review of bibliographic documentation and resorting to databases of scientific and official articles. In addition to the use of interviews with representatives of the tourism and hotel industry of the canton; surveys of national and foreign visitors as a data collection method. The analysis is based on study variables such as; offer of tourist services and infrastructure, business development of congresses and conventions, tourist competitiveness, local development and tourist diversification. The study resulted in proposals focused on improving the competitiveness and management of the destination by public and private entities, in order to contribute to the local development of the canton.

Keywords:

- **TOURISM OF MEETINGS**
- **LOCAL DEVELOPMENT**
- **DESTINATION COMPETITIVENESS**

Introducción

La presente investigación tiene como objeto de estudio el cantón Manta que se encuentra ubicado en la provincia de Manabí, en el cual se analiza el turismo de reuniones y el aporte que este genera en el desarrollo de la ciudad tomando en consideración la opinión de turistas que han realizado algún tipo de eventos en la ciudad, prestadores de servicio que realizan eventos en la misma y representantes de entidades públicas involucradas en el área en el año 2019.

Por esta razón, se toma en cuenta como base, a la teoría la competitividad de destinos turísticos de Crouch y Ritchie para relacionarla con las dimensiones del estudio. Tomando estas herramientas que nos otorga la teoría y el modelo se analiza cómo se encuentra y que tan apto está Manta para convertirse en un destino de reuniones realmente competitivo y su aporte al desarrollo local.

Por esta razón la investigación es de suma importancia para la ciudad, considerando los datos que se presentan a continuación ayudará a direccionarse de una forma correcta a las personas involucradas para el avance de la ciudad como destino de reuniones, al recabar información de varios expertos involucrados en la industria como de las personas que acuden a realizar este tipo de turismo, con el fin de realizar estrategias entre la empresa privada y pública, fortaleciendo a la ciudad y volviéndola competitiva frente a los demás destinos.

Finalmente se presenta las respectivas propuestas enfocadas en la mejora de la ciudad orientándolo a ser un destino de reuniones competitivo, tratando de mejorar e impulsar al turista de negocios a visitar e invertir en la ciudad no sólo por sus atractivos sino por la infraestructura e instalaciones adecuadas para el desarrollo de pequeños o grandes eventos.

Planteamiento del problema

El turismo es una industria que contribuye al desarrollo de un país aportando al sector productivo, de esta forma Ecuador ha incursionado desde el año 2013 en el turismo de congresos y convenciones, ya que es una de las aristas del sector que más crecimiento ha registrado en los últimos años, teniendo como ejemplo a Guayaquil que en 2018 se encontró en el puesto 16 de Latinoamérica como destino de congresos y convenciones, lo que aportó con un impacto económico de \$128.081.250,00 (MINTUR, 2013; GAD Municipal de Guayaquil, 2019).

La ciudad de Manta posee variedad de atractivos, un aeropuerto que influye en la conectividad del turista y posee un puerto que recibe alrededor de 30 000 visitantes al año, sin embargo, estos recursos no son aprovechados para destacar a Manta como potencial turístico, debido a que en lugar de consolidarse llega a una fase de estancamiento, por procesos inadecuados, escasa planificación turística y estacionalidad del destino. (Autoridad Portuaria Manta, 2019).

Para desenvolverse dentro del turismo de reuniones a nivel internacional, debe haber un trabajo del municipio y una organización especializada, como lo es un bureau de convenciones, que se encargue de regular e inspeccionar la ejecución de estos. Otra de las dificultades que se encuentran en la ciudad para desenvolverse en el turismo de reuniones es la escasa infraestructura dirigida al sector empresarial (Rodríguez , 2016).

Sin embargo, el cantón basa su principal fuente de ingresos económicos, en la producción manufacturera, las cuales están vinculadas al sector primario representando el 67,56% en su economía local; provocando una escasa diversificación del sector terciario y turístico, siendo sólo el 30,84% que se dedican a dichas actividades (INEC, 2013).

Objetivos

Objetivo general

- Analizar el turismo de reuniones y su aporte al desarrollo turístico local en la ciudad de Manta, provincia de Manabí.

Objetivos específicos

- Relacionar la teoría de la competitividad del destino con la actividad turística, a fin de identificar aquellos aspectos de mayor relevancia para el objeto de estudio.
- Analizar los factores de competitividad a través de instrumentos de investigación para ver su semejanza con la realidad de la ciudad de Manta.
- Diagnosticar el turismo de reuniones, a través de una investigación de campo y bibliográfico para detectar las fortalezas y oportunidades que presenta la ciudad.
- Plantear estrategias que permitan contribuir con el desarrollo del turismo de reuniones en la ciudad de Manta, articulando al sector público y privado.

Capítulo I

Marco teórico

Teoría de la competitividad de destinos turísticos

La investigación se fundamenta en la teoría de competitividad de destinos turísticos desarrollada por Crouch y Ritchie, por el cual se pretende examinar la capacidad de la ciudad de Manta para contribuir en la prosperidad económica del destino.

Crouch y Ritchie son los precursores del modelo de competitividad desde el año 1993 para destinos turísticos lo que permite el análisis en una región específica, donde ellos estudian a cinco factores determinantes de la competitividad del destino turístico (recursos, gestión, organización, información y la eficiencia del destino turístico) para establecer una categorización inicial (Domareski, et al., 2013, pág. 87).

El micro y macro ambientes son considerados de igual forma dentro de la investigación por ser el análisis conceptual de competitividad del entorno (Domareski, et al., 2013, pág. 88). De esta manera, se plantea que se realice un estudio de las ventajas comparativas y las ventajas competitivas, sin dejar de lado al macro entorno y micro entorno del destino.

Crouch y Ritchie, citados en Diéguez et al. (2011), afirman que para que un destino turístico sea competitivo a largo plazo se debe tomar en cuenta dos elementos:

- Ventaja comparativa (recursos del destino)
 - ❖ Recursos humanos
 - ❖ Recursos físicos
 - ❖ Disponibilidad de capital
 - ❖ Infraestructura turística

- ❖ Recursos histórico-cultural (pág. 104)

Cabe recalcar que también se debe tomar muy en cuenta el paisaje, la flora, la fauna, el clima y el patrimonio histórico-cultural del destino turístico en las ventajas comparativas.

- Ventaja competitiva
 - ❖ Inventario
 - ❖ Mantenimiento
 - ❖ Crecimiento y desarrollo
 - ❖ Eficiencia y eficacia (Diéguez et al., 2011, pág. 104).

Para que un destino turístico se pueda denominar como competitivo frente a otros, es necesario mejorar la información de la planificación y la toma de decisiones que influyen en el desarrollo del bienestar económico, social y ambiental del destino y de esta manera realizar estrategias asertivas de competitividad.

El Modelo de la competitividad de Calgary

Se toma en cuenta este modelo ya que permite el análisis de la competitividad en una región específica y la cuantificación de sus variables. Crouch y Ritchie, desarrollaron el modelo inicial y modificaron sus conceptos y propuestas hasta llegar a la premisa de que “la competitividad no es posible sin sostenibilidad”, por lo que los factores de estudio que caracteriza al modelo se basan en ser sostenibles, para que la competitividad del destino tenga éxito (Alonso, 2009, págs. 56-58; Decasper, 2015).

Este modelo se caracteriza por cinco factores que son: recursos, gestión, organización, información y la eficiencia del destino turístico como se refleja a continuación en la Figura 1.

Figura 1.
Modelo de competitividad y sostenibilidad



Fuente: Adaptado de Crouch y Ritchie (2003:3)

Nota. Esta figura muestra las dimensiones que abarca la teoría de competitividad de destinos, por (Alonso, 2009, pág. 57).

Los autores integran dentro de las cinco determinantes al micro y el macro ambiente competitivos. La unión de estos determinantes son el camino para alcanzar la competitividad de los destinos turísticos y así proporcionar un mejor estándar de vida a los residentes del destino aplicado al modelo (Domareski et al., 2013, pág. 100).

La ciudad de Manta posee recursos humanos, físicos e infraestructura turística, como componentes principales de las ventajas comparativas del cantón, sin embargo, hay que tomar también en cuenta el paisaje, la flora, la fauna, el clima y el patrimonio histórico-cultural que se engloban dentro del micro entorno del destino.

Para poder desarrollar las ventajas competitivas del cantón, se debe analizar la base teórica disponible por el municipio y organismos competentes, en este caso se toma en cuenta principalmente al plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2014-2019 del GAD de Manta, el catastro de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte e intermediación registrados por el Ministerio de Turismo, para desarrollar ventajas competitivas.

Estas observaciones principales, permitirán a la investigación establecer los parámetros macro sobre los cuales se debe analizar la gestión realizada principalmente por la municipalidad de Manta.

Marco Referencial

Origen del Turismo de Reuniones

El origen de las ferias se dio en Tyre y Delfos, ciudades del mediterráneo, en este lugar se reunían un gran número de personas cada año. Fue en 1773 que se diferenció entre una feria y una exhibición, en estas dos actividades se exponen

productos a las personas se debe entender que en una feria se puede comprar el producto expuesto (García M. , 2016, pág. 4)

Zinares (citado en García, 2016) menciona que, al pasar el tiempo los romanos comenzaron a imitar estas actividades y poco a poco se ha ido compartiendo con los diferentes países de Europa donde se extendía su imperio. Las construcciones que posee Roma fueron creadas para realizar eventos entre los más conocidos: el Coliseo Romano donde realizaban las luchas de los gladiadores (pág. 4).

De esta manera después de la segunda guerra mundial, con el inicio de la revolución industrial donde apareció la máquina de vapor como un ícono que transformaría a los medios de transporte y dio paso al ferrocarril, se cree que esta serie de sucesos dio origen a los congresos y convenciones. El primer Congreso Internacional de Medicina se realizó en Roma en el año 1681, ya que fue un evento estructurado y organizado se lo nombra como un hito en el origen del turismo de reuniones (Morales & Andrés, 2011).

De ahí en adelante se ha evidenciado acontecimientos que aportan a la evolución del turismo de reuniones como el viaje organizado en 1841 por Thomas Cook, el cuál realizó el primer viaje de un día, conformado por un grupo de 570 personas desde Leicester hasta Loughborough, a realizar un congreso para disminuir el consumo de alcohol y mejorar la educación (Bonilla, 2013, pág. 35)

Los países del Reino Unido también realizaron ferias y exposiciones, una de las más reconocidas fue la Gran Exposición en 1851, organizada por la Royal Society of Arts, que se realizó en el Palacio de Cristal en Hyde Park, siendo un éxito con una acogida de 6 millones de visitantes y dejando una gran ganancia para el país (Browdin, Allen, O'Toole, Harris, & Mc Donnell, 2006).

De esta manera el turismo de reuniones se ha ido introduciendo en todo el mundo, considerando que mientras cambia el ser humano, el turismo cambia y se va adaptando a las condiciones de cada país, región o ciudad, acogiendo nuevas formas tecnológicas de comunicación (Bonilla, 2013, pág. 35).

Características del turismo de reuniones

El turismo de reuniones o también conocido como turismo MICE, por sus siglas en inglés (Meeting, incentives, conferences, exhibitions), se define como aquella actividad de viaje que se realiza fuera del entorno habitual, donde existe un encuentro de 10 o más personas con un mínimo de 4 horas en un espacio contratado. Estas reuniones constan de convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, viajes de incentivos, reuniones empresariales y de negocios y otras reuniones que cumplen los criterios mencionados (OMT, 2014, pág. 10)

Para que un país pueda encaminarse en realizar turismo de reuniones se debe tomar muy en cuenta la carga financiera a largo plazo, la infraestructura y publicidad, para que esto sea posible se debe trabajar juntamente con las empresas privadas, administración pública y la comunidad local (Fumi et al., 2013)

Asimismo, se debe tener en cuenta el impacto a la infraestructura turística, como es el caso de las Olimpiadas, se necesita de nuevas infraestructuras o en mejoras las existentes (García M. , 2016, pág. 12). De esta manera se debe considerar en construir o mejorar los hoteles, carreteras, transporte, por lo menos los que se encuentran en los alrededores de las edificaciones donde se realizarán estos eventos.

Considerando que los eventos no siempre se lo realizan en temporadas altas, es decir que este tipo de turismo se lo puede realizar en cualquier temporada del año, no

específicamente en vacaciones o fines de semana, por lo tanto, esto ayuda a tener una afluencia de actividades y visitantes en el destino (DTS, 2017, pág. 13)

Cabe recalcar que el 40% de los viajeros de negocios regresan al destino, este sea con familiares o amigos y generan un gasto habitualmente entre 3 y 4 veces más alto que el turista convencional (Macoretta, y otros, 2018, pág. 3)

Por otro lado, el turismo de reuniones integra agentes específicos como los que se especializan en la planificación, organización, dirección y control de los eventos, conocidos como las OPC (Organizador Profesional de Congresos) el cual debe hallarse en todas las fases de la organización de un evento, siendo así el eje central que garantice el éxito de la reunión (Herrera, 2014).

Beneficios del turismo de reuniones

Por el lado de la demanda, el turismo de reuniones se destaca por fomentar una imagen de destino positiva y contribuir al marketing general. Y por el lado de la oferta, al realizar diversos congresos, convenciones, ferias entre otros, esto ayuda que los destinos no sufran de temporadas bajas es decir que tengan visitas de turistas todos los días del año (Getz, 2008)

El turismo de reuniones tiene un gran impacto económico en un destino turístico, puesto que en la organización se moviliza diversos servicios, servicios que en la mayoría de los casos son costeados por las empresas a realizar dicho evento y esto permite que el turismo pueda dedicar más presupuesto en servicios extras, compras u otras actividades adicionales a su viaje (DTS, 2017, pág. 13)

Otro de los beneficios del turismo de reuniones es, al captar grandes congresos internacionales en los cuales acuden personajes destacados a nivel mundial, da paso a que el destino se sitúe en el mapa internacional, claramente influyen los medios de

comunicación y la forma en la cual se vaya ejecutando el congreso, la convención, la feria, entre otros. Para que esto suceda el destino debe mejorar su imagen de esta manera se vuelve más fácil vender y conseguir que sea elegido por los organizadores (DTS, 2017, pág. 14)

Turismo de Reuniones en Latinoamérica

Durante varios años el turismo de reuniones ha logrado posicionarse en varias ciudades de la región. En Latinoamérica puesto que mueve de forma anual a 1,5 mil millones de participantes, generando más de 10,3 millones de empleos a nivel mundial aproximadamente (Caribbean News Digital, 2019). Sin embargo, no todos los países cuentan con infraestructura moderna, ni con fuertes bases institucionales, puesto que el apoyo de la empresa privada con la pública es esencial para el buen manejo (Macoretta, y otros, 2018, pág. 40)

Uno de los representantes más importantes en el ámbito turístico de reuniones es la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), al ser uno de los principales proveedores mundiales en el manejo, transporte y organización de reuniones y eventos internacionales. Esta institución brinda reportes de estadísticas del ranking a nivel mundial de los países miembros

Según ICCA (2018), entre los países latinoamericanos que se han destacado a nivel global con mayor cantidad de eventos internacionales, se encuentra Brasil en el puesto número 3, con 233 eventos realizados, Argentina en cuarto lugar con 232 eventos, México en quinto lugar con 172 eventos, Colombia en sexto con 147 eventos, mientras que Ecuador se encuentra en décimo lugar con 57 eventos (pág. 65).

