



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA

**EL TURISMO MICE: ANÁLISIS DEL TURISMO DE REUNIONES EN LA
CIUDAD DE MANTA PROVINCIA DE MANABÍ**

AUTORA

JOSSELYN DAYANA ZAMBRANO DEMERA

TUTORA

ING. LEIDY CEVALLOS BARBERÁN, MG

MANTA, ABRIL 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Hotelería y Turismo de Manta de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante Zambrano Demera Josselyn Dayana, legalmente matriculado/a en la carrera de Turismo, periodo académico 2022(1), cumpliendo el total de 380 horas, bajo la opción de titulación de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto o núcleo problemático es “El turismo MICE; análisis del turismo de reuniones en la ciudad de Manta, provincia de Manabí”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumplimiento con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe a autoridad competente.

Particular que certifico para fines consiguientes, salvo disposición de ley en contrario.

Manta, abril de 2023. Lo certifico,

ING Leidy Cevallos Barberan Mg

Docente Tutor(a)

Área: Turismo

AUTORÍA

El actual proyecto de investigación es realizado como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas en la ULEAM. Los criterios emitidos en este proceso investigativo pertenecen de manera exclusiva a la autora, por ende, en caso de utilizar este documento, se debe otorgar los respectivos créditos.

Josselyn Dayana Zambrano Demera

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos declaran que han aprobado el proyecto de investigación “EL TURISMO MICE: ANALISIS DEL TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE MANTA, PROVINCIA DE MANABÍ” que ha sido propuesto, desarrollado y sustentado por: JOSSELYN DAYANA ZAMBRANO DEMERA, previa a la obtención de título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas, de acuerdo con el Reglamento para la elaboración de proyectos de investigación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí “ULEAM”.

Lcdo. Luis Reyes Macías, Mg.

**PRESIDENTE DEL
TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

Ing. Fernando Macías

**MIEMBRO DEL
TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

Ing. Diego Guzmán

**MIEMBRO DEL
TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

Ing. Leidy Cevallos Barberan, Mg.

**DOCENTE
TUTOR DE TITULACIÓN**

Josselyn Dayana Zambrano Demera

GRADUADO

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la fortaleza necesaria que me brindó para poder culminar con este ciclo y trabajo de titulación.

A mis familiares, principalmente a mis padres, a mi madre Trinidad Demera, y a mi padre Víctor Zambrano, que a pesar de la distancia y las situaciones que podríamos enfrentar como familia, siempre estuvieron y están para mí, confiando y dando todas sus fuerzas para salir adelante, agradecerles a ambos por ser mi apoyo incondicional y por estar siempre presente en las etapas más importantes de mi vida, por el amor diario y sus buenos consejos, por enseñarme a ser fuerte, por ser mi ejemplo a seguir, tanto profesional como ser humano, por confiar en mí y de lo que soy capaz.

A mis hermanos, Víctor Zambrano, Alison Zambrano y Liceth Zambrano, que siempre me brindaron su apoyo y sus buenos deseos, por motivarme a seguir adelante, por confiar en mí, por ser buenos hermanos, amigos y confidentes, por hacerme feliz.

A mis amigos que hice a lo largo de este largo proceso llamado Universidad, Pamela Morería, Andrea Panta, amigas desde el primer día que inicié mi carrera universitaria, desde ese día han estado para mí, siendo unas hermanas más, apoyándome en todos los momentos, malos y buenos, por incluirme en sus familias y ser una más de ellos estando lejos de a mía. A Dayanara Bustos y Joel Delgado, quienes poco a poco fueron ingresando a mi vida de manera inesperado y agregaron buenas experiencias, consejos y recuerdos a mi vida, amigos que hoy en día siguen conmigo y hoy están presente en este momento importante en mi vida, gracias por ser mi segunda familia, por ser hermanos y amigos, por nunca dejarme sola, por estar hoy.

A la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí que me acogió como estudiante, por darme la mejor etapa de mi vida, a los docentes de la carrera de turismo que pacientemente compartieron sus conocimientos y experiencias.

De manera especial a la Ing. Leidy Cevallos Barberan Mg, por su valioso tiempo, sus asesoría y orientación oportuna para la elaboración de la presente investigación, sin lugar a duda ser un pilar fundamental para lograr culminar este proceso.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación es dedicado en primer lugar a Dios por darme la oportunidad de vivir y bendecirme todos los días de vida.

En segundo lugar, a mis padres, Trinidad Demera y Víctor Zambrano, que hicieron todo lo posible por llegar a este momento, por apoyarme y alentarme todos los días a seguir adelante, por haberme dado la educación adecuada en valores y conocimientos, por ser mi pilar fundamental, por ser buenos padres y amigos, sin ellos no sería quien soy.

A mis hermanos por creer siempre en mí, por ser un apoyo fundamental por y estar para mí, por su consejos y palabra de aliento.

Me lo dedico a mí misma, por no dejarme vencer, por luchar a diario por mis necesidades y sueños, que a pesar de las circunstancias y momentos malos jamás de desvanecido o rendido, por llegar hasta este momento y lograr salir adelante y lanzarme al mundo sin miedo, por atreverme a cosas que talvez otros no logran hacer.

“Piensa, sueña, cree y atrévete” - Walt Disney

RESUMEN

El turismo MICE se caracteriza por ser una actividad que consiste en el desarrollo de congresos, reuniones, convenciones y demás. Este proyecto de investigación consiste en analizar el turismo de reuniones en el cantón Manta, provincia de Manabí. En cuanto a la metodología, el diseño es cuantitativo, la investigación es de carácter descriptiva. Haciendo énfasis en los métodos, fueron utilizados el analítico-sintético y también se hizo uso de la técnica de la encuesta. Se aplicó un cuestionario de encuesta aplicado a los 95 dueños/representantes de establecimientos prestadores de servicios turísticos del cantón Manta. Entre los resultados se muestra que el turismo MICE en el cantón Manta se encuentra en un proceso de recuperación, luego de la pandemia COVID-19. Su reactivación total dependerá de la capacidad de resiliencia de los prestadores de servicios turísticos y de las medidas que se implementen para atraer nuevamente a los turistas. Con relación a los servicios turísticos, el alojamiento y el personal de servicios reciben una buena calificación, a diferencia de la restauración, señaléticas, accesibilidad, conectividad y transporte. En dicho contexto, se orienta a los gestores turísticos a trabajar de manera concatenada con el sector privado y así solucionar los aspectos que no permiten el desarrollo del cantón Manta respecto al sector MICE. Al finalizar se elaboran un conjunto de estrategias que aporten al crecimiento de esta actividad turística, entre las principales acciones se destacan: Planificar reuniones y congresos con ponentes internacionales, capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos, conversatorios entre representantes públicos-privados, entre otros.

Palabras clave: Turismo, Turismo MICE, pandemia COVID-19 y estrategias de reactivación.

ABSTRACT

MICE tourism is characterized by being an activity that consists of the development of congresses, meetings, conventions and others. This research project consists of analyzing meeting tourism in the Manta canton, Manabí province. Regarding the methodology, the design is quantitative, the research is descriptive. Emphasizing the methods, the analytical-synthetic method was used and the survey technique was also used. A survey questionnaire was applied to the 95 owners/representatives of establishments that provide tourist services in the Manta canton. Among the results it is shown that MICE tourism in the Manta canton is in a recovery process, after the COVID-19 pandemic. Its full reactivation will depend on the resilience of tourism service providers and the measures implemented to attract tourists again. Regarding tourist services, accommodation and service personnel receive a good rating, unlike catering, signage, accessibility, connectivity and transportation. In this context, tourism managers are oriented to work in a concatenated manner with the private sector and thus solve the aspects that do not allow the development of the Manta canton with respect to the MICE sector. At the end, a set of strategies that contribute to the growth of this tourist activity are elaborated, among the main actions are: Planning meetings and congresses with international speakers, training for tourism service providers, conversations between public-private representatives, among others.

Keywords: Tourism, MICE Tourism, COVID-19 pandemic and reactivation strategies.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	III
DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	VII
ABSTRACT.....	VIII
INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema.....	3
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos	4
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	6
1.1 Turismo.....	6
1.2 Turismo MICE	8
1.3 Eventos híbridos: Sector MICE	12
1.2.1 Turismo MICE en Ecuador.....	13
1.2.2 Turismo MICE en Manta	14
1.4 Cadena de valor.....	15
1.5 Desarrollo económico	17
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	¡Error! Marcador no definido.
2.1 Diseño de investigación	¡Error! Marcador no definido.
2.2 Tipo de investigación.....	¡Error! Marcador no definido.
2.3 Métodos de investigación	¡Error! Marcador no definido.
2.4 Técnicas de investigación	¡Error! Marcador no definido.

2.5 Instrumentos.....	¡Error! Marcador no definido.
2.6 Población y muestra.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
3.1 Resultados de la encuesta aplicada	26
3.2 Diseño de estrategias.....	31
CONCLUSIONES	32
RECOMENDACIONES.....	33
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Hilo conductor	6
Figura 2. Cadena Turismo MICE.....	17
Figura 3. Sector de servicios	26
Figura 4. Competencia MICE - Manta	27
Figura 5. Servicios turísticos.....	28
Figura 6. Implementación de estrategias	¡Error! Marcador no definido.
Figura 7. Estrategias propuestas	¡Error! Marcador no definido.
Figura 8. Desarrollo del cantón Manta	¡Error! Marcador no definido.
Figura 9. Actores involucrados	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Complementos del turismo MICE</i>	10
Tabla 2. <i>Clasificación del turismo MICE</i>	10
Tabla 3. <i>Tendencias en el Turismo MICE</i>	12
Tabla 4. <i>Cuestionario de encuesta</i>	23
Tabla 5. <i>Estrategias</i>	31

INTRODUCCIÓN

Según la OMT, (2019) el turismo es una actividad considerada como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. En este contexto Shaddi et al., (2017) manifiestan que a raíz del desarrollo global han surgido otras motivaciones, originándose con ello, diversos tipos de turismo, algunos relacionados con el turismo tradicional, y otros, basados en actuales tendencias y necesidades del consumidor, como el turismo de salud, étnico, de reuniones, de lujo, por mencionar nuevas variantes.

Desde luego, la globalización y el crecimiento poblacional son aspectos a tomar en consideración por parte de los prestadores de servicios turísticos, con la finalidad de diseñar nuevas ofertas destinadas a satisfacer las necesidades de turistas y visitantes. A efectos de lograr esta premisa se requiere de un análisis profundo acerca de las nuevas motivaciones, deseos y exigencias de los clientes.

El turismo de negocios es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias (OMT, 2019).

MICE es la industria de organización de eventos o turismo de negocios. Esta industria ha evolucionado y se ha adaptado a los requerimientos y demandas de un mercado cada vez más exigente. Es tal su adaptación que actualmente existen empresas que se encargan de todo lo inherente a la estructuración y puesta en marcha de reuniones o convenciones con la finalidad de

evitar o minimizar cualquier contratiempo antes, durante y después del evento (Quito Turismo, 2020).

En este contexto, se menciona al Convention Bureau como una herramienta básica en el desarrollo profesional y empresarial de la ciudad si se gestiona desde un enfoque transversal para toda la economía. El objetivo de la captación de congresos y reuniones debe ser potenciar el conocimiento de aquellos sectores definidos como estratégicos, ayudando a mejorar su competitividad internacional (Cruz, Hernández y Padrón, 2020).

A nivel mundial distintas ciudades han apostado por invertir en el turismo de eventos y convenciones para crecer en la industria de viaje, existen miles de eventos internacionales que han hecho evolucionar a los destinos con nuevas alternativas y beneficios para los países. Este turismo no convencional, involucra a una cadena de valor importante que favorece a las comunidades receptoras (García, 2019).

La nueva realidad ocasionada por la aparición del virus COVID-19 ha incidido en la paralización total de muchas industrias. En el caso específico del turismo, se disminuyeron considerablemente los desplazamientos de personas tanto dentro del país como fuera de este, aquello también ha perjudicado al segmento MICE, debido principalmente a la cancelación de innumerables eventos para prevenir la expansión y contagio de este virus (Valencia y Basurto, 2020).

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).

La provincia Manabí es uno de los puntos más productivos, que integra elementos naturales, culturales y humanos en un contexto productivo. Cabe indicar que a pesar de todas sus potencialidades el turismo en Manabí, es incipiente, no se aprovechan todas las bondades que brindan la naturaleza, la diversidad cultural y la gastronomía. De acuerdo con Arroyo (2018) algunas limitaciones de los destinos turísticos ubicados en esta provincia son: carencia de servicios básicos, indispensables para el desarrollo; el incremento de negocios de comida, ambulante y sin control, que ocasionan contaminación y destrucción de espacios naturales, entre otros.

En efecto, el territorio manabita se caracteriza por sus diferentes actividades agrícolas y ganaderas, aunque el turismo ha venido ganando adquiriendo un rol protagónico en los cantones de esta provincia. La práctica turística genera nuevas oportunidades de empleo a los residentes locales, mejorando así sus condiciones de vida. No obstante, se solicita de un trabajo articulado entre los sectores públicos y privados con el objetivo de elaborar nuevas propuestas de servicios turísticos para atraer más visitantes, aprovechando la gran variedad de recursos naturales y culturales que poseen estos lugares.

Planteamiento del problema

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. Al no poseer un Bureau de convenciones que se encargue de la logística necesaria para la captación de eventos de la ciudad, los encargados directos son los representantes gubernamentales del GAD de Manta (Hernández y Salto, 2021).

El cantón Manta posee varias ofertas de actividades turísticas, entre las que se destacan el turismo de reuniones y eventos. La ciudad se ha ido preparando para recibir a los turistas de

esta segmentación, para lo cual ha realizado mejoras en sus ejes viales, ha incrementado la infraestructura hotelera y también se ha trabajado en mejorar la conectividad, accesibilidad y demás. Desde luego, estas acciones le han significado un gran aporte a la localidad con miras a ser considerada como un destino de turismo de eventos. No obstante, a raíz de la pandemia COVID-19, esta actividad se vio mermada generando muchas pérdidas al sector.

En este contexto, se formula la siguiente *problemática de investigación*:

¿Podría considerarse el turismo MICE como una alternativa para el desarrollo socioeconómico del cantón Manta?

Referente al *objetivo de la investigación* este consiste en realizar un análisis exploratorio sobre la actualidad del turismo MICE en el destino Manta, y cuáles podrían ser las estrategias por desarrollarse para que Manta pueda ser catalogado como un destino de reuniones

La **variable dependiente** es la segmentación del turismo MICE y la **variable independiente** es la aplicabilidad el turismo MICE en el sector Manta.

En correspondencia, se citan los siguientes objetivos generales y específicos.

Objetivo general

Diagnosticar la situación actual del turismo MICE y su aporte al crecimiento económico del cantón Manta.