Muchos de los países latinoamericanos se encuentran desarrollando estrategias para posicionarse en el turismo de reuniones no sólo a nivel regional sino también a nivel mundial.

En Latinoamérica el turismo de reuniones se ha convertido en uno de los motores económicos de cada región, por eso, para que esto suceda dependerá de la oferta de los servicios hoteleros, como también las estrategias que usen los organizadores de eventos para captar al viajero de negocios, entendiendo sus necesidades y nuevas demandas, para adaptarse a la cambiante dinámica, contexto social y económico de cada destino turístico (Inversor LATAM, 2016).

Turismo de Reuniones en Ecuador

El Ministerio de Turismo (MINTUR), es el encargado de gestionar estrategias y acciones para el desarrollo del sector, el actual documento con que el que se trabaja es el PLANDETUR 2020 (Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible), en el presente plan se contempla al turismo de reuniones como uno de los ejes para el desarrollo turístico del país, ya que posee productos como:

- Cuenca, patrimonio de la humanidad
- Guayaquil, centro internacional de negocios, ciudad-puerto de entrada de cruceros, desarrollo urbano de interés regional.
- Manta, ciudad-puerto de entrada de cruceros y, Quito, patrimonio de la humanidad (Tourism&Leisure Europraxis Consulting, 2007, pág. 79).

Existen dos Ferias y una Bolsa de Turismo en Ecuador que compiten entre sí, una de ellas en Quito, que buscan impulsar campañas de reconocimiento del destino Quito y del Ecuador fuera del país (Tourism&Leisure Europraxis Consulting, 2007, pág. 101)

A nivel internacional, el país no refleja información detallada sobre la oferta de instalaciones del sector de reuniones, sin embargo, desde el año 2014, Ecuador forma parte de la comunidad global de congresos por su adhesión a la ICCA, lo que le permite tener acceso a la base de datos sobre el sector y las tendencias del mercado (OMT, 2007; MINTUR, 2017).

Turismo de Reuniones en Manta

El turismo en la ciudad de Manta se encuentra regulado por la dirección de Turismo del gobierno autónomo descentralizado (GAD) de Manta que trabaja juntamente con el Ministerio de Turismo, de esta manera, sus competencias se rigen para desarrollar proyectos que sean de beneficio a nivel nacional.

Relacionando la gestión de los organismos públicos con el Turismo de Reuniones, se estructura el “Plan Estratégico de Desarrollo, Captación y Promoción de turismo de reuniones y eventos para toda la República de Ecuador 2013-2017”, en el cual constan 4 destinos (Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta), con planes específicos según la oferta de cada ciudad para su desarrollo como destino MICE (Revista de Manabi, 2019).

La ciudad de Manta en los últimos años ha entrado en un proceso de renovación y modernización, por lo que ya es considerada como un destino de negocios por empresas nacionales e instituciones públicas y busca posicionarse a nivel internacional, ya que cuenta con:

- Infraestructura turística remodelada
- Hoteles cinco estrellas
- Centros y plazas comerciales
- Aeropuerto internacional de Manta Eloy Alfaro

- Cercanía a puntos turísticos
- Terminal Portuario de Manta (MINTUR, 2019).

Marco conceptual

Turismo

Según la OMT, citado en OMT (1998), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros (pág.11).

Reunión

La definición según OMT y sus asociados, reunión “es un término general que se refiere al encuentro de un número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta, y se aplica a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado” (OMT, 2014, pág. 10).

Turismo de reuniones

El Turismo de reuniones, “es aquel segmento de la demanda turística que, en términos generales, incluye el turismo de convenciones, congresos e incentivos, también conocido como reuniones de empresa, que contribuye al desarrollo de destinos turísticos” (Binimelis & Ordinas, 2003).

Competitividad turística del destino.

Crouch y Ritchie citados en Diéguez (2011) fundamentaron que un destino competitivo es aquel que integra no solo la parte económica sino también la ecológica,

social, cultural, y política de una forma sostenible con el fin de obtener el máximo bienestar para sus habitantes y ser un destino verdaderamente competitivo (pág. 103).

Destino.

Se debe tener en cuenta que el destino es el entorno en donde se desarrollan las actividades de producción y consumo turístico, al igual que, los efectos geográficos, sociales, económicos y culturales por lo que desempeña un gran papel en el turismo. Sin embargo, suele ser definido como sinónimo del producto o lugar en donde se produce y consume turismo (Barrado, 2004, pág. 45)

Lo cierto es que el destino es conformado de un subsistema con dos sistemas, el sector-turístico y el geográfico, y como tal es influido por ambos, por lo que su interpretación, planificación y gestión atienden a sus elementos individuales, pero fundamentalmente a las interacciones que entre esos elementos se producen (Barrado, 2004, pág. 56)

Gestión.

En el área turística se debe tener la capacidad de comprender, describir y analizar el entorno que engloba a la actividad turística, esto se lo realiza por medio de la gestión. La CEUPE (2020), define a la gestión como una actividad administrativa que utiliza técnicas y métodos especiales que trabajan acorde con 4 funciones principales (planeación, organización, motivación y control) las cuales nos dan resultados en torno a los objetivos de desarrollo del turismo de la región.

Turista.

Se define como a las personas alejadas de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con independencia de sus motivos, sin

embargo, la motivación como es el caso de la investigación puede ser laboral, educativa o empresarial, y en la práctica este tipo de turista tiene un consumo medio superior al del turista promedio (Francesch, 2004).

Oferta de servicios e infraestructura turística.

Hu y Ritchie citados en Femenía (2011), define a la oferta de un destino turístico como un paquete de facilidades y servicios turísticos que está compuesto por múltiples atributos que de forma conjunta determinan su atractivo (pág. 12).

Gunn citado en Femenía (2011), menciona que también se tiene en cuenta la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas y finalmente también se ha de tener en cuenta la experiencia compleja que resulta de un proceso donde los turistas utilizan múltiples servicios turísticos durante el curso de su visita (pág. 13).

Políticas del destino.

Se la define como una herramienta básica que generalmente se desarrolla en el sector público de la organización a nivel administrativo, y afecta de manera relevante a la actividad turística pública y privada (Monfort, 2000).

Formas de comunicación y difusión.

La comunicación en el turismo ha evolucionado con el pasar de los años, tomando en cuenta las diferentes herramientas que van apareciendo de esta manera es necesario que la promoción turística se adapte a diversos cambios, pues es esencial para la difusión de los destinos turísticos su reconocimiento en todos los nichos de mercado a los cuales se puede llegar (Túñez, Altamirano, & Valarezo, 2016, pág. 253).

Tecnología e información.

El uso de nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC's) en el campo del turismo ayuda a pequeños y desconocidos destinos, su posicionamiento en el mercado, como también los destinos tradicionales puedan segmentar su oferta y atraer más visitantes (Túñez et al., 2016, pág. 251).

Las TIC's ayudan a las empresas turísticas ofrecer sus productos sin necesidad de utilizar intermediarios (operadoras o agencias de viajes) fortaleciendo de esta manera el comercio electrónico en el turismo (Túñez et al., 2016, pág. 252).

Desarrollo empresarial en congresos y convenciones.

Se define a las diferentes corrientes turísticas en la cual los principales motivos de viaje es realizar actividades laborales, de ocio, profesionales o asociativas mediante la realización de congresos, convenciones, negocios, viajes de incentivo, lo cuales son llamados por diferentes propósitos y magnitudes (DTS, 2017, pág. 4)

La mayoría de las empresas que organizan este tipo de congresos y convenciones es la encargada de cubrir los gastos. Entre algunos de los actores organizadores se encuentran las Asociaciones, Empresas privadas, Cámaras, usualmente las cuales reciben un promedio de 500 a 10,000 participantes y en su mayoría el 50% al 90% son extranjeros (DTS, 2017, pág. 5)

Tipos de eventos.

- Congresos: el Spain Convention Bureau citado en Correas (2018) define como una reunión de personas, promovida normalmente por una asociación, sociedad, colegio profesional, federación, universidad, institución, etc. y cuya

duración media es de dos a tres días y debe contar con una asistencia mínima de al menos cincuenta participantes.

- Convenciones: son todas aquellas reuniones gremiales o empresariales cuyo objeto es tratar asuntos en su mayoría comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca. La iniciativa suele ser empresarial, la convocatoria es cerrada ya que está dirigida a un público personalizado y relacionado con el tema y la participación suele ser a través de invitaciones (DTS, 2017, pág. 6).
- Ferias: es un componente o estrategias promocionales que tienen como fin realizar negocios, alianzas, entre otros. Estas ferias permiten conocer la oferta y demanda tanto a nivel local, regional e internacional, lo que ayudará de una forma directa a un nuevo mercado turístico al ser un instrumento eficaz, brindando resultados rápidos y con mayores beneficios. (CCT, 2012)
- Exposiciones: estas pueden ser de dos tipos, industriales o comerciales;
 - Industriales: son aquellas muestras o exhibiciones de carácter privado o semi privado que reúnen a los miembros de un sector empresarial, profesional o comercial con el fin de mostrar adelantos tecnológicos y estimular la venta de productos entre miembros de un sector empresarial.
 - Comerciales: muestra de exhibiciones que reúnen a miembros de un sector comercial, empresarial, profesional o social con el fin de promover la venta de productos o servicios al público objetivo (DTS, 2017, pág. 7).
- Incentivos: es una de las estrategias que muchos de los gerentes utilizan para llegar a las metas empresariales de una forma diferente, este tipo

de eventos han sido aplicados en muchas de las empresas las cuales han dejado atrás las reuniones en despachos encerrados y forjan estrategias en ambientes relajados, por lo tanto, los organizadores o convocantes serán los encargados en decidir a los participantes del evento (PREDIF, 2008)

Operadores Profesionales de Congreso (OPC).

Un organizador profesional de congresos (OPC) es una persona especialista respecto a la organización de reuniones, planificación de congresos, que se dedica a la creación y desarrollo de este tipo de eventos, así como de las actividades paralelas del mismo (Protocolo y Etiqueta, 2019)

Un OPC cuenta con relaciones y contactos, con todo tipo de empresas de los más diversos sectores que suelen verse implicadas en la organización de cualquier congreso (agencias de viajes, hoteles, servicios de traductores, azafatas, imprentas, compañías aéreas, de autobuses, alquiler de coches, servicios de catering, etc) (Protocolo y Etiqueta, 2019)

Actores turísticos.

Los actores turísticos de un destino son esenciales para el progreso efectivo del espacio turístico, al ser los principales motores para impulsar el turismo se les toma siempre en cuenta para las diferentes estrategias y acciones que desarrolla cada territorio y de esta manera poder adaptarse a las nuevas tendencias del mercado (Merinero & Zamora, 2009).

Los actores tienen una gran capacidad de influir en el turismo como en las diferentes adaptaciones del territorio para tener un buen complemento entre sí, por los

tanto estos actores que intervienen en el turismo son: los turistas, el sector privado y la comunidad de acogida (Moscoso , 2013)

Tipos de recintos del turismo de reuniones.

El recinto hace referencia al lugar donde se produce el objeto del evento, por lo cual hay diferentes tipos de recinto, como:

- Centros de convenciones: Con espacios para exhibiciones y reuniones en ballrooms, localizados en ciudades grandes o medianas y orientados a eventos extra locales con alto impacto económico: convenciones, congresos o ferias comerciales.
- Hoteles con centro de convenciones: Se puede dar en hoteles de categoría "at a walking distance". Deben ser flexibles como para poder alojar una gran variedad y cantidad de eventos secundarios como banquetes, shows o eventos corporativos.
- Centros de conferencias: Generalmente más pequeños que los centros de convenciones, contienen usualmente estructuras flexibles para el alojamiento de reuniones y banquetes, aunque no incluyen grandes espacios para exhibiciones. Orientados fundamentalmente a actividades locales, muchas veces se hallan situados en hoteles, pudiendo segmentarse según el tipo de hoteles.

Son los tipos de recinto más comunes sin embargo también se puede considerar como recintos a las ferias y centros de exposición, centros cívicos o centros comunitarios, estadios y arenas de espectáculos. Estos espacios normalmente son vendidos por metro cuadrado teniendo en cuenta la altura, los espacios sin columnas y los servicios que se puede ofertar (SECTUR, 2017)

Desarrollo del turismo de reuniones

El turismo de reuniones trabaja anualmente con más de 15 000 congresos internacionales a nivel mundial, sin contar el resto de eventos que engloba este sector, esto se debe principalmente a que no tiene temporalidad y el perfil de turista que asiste gasta de 3 a 4 veces más que un turista convencional (García R. , 2020).

La idea de desarrollar el turismo de reuniones en las ciudades es primero por el impacto económico que provoca (ya que involucra a diversas áreas no solo la turística) y el generar experiencias únicas en el turista para que pueda regresar al destino con familia y amigos para vacacionar. Durante el último año, el sector de reuniones y eventos ha sufrido un gran descenso por la crisis generada por la pandemia del Covid-19, lo cual hace a nivel global buscar estrategias nuevas que el sector siga en pie, innovando y siendo más sostenibles (Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, 2020).

Desarrollo local

De forma muy sintética, el desarrollo local es conceptualizado como un proceso complejo, en el que se busca movilizar los recursos del territorio en torno a un proyecto común en donde se pueda incluir a toda la comunidad (Casillas, 2009).

El desarrollo local es una alternativa que tienen los destinos de poseer o ampliar su autonomía y potenciar sus recursos locales, teniendo una visión integra de todos los entes que se deben tener en cuenta como son la parte social, cultural, ambiental, patrimonial y económico.

Figura 2.*Dimensiones del desarrollo local*

Social	Ecológico	Patrimonial/ Infraestructura	Simbolico
<ul style="list-style-type: none"> •Se desarrolla en función de las relaciones interpersonales, sus normas o grado de confianza y las formas de comunicación entre las personas es lo que facilita la cooperación y el trabajo colectivo(pág. 71). 	<ul style="list-style-type: none"> •Se relaciona directamente con el desarrollo turístico y se refiere a los recursos naturales que posee un destino. Debe existir una planificación para que los recursos puedan volverse potenciales y atractivos para el turista (pág. 78-79). 	<ul style="list-style-type: none"> •Referido a todos los recursos culturales e históricos que puede aportar un destino o atractivo, este también tiene relación con la infraestructura en las que se encuentran los atractivos, o si por si mismos ya son un atractivo (pág. 80). 	<ul style="list-style-type: none"> •Es la imagen que tienen de los destinos ya sea a nivel nacional o internacional, como es la forma en que estos se posicionan y marcan una identidad de marca en el consumidor (pág. 80).

Nota. Esta figura muestra las dimensiones desde una perspectiva local de desarrollo, por (Varisco, 2008).

Modelo turístico tradicional.

Uno de los modelos más representativos se le atribuye a Butler, ya que fue quien adaptó el ciclo turístico a la mercadotecnia, dándole así un carácter de producto a los destinos turísticos. Dentro de sus fases toma en cuenta la exploración e implicación del entorno antes del desarrollo y consolidación, luego de esto también añade las fases de estancamiento y renacimiento (Martín, 2008, pág. 7).

Número de turistas.

Referido como una variable independiente muy importante en el momento de planificar u organizar las estrategias de un destino, ya que a mayor número de visitantes se obtiene más popularidad del destino, sin embargo, si la capacidad de carga se satura

el número de turistas puede decrecer, al hacer uso excesivo del atractivo y creando impactos negativos en el turista (Martín, 2008, pág. 8).