Objetivos específicos

1. Identificar la teoría, características, componentes y ofertas del turismo MICE.
- 2.- Determinar la aplicabilidad del Turismo MICE como una oportunidad para el desarrollo del destino: caso Manta.
3. Diseñar estrategias que aporten al crecimiento del turismo MICE en el cantón Manta.

La importancia de la investigación radica en realizar un análisis acerca de las características y componentes del turismo MICE y la actualidad de este en el cantón Manta.

Respecto a la metodología, el enfoque es mixto cuanti-cualitativo, el tipo es de carácter descriptivo y los métodos utilizados son el analítico-sintético e inductivo-deductivo. Las técnicas para recopilar información son: encuesta y revisión bibliográfica. El instrumento es el cuestionario, también se considera la muestra y la validez del instrumento.

El proyecto se desarrolla en tres capítulos. En el **Marco Teórico** se consultan los contenidos vinculados con el Turismo MICE, mientras que en el **Diseño Metodológico** se disciernen el tipo de investigación, los métodos, técnicas, instrumentos y herramientas de recopilación de información. En los **Resultados y Discusión** se efectúa la interpretación de los datos y luego se redacta las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Este capítulo consiste en la búsqueda de información en fuentes bibliográficas en torno a la segmentación del turismo MICE y sus respectivas características. El hilo conductor se muestra en la siguiente figura 1.

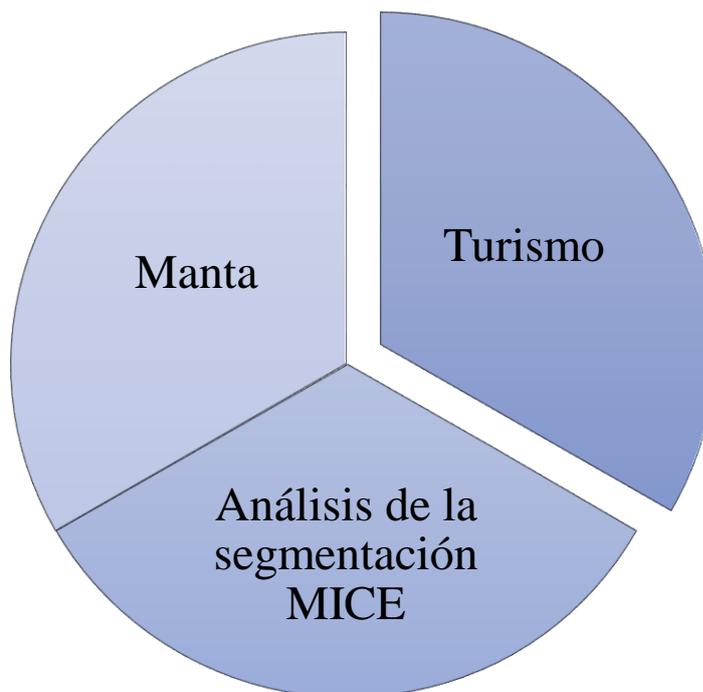


Figura 1. Hilo conductor

Fuente: Elaboración propia

1.1 Turismo

El turismo es la actividad actualmente se ha convertido en una fuente de ingresos para pueblos o países en desarrollo, ya que aprovechan sus recursos para ofertarlos a los visitantes y generar un círculo de consumo de los servicios existentes en los destinos. Para ello existe la necesidad de investigar y estudiar la actividad turística para conocer el comportamiento de los lugares y de las personas que lo visitan (Duarte, 2016).

Las proyecciones mundiales en materia de turismo indican que es un sector en constante crecimiento, no obstante, dicha evolución también implica el surgimiento de nuevas exigencias por parte de la población turística. En este sentido, los prestadores de servicios deben innovar su oferta para estar a la altura de las nuevas expectativas del mercado.

En este orden de ideas Melese y Belda, (2021) sostienen que la actividad turística es una combinación del uso de productos turísticos como transporte, alojamiento, infraestructura, atracciones y servicios de apoyo para formar una industria. Dichas atracciones turísticas forman parte de los recursos básicos y son una de las principales razones por las que los turistas visitan un destino un destino.

Fundamentado en lo anterior, la autora indica que la actividad turística constituye un factor elemental en la economía de los países. Los ingresos de divisas se producen por medio del gasto realizado por los turistas en los destinos, ya sea en consumo de alimentos o bebidas, hospedaje, alquiler de servicios turísticos, transportación y demás. Los principales beneficiados son los habitantes de las comunidades receptoras y también los prestadores de servicios turísticos.

El sector turístico tiene grandes afectaciones económicas por efecto de la pandemia COVID-19, es así como las cifras rompieron todo esquema de proyección previsto a inicios de la emergencia sanitaria. Con datos tomados de la de la página del SRI con fecha 08 de abril de 2021, se ha podido establecer de acuerdo con las actividades turísticas que las ventas en general se ubicaron en USD 5.588,9 millones mientras que durante el 2020 fueron de USD 2.834,1 millones. Esto conlleva a una pérdida de USD 2.754,8 millones con un porcentaje de disminución del 49,3% (Mintur, 2020).

Con base a los datos expuestos, se determina que la pandemia COVID-19 provocó el estancamiento de la actividad turística a nivel mundial y al mismo tiempo ocasionó muchas

pérdidas económicas a las empresas que prestaban servicios en este sector. La reactivación como tal ocurre de manera paulatina, y acciones como las campañas de vacunación y los protocolos de bioseguridad son vitales para el retorno a esta práctica en los destinos.

En este contexto, el Ecuador también basa su economía en la actividad turística, por lo que también resultó afectada por este contexto pandémico. Las autoridades gubernamentales hicieron todo lo posible por adquirir las vacunas contra el COVID-19, de tal manera que se proteja a la población ecuatoriana y se reduzcan los niveles de contagio. Esto sin lugar a duda aporta a la recuperación de todos los sectores, incluido el turismo.

1.2 Turismo MICE

Con la evolución natural del turismo en general se comenzó a dar paso a nuevas modalidades de turismo y una de las más importantes por su volumen y aporte de divisas a los países, ha sido el Turismo de Reuniones o de Negocios, mejor conocido por sus siglas en inglés como MICE Meetings, Incentives, Conferencies, and Exhibiciones (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones), posicionándose este sector en los últimos años como uno de los principales generadores de inversión, empleo y desarrollo para muchos países (Asociación de Estados del Caribe, 2017).

En este contexto, el turismo MICE aparece como una nueva propuesta basada en los viajes por motivos de congresos, exposiciones, reuniones y demás eventos de estas características. Con base a esto, los gestores locales deben trabajar en los acondicionamientos de la ciudad, mejorando la infraestructura, servicios básicos, vías alternas y secundarias, conectividad, accesibilidad, entre otros aspectos necesarios para el desarrollo de esta actividad.

Los viajes por motivos de negocios es un sector importante para el turismo, esto implica la asistencia de los turistas a congresos, conferencias, exposiciones, eventos y viajes corporativos

de negocios. Muchos países se han dado cuenta de la importancia de esta modalidad de turismo y por lo tanto han empezado a organizar, promocionar y realizar estas actividades (Trišić y Arsenov, 2018).

En contraste a lo anterior, Xu, Ruhanen y Solnet, (2020) sostienen que el desarrollo del turismo MICE inevitablemente traerá un cierto grado de impactos negativos, como la falta de planificación científica, el lanzamiento a ciegas de la construcción, lo que resulta en desperdicio de recursos, contaminación ambiental, destrucción del paisaje, una gran cantidad de recursos ociosos y competencia hostil, que traerá cargas a la gestión urbana y protección del medio ambiente.