Perfil del turista.

Antes de elaborar un paquete turístico, planificar estrategias de un destino, promocionar un atractivo o venderle al turista, se debe tener en cuenta el perfil que maneja el mismo. Se toma en cuenta algunas variables como son el gasto medio del turista por día, el cual variará dependiendo de su motivación y sus necesidades como:

1) búsqueda de autoconocimiento y crecimiento personal;

2) interés de vivir la diversidad cultural;

3) romper con la rutina y escapar de la realidad;

4) búsqueda de novedades;

5) búsqueda de aventuras y desafíos;

6) búsqueda de autenticidad y libertad; y

7) búsqueda de historias para contar., otra variable a tomar en cuenta es la permanencia que tendrá en el lugar teniendo en cuenta las actividades planificadas por el turista (Martín, 2008, págs. 12-16)

Diversificación Turística.

El turismo ha experimentado crecimiento y diversificación durante décadas, hasta ser una de las principales potencias del mundo esto se puede denotar por el número de visitantes como los ingresos que deja esta. Se considera como la primera actividad económica del mundo que ayuda a revivir destinos maduros e industrializados

como también a horizontes menos desarrollados que no han sido explotados por la humanidad

Diversificación del atractivo.

Son diferentes estrategias de desarrollo de un destino con la presencia de alianzas entre empresas públicas como privadas para mejorar, y por lo tanto, se añaden simultáneamente nuevos atractivos turísticos a los que ya existen, sin embargo se debe tener muy en cuenta una buena gestión, ya que el incremento de atractivos o recreación podría también alterar las fortalezas del destino (Lujan, Ferelli, & Piccolo, 2016)

Accesibilidad.

El término accesibilidad se utiliza popularmente para referirse a la posibilidad de llegar a donde se requiere ir o alcanzar aquello que se desea (Alonso F. , 2007)

Si los destinos turísticos de hicieran ecos de los requerimientos de la accesibilidad y los vieran como medidas positivas se lograría una evolución en la oferta de los productos y servicios, de esta manera formarían parte de una experiencia turística y mejorando la calidad de los visitantes como de los ciudadanos (OMT, 2015, pág. 6).

De esta manera se considera que es necesario un cambio de mentalidad en la prestación de los servicios turísticos, no solo para respetar los derechos humanos de las personas con discapacidad y sus familiares, sino para satisfacer una gran demanda existente en el mercado que podría aumentar considerablemente la competitividad y el crecimiento de destinos y empresas (OMT, 2015, pág. 8)

Movilidad.

Oswin y Yeoh citado en Korstanje (2013), define que el término movilidad nos hace pensar en flujos migratorios y turísticos como así también en la infraestructura necesaria para soportar dichos viajes. Los lugares donde predomina una alta movilidad se encuentran marcados por una constante negociación identitaria y configuración existencial.

Capítulo II

Marco Metodológico

Enfoque de la investigación

Para entender cómo influyen los congresos y convenciones en el desarrollo del turismo y poder evidenciar los aportes del sector, se toma en cuenta las herramientas metodológicas descritas a continuación.

Se realiza una investigación con un enfoque mixto, por lo que posee componentes cualitativos y cuantitativos, que pretenden combinar el trabajo de recolección de datos de diferentes fuentes a los principales involucrados como la supra estructura turística enfocada a las reuniones.

Primero se analiza la información obtenida de fuentes secundarias, la cual ayuda a fundamentar teóricamente la investigación, luego se aplica técnicas para extraer información primaria del campo de estudio, como las encuestas y entrevistas, que permiten aportar una interpretación estadística a la investigación, a través de la aplicación de un cuestionario el mismo que permita relacionar las variables de desarrollo turístico y el aporte de las reuniones en la ciudad de Manta.

Variables de la investigación

Variable independiente: Congresos y convenciones

- Oferta de servicios e infraestructura turística
- Desarrollo empresarial en congresos y convenciones
- Competitividad turística

Variable dependiente: Desarrollo del turismo

- Desarrollo local

- Modelo turístico tradicional
- Diversificación Turística

Al tener gran variedad de indicadores se analiza por medio del método analítico-sintético que consiste en separar el todo, teniendo en cuenta primero al objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas de forma individual y luego integrarlas con un mejor campo de visión sobre la problemática (López & Fachelli, Metodología de la Investigación Social Cualitativa , 2015)

Se aplica la escala tipo Likert ya que es considerada como uno de los instrumentos más utilizados al realizar estudios de mercados, tomando en cuenta que este método mide el grado positivo, neutral y negativo de cada uno de los enunciados que forman la encuesta. Lo que permite identificar el desarrollo turístico y el aporte que este brinda al sector de las reuniones.

La información obtenida guarda relación con la administración y manejo de las organizaciones tanto públicas y privadas en su gestión del desarrollo turístico local del cantón.

Tipología de la investigación

La finalidad de la investigación es aplicada, al realizar el análisis de la situación actual de la ciudad de Manta, se plantea propuestas de mejora para fortalecer y posicionar el turismo de reuniones permitiéndole ser una ciudad competitiva en el campo turístico.

De esta manera las fuentes de información que se utilizan son de carácter mixto, ya que, se han recogido a través de una investigación cualitativa por medio de las entrevistas a las personas involucradas dentro del manejo del turismo de reuniones

para dar una información más precisa de la situación actual de los establecimientos enfocados a esta tipología de turismo; y una investigación cuantitativa, aplicando encuestas a los consumidores de la planta turística, turistas nacionales y personas que se desarrollan en el sector de reuniones.

Las fuentes de información secundarias han sido obtenidas a través de bases de datos científicas como Scielo, Redalyc, Dialnet, Science Direct, Latindex, Scopus, entre otras; y técnicas documentales como libros, revistas indexadas y estadísticas de instituciones certificadas acorde al tipo de investigación como la OMT, INEC, catastro hotelero y Ministerio de Turismo.

Procedimiento para recolección y análisis de datos

En la investigación se ha aplicado una población infinita, utilizando la fórmula de muestreo que consiste en el 95% de confiabilidad de los datos, la probabilidad de éxito o fracaso de 50% y un margen de error de 5%, dando como resultado un total de 384 personas a encuestar (López, Población, Muestra y Muestreo., 2004)

Tabla 1.

Nomenclatura y valores asignados a la fórmula de la muestra

Variable	Significado	Valor
N	Muestra	X
p	Probabilidad de éxito	0,5
q	Probabilidad de fracaso (1-p)	0,5
e	Margen de error	0,05
Z	Coeficiente de confianza	1,96

Nota. Información obtenida de (Anderson, Sweeney, & Williams, 2008)

Fórmula para calcular la muestra infinita:

$$n = \frac{Z^2 x p x q}{e^2}$$

Aplicación:

$$n = \frac{1.96^2 x 0,5 x 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0025} = 384 \text{ encuestas}$$

Debido a la actual situación, que es de conocimiento público, sobre la pandemia del SARS Covid – 19, para la recopilación de información se utilizó plataformas virtuales como es Zoom para la aplicación de las entrevistas, y las encuestas en la plataforma de Google Formulario.

La base de datos que se utilizó para la aplicación de encuestas fue proporcionada por los miembros de Export World & Business, donde se obtuvo los 384 correos a los que se les remitió la encuesta por la plataforma antes mencionada y posteriormente fueron tabulados.

Por otro lado, las entrevistas se realizaron a entidades públicas y privadas como son: Dany Ávila, técnico de la coordinación zonal 4 del Ministerio de Turismo, Lissette Vélez directora general de Export World & Business y al personal administrativo de Hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad de Manta como es el Ingeniero Marcelo Vizúete Barahona supervisor del departamento de A&B del Wyndham Manta Sail Plaza Hotel and Convention Center, la coordinadora de eventos y supervisora de A&B, Karen Macías del Mantahost Hotel y el Director de Operaciones, de la cadena Hotelera Oro Verde, Ismar Kourroski.

Instrumentos

Para llevar a cabo la investigación se utiliza diversos instrumentos de recolección de información, por medio de herramientas virtuales como es Zoom y Google Formularios y programas informáticos encargados de analizar los datos como es (Excel), que nos permite estudiar a profundidad la situación actual de la ciudad de Manta con respecto al turismo de reuniones.

Encuesta

Es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se extrae información de una muestra representativa (Casas, Repullo, & Mata, 2003)

En este caso la encuesta se aplicó a las personas interesadas y que hayan participado en este tipo de turismo de reuniones, al cliente interno (trabajadores) y externo (turistas) de los establecimientos que presten el servicio para congresos y convenciones, con el fin de describir y analizar la información de forma objetiva de la ciudad de Manta.

Modelo de Encuesta.

A continuación, se detalla el formato de la encuesta que se aplicó a los turistas.



ENCUESTA

El turismo de reuniones en la ciudad de Manta.



Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recabar información sobre la situación del turismo de reuniones de la ciudad de Manta.

Nota:

- La información obtenida será utilizada con fines académicos y de investigación.
- Apreciamos su tiempo y sinceridad por responder este cuestionario, GRACIAS.
- Lea las preguntas con cuidado y conteste según su criterio.

Preguntas filtro*

Género

- Masculino
- Femenino

Edad *

- 20-30 años
- 31-40 años
- 41 años en adelante

Ocupación *

- Estudiante
- Funcionario público
- Empleado privado
- Empresario
- Profesional

Lugar de procedencia*

- Nacional (provincia especifique)
- Internacional (país especifique)

1. Marque ¿Cuál es su principal motivación al momento de acudir a un evento (congreso, conferencia, simposio, entre otros)?

Estudios	
Motivos laborales	
Preparación profesional	
Por conocer la ciudad	

2. ¿Cuándo usted ha tenido que viajar a Manta, cuál ha sido el evento al que más ha asistido? Considerando Mayor asistencia, Menor asistencia y No ha asistido.

EVENTOS	Mayor asistencia	Menor asistencia	No ha asistido
Congresos			
Conferencias			
Simposios			

Ferias y exposiciones comerciales			
Viajes de Incentivos			
Seminarios			
Reuniones grupales o empresariales			
Debates			
Talleres de trabajo			
Eventos deportivos			

3. Hablando de infraestructura y servicio cuando ha asistido a un evento en

Manta, ¿Cuál de los siguientes sitios ha sido de su preferencia asistir?

Centros de convenciones	
Salones de eventos en hoteles	

4. ¿Cómo calificaría los siguientes parámetros, tomando en cuenta los eventos que ha asistido?

Parámetros	Excelente	Bueno	Malo
Puntualidad			
Cumplimiento del itinerario			
Iluminación y sonido			
Asistencia			
Accesibilidad			
Intérpretes calificados			
Promoción			

5. ¿En qué época del año usted asistió a congresos, conferencias, simposios, entre otros en la ciudad de Manta?

- Primer trimestre (enero, febrero, marzo)
- Segundo trimestre (abril, mayo, junio)
- Tercer trimestre (julio, agosto, septiembre)
- Cuarto trimestre (octubre, noviembre, diciembre)

6. Cuando usted asistió a un evento. ¿Cuánto tiempo promedio permanece en el destino?

- Menos de 3 días
- Una semana
- Más de una semana

7. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizo para llegar a la ciudad de Manta? Cuando acude a un evento, congreso, convención, etc.

- Transporte aéreo
- Transporte aéreo (Empresarial)
- Transporte terrestre (servicio de autobuses)
- Transporte terrestre (Empresarial)
- Vehículo personal

8. ¿Cómo se ha movilizó en el lugar de destino? (En la ciudad de Manta)

- Taxi
- Transporte público
- Alquiler de vehículo
- Transporte privado (Empresarial)
- Vehículo personal

9. ¿Cuál es su gasto promedio al día cuando acude a un congreso, conferencia, simposio, etc, considerando hospedaje, alimentación y gastos extras?

- \$20-\$50
- \$50- \$100
- \$101-\$200
- \$201-\$400

10. En una escala del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante ¿Qué actividades complementarias preferiría realizar durante su tiempo libre, cuando asiste a una conferencia, reunión, evento, etc.?

ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA	1	2	3	4	5
Realizar caminatas en sitios naturales					
Visitar museos y manifestaciones culturales históricos					
Acudir a otros eventos programados					
Visita a sitios gastronómicos					

11. En una escala del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante ¿Cuál de estas características cree que son importantes a la hora de escoger un atractivo?

Parámetros del atractivo	1	2	3	4	5
Seguridad turística					
Precios de entrada					
Cercanía					
Planta turística / Servicios					
Movilidad					
Salud e higiene					

12. Considerando una escala del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante ¿Cuáles de los atractivos turísticos que usted conoció en Manta es de su mayor agrado?

Atractivos Naturales	1	2	3	4	5
Refugios					
Playas					
Atractivos Culturales					
Monumentos					
Teatros					
Museos					
Malecón/Puerto					

13. Ordene del 1 al 5, considerando que 1 es el más importante y 5 es menos importante ¿Cuál de los siguientes enunciados considera que sería la mejor herramienta de comunicación para promocionar eventos en la ciudad de Manta?

Enunciados	1	2	3	4	5
Páginas web					
Redes sociales					
TV					
Radio					
Prensa escrita					

14. ¿Después de cuánto tiempo, considerando el confinamiento por la pandemia del COVID-19, estaría dispuesto a asistir a un evento, congreso, convención, etc? (en meses)

15. Ordene considerando que 1 es de mayor interés y 7 de menor interés ¿Qué tipos de eventos desearía que se realicen después de la emergencia sanitaria?

EVENTOS	1	2	3	4	5	6	7
Eventos Sociales							
Capacitaciones pos covid-19							
Ferias y exposiciones comerciales							
Eventos artísticos							
Congresos y convenciones							
Eventos religiosos							
Eventos culturales							

¡Gracias por su tiempo!

Entrevista

Es un instrumento técnico en la investigación cualitativa, que permite recabar información por medio de una conversación con el fin de sintetizar datos importantes para la investigación (Bravo, Torruco, Martínez, & Varela, 2013). Considerando turismo en cifras, Manta posee 17 establecimientos hoteleros de 4 a 5 estrellas de los cuales se ha tomado en cuenta a 3 de estos establecimientos para la aplicación de las entrevistas como es el Hotel Oro Verde, Hotel Sail Plaza Manta y Mantahost Hotel, al poseer en sus instalaciones salones adecuados para realizar este tipo de turismo de reuniones, por otra parte también se realizó las entrevistas en los Centros de eventos que posee la ciudad de Manta, específicamente a las personas administrativas encargada del área de eventos (Ministerio de Turismo, 2020)

Modelos de Entrevistas

A continuación, se detalla el formato de las entrevistas que se aplicaron al personal administrativo de hoteles y al encargado de la zonal 4 del Ministerio de Turismo.

Modelo de Entrevista para personal de hoteles.



Entrevista (Personal Hoteles)



Objetivo: recopilar información que permita entender el contexto actual de la actividad turística de reuniones en la ciudad de Manta.

1. ¿De qué manera el establecimiento apoya a la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Manta?

2. ¿Cuáles son los eventos que realiza con mayor frecuencia en el establecimiento hotelero?

3. De acuerdo con su experiencia ¿Qué tipo de equipamiento tecnológico deberían poseer las salas donde se realizan los eventos?

4. ¿Cuál es la capacidad de acogida máxima al momento de realizar un evento?

5. ¿Dentro de la oferta de servicios que ofrece el hotel que porcentaje cree usted que la gestión de eventos aporta con la rentabilidad del hotel?

6. ¿Cuáles son las técnicas de promoción y difusión con respecto a los eventos que se realizan?

7. ¿De acuerdo con su experiencia qué tipo de alianzas estratégicas se podría realizar entre las empresas públicas y privadas para potencializar a la ciudad de Manta en el turismo de reuniones?

8. De acuerdo con su criterio ¿Qué requiere Manta para consolidarse como destino de eventos?

Modelo de Entrevista para funcionario del GAD



Entrevista (funcionarios GAD)



Objetivo: recopilar información que permita entender el contexto actual de la actividad turística de reuniones en la ciudad de Manta.

1. **¿Qué tipos de eventos considera que tienen mayor auge en la ciudad de Manta?**
2. **¿Considera que la infraestructura y los servicios que ofrece la ciudad de Manta satisfacen la demanda de turismo de reuniones?**
3. **¿Cree que los centros de convenciones son los únicos capaces de acoger la demanda de turismo de reuniones en la ciudad de Manta?**
4. **¿De qué manera considera que el turismo de reuniones aporta al desarrollo local de la ciudad de Manta?**
5. **¿Cuáles son las técnicas de promoción y difusión con respecto a los eventos que se realizan?**
6. **¿De acuerdo con su experiencia qué tipo de alianzas estratégicas se podría realizar entre las empresas públicas y privadas para potencializar a la ciudad de Manta en el turismo de reuniones?**
7. **De acuerdo con su criterio ¿Qué requiere Manta para consolidarse como destino de eventos?**
8. **¿Qué otras actividades complementarias pueden realizarse en Manta para el turismo de eventos?**
9. **¿Cómo aportan las entidades públicas en la rama de turismo de reuniones?**

Observación directa

Es un proceso en la cual el investigador percibe deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad mediante su propia observación por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que quiere investigar (Tamayo, 2007). Para recabar más información para el tema investigado se asistió a los eventos realizados en Manta, del último año 2019.

Capítulo III

Resultados

En el siguiente capítulo se presenta los resultados representados en tres parámetros primordiales. El primer parámetro considerado es la situación actual de la ciudad de Manta tomando en cuenta los diferentes indicadores que poseen las variables de desarrollo turístico y la de congresos y convenciones para un óptimo desarrollo de la oferta de Manta, en segundo lugar, se muestra los análisis de las encuestas aplicadas a los visitantes que han asistido a un evento en la ciudad de Manta en el año 2019.

De esta forma se investigó el perfil del turista, motivaciones, asistencia, movilización, gasto, tiempo que considera el viajero visitante oportuno para retomar las actividades turísticas pos covid-19 y el interés por eventos futuros.

Está información nos permite reconocer el alcance del turismo de reuniones ofertado en la ciudad de Manta y como este moviliza a turistas de diferentes partes del país como del extranjero. Por último, el análisis de los criterios por expertos, los cuales se entrevistó a representantes de hoteles de 4 a 5 estrellas de la ciudad, entes gubernamentales y la empresa privada involucrados en el turismo de reuniones de forma directa.

Análisis de la situación actual de la ciudad de Manta

Manta es un cantón de la provincia de Manabí-Ecuador, ubicada en la saliente más occidental de América del Sur sobre el Océano Pacífico, limita al norte con el Océano Pacífico, sur con el cantón Montecristi, al Este con los cantones Jaramijó y el cantón Montecristi y al oeste con el Océano Pacífico, lo cual genera un clima subdesértico tropical, al ubicarse en el perfil costanero tiene presencia de las corrientes fría de Humboldt y cálida de Panamá, estas dos corrientes generan que el clima de enero a abril sean épocas lluviosas (invierno) y en ellos meses de junio a diciembre la

estación seca (verano). Manta se encuentra de 0 a 200 m.s.n.m. con una temperatura que oscila entre 23C y 26C (Dirección de Planeamiento Urbano GAD-MANTA, 2014).

Manta posee el corredor arterial estatal E-30 que conecta la ciudad por el Este, que conecta con Montecristi, Portoviejo, la provincia del Guayas y el resto del país. Y el corredor Arterial Estatal E-15 el cual bordea la ciudad de Este a Oeste, uniendo todo el perfil costanero del Ecuador, estos dos corredores presentan cuatro carriles de circulación dos de cada sentido (Dirección de Planeamiento Urbano GAD-MANTA, 2014).

La movilidad para cualquier destino es primordial, por esta razón Manta se ha ido fortaleciendo en este ámbito en los últimos años y la ciudad posee transporte público urbano, que se encuentra conformado por 4 cooperativas y una compañía de buses urbanos, cubriendo 17 rutas en el sector urbano (GAD Manta, 2019, pág. 205); transporte Inter cantonal el cual se encuentra comprendido por 7 cooperativas que circulan por la ciudad ofreciendo el servicio ejecutivo a los habitantes; transporte interprovincial que llegan a la ciudad de Manta, entre las principales encontramos a las cooperativas La Reina del Camino, Carlos Alberto Aray, Trans Esmeraldas, Panamericana, Zaracay, Rutas Portovejense, entre otras conformando a un total de 11 cooperativas que ofrecen el servicio hacia Manta desde diferentes puntos del país (GAD Manta, 2019, pág. 206).

El actual terminal Luis Valdivieso Morán de la ciudad de Manta se ubica a 2 km del Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro en la ciudadela El Palmar, cuenta con una infraestructura moderna en el que transcurren aproximadamente entre 7 mil y 20 mil viajeros diarios, este cuenta con servicio de autobuses interprovinciales, intercantonales, servicio de encomiendas, taxis y camionetas, servicio de transporte urbano y transfers hacia y desde el Aeropuerto Internacional de Manta "Eloy Alfaro",

posee una área comercial donde se puede encontrar desde servicio de comidas y bebidas, farmacias, supermercado, servicio de guarda equipaje hasta servicios de información turística (Terminal Terrestre de Manta, 2020).

El Ministerio de Transporte y Obras públicas menciona, que el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro ubicado en la ciudad de Manta se encuentra entre los aeropuertos de primera categoría del Ecuador, para formar parte de esta clasificación se ha considerado el tráfico comercial conseguido en los últimos años. (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2016, pág. 55). Considerando el terremoto ocurrido en el 2016 y los daños que generó por su paso, se realizó la reconstrucción de un aeropuerto mejorado capaz de poder captar vuelos internacionales, el cual se encuentra en construcción, la última inspección la realizó el ex vicepresidente de la república Otto Sonnenholzner (periodo diciembre 2018- julio de 2020) donde se constató un avance del 30% de la construcción, y los principales representantes ministeriales enfatizaron que este proyecto ayudará en la reactivación turística y económica no sólo de Manta sino del país en general (Vicepresidencia del Ecuador, 2019).

El Aeropuerto Eloy Alfaro, trabaja con aerolíneas como LATAM, Aviaca y Tame. Sin embargo, debido al estado de excepción por el Covid-19 los datos actuales que se tiene es que Avianca Ecuador es la única aerolínea que está operando vuelos regulares comerciales Quito –Manta y Manta –Quito con dos frecuencias semanales (DGAC, 2020).

El Terminal Portuario de Manta se encuentra dividida en dos terminales principales: el Terminal Internacional y el Terminal pesquero de cabotaje, puesto que se considera a esta ciudad como la capital internacional del atún, ya que en este sitio se captura, procesa y comercializa los productos y derivados del mismo. Por el terminal en el año 2019 se ha registrado 328.754 toneladas entre las exportaciones e importaciones

tanto de atún congelado, trigo y otros (Autoridad Portuaria Manta, 2019, pág. 2), y un aproximado de 30.000 visitantes entre los pasajeros de cruceros y tripulantes de distintos lugares del mundo, principalmente de Estados Unidos, Canadá, Australia y Reino Unido (Autoridad Portuaria Manta, 2019, pág. 4).

Los establecimientos que posee Manta son:

Tabla 2.

Establecimientos de alojamiento de la ciudad de Manta.

Actividad	Categoría	Registro	Habitaciones	Camas	Plaza camas
	5 estrellas	2	144	331	320
	4 estrellas	6	344	678	931
Hotel	3 estrellas	1	45	60	110
	2 estrellas	13	459	913	1,148
	4 estrellas	3	18	53	70
Hostería	3 estrellas	5	39	71	96
	3 estrellas	26	426	785	1,195
Hostal	2 estrellas	20	358	652	977
	1 estrella	4	90	129	172
	Total general	80	1,924	3,602	5,116

Nota. Información adaptada por autores, recuperada de (MINTUR, 2020)

Tabla 3.*Prestadores de servicios turísticos de Manta*

Subcategoría	Categoría	Registro	Mesas	Plaza mesas
	1 tenedor	5	105	370
Restaurantes	2 tenedores	1	20	200
	3 tenedores	1	27	100
	5 tenedores	1	46	202
	Lujo	1	37	148
Cafetería	2 tazas	1	20	82
	Primera	2	32	128
	Segunda	22	228	912
	Tercera	17	125	500
	Cuarta	15	67	268
Bar	2 copas	1	24	150
	Primera	5	91	364
	Segunda	40	541	2,164
	Tercera	26	292	1,168
Discoteca	Primera	5	120	480
	Total	133	1,775	7,236

Nota. Información adaptada por autores, recuperada de (MINTUR, 2020)

Tabla 4.*Agencias de servicios turísticos de Manta*

Categoría de agencia de servicios turísticos	
Dual	13
Internacional	8
Mayorista	1
Operadora	11
Total	33

Nota. Información adaptada por autores, obtenida de (MINTUR, 2020)

Tabla 5.*Empresas intermediarias de Manta*

Intermediarios				
Actividad	Categoría	Registro	Mesas	Plazas mesas
Sala de	Primera	5	230	920
recepciones y	Segunda	19	500	2,000
banquetes				
Centro de	Segunda	1	750	3,000
convenciones				
	Total	25	1,480	5,920

Nota. Información adaptada por autores, obtenida de (MINTUR, 2020)

Los atractivos turísticos que posee Manta se encuentran:

Tabla 6.*Atractivos turísticos de Manta*

Nro.	Categoría	Nombre del atractivo
1	Sitio Natural	Refugio de vida silvestre y marino costera de Pacoche
2	Sitio Natural	Cascada San Lorenzo
3	Sitio Natural	Playa de Barbasquillo
4	Sitio Natural	Mirador el Faro
5	Sitio Natural	Playa Murciélago
6	Sitio Natural	Playa la Tiñosa
7	Sitio Natural	Playa Piedra Larga
8	Sitio Natural	Playa San Mateo
9	Sitio Natural	Playa Santa Marianita
10	Sitio Natural	Playa Tarqui y los Esteros

11	Sitio Natural	Playa de Liguique
12	Manifestaciones culturales	Museo de Pacoche
13	Manifestaciones culturales	Zona Arqueológica loma de Liguique-Pacoche
14	Manifestaciones culturales	Muelle del Puerto de Manta
15	Manifestaciones culturales	Museo del Banco Central
16	Manifestaciones culturales	Sector de Edificaciones Antiguas
17	Manifestaciones culturales	Fiestas del El Comercio (23-24 de octubre)
18	Manifestaciones culturales	Iglesia la Dolorosa
19	Manifestaciones culturales	Astillero de Manta
20	Manifestaciones culturales	Festival del Teatro

Nota. Información adaptada por autores, obtenida de (Cedeño & Ayón, 2018), pág 38.

Análisis de las encuestas aplicadas

Para analizar el perfil del turista de reuniones que visita la ciudad de Manta, existen delimitaciones con respecto a que el turismo de reuniones en este destino recién se encuentra incursionado y no existen bases de datos que reflejen las principales características de este tipo de viajeros visitantes en los últimos años, siendo imposible compararlo con datos anteriores.

Por lo tanto, se elaboró un cuestionario que se puede visualizar en el Anexo 1, del cual se realizaron 384 encuestas por medio de la plataforma digital Google Forms, aplicándolas a personas que asistieron a eventos durante el año 2019 en la ciudad de Manta. Los datos se recabaron tomando en cuenta la motivación del viaje y los elementos diversificadores del destino (social, financiero, humano, infraestructura, atractivo, accesibilidad y movilidad).

Características sociodemográficas

En relación con el género, hay cierto predominio en el porcentaje de los hombres (57%), aunque la brecha entre el sexo masculino y femenino no es muy significativa, en el caso de la ciudad de Manta.

En cuanto a la edad aproximadamente el 57% de los turistas comprenden edades entre 20 y 30 años, si es comparado con el porcentaje de estudiantes que asisten por turismo de reuniones representan un 47%, lo que explicaría que la población analizada sea principalmente joven. La población en edad madura (30 a 40 años) representa el 30% del total, y apenas el 10% de los encuestados son mayores de los 45 años.

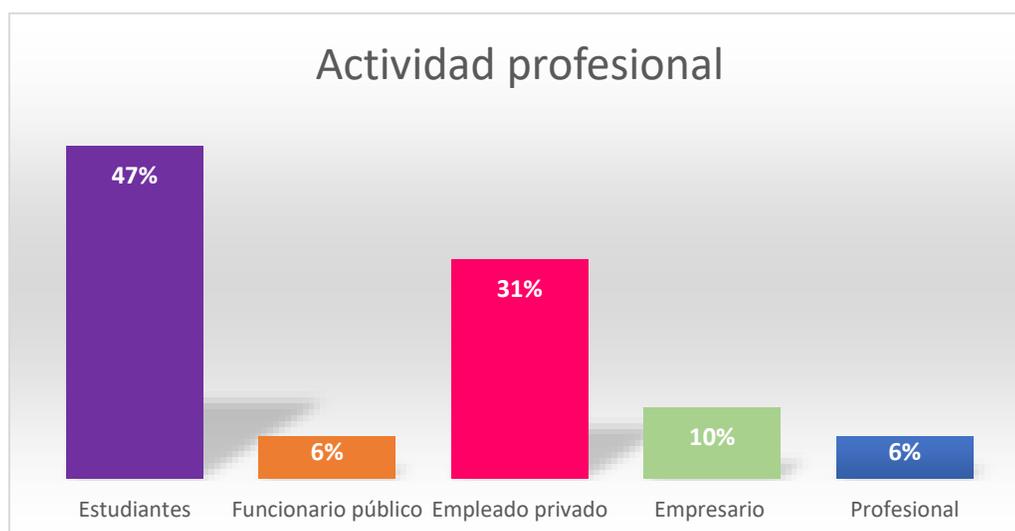
En vista de que la zona de Manta, todavía no se la considera como un destino MICE posicionado, se evidencia por medio de las encuestas que el 90% de los turistas son de carácter nacional y el restante el 10% son de carácter internacional. Dónde se destaca que la mayoría proviene de la provincia de Pichincha con un 20%, seguido de Manabí con un 15% y Guayas con un 12% entre los principales, aunque dichos porcentajes pueden variar dependiendo del tipo de eventos que se celebren.

A nivel internacional, la muestra no es muy significativa ya que hay variedad de lugares de procedencia con un porcentaje general bajo (10%), teniendo en cuenta que estos visitantes son procedentes de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Venezuela Costa Rica, Estados Unidos, Canadá y de la Unión Europea proceden de España y Francia, esta premisa no hay datos relevantes para la presente investigación, sin embargo, en futuras investigaciones se puede profundizar con una muestra mayor para tener información del aporte del mercado internacional para la ciudad de Manta.