Desde luego, la inversión privada también juega un papel determinante en el desarrollo de esta actividad MICE en los destinos, ya que son los encargados de gestionar la construcción de los establecimientos en los cuales se llevan a cabo estas actividades. En esta infraestructura se destacan los centros de convenciones, hoteles de lujo y demás.

El Turismo de negocios o también llamado de reuniones MICE (Meeting, Incentives, Conventions and Exhibitions) o en español Turismo de Reuniones, incentivos, convenciones y exhibiciones, es uno de los más beneficiosos del mundo; por causar la movilización turística de grupos a diferentes destinos, con una planificación anticipada y un objetivo definido (ICCA, 2017).

El turismo de negocios y convenciones está en pleno auge siendo un valor añadido para las empresas del sector. Este tipo de turismo no tiene solo repercusión en los hoteles o lugares donde se lleva a cabo, sino que repercute en la vida turística de las ciudades o regiones donde se realiza (Vázquez, 2019). El turismo MICE es una industria multifacética, sus actividades requieren, en mayor o menor medida, muchos actores diferentes:

Tabla 1. Complementos del turismo MICE

*	Complementos
A	Transporte internacional y nacional
B	Alojamiento
C	Provisión de oportunidades de gira antes y después de la conferencia
D	Lugares específicos: centros y hoteles construidos específicamente
E	Los servicios de organizadores profesionales de conferencias y exposiciones
F	Servicios de catering
G	Programas sociales para delegados y participantes
H	Soporte técnico especializado como servicios audiovisuales
I	Instalaciones de exhibición de productos.

Fuente: Elaboración propia a partir de Joanne Jung-Eun Yoo, (2015)

La importancia de este segmento de mercado turístico se hace evidente cuando se comparará el gasto promedio de un viajero en un evento de turismo de reuniones, con respecto al de turismo de sol y playa, siendo cada vez más marcada la diferencia a favor del primero. En el caso de un congreso internacional, el gasto promedio se ha determinado que es de 560 dólares por día (Castro, González y Maldonado, 2017).

Clasificación de lo que comprende el turismo MICE

Tabla 2. Clasificación del turismo MICE

#	Clasificación	Descripción
1	Convenciones y Reuniones Corporativas o de Negocios	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.
2	Congresos de Asociaciones	Se definen como aquellas reuniones profesionales que tienen por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional o académico en torno a un tema de interés. La iniciativa de realizar congresos puede ser gremiales o institucionales, la convocatoria es abierta y la participación a ellos es de manera voluntaria.
3	Ferias y Exposiciones Comerciales	Son exhibiciones públicas que organizan profesionalmente las empresas, asociaciones o individuos, cuya finalidad es la venta de productos o servicios de un sector determinado de la economía.
4	Viajes de Incentivo	Es una estrategia moderna gerencial, utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común; actualmente la creciente competencia del mercado, obliga a que las empresas ideen nuevas formas de recompensar tanto a sus empleados más productivos como a los clientes que más beneficio reportan; el viaje incentivo ha sido aplicado por muchas empresas para comunicar ciertos planes de estrategias comerciales en un ambiente relajado, dejando atrás la habitual sala de reuniones.
5	Otras Reuniones	Así mismo el MICE no solo beneficia directamente a los empresarios turísticos que han sido contratados para atender los eventos de negocios; sino también beneficia a otros sectores tales como alojamiento, agencias de viajes, empresas de transportes, restaurantes, tiendas entre otros.

Nota: Elaboración propia a partir de Asociación de Estados del Caribe, Turismo de Reuniones: Conceptualización y Visión Regional, (2017)

Tendencias en el Turismo MICE

Tabla 3. Tendencias en el Turismo MICE

#	Tendencias	Descripción
1	Reuniones de Negocios	Serán las primeras en recuperarse, mayoritariamente corporativas y de menor magnitud, inicialmente en modalidad híbrida, para después retomar la modalidad presencial.
2	Viajes de incentivo	Se considerarán viajes creativos, innovadores, con impacto social. Foco en destinos no masivos, con poco nivel de contagio, destinos seguros, saludables, sostenibles.
3	Congresos y convenciones	Los primeros congresos en reactivarse serán aquellos relacionados con las industrias médicas y farmacéuticas, con miras a eventos híbridos (último trimestre año 2021) y eventos presenciales, a partir del año 2022.
4	Ferias y exhibiciones	Se realizarán versiones reducidas en participantes, así como también versiones digitales.

Nota: Elaboración propia a partir del Gobierno Regional de Atacama, (2020)

La reactivación será primero en eventos locales (dentro de una misma ciudad), nacionales (entre ciudades) y posteriormente internacionales (entre países). Las medidas sanitarias y los protocolos de salud serán fundamentales, el pasaporte sanitario digital cobrará real importancia al momento de viajar, la propagación de la vacuna será la pieza clave al momento de reactivar los eventos, y por último los eventos MICE con alto poder de organización y trazabilidad (Gobierno Regional de Atacama, 2020)

1.3 Eventos híbridos: Sector MICE

Un evento híbrido es aquel que tiene lugar en un espacio físico, pero al que también asiste la audiencia en línea. Algunas de las ventajas de esta modalidad –del mismo modo que pasa con

los virtuales– son: Llegar a audiencias mucho más amplias, ya que no se obliga a los asistentes a desplazarse a un sitio concreto, una mayor sostenibilidad, reducción de costos, mayor trazabilidad del comportamiento de los asistentes y el “feedback” en tiempo real, mayor perdurabilidad del contenido, que puede quedar registrado y disponible en línea (Estanyol, 2021).

Desde el punto de vista de la autora es evidente que el mundo ha cambiado drásticamente su paradigma a raíz de la pandemia COVID-19. En tal sentido, los organizadores de estas actividades han optado por diseñar nuevas ofertas durante este contexto. Es allí donde se da surgimiento a los eventos híbridos, los cuales se pueden realizar de forma online, dando mayor cabida al público, diferenciándose de los eventos presenciales ya que contaban con un aforo limitado. Además, dichos contenidos quedan guardados en los portales de internet a web, de tal manera que cualquier persona en distintos horarios puedan visualizar estas conferencias.

El sector MICE está muy relacionado con el intercambio de conocimiento, con la educación, el desarrollo industrial y tecnológico, el desarrollo intelectual de la comunidad local y del propio desarrollo económico de las ciudades. Más allá de su importante impacto económico y del empleo que generan, las reuniones son un elemento clave para el desarrollo de una economía del conocimiento, que permita un crecimiento sostenible basado en un desarrollo social y económico resiliente (Cruz, Hernández y Padrón, 2020).

1.2.1 Turismo MICE en Ecuador

El turismo en el Ecuador en los últimos años se ha convertido en un pilar fundamental para la economía del país, tanto por ser una fuente de ingresos de divisas, como por sus posibilidades de dinamizar otras actividades de la economía nacional. Como tal esta actividad ha logrado un desarrollo progresivo, con la oferta de actividades turísticas de calidad que le han permitido

mantenerse en el mercado, junto a otros estados que también han acogido al turismo como uno de sus activos económicos más importantes (Guerrero, 2019).

En este contexto, las ciudades ecuatorianas están realizando diversas acciones como fortalecer su infraestructura hotelera, capacitar al personal de servicios para que brinden un servicio de calidad y sobre todo creando nuevos paquetes de eventos turísticos para los turistas que acuden a estos territorios ya sean por motivos de actividades como reuniones y convenciones.