Con relación a la actividad profesional que desempeña el turista de reuniones, se destacan los estudiantes con un 47%, seguido de la población activa económicamente como son los empleados privados (31%), empresarios (10%) y en igual porcentaje los funcionarios públicos y profesionales (6%).

Figura 3.

Ocupación profesional del turista de congresos en Manta durante el año 2019.



Nota. Elaborado por autores.

Características del viaje

Con respecto a las características del viaje y la estancia del turista de reuniones, tenemos que:

- La época del año en que más se trasladan a Manta es en los meses de julio, agosto y septiembre en un 35%, seguido de los meses de abril, mayo y junio con un 26%.

- El medio de transporte más utilizado para llegar al destino es el servicio de autobuses con un 64%, seguido del avión con un 17% y el transporte empresarial con un 9%. Se debe tener en cuenta que el aeropuerto no cuenta con muchas frecuencias

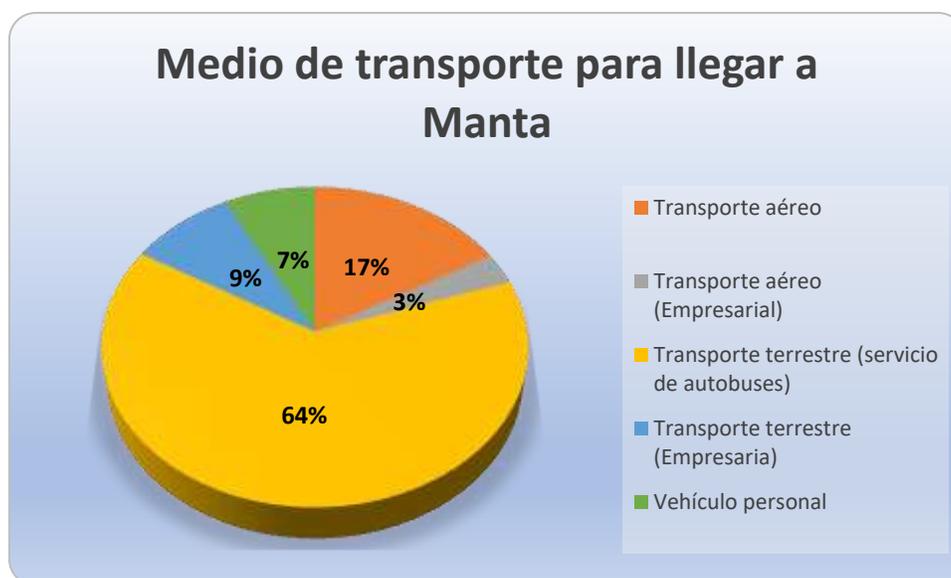
diarias de vuelo, por lo que dificulta la conectividad con el resto de las ciudades, por lo que las empresas organizadoras optan por la renta de vehículos empresariales que cuenten con todas las comodidades necesarias.

- El transporte que más utiliza el turista de reuniones para movilizarse por la ciudad de Manta es el servicio de taxi en un 51%, debido que al ser una ciudad pequeña la mayoría de los destinos son cercanos. Por otro lado, el uso del transporte público es otra opción de movilización del turista con un 28%, tomando en cuenta que la mayoría de los encuestados eran estudiantes y por ende el capital destino a transporte tiende a ser menor.

- El tiempo de permanencia promedio del turista en el destino tiende a ser menor a tres días (55%), seguido de una permanencia de una semana en un 43% lo que incluye los días de celebración del evento y los adyacentes usados para actividades complementarias.

Figura 4.

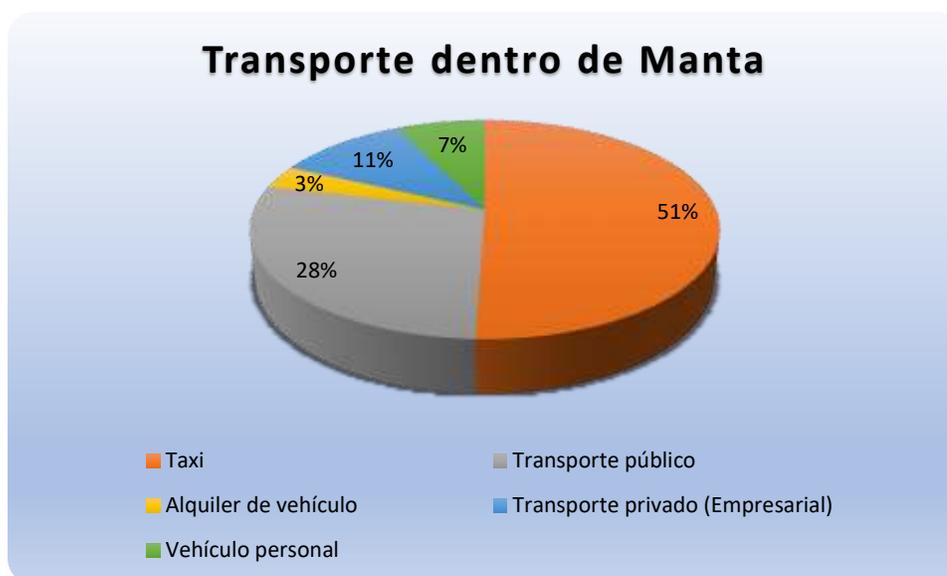
Transportación para llegar a la ciudad de Manta.



Nota. Elaborado por autores

Figura 5.

Movilización del turista en la ciudad de Manta.



Nota. Elaborado por autores

Motivación y satisfacción del turista

El principal motivo del viaje es laboral (49%), seguido por la decisión de buscar formarse profesionalmente (31%) y menos de un tercio de la población se motivan a viajar por el destino que acoge la reunión. Con relación a la primera premisa, los eventos con mayor asistencia durante el 2019 son los talleres de trabajo, seguido de congresos y conferencias. Por otro lado, hay varios tipos de eventos que la población no ha asistido en Manta como son debates, viajes de incentivo, eventos deportivos, simposios y seminarios. Esto se debería a la falta de promoción del GAD con los eventos que se realizan y que en general Manta no es tomada en cuenta aun como un destino para el turismo de reuniones.

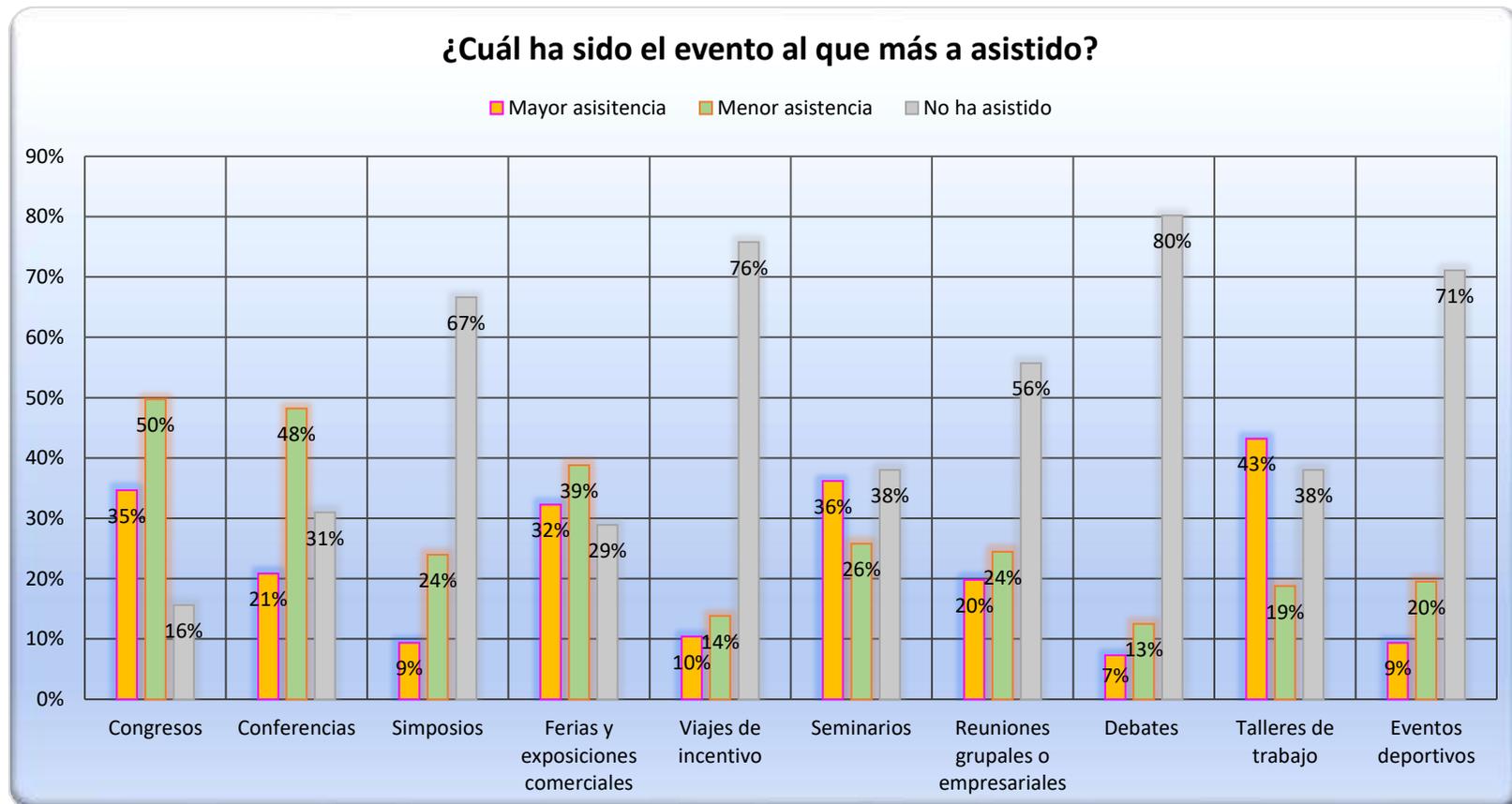
Con relación a la infraestructura proporcionada para eventos de grandes magnitudes, los encuestados prefieren asistir a salones de eventos en hoteles (88%),

puede ser debido a la cercanía con la zona urbana de la ciudad de Manta, ya que dentro de la ciudad no hay variedad en relación con centros de convenciones que dispongan de todos los servicios y equipamientos necesarios para llevar a cabo grandes eventos.

La mayoría de los asistentes a eventos durante el año 2019 señala como bueno los servicios proporcionados durante el evento como son interpretes calificados, asistencia, cumplimiento del itinerario, sin embargo, se debe mejorar en la accesibilidad a los lugares destinados para la realización de eventos.

Figura 6.

Participación a los diferentes eventos realizados en Manta durante el año 2019.



Nota. Elaborado por los autores.

Actividades complementarias

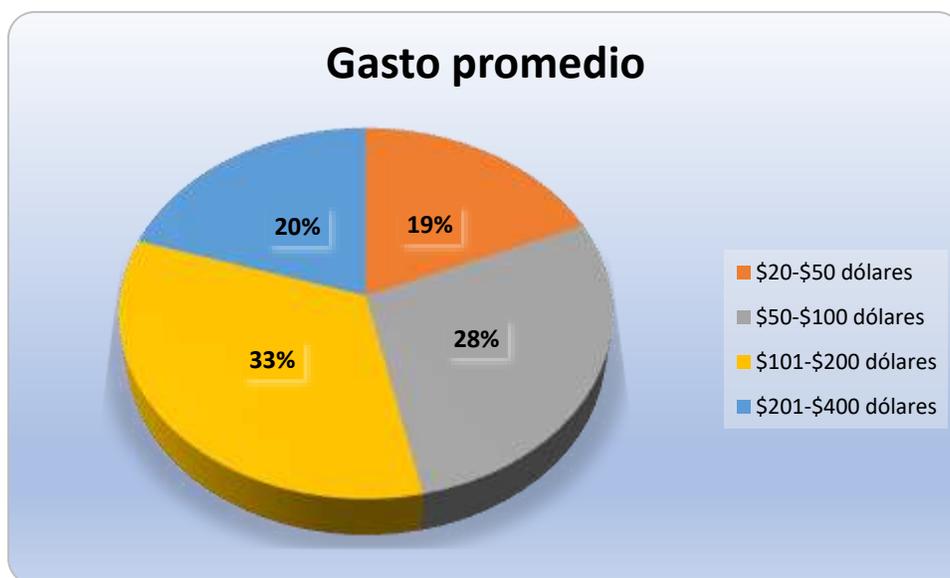
Se debe tener en cuenta que Manta ofrece variedad de actividades que pueden complementar el viaje de reuniones, ofertando de esta forma su turismo de sol y playa, atractivos culturales, naturales e históricos. En este caso se aplicó preguntas para medir el grado de satisfacción aplicando la escala tipo Likert, lo cual nos arrojó que la mayoría de encuestados prefieren complementar su estadía en playas y malecones seguido de atractivos naturales y degustación de la gastronomía local. Los atractivos culturales como monumentos, teatros y museos cuentan con menor agrado para asistir por parte de los encuestados.

El turista de reuniones toma muy en cuenta la asepsia, planta de servicios y seguridad turística en el momento de escoger un atractivo, por otro lado, características como precios de entrada o cercanía no tienen relevancia como elementos diferenciadores.

Con relación a la premisa anterior el gasto promedio de un turista de reuniones, sin incluir costes de inscripción a eventos, oscila en mayor porcentaje (53%) entre los cien a cuatrocientos dólares diarios, por otro lado, el mínimo del gasto promedio oscila entre veinte y cincuenta dólares diarios para un 19% de la población encuestada.

Figura 7.

Gasto promedio diario del turista de eventos en Manta durante el año 2019.



Nota. Elaborado por autores.

Promoción

Los encuestados afirman que la mejor herramienta de promoción para la ciudad de Manta es por medio de páginas web y redes sociales, lo cual, a corto plazo pueden desarrollarse estrategias de marketing mientras la población vuelve a las actividades presenciales debido al confinamiento por la pandemia.

Figura 8.

Mejor herramienta para la promoción de eventos.



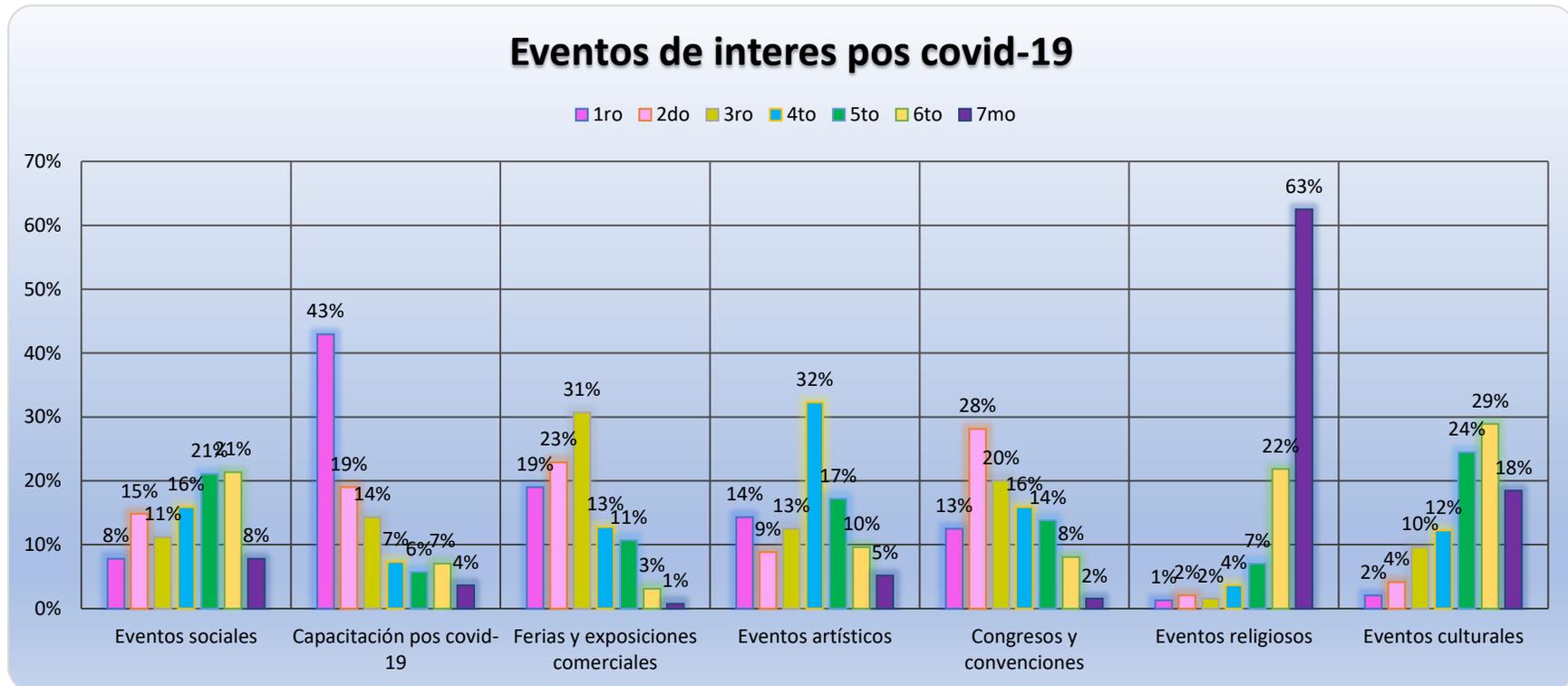
Nota. Elaborado por autores

En este caso la mayoría de los encuestados (47%) consideran el volver a asistir a reuniones luego de 6 meses.

Siguiendo la misma premisa de la normalidad Post Covid 19, la mayoría de encuestados tienen interés de realizar eventos como capacitaciones post covid-9, congresos, ferias y exposiciones comerciales. Sin embargo, no tienen interés en eventos religiosos ni culturales.

Figura 9.

Eventos de interés pos Covid-19.



Nota. Elaborado por autores

Con el fin de resumir el perfil del turista de reuniones en Manta se aporta una breve descripción de este:

- Tres tercios de los turistas de reuniones son nacionales.
- La estancia media en el destino es menor a tres días, aunque en el caso de turistas no residentes, este dato puede ampliarse hasta una semana en el destino.
- En su mayoría son estudiantes y empleados privados que comprenden un rango de edad situado entre los 20 y 40 años.
- El medio de transporte más utilizado para el desplazamiento hasta la ciudad es el transporte en autobuses, y una vez en ciudad prefieren utilizar el taxi.
- Como actividades complementarias al viaje la mayoría prefiere realizar turismo de sol y playa.

Análisis de las entrevistas aplicadas

Análisis de la situación del turismo de reuniones en la ciudad de Manta a través de la opinión de expertos

El turismo de reuniones es una de las ramas que generan un sin número de aportaciones a un destino MICE (por sus siglas en inglés (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions), los beneficios de enfocarse en el posicionamiento del turismo de reuniones ayudan a que el destino sea apto para realizar eventos de gran escala e importancia que por defecto atraen asistentes internacionales. Hay que tener claro que el aporte que ofrece el mismo abarca mayor cantidad que otro tipo de turismo, ya que estos turistas, ya sean nacionales o extranjeros que llegan a la ciudad para asistir a un evento también se alojan en hoteles, requieren de transporte, consumen en restaurantes visitan atractivos y van de compras, lo cual genera empleo y una mejora en la calidad de vida de los habitantes (UNO, 2017).

Por esta razón Manta en los 2 últimos años ha mejorado e incrementado plazas hoteleras con infraestructura apta para congresos, convenciones, seminarios, talleres de trabajo, simposios, eventos sociales, entre otros. Por lo tanto, es necesario considerar los criterios de los expertos de diferentes áreas.

Análisis de la situación actual de la ciudad de Manta con respecto al turismo de reuniones, desde el punto de vista de los prestadores de servicio de alojamiento.

El modelo de Calgary aplicado en la investigación nos menciona en la dimensión de gestión del destino para que un destino sea competitivo se debe tomar en cuenta los factores y recursos de soporte como son: las infraestructuras, los recursos facilitadores, el agua potable, instituciones financieras, transportes locales y la accesibilidad (Alonso V. , 2009, pág. 56)

En Manta se han construido o remodelado al menos 37 edificaciones, entre ellas hoteles que van desde 2 a 5 estrellas, centros y plazas comerciales, restaurantes y otros (Espinosa, 2019). Turismo Cifras 2019, menciona que Manta posee 22 establecimientos hoteleros entre 2 a 5 estrellas, de las cuales se ha considerado entrevistar a los representantes de tres de los hoteles de 4 y 5 estrellas.

Los establecimientos hoteleros en los últimos años se han ido acoplado a la demanda del turista de negocios, los establecimientos que han realizado modificaciones en la infraestructura han sido: el hotel Wyndham Manta Sail Plaza Hotel and Convention Center, que actualmente posee 15 salones y tiene una capacidad máxima de 1200 personas, Mantahost Hotel, es otro de los hoteles que se han acoplado a la demanda y posee 4 salones con una capacidad de hasta 700 personas, y el hotel Oro Verde Manta que posee una capacidad máxima de 400 personas en sus salones de eventos.

En el ámbito hotelero el equipamiento tecnológico es una de las ventajas competitivas importantes hablando de turismo de reuniones, por ende deben poseer, equipo de iluminación, proyectores, pantallas, micrófonos, sistema de interpretación simultánea, sistema de grabación profesional, computadoras, entre otros, si bien no siempre ese equipo lo debe poseer en su totalidad el hotel ya que la mayoría lo

tercerizan, considerando que los costos de innovación de forma anual serían costos elevados para el mismo (OEA, 2017).

Por esta razón los Wyndham Manta Sail Plaza Hotel and Convention Center, Mantahost Hotel y el hotel Oro Verde Manta ofrecen todo lo necesario para cualquier tipo de evento con equipamiento de punta, con personal adecuado para la interpretación (traductores) en caso de tener algún evento de personas con idioma extranjero, para facilitar la comunicación, a pesar de que el personal del establecimiento posee conocimientos del idioma español e inglés. Este es uno de los tantos motivos por los cuales Manta es una de las ciudades que se está encaminando de la forma correcta para convertirse en destino de reuniones.

Para que un lugar se vuelva un destino de reuniones es necesario tener la promoción adecuada para ser reconocida a nivel internacional por esta razón se define a la promoción de un destino como “comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo” (Ejarque, 2005, pág. 231).

Por lo tanto, los representantes del Wyndham Manta Sail Plaza Hotel and Convention Center, Mantahost Hotel y el hotel Oro Verde Manta, coinciden que la publicidad de la ciudad de Manta como destino de reuniones es nula para poder captar eventos internacionales, por parte del Ministerio del Turismo, lo cual se ha buscado información en la web para confirmar o descartar esta observación, lo cual se ha concluido que la información otorgada es verdadera, considerando que al no existir un buró de convenciones en la ciudad de Manta encargada en la difusión y promoción de la ciudad, como es el caso de la ciudad de Quito y Guayaquil, al ser esta una de las debilidades que posee Manta sería necesario que el Ministerio de Turismo se encargue

de esa promoción de la ciudad hasta definir el buró (Macías, Kourriski, & Vizúete , 2020).

Una de las páginas denominada Go Raymi, <https://www.goraymi.com> donde se promociona a Ecuador con sus cuatro regiones, provincias y sus cantones, muestra información e imágenes sobre los atractivos turísticos que poseen las provincias, más no se enfoca en la promoción del turismo de reuniones de Manta, la única información sobre eventos que se nombra es el evento que se realizó en el 2018 la Convención de Turismo Ecuador.

En la página oficial del Ministerio de Turismo, <https://www.turismo.gob.ec> no otorga alguna información sobre los eventos realizados, lugares, atractivos e imágenes que se pueden realizar en Manta, sin embargo, si se encuentra información de los convenios realizados o los próximos a realizar, para que Manta se dirija como destino de reuniones, pero no es la información suficiente para captar eventos internacionales.

Por otro lado, los representantes de los hoteles mencionados coinciden que los eventos que se realizan con mayor frecuencia en las instalaciones son corporativos lo cual resaltan que estos eventos representan el 60% y con un 40% a los eventos sociales, hablando de los eventos realizados en el 2018 y 2019 (Macías , Kourroski, & Vizúete, 2020).

Considerando la situación de emergencia sanitaria por la pandemia covid-19 los establecimientos hoteleros han tenido que generar nuevas estrategias que se encuentren acorde a la misma. La coordinadora de eventos y supervisora de A&B, Karen Macías del Mantahost Hotel, menciona una de las estrategias realizadas por el hotel es ejecutar eventos en las zonas verdes o sitios abiertos que posee el establecimiento, lo cual ha tenido una buena acogida y se ha ido realizando eventos

sociales tal como bodas, graduaciones, cumpleaños con una espectacular vista al océano pacífico, volviéndose eventos más íntimos, otra estrategia es el obsequiar una noche a las personas que se hospeden durante dos noches, es decir una tercera noche gratis, y por último se ha aumentado el servicio de *delivery* (Macías, 2020).

Análisis de la situación actual de la ciudad de Manta con respecto al turismo de reuniones, desde el punto de vista de la coordinación zonal 4 del Ministerio de Turismo.

Manta se potencializará como un destino de reuniones, con el apoyo de las entidades tanto públicas como empresas privadas por esta razón una de las actividades que se están poniendo en marcha es la creación del buró de convenciones, el cual es un gran aporte que permitirá promocionar a Manta en ferias turísticas internacionales en las que participa el Ecuador (Espinosa, 2019).

Dany Ávila técnico de la coordinación zonal 4, recalca que Manta está en proceso para consolidarse como destino de reuniones, primero porque posee la infraestructura necesaria como es la planta hotelera como también el Terminal Portuario de Manta que además de acoger a los turistas extranjeros de los diferentes cruceros, esté posee espacios para realizar pequeños eventos (Ávila, 2020).

El primer evento que se realizó en la TPM fue Discover Fest, Feria Turística y Gastronómica del Ecuador 2018, la misma que se dio en el marco de la Primera Convención Nacional de Turismo del Ecuador, organizada por la empresa Export World & Business, y segundo al poseer atractivos turísticos que complementan al destino y al estar ubicada en el perfil costanero posee un clima tropical acogedor para la realización de eventos (Autoridad Portuaria de Manta, 2018).

La movilización de turistas a un destino de reuniones no sólo tiene como objetivo el acudir a un congreso, conferencia, entre otros, sino que también permite que el turista conozca los atractivos que esta posee en el caso de la ciudad de Manta se puede apreciar atractivos tanto naturales como culturales, específicamente 11 atractivos naturales y 9 culturales (Cedeño V. M., 2019, pág. 38).

Análisis de la situación actual de la ciudad de Manta con respecto al turismo de reuniones, desde el punto de vista de la empresa Export World & Business EC, organizadora de congresos y convenciones.

Como se mencionó anteriormente el turismo de reuniones integra varios servicios, por lo tanto, los generadores de eventos son todas aquellas empresas ya sean públicas o privadas que se encargan de organizar, planificar y ejecutar diferentes eventos para lograr sus objetivos, también se puede encontrar los operadores profesionales estos pueden ser agencias de viajes los cuales tienen un departamento especializado en la promoción de congresos y convenciones. Un ejemplar destacado de esta denominación son los Organizadores Profesionales de Congresos (OPC), finalmente los Buró de convenciones que son organismos cuyo objetivo principal es la captación de turismo negocios y promocionar de una forma integral el destino (Agüero, 2007)

La empresa Export World EC, se dedica a la organización de eventos asesoría desarrollo y planificación turística de destinos en el Ecuador, la directora general Lissette Vélez, organizadora del evento Discover CIT en la ciudad de Manta en el 2018, menciona que en la planificación del evento los involucrados como ponentes se les ofertó los destinos Guayaquil, Cuenca y Manta y sin preámbulos ellos deseaban realizarlo en Manta por la gente acogedora que habita en la ciudad, por su gastronomía y por los atractivos que posee.

Las dificultades que ella tuvo en el trayecto de la planificación del evento fue la falta de un centro de convenciones en la ciudad con la capacidad que ella necesitaba puesto que el evento estaba considerando para 1600 personas por esta razón las diferentes actividades que se tenía planificado realizar se lo distribuyó en Manta, Montecristi, Portoviejo y en el Terminal Portuario de Manta (TPM), primero para ofertar

estos increíbles cantones y la biodiversidad que posee cada sitio y segundo por la cercanía que hay del uno al otro.

Lisette Vélez considera que la accesibilidad es una de las debilidades de Manta al no tener vuelos recurrentes en el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro (Vélez, 2020). Dato confirmado por una publicación por diario el comercio en el cual menciona “según el Ministerio de Turismo que se realizó un diagnóstico en el cual una de las debilidades era el aeropuerto al contar con dos aerolíneas (Tame y Avianca) y con dos vuelos nacionales diarios” (Espinosa, 2019).

Considerando que la opinión de Lisette Vélez es tomando en cuenta el evento realizado en el 2018, desde el 2019 se han realizado varios acuerdos para potenciar a Manta como destino de reuniones y uno de ellos es la inversión para la reconstrucción del aeropuerto de aproximadamente 21 millones, con fecha de entrega a mediados del año 2020, pero considerando la pandemia covid-19 la entrega del terminal aéreo se ha postergado (Espinosa, 2019).

De forma concluyente, se deben exponer distintas limitaciones que se hallaron para el desarrollo del presente trabajo. La primera limitación que presenta es el corto periodo con el que se realizaron las encuestas a turistas, y que el medio virtual por el cual se las realizó no fue el óptimo para obtener información fidedigna y de primera mano. Un periodo temporal mayor para la recogida de datos por medios físicos, añadiendo la observación en la toma de resultados, habría dado más robustez al estudio, que nos hubiese permitido estudiar en mayor profundidad el turista de reuniones.

La segunda limitación observada a la hora de recoger los datos es que este tipo de turistas por lo general trabajan por medio de una empresa y no tienen conocimientos sobre gastos de alojamiento y transporte.

Capítulo IV

Discusión

En el presente capítulo se presentan las propuestas enfocadas en el turismo de reuniones para la ciudad de Manta, por medio de las cuales se contribuye a la mejora y desarrollo local de la ciudad, sustentándose en los pilares presentados por la teoría de competitividad utilizada en la investigación, con el objetivo de fortalecer y potencializar a la ciudad de Manta como un futuro destino MICE.

Propuesta

En la propuesta se cuenta con actividades que ayudan al desarrollo, mejora y fortalecimiento de la ciudad de Manta, y de esta manera tener un papel competitivo en el sector del turismo de reuniones con el fin de convertirse en un destino con todos los recursos necesarios para ser cotizado por empresas tanto nacionales como extranjeras que deseen realizar eventos sean estos sociales, empresariales, deportivos, religiosos, entre otros.