Ecuador es un país con formidable potencial para desplegar un mercado turístico heterogéneo y seductor. Como potencia turística, despliega desde hace tiempo acciones para insertarse en el importante segmento del turismo de eventos, prueba de lo cual es que Quito se colocó en el lugar No. 9 de Sudamérica por el número de eventos captados durante el 2017, de acuerdo con la International Congress & Convention Association (ICCA), Guayaquil y Cuenca, siguen en orden de importancia como destinos de turismo de negocios (Sandoval et al., 2019).

En este contexto, las autoridades nacionales están tratando de acondicionar las características de los destinos para la prestación de servicios MICE, para que de esta manera se brinden una atención de excelencia al público objeto que requiere de estos servicios.

1.2.2 Turismo MICE en Manta

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 (Hernández y Salto, 2021).

El segmento del turismo de reuniones está en pleno auge, por lo cual el cantón Manta se ha visto en la imperiosa necesidad de mejorar la conectividad, accesibilidad, servicios básicos, construir hoteles o salas de eventos y por supuesto crear ofertas turísticas innovadoras que le permitan estar a la altura de la competencia y obviamente de las exigencias de los turistas.

En este contexto Cruz, Hernández y Padrón, (2020) indican que las ciudades deben tener como objetivo estratégico el desarrollo de una planificación global y transversal que les permita atraer conocimiento, inversiones, talento y negocio para conseguir un desarrollo económico sostenible. Por su parte, las universidades y los centros educativos han de apoyar este proceso, adaptando sus programas y oferta educativa a las nuevas necesidades que van a tener los profesionales de esas industrias.

La preponderancia del sector MICE en la economía a nivel mundial ha ido escalando con el pasar del tiempo y más aún en los últimos años. Además, muestra la importancia de su operación en la generación de empleo, ya que con la actividad intervienen varios actores que forman parte fundamental en esta importante cadena de valor (Contreras, 2021).

1.4 Cadena de valor

Según la OMT, (2019) la cadena de valor del turismo es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos.

El crecimiento de los destinos depende en gran medida de la conjunción de los aspectos de la cadena de valor mencionados en el anterior párrafo. El cumplimiento de estos aporta significativamente a elevar la calidad del servicio ofertado por las comunidades receptoras en materia de turismo, generando también mayores beneficios a las localidades.

En este orden de ideas se determina que cadena de valor inicia por el diseño, seguido de la producción, el mercadeo, para finalizar con las etapas del consumo y el reciclaje. En este sentido, cada eslabón tiene un efecto directo en el siguiente. A veces, el impacto no necesariamente, es sobre un eslabón ni sobre el siguiente, sino que, puede tener consecuencias sobre varios componentes y en diverso orden. Para el caso específico del mercadeo, del consumo y reciclaje, tienen estos un alto volumen de impacto sobre el diseño y sobre el desarrollo del producto, convirtiéndolas en variables núcleo de la cadena (Benavides, 2019).

Los países deben tomar en cuenta la necesidad de contar con la adecuada infraestructura para poder absorber todas las actividades que implican eventos como los congresos, convenciones etc., tanto a nivel de espacios, alojamiento adecuado, servicios de alimentación, transportes, comunicación y buenas conexiones, así como también atractivos culturales de ocio, gastronomía, moda o naturaleza; siendo estos buenos incentivos para atraer a este tipo de turismo que además permite mostrar los diferentes destinos de los países (Asociación de Estados del Caribe, 2017).

La cadena de valor del turismo MICE se estructura por los hoteles, los medios de transportes, las atracciones y las instalaciones de equipos e infraestructura (figura 2).



Figura 2. Cadena Turismo MICE

Fuente: Asociación de Estados del Caribe, (2017).

1.5 Desarrollo económico

El desarrollo local constituye una de las temáticas de estudio y análisis más notables en el escenario del desarrollo del presente siglo, así como la imagen del agente de desarrollo local como potenciador de estos procesos, temática que está obteniendo gran importancia y significación, sobre todo en el sector del turismo (Cajas, 2015).

A nivel mundial, todos los países en desarrollo son ambiciosos para adoptar niveles de vida más elevados. Hay una serie de factores que ayudan a acelerar el crecimiento económico, buscando así el camino hacia la prosperidad. Cabe destacar que esto no forma parte de un fenómeno espontáneo que se produce al azar, es decir que para conseguirlo se requiere de un

trabajo articulado por parte de los gestores públicos y representantes de las empresas privadas (Azam et al., 2022). El crecimiento de los destinos depende en gran proporción de la gestión de las autoridades locales y también de los representantes del sector privado. Ambos entes deben organizarse y buscar soluciones a las problemáticas que poseen las comunidades receptoras, de esta manera se alcanzarán las metas y objetivos planificados.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Diseño de investigación

Los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurado (el proceso) y se debe tener presente que las decisiones críticas sobre el método se toman antes de recolectar los datos. Mientras que el cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). En este proyecto el enfoque es mixto cuanti-cualitativo, como tal se emplea el uso de técnicas como la encuesta y entrevista para la recopilación de información y luego se efectúa la interpretación de los datos estadísticos.

2.2 Tipo de investigación

La investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad (Guevara, Verdesoto y Castro, 2020). En este proyecto se usa lo descriptivo para determinar las características del Turismo MICE.

2.3 Métodos de investigación

Se aplica el método analítico-sintético para estudiar los contenidos de manera general y luego determinar los aspectos más trascendentales para el proyecto. Mientras que el inductivo-deductivo para estudiar los aspectos desde lo general y llegar a lo particular.

2.4 Técnicas de investigación

Las técnicas usadas son las encuestas, esta se aplica a los actores del sector turístico (restaurantes, hoteles, transporte turístico, agencias de viajes) del cantón Manta. Por su parte, la entrevista es dirigida a los directivos que manejan la planificación local, entre los cuales están el director de turismo, miembros de Bureau, presidente de asociaciones y demás.

2.5 Técnica de recolección de datos

En esta investigación las técnicas de recolección de datos serán de fuente primaria y secundaria. (Hernandez, 2006). “los datos primarios son aquellos que un investigador reúne con el propósito específico de abordar el problema que enfrenta”. Los datos secundarios son aquellos que se reúnen con una finalidad diferente al problema en cuestión.

- Fuentes de información primaria: (CATASTRO TURISTICO)

Herramienta de recolección de datos

En la presente investigación se usarán diferentes tipos de métodos para lograr obtener la información la cual permita analizar los datos arrojados por las diferentes herramientas lo cual nos será útil a la hora de llegar al objetivo específico de nuestra investigación.

Las herramientas para la recolección de datos para esta investigación son el uso de encuestas y entrevistas físicas y digitales.

(Hurtado, 2012) señala que la encuesta es un instrumento basado en la interacción con otras personas o cuando la investigación forma parte de las experiencias de otras personas. Para esta investigación se usará esta herramienta con la finalidad de poner analizar la posibilidad del turismo MICE como una alternativa económica para la ciudad de Manta.

(Galindo, 1998) Menciona que la entrevista permite adquirir conocimientos mediante la interacción que se da en una conversación con el entrevistado. La presente entrevista tiene como objetivo poner analizar las opiniones de los representantes del sector turístico.

Universo-población

(López, 2004) en su investigación menciona que universo o población “es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación” el universo o también conocido como la población puede ser construida por diferentes tipos de factores los cuales son: personas, animales, registros médicos, nacimientos, las muestras de un laboratorio, los accidentes en las carreteras, etc.

Muestra

El método de muestreo a emplearse es el no probabilístico el cual comprende a seleccionar una parte de la población de forma aleatoria con el fin de poder obtener resultados más acertados y cercanos a la realidad de las preferencias a las personas. Por otra parte, existe el muestro por conveniencia el cual se basa en la toma de un porcentaje de la población de forma conveniente para el investigar ya sea por su ubicación o accesibilidad. El tamaño muestra se determina a partir de la población a la cual se le hará el cuestionario-

Para conocer la muestra se utilizó la siguiente formula

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

Z: nivel de la confianza del 91%

E: porcentaje de error 9%

P: probabilidad de éxito 50%

Q: probabilidad de fracaso 50%

Resumen catastro turístico 2022

ACTIVIDAD	CATEGORIAS	N°
ALOJAMIENTOS	HOTELES	36
	HOSTALES	76
	HOSTEERIAS	5
ESTABLECOMIENTOS COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURATES	172
	CAFETERIAS	38
	BARES	17
	DISCOTECAS	9
	SALA DE RECEPCIONES	22
	CENTRO DE COVENCIONES	1
	CENTRO DE RECREACIONES TURISTICAS	7
OPERADORES TURISTICOS	AGENCIAS DE VIAJES	40
	TRANSPORTE TERRESTRE TURISTICO	2
	SERVICIO DE CATERING	1
	TOTAL	426

Parametro	Valor
N	426
Z	1,96
p	50%
q	50%
e	9%

Tamano de la muestra			
n=	94,2268628		
n=	409,1304	=	94,2268628
	4,341972		

Tamaño de la muestra “n”: 94

2.5 Instrumentos

El instrumento empleado es el cuestionario, en este proyecto se utilizan dos, uno para la encuesta y el otro para la entrevista.

En el siguiente apartado se ubican los formatos de encuesta y entrevista (tabla 4 y 5):

En el siguiente apartado se ubican el formato de encuesta (tabla 4):

Tabla 4. Cuestionario de encuesta

<p>Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí</p> <p>Cuestionario de encuesta aplicado a los actores turísticos del cantón Manta</p> <p>El turismo de negocios es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. El siguiente cuestionario es aplicado con el objetivo de recopilar la opinión de los actores turísticos de la ciudad para reconocer la situación actual del turismo MICE en este destino y determinar la aplicabilidad del Turismo MICE como una oportunidad para desarrollo del destino caso Manta. Gracias de antemano por su colaboración.</p> <p>1. A qué sector de servicios pertenece.</p> <p>Restauración</p> <p>Hotelero</p> <p>Operación turística</p> <p>Transporte</p> <p>Otros</p> <p>2. ¿A cuál de las siguientes opciones corresponden las condiciones actuales del turismo MICE en el cantón?</p> <p>Excelente</p> <p>Buena</p> <p>Regular</p> <p>Deficiente</p>
--

3. ¿Usted considera que la ciudad de Manta se encuentra preparada para competir en el mercado del turismo MICE?

Completamente preparada

Preparada

Medianamente preparada

Poco preparada

4. Califique del 1al 5 la importancia de los servicios vinculados con la actividad turística en el fortalecimiento del segmento MICE. Considerando 1 el menos importante y el 5 el más importante.

	1	2	3	4	5
Restauración					
Alojamiento					
Señaléticas					
Accesibilidad					
Conectividad					
Preparación del personal del servicio					
Transporte					

5. ¿Conoce de la implementación de estrategias que hayan implementado el municipio de Manta para fortalecer el turismo MICE?

Completamente preparada

Preparada

Medianamente preparada

Poco preparada

6. Señale las estrategias que usted implementaría para aportar al crecimiento del turismo MICE en el cantón Manta.

Ampliar la oferta turística

Mejorar la infraestructura

Planificar y organizar eventos y convenciones

Mayor publicidad y difusión de los eventos

Mejorar accesibilidad internacional

Mejorar accesibilidad local

Otros

7. Considera usted que con el turismo MICE es la vía de desarrollo para el Cantón.

Completamente preparada

Preparada

Medianamente preparada

Poco preparada

8. ¿Quiénes deben trabajar en la planificación y ejecución de estrategias que sirvan de apoyo a la reactivación del turismo MICE?

Autoridades nacionales (ministerio de turismo)

GAD Manta

Inversión privada

Dueños de los establecimientos turísticos

Ciudadanos

Otros

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados de la encuesta aplicada

Se recopilaron un total de 94 respuestas, los resultados obtenidos se ubican en el siguiente apartado:

1. A qué sector de servicios pertenece

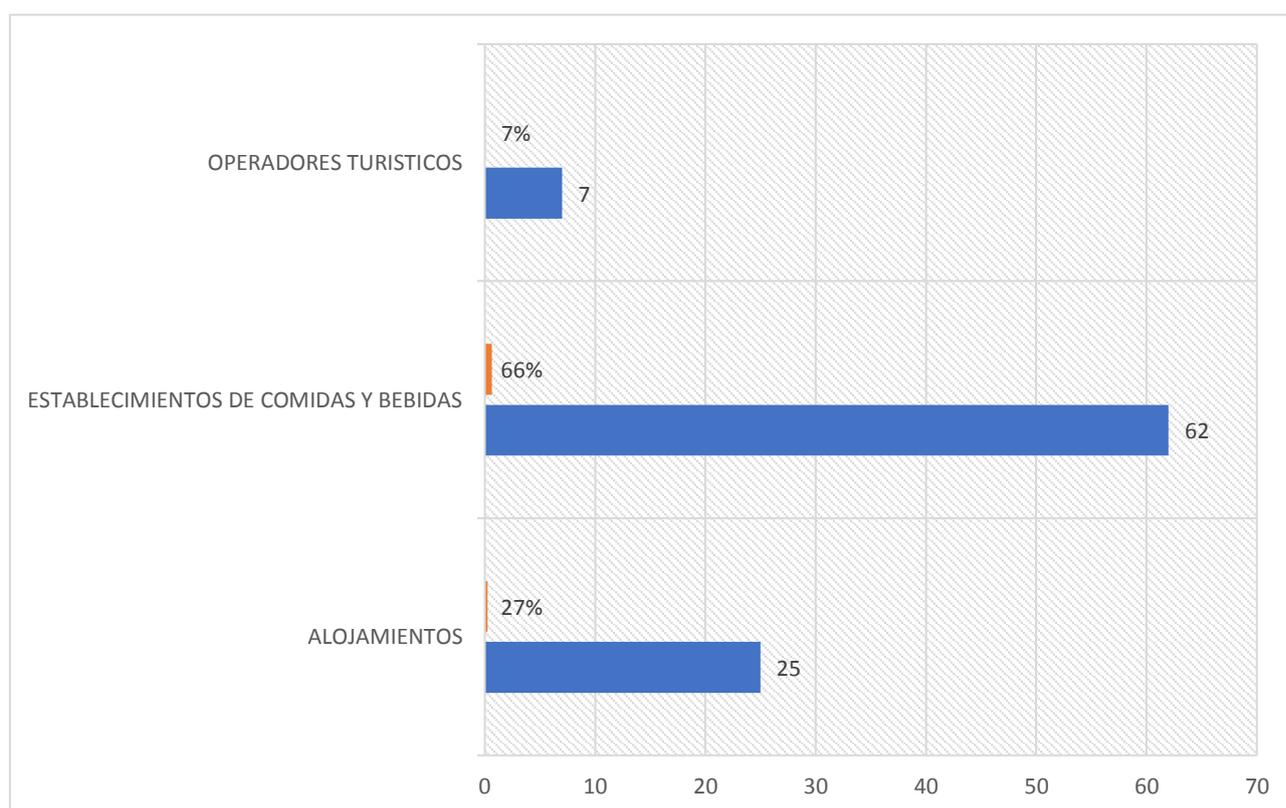
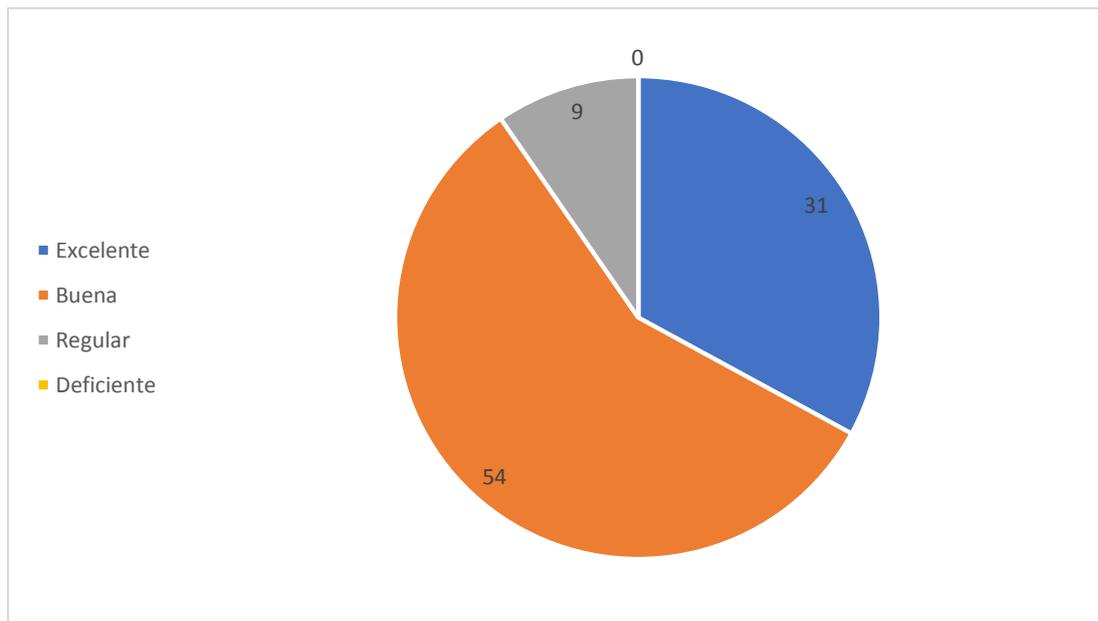


Figura 3. Sector de servicios

Fuente: Elaboración propia

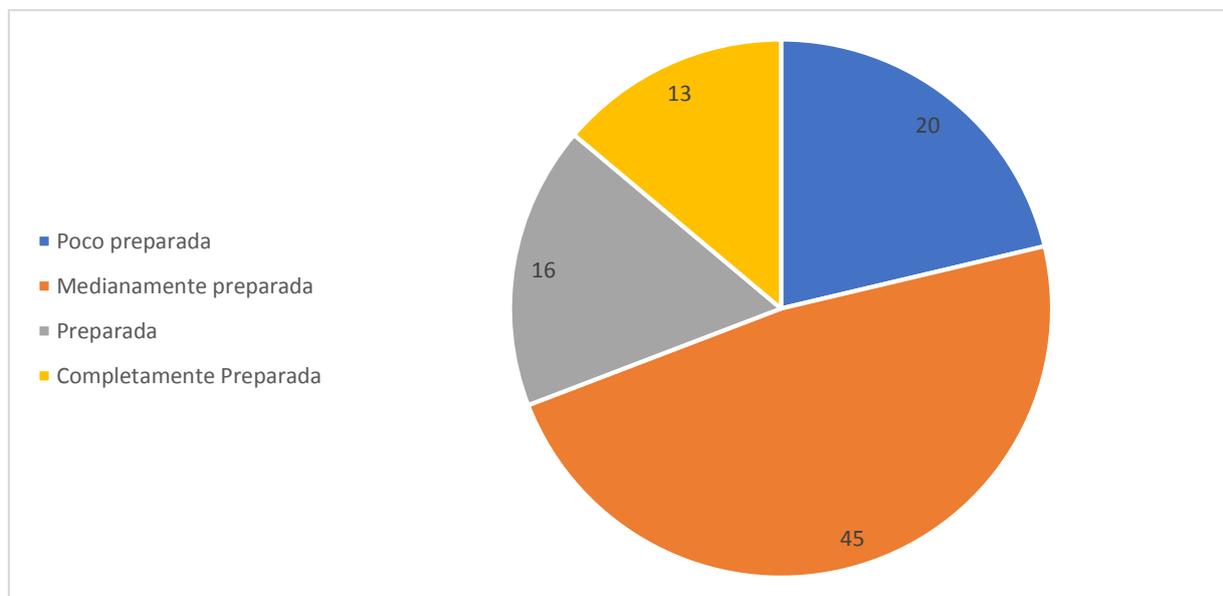
El 66% de las personas que respondieron este cuestionario de encuesta pertenece al sector de comidas y bebidas. Mientras que el 27% corresponde al sector de alojamiento y un 7% los operadores turísticos. Desde luego, es importante recabar las opiniones de distintas áreas ya que cada una posee características distintivas.

2. ¿A cuál de las siguientes opciones corresponden las condiciones actuales del turismo MICE en el cantón?



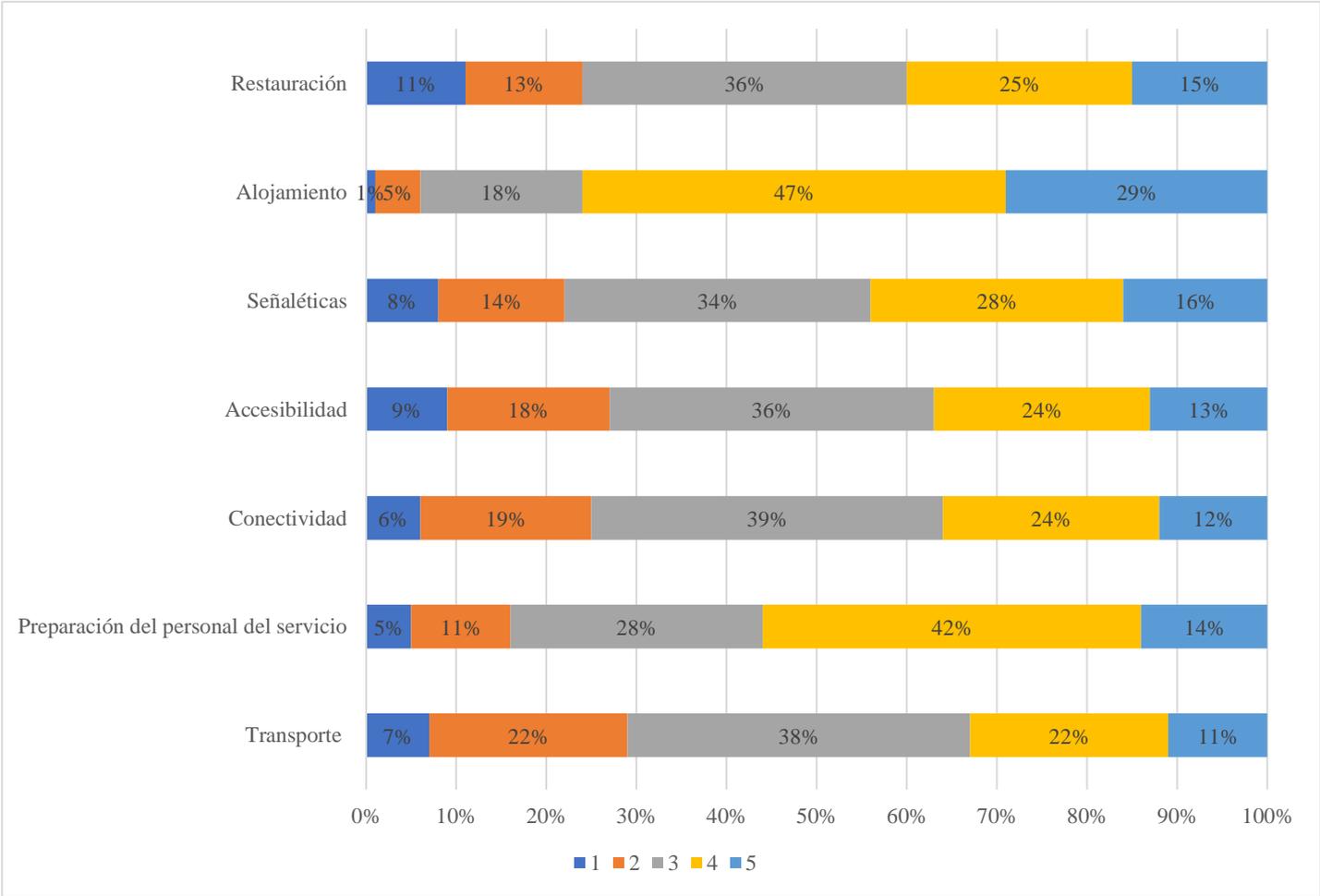
El 57% de la población opina que las condiciones actuales del turismo MICE en el cantón Manta es buena, el 33% de respondieron que las condiciones son excelentes y el 10% es regular.