Por medio de la información recabada en el estudio, se dice que Manta cuenta con la infraestructura necesaria para realizar turismo MICE, sin embargo, la falta de logística por parte de las entidades tanto públicas como privadas, derivan en debilidades que no permiten su desarrollo integro en el sector.

Los resultados de la información recabada en el estudio evidencian que los principales problemas son:

- La ciudad se encuentra aún con escombros del terremoto del año 2016, lo que perjudica su imagen.
- Escasa información turística de la ciudad.

- Falta de alianzas con los cantones aledaños para realización de eventos de grandes magnitudes.
- Insuficiente información en la página web de la ciudad referente a eventos que se realizan o se realizarán en Manta.
- Inexistente plan de seguimiento a las capacitaciones que se brindan a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad.

Desarrollo de estrategias

Teniendo en cuenta las problemáticas planteadas, se procede a detallar cada una de las propuestas planteadas para la ciudad de Manta.

Propuesta Mejora de la imagen de Manta

De acuerdo con los pilares presentados en la teoría utilizada en la investigación, se menciona la imagen de marca, por esta razón el retirar los escombros que son resultado del terremoto del 2016 que aún existen en la ciudad de Manta, es una de las actividades plateadas en la primera propuesta, el realizar los trámites necesarios para que con ayuda del representante del GAD y con el apoyo de los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEM) que se encuentren realizando el programa de vinculación para poder realizar mingas para lograr con éxito esta primera actividad.

Al ser un destino de sol y playa el cual por varios años se ha acogido el evento deportivo Ironman que mueve a varios deportistas no solo nacionales sino a nivel internacional, pensando en este y los diferentes turistas que visitan la ciudad, por esta razón las siguientes tres actividades se enfocan en implementar duchas, puntos de recolección de basura y servicios básicos, en una zona estratégica cerca de las playas para uso de los turistas y de esta manera mejorar de a poco la imagen de la ciudad,

para poder realizar estas actividades se ha mencionado a los representantes del GAD, director de Turismo y a la directora de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, teniendo respuestas positivas que están dispuestos a apoyar este tipo de proyectos enfocados en mejorar la ciudad.

Mejorar el servicio de información y seguridad turística

Para que los turistas puedan realizar de forma satisfactoria las actividades por las cuales visitan Manta es necesario que la ciudad posea personas adecuadas en el campo de seguridad turística que sea capaz de poder desenvolverse frente a cualquier situación que afecte al turista como robos, asaltos y de esta manera se irá forjando la sensación de estar en una ciudad segura, la cual podrán recomendarla a futuros turistas. Por esta razón el implementar puntos de información turística es otra de las actividades que encontrarán en esta propuesta, al tomar en cuenta la situación del país por la pandemia Covid 19, es esencial pensar que las personas que se encuentren en estos puntos sean personal capacitado junto con pasantes, es decir un estudiante de la carrera de turismo de la ULEM para así poder no generar costos altos y poder ejecutar esta propuesta. La propuesta fue planteada junto a los representantes del GAD, el director de Turismo y la colaboración de la directora de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por lo cual se la podrá realizar de una forma eficaz.

Sobre todo, se necesita el apoyo y las alianzas de la academia y los organismos públicos y privados para llevar a cabo el desarrollo local de la ciudad.

En el siguiente cuadro se detalla el objetivo de las estrategias planteadas, las actividades, recursos y el tiempo que se necesitará para llevarlas a cabo.

Figura 10.

Cuadro de estrategias 1,2 y 3.

Estrategia	Actividades	Objetivo	Recursos	Responsable	Tiempo
1. Mejorar la imagen de Manta	- Retirar escombros que aún se encuentran del terremoto del año 2016	Demostrar que Manta posee lo necesario para ser un destino de reuniones por medio de la mejora de la imagen de la ciudad aplicando un plan de remodelación de la ciudad y sus sitios turísticos.	Plan de remodelación de la ciudad y sus atractivos turísticos.	Representantes del GAD cantonal	1 año
	-Implementar duchas cerca de las playas		Equipo necesario para retiro de escombros	Estudiantes que realizan vinculación de la (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí) ULEAM	
	-Poner puestos de recolección de basura		Mingas estudiantiles.	Director de Turismo Manta	
	-Implementar servicios básicos cerca de las playas.		Contrato con empresas para la elaboración y equipamiento de los servicios básicos (baños y duchas)		
2. Mejorar el servicio de información y seguridad turística.	- Implementar puntos de información turística en lugares estratégicos de la ciudad.	Equipar puntos información turística para mejorar la calidad del servicio.	Casetas informativas	-Equipo técnico del GAD cantonal, representante del área de seguridad de la zona 4.	1 año
	- Incrementar la seguridad para mayor movilidad del turista en la ciudad.		Personal capacitado para la atención.	-Estudiantes de turismo que realizan vinculación de la ULEAM (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí)	
			Material impreso de información turística de la ciudad.		
			Personal capacitado en seguridad turística.	-Director de Turismo Manta	
3. Diseñar un modelo de asociación estratégica para la ejecución de eventos de grandes magnitudes.	Involucrar a las entidades de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico, logística entre otros.	Integrar a los cantones que posean la infraestructura adecuada para el desarrollo de eventos.	Contratos con las empresas prestadoras de servicios turísticos.	-Representante de la Asociación de Empresarios Turísticos (AEUTUR) de Manabí.	6 meses
	Diseñar alternativas de un circuito entre los cantones aledaños para una mejor gestión de eventos.		Herramientas digitales.	-Gerente Hotel Poseidón y dirigente del sector.	
			Materiales de oficina.	-Coordinación zonal 4 del Ministerio de Turismo.	
			Catastro	-Representante del GAD cantonal	
			Reglamento turístico	- presidente de la asociación de locales turísticos de Manta	

Nota. Propuestas para mejora del desarrollo local de la ciudad de Manta, elaborado por las autoras.

Diseñar un modelo de asociación estratégica para la ejecución de eventos de grandes magnitudes, con los cantones aledaños

El turismo de reuniones mueve a diferentes números de participantes en cada evento por esta razón la siguiente propuesta está enfocada a los eventos de mayor magnitud, con respecto a la información que se ha recolectado en la entrevistas se considera que Manta es capaz de acoger eventos de grandes magnitudes pero al realizar un pequeño análisis para mejorar la ejecución de ese tipo de eventos, se plantea realizar alianzas con los cantones aledaños que posean la infraestructura necesaria para el turismo de reuniones como son salones de eventos, alojamiento, restauración, y de esta manera poder ofrecer varias alternativas cuando se juntan varios eventos en una misma fecha y poder salir adelante con un evento de calidad, los involucrados para que se pueda llevar a cabo esta propuesta son las siguientes personas, el Representante de la Asociación de Empresarios Turísticos (AEUTUR) de Manabí, Gerente Hotel Poseidón y dirigente del sector, Coordinación zonal 4 del Ministerio de Turismo, Presidente de la Asociación de locales turísticos de Manta y al Representante del GAD cantonal.

Mejorar el contenido dirigido al turismo MICE de la página web del Municipio de Manta.

La promoción es esencial para un destino turístico, el mostrar al mundo lo que posee el destino y todos los diferentes eventos que se puede realizar es una de las estrategias que se debe ir reforzando en las plataformas digitales que poseen los destinos, por esta razón la siguiente propuesta va dirigida al contenido que puede poseer dicha pestaña asignada para el turismo MICE, en la página del Municipio. Recopilando información suficiente sobre los salones, centro de convenciones, infraestructura de alojamiento, restauración con la capacidad que posee cada uno, el

equipamiento tecnológico, transporte turístico aéreo y terrestre que facilite la visita al destino y la movilización dentro del mismo, eventos representativos que se han realizado en la ciudad, los atractivos turísticos y la gastronomía.

Esta información puede ser proporcionada por el Representante de la Asociación de Empresarios Turísticos (AEUTUR) de Manabí, el cual es gerente del Hotel Poseidón y dirigente del sector, Coordinación zonal 4 del Ministerio de Turismo y los representantes del GAD cantonal, y así poder representarlos en galerías de fotografías que se puedan colgar en la página.

Figura 11.

Cuadro de estrategia 4

Estrategia	Actividades	Objetivo	Recursos	Responsable	Tiempo
4. Mejorar el contenido dirigido al turismo MICE de la página web del Municipio de Manta	Recabar información de los establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas.	Añadir información adecuada y precisa en la pestaña destinada para el turismo MICE de Manta en la página web del Municipio	Catastro de establecimientos de alojamiento y de alimentos y bebidas	Encargado del departamento de dirección y comunicación del GAD cantonal.	Cada 2 meses
	Mencionar la capacidad de los lugares para realizar los eventos.		Material de oficina.		
	Mostrar una galería fotográfica de los establecimientos prestadores de servicios turísticos.		Herramientas tecnológicas.		
	Ilustrar la galería de fotografías de eventos realizados.		Inspector	Representante de turismo del GAD cantonal.	
	Presentación de eventos realizados con anterioridad.		Computadora		
	Presentar la frecuencia de vuelos.				

Nota. Propuesta digital para la mejora del desarrollo local de la ciudad de Manta, elaborado por las autoras.

Realizar seguimiento al plan de capacitación a los prestadores de servicios turísticos.

Los prestadores de servicios turísticos deben mantenerse en constante capacitación, ya que el contar con información actualizada sobre la industria les va a

ayudar a manejar de manera más eficiente sus negocios. Por lo que no es solo necesario una capacitación inicial, más bien llevar por parte del GAD cantonal y demás entes involucrados un seguimiento de las personas que ya han sido capacitadas.

Realizar evaluaciones para analizar si los conocimientos dados son asimilados y proponer nuevas capacitaciones, teniendo en cuenta la temática de las capacitaciones que ya se ha dado. Al momento quizá no se pueda tener todo el personal necesario para realizar estas actividades, por lo que una asociación con los estudiantes de la academia, en este caso la ULEAM, sería de gran provecho para ambas partes.

Figura 12.

Cuadro de estrategia 5

Estrategia	Actividades	Objetivo	Recursos	Responsable	Tiempo
5. Realizar seguimiento al Plan de capacitación a los prestadores de servicios turísticos.	Evaluación a los prestadores de servicios turísticos capacitados.	Generar profesionales que se encuentren en constante capacitación con información de actualidad y a la vanguardia.	Informes técnicos	Seguimiento por los estudiantes que realizan vinculación de la carrera de turismo de la (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí) ULEAM	Cada 6 meses
	Seguimiento de los temas en que se ha capacitado.		Herramientas tecnológicas		
	Incorporar nuevas temáticas alineadas a las estrategias de turismo de las entidades públicas.		Talento humano Material de oficina Catastro de participantes capacitados	Supervisión por parte de los entes encargados de los planes de capacitación del GAD Cantonal.	

Nota. Propuesta al GAD para la mejora del desarrollo local de la ciudad de Manta, elaborado por las autoras.

Conclusiones

Para finalizar el estudio, se recaban las conclusiones obtenidas a lo largo de la investigación, presentando los argumentos y deliberaciones más relevantes que permiten defender el objetivo del estudio.

- Se concluye, para que un destino se considere competitivo existen cinco factores determinantes, en este caso, la ciudad de Manta cuenta con los recursos del destino o también llamados ventajas comparativas, sin embargo, su gestión pública al respecto todavía carece de un proyecto a futuro con objetivos claros.

Durante el proceso de planeación y ejecución de un evento, hay variedad de personas involucradas de diferentes sectores o empresas complementarias al mismo que se benefician de su realización. Por ende, el querer ser un destino líder en reuniones tiene un impacto positivo para la población del sector ya que genera y preserva empleos, promociona el lugar, y da oportunidades de desarrollo profesional a sus habitantes. Se debe tener en cuenta que para lograr esto y ser escogido como un destino de reuniones, el sector debe prestar y garantizar seguridad y calidad en todos sus servicios.

Al hacer uso de la técnica bibliográfica, se evidencia la falta de información registrada en fuentes ya sea de organismos públicos o privados en la ciudad de Manta, por lo que se procedió a la toma de datos primarios de los actores involucrados de más relevancia en la investigación como punto de partida.

- Se identifica como actores principales de la investigación a los encargados públicos y privados del sector turístico de la ciudad, ya que son los que proporcionan

información relevante sobre administración pública, monitoreo, estudios, promoción y planificación de destino.

En cuanto a la demanda, no existe un perfil definido de turista para la ciudad, y se debe tomar en cuenta que las decisiones para escoger un destino como sede de reuniones no es de la persona que viaja, sino del personal administrador del evento, por lo que en este punto la promoción y el branding deben ser un punto clave a tratar en el destino.

- Al realizar un análisis completo de la situación de la ciudad de Manta, se concluye que, en el país, Manta es una de las ciudades encaminadas para ser un destino MICE, ya que en los últimos años se ha enfocado en diversos factores para poder lograrlo.

La conectividad es una de las áreas que se ha ido fortaleciendo, considerando que después del terremoto sucedido en el 2016, se empezó la construcción del nuevo Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro que promueve la frecuencia de vuelos y la conectividad de la ciudad. Otra arista es la inversión realizada en la planta hotelera e infraestructura y de servicios complementarios (restauración, recreación, recursos naturales) de los últimos años.

- Como respuesta a los problemas que presenta la ciudad de Manta en cuanto a su imagen como ciudad, el tema urbanístico que es relegado por parte de las autoridades y la carente promoción como destino, se definieron las estrategias propuestas.

El crear y difundir promoción adecuada de un destino, son las acciones que impulsan a un lugar a ser conocidos a nivel internacional. En el transcurso de la

investigación se comprueba que la promoción turística no se orienta al segmento de reuniones de forma correcta, por lo que una de las propuestas planteadas es la mejora y actualización de información de la ciudad y su promoción a nivel empresarial.

Al no poseer un buró de convenciones que se encargue de la logística necesaria para la captación de eventos de la ciudad, los encargados directos son los representantes gubernamentales como es el caso del GAD de Manta, los cuales se encuentran en marcha con la implementación de mejoras en la página web del municipio con enfoque en el turismo de reuniones.

Recomendaciones

- Es recomendable que, para poder realizar proyectos a largo plazo con objetivos claros, los responsables políticos y encargados públicos creen políticas y lineamientos en donde se tome cuenta al turismo de reuniones como un eje clave para el desarrollo local de la ciudad, y aunque haya cambios de gobernanza ese eje siga desarrollándose y así los proyectos puedan ser concluidos sin importar que sean de corto, mediano o largo plazo.

También sería de beneficio que los organismos públicos mantengan información actualizada sobre la ciudad, y brinden mayor acceso a los datos públicos. La planificación y gestión son clave para obtener éxito en esta industria, teniendo en consideración que debe ser el trabajo en conjunto de todos los actores involucrados que permiten el desarrollo local de la comunidad.

- Se recomienda para investigaciones futuras realizar un estudio sobre el perfil del turista de reuniones para la ciudad de Manta, ya que se carece de tal información

bibliográfica, y gracias a esto, se puede planificar estrategias promocionales para captar adecuadamente la demanda empresarial.

También se debe tener en cuenta que el hacer marca, o también llamado branding, debe ir de la mano con las políticas a nivel país sobre el desarrollo del turismo de reuniones, por lo que se recomienda que la promoción y difusión del destino este acorde a nivel nacional.