3. ¿Usted considera que la ciudad de Manta se encuentra preparada para competir en el mercado del turismo MICE?



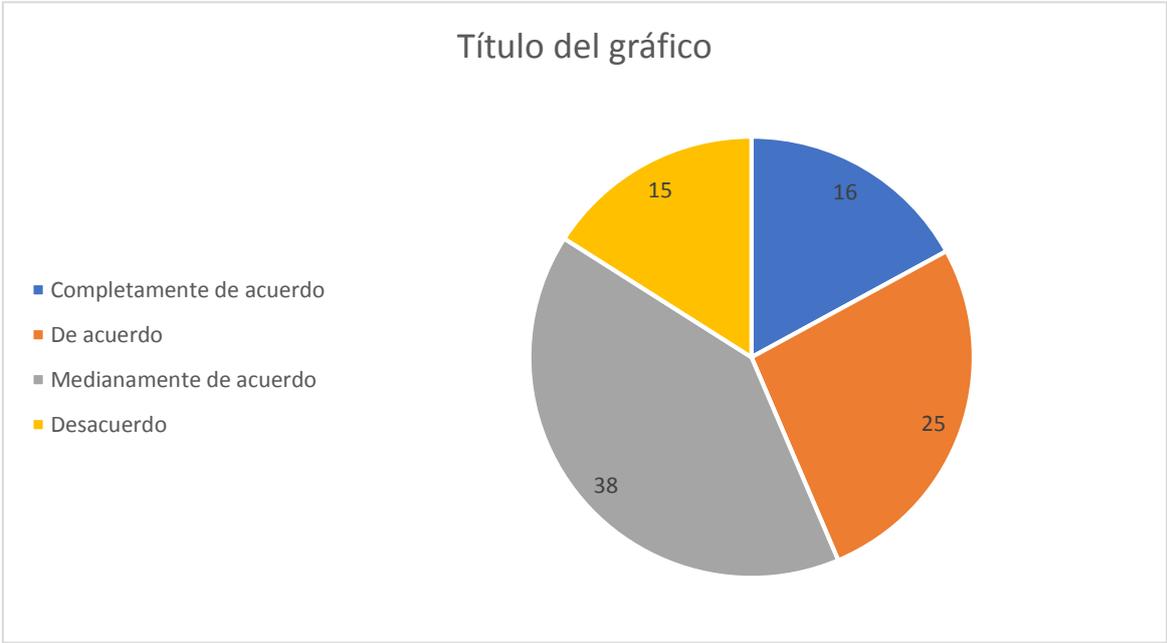
El 48% de los encuestados considera que la ciudad de Manta aún no se encuentra medianamente preparada para competir en el turismo MICE, esto ocurre a pesar de que se han realizado varias mejoras en cuanto a los servicios básicos y la construcción de vías principales y secundarias, modernización de la infraestructura hotelera y demás.

4. Califique del 1 a 5 la importancia de los servicios vinculados con la actividad turística en el fortalecimiento del segmento MICE. Considerando 1 el menos importante y el 5 el más importante



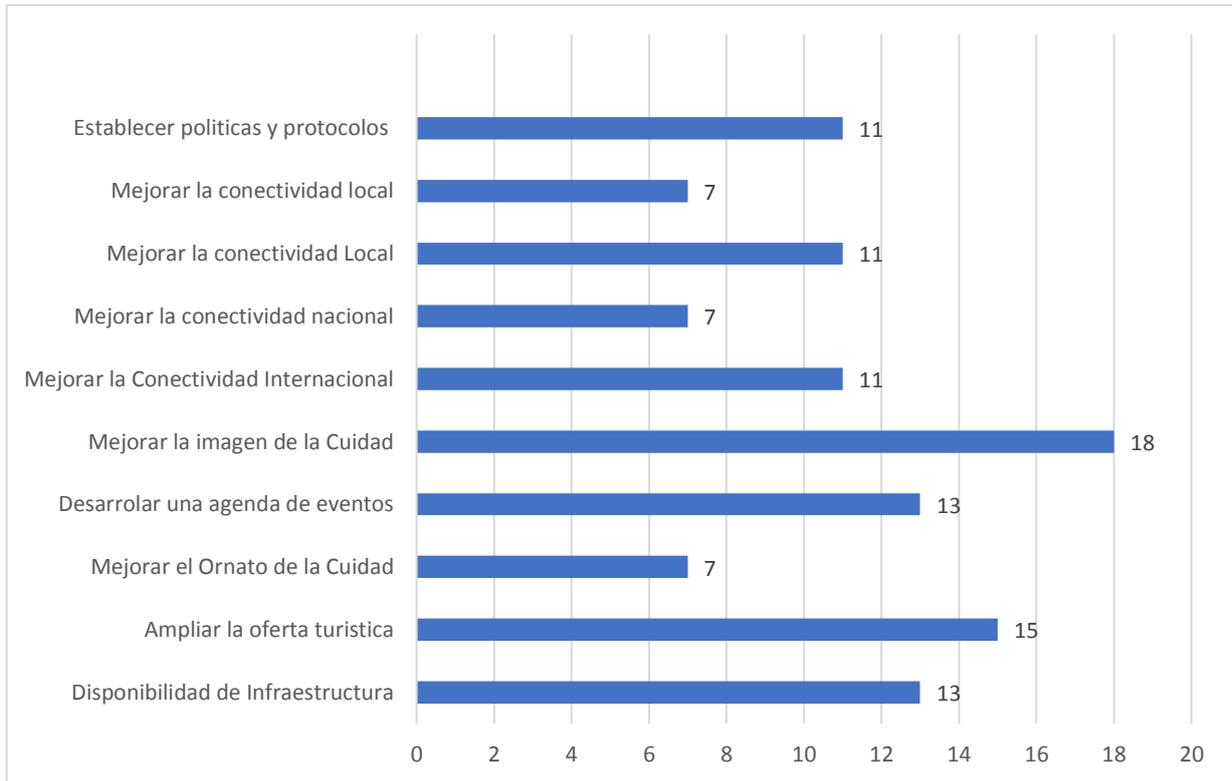
De acuerdo