- Al encontrarse en proceso la creación de un buró de convenciones, es recomendable mantener actualizada la información enfocada en el turismo MICE de la ciudad de Manta de la página oficial del GAD.

La página debe contener información adecuada y necesaria de los eventos que se han realizado tanto presenciales como virtuales, con participantes nacionales como internacionales, presentando la infraestructura tanto de alojamiento, alimentación y bebidas la capacidad que poseen, imágenes de todo lo que engloba Manta turísticamente y lo potencial que este es para realizar cualquier tipo de evento.

- Elaborar un logo que identifique a Manta como destino MICE que sea acorde a lo que posee la ciudad tanto sus atractivos turísticos como también la magia de su gastronomía para que esta sea esté sea implementada en la página oficial y presentada en las diferentes ferias turísticas que está presente Ecuador en el mundo.

Es recomendable tomar en cuenta a la academia para la realización de futuros proyectos de forma conjunta con las entidades involucradas, ya que representa menor inversión en recursos físicos, administrativos y operativos. Sin olvidar que para el estudiante el desempeño en este tipo de proyectos ayuda a su desarrollo personal y profesional.

Bibliografía

- Agüero, M. (2007). *Definiciones y tendencias del turismo de eventos Contribuciones a la Economía, No 82.*
- Alonso, F. (2007). *Algo más que suprimir barreras: Conceptos y argumentos para una accesibilidad universal.* Barcelona: Trans, Revista de Traductología. Obtenido de http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_11/T.15-30.FernandoAlonso.pdf
- Alonso, V. (2009). *Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación e integración de factores críticos de éxito.* Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Estadística para administración y economía, 10a. edición.* Santa Fé: Cengage Learning Editores, S.A.
- Autoridad Portuaria de Manta. (2013). *Reglamento interno del "Malecon Escénico" de Manta.* Manta. Obtenido de <http://www.puertodemanta.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/REGLAMENTO-INTERNO-DEL-MALECON-ESCENTICO.pdf>
- Autoridad Portuaria de Manta. (2018). *Convención Nacional de Turismo se realizará en el Terminal de Cruceros de TPM.* Manta. Obtenido de <http://www.puertodemanta.gob.ec/convencion-nacional-de-turismo-se-realizara-en-el-terminal-de-cruceros-de-tpm/>
- Autoridad Portuaria Manta. (2019). *Boletín Estadístico Portuario.* Manta. Obtenido de <http://www.puertodemanta.gob.ec/wp-content/uploads/2019/09/Informe-Statistico-Puerto-de-Manta-Primer-Semestre-2019-rev-10092019.pdf>

- Ávila, D. (14 de Agosto de 2020). El turismo de reuniones en la ciudad de Manta y su situación actual. (N. Hernández, & A. Morquecho, Entrevistadores)
- Barrado, D. (2004). *El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial*. Madrid: Estudios Turísticos.
- Binimelis, S., & Ordinas, G. (2003). *El turismo de reuniones y negocios en Mallorca*. Mallorca: Cuadernos de Turismo.
- Bonilla, J. (2013). *Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de información y las comunicaciones*. Bogotá: Turismo Sociedad.
- Bravo, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Investigación en Educación Médica.
- Browdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & Mc Donnell, I. (2006). *Events Management*. London: Routledge.
- Caribbean News Digital. (2019). *Latinoamérica, un fuerte destino para el turismo MICE*. Madrid: Grupo Excelencias. Obtenido de <https://www.caribbeannewsdigital.com/es/turismo-eventos/latinoamerica-un-fuerte-destino-para-el-turismo-mice>
- Casas, J., Repullo, J., & Mata, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración del cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos*. Atem Primario.
- Casillas, A. (2009). *Que és el desarrollo local y para qué sirve?* Buenos Aires: CEDEL. Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/Que%20es%20el%20desarrollo%20local%20Casalis.pdf>

- CCT. (2012). *Manual de Participación en Ferias Turísticas Internacionales*. Madrid: Consejo Centroamericano de Turismo. Obtenido de <https://intercoonecta.aecid.es/Gestin%20del%20conocimiento/Manual%20de%20Participaci%C3%B3n%20en%20Ferias%20Tur%C3%ADsticas%20Internacionales.pdf>
- Cedeño, V. M. (2019). *“Los atractivos turísticos del perfil costanero del cantón Manta”*. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1138/1/UNESUM-ECU-Ecoturismo-2018-10.pdf>
- Cedeño, V., & Ayón, L. (2018). *“Los atractivos turísticos del perfil costanero del cantón Manta”*. Jipijapa: JIPIJAPA-UNESUM. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1138/1/UNESUM-ECU-Ecoturismo-2018-10.pdf>
- CEUPE. (2020). *Funciones y principios de la gestión del turismo*. Madrid: Centro Europeo de Postgrado.
- Correas, G. (2018). *Organización de congresos Guía Práctica*. Madrid: Escuela Internacional de Protocolo. Obtenido de http://www.protocolo.com/libros/Posts_Ciprovalladolid17.pdf
- Decasper, S. (2015). *Competitividad y desarrollo sostenible en el sector turístico*. Juiz de Fora: ABET.
- DGAC. (2020). *DGAC participó en cita para analizar la conectividad del Aeropuerto de Manta*. Manta: DGAC. Obtenido de <https://www.aviacioncivil.gob.ec/dgac-participo-en-cita-para-analizar-la-conectividad-del-aeropuerto-de-manta/>

Diéguez, I., Gueimonde, A., Sinde, A., & Blanco, A. (2011). *Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. Cultur.

Dirección de Planeamiento Urbano GAD-MANTA. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Manta 2014-2019*. Manta. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/ACTUALIZACION%20DE%20DIAGNOSTICO%20DEL%20PD%20Y%20OT_14-11-2014.pdf

Domareski, T., Dos Anjos, F., & Gadotti dos Anjos, S. (2013). *Competitividad de destinos turísticos. Estudio de caso de Foz Do Iguaçu (Paraná, Brasil)*. Murcia: Cuadernos de turismo. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39825633004.pdf>

DTS. (2017). *Turismo de Reuniones. Conceptualización y Visión Regional*. Dirección de turismo Sostenible.

Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito Diseño, creación, gestión y marketing*. España: Ediciones Pirámide.

Encalada, E. (1 de Julio de 2020). *¿La burbuja social una apuesta para retomar bodas, reuniones... en nuevos protocolos en Ecuador?* Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/desconfinamiento-burbuja-social-ecuador-reuniones.html>

Espinosa, M. V. (17 de Agosto de 2019). *Manta se proyecta como destino para el turismo de negocios*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/manta-manabi-turismo-negocios-convenciones.html>

- Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas. (2020). *Perspectivas sobre la evolución del Turismo de Reuniones se debate en Espol*. Guayaquil: ESPOL. Obtenido de <http://www.fcsh.espol.edu.ec/es/perspectivas-sobre-la-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-reuniones-se-debate-en-espol>
- Femenía, O. (2011). *Femenía, O. (2011). La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*. Málaga: Universidad de Málaga, Grupo EUMEDNET. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/482050.pdf>
- Francesch, A. (2004). *Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta*. Granada: Gazeta de Antropología.
- Fumi, A., Zuñiga, A., Gonçalves, M., & Ramón, D. (2013). *La variable competitividad en Meeting Tourism: una visión general de la actualidad*. Medellín: Escenarios: Empresa y Territorio, 131-155.
- GAD Manta. (2019). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial con especial énfasis en la gestión del riesgo Manta -2019*. Manta. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360000980001_pd%20ot%20final%20gad-manta_28-12-2016_12-38-21.pdf
- GAD Municipal de Guayaquil. (16 de 07 de 2019). *Guayaquil recibe 5 galardones en la XXVI gala de premiación de los World Travel Awards, capítulo Latinoamérica*. Guayaquil. Obtenido de Alcaldía de Guayaquil: <https://guayaquil.gob.ec/Paginas/noticias/2019/julio/noticia5120.aspx>

- García , R. (2020). *Importancia del turismo de reuniones en el desarrollo de ciudades y territorios*. Madrid: Aprende de Turismo. Obtenido de <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-mice-como-motor-de-desarrollo/>
- García, M. (2016). *Análisis del impacto turístico de los eventos. Estudio de caso: VI media maratón de Gijón "Villa de Jovellanos"*. Oviedo: Universidad de Oviedo .
- Getz, D. (2008). *Progress in Tourism Management Event tourism: Definition, evolution, and research*. Calgary: Tourism Management.
- Go Raymi. (29 de Agosto de 2020). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec>
- Herrera, L. (2014). *Turismo de congresos y reuniones en la ciudad de La Plata: Estado actual, tendencias y posibilidades de desarrollo*. La Plata: Universidad Nacional de la Plata.
- ICCA. (2018). *Country & City rankings*. Amsterdam: ICCA.
- INEC. (2013). *Presentación por ciudades*. Manta. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Manta.pdf
- Inversor LATAM. (2016). *América Latina: desafíos para la consolidación del turismo de reuniones*. Buenos Aires: Inversor LATAM.
- Korstanje, M., & Muñoz, F. (2013). *MOVILIDAD y TURISMO: crítica a la posición de John Urry*. TuryDes.
- López, P. (2004). *Población, Muestra y Muestreo*. Cochabamba: Punto Cero.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cualitativa* . Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoc>

- Lujan, M., Ferelli, F., & Piccolo, M. (2016). *Diversificación de la actividad turística de Balnearios: el caso de Pehuén Co, Argentina*. Murcia: Cuadernos de Turismo.
- Macías, K., Kourroski, I., & Vizuete, M. (24 de Agosto de 2020). El turismo de reuniones en la ciudad de Manta y su situación actual. (N. Hernández, & A. Morquecho, Entrevistadores)
- Macías, K. (18 de Agosto de 2020). El turismo de reuniones en la ciudad de Manta y su situación actual. (N. Hernández, & A. Morquecho, Entrevistadores)
- Macías, K., Kourriski, I., & Vizuete, M. (18, 20 de Agosto de 2020). El turismo de reuniones en la ciudad de Manta y su situación actual. (N. Hernández, & A. Morquecho, Entrevistadores)
- Macoretta, G., Goldstein, S., Paju, E., Panno, N., Larini, L., Iglesias, M., . . . Llobet, M. (2018). *Turismo de Reuniones: Un segmento lleno de oportunidades*. Buenos Aires: Ladevi.
- Martín, R. (2008). *Los modelos turísticos y los determinantes principales de los flujos turísticos internacionales*. La Habana: Universidad de La Habana.
- Merinero, R., & Zamora, E. (2009). *La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico*. Sevilla: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2016). *Plan estratégico de Movilidad 2013-2037*.
Obtenido de http://www.puertodemanta.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/08/Plan_Estrategico-de-Movilidad.pdf

- Ministerio de Turismo. (2020). *Turismo en cifras "Establecimientos Registrados"*. . Manta: MINTUR. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- MINTUR. (12 de 09 de 2013). *MinTur trabaja en el Plan Estratégico de Desarrollo y Promoción del Turismo de Congresos y Convenciones*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/mintur-trabaja-en-el-plan-estrategico-de-desarrollo-y-promocion-del-turismo-de-congresos-y-convenciones/>
- MINTUR. (2017). *Ecuador se posiciona como un destino para congresos y convenciones*. Quito: MINTUR.
- MINTUR. (2019). *"Pasión por Manabí" busca redescubrir este destino turístico*. Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/pasion-por-manabibusca-redescubrir-este-destino-turistico/>
- MINTUR. (29 de Agosto de 2020). *Proceso para convertir a Manta en un destino de turismo de reuniones*. Obtenido de Proceso para convertir a Manta en un destino de turismo de reuniones.: <https://www.turismo.gob.ec/avanza-proceso-para-convertir-a-manta-un-destino-de-turismo-de-reuniones/>
- MINTUR. (2020). *Turismo en cifras "Establecimientos Registrados"*. Manta. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Monfort, V. (2000). *La política turística: una aproximación*. Murcia: Cuaderno de Turismo.
- Morales , A., & Andrés, G. (2011). *Andreameventos. Origen, evolución y estadísticas de los eventos en el mundo*. Andreameventos. Obtenido de

<https://andreameventos.blogia.com/2011/030101-origen-evolucion-y-estadisticas-de-los-eventos-en-el-mundo.php>

Moscoso , F. (2013). *El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico*. Ushuaia: Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo-CONDET.

OEA. (2017). *Manual operativo para la organizaciones de reuniones y conferencias fuera de la sede*. Washington, D.C.: Departamento de Gestión de Conferencias y Reuniones. Obtenido de <http://www.scm.oas.org/Manual/ManualOperativo.pdf>

OMT. (1998). *Introducción al Turismo*. . Madrid: UNWTO.

OMT. (2007). *Evaluación de la importancia económica del sector de las reuniones*. Organización Mundial del Turismo.

OMT. (2014). *Informe global sobre la industria de reuniones*. Madrid: World Tourism Organization UNWTO.

OMT. (2015). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo III: Principales áreas de intervención*. . Madrid: OMT.

PREDIF. (2008). *Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos*. Madrid: Manual para la organización de congresos y ferias para todos. Obtenido de http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/ctcd-docs/custom_doc/1210579227519_manual_ferias_y_congresos_para_todos.pdf

Protocolo y Etiqueta. (2019). *Organizador Profesional de Congresos (OPC). Profesional. Experto*. CRONIS. Obtenido de

<https://www.protocolo.org/ceremonial/eventos/organizador-profesional-de-congresos-opc-profesional-experto.html>

Revista de Manabi. (2019). *MANTA ES POTENCIADA COMO DESTINO DE REUNIONES INTERNACIONALES*. Manta: Revista de Manabi. Obtenido de <https://revistademanabi.com/2019/07/28/manta-es-potenciada-como-destino-de-reuniones-internacionales/>

Rodríguez , K. (2016). *El turismo de congresos y convenciones como aporte al desarrollo turístico del cantón Salinas*. La Libertad: UPSE.

SECTUR. (2017). *Curso de introducción al turismo de reuniones*. Ciudad de México.: SECTUR.

Tamayo. (2007). *Técnicas e Instrumentos de recolección de datos*. URBE.

Terminal Terrestre de Manta. (31 de Agosto de 2020). *Terminal terrestre de Manta - Multipasajes*. Obtenido de <https://multipasajes.travel/listing/terminal-terrestre-de-manta/>

Tourism&Leisure Europraxis Consulting. (2007). *Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Tourism&Leisure Europraxis Consulting.

Túñez, M., Altamirano, V., & Valarezo, K. (2016). *Comunicación turística colaborativa 2.0: promoción, difusión e interactividad en las webs gubernamentales de Iberoamérica*. Canarias: Latina de Comunicación Social. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81943468014.pdf>

UNO. (Octubre de 2017). *El turismo de reuniones es importante como aporte-para-una-ciudad-competitiva/*. Obtenido de <https://www.revista-uno.com/29-revista/el-turismo-de-reuniones-importante-aporte-para-una-ciudad-competitiva/>

Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Mar del Plata.

Vélez, L. (14 de Agosto de 2020). El turismo de reuniones en la ciudad de Manta y su situación actual. (N. Hernández, & A. Morquecho, Entrevistadores)

Vicepresidencia del Ecuador. (2019). *El Vicepresidente constató el avance de la construcción del Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro*. Manta. Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/el-vicepresidente-constato-el-avance-de-la-construccion-del-aeropuerto-internacional-eloy-alfaro/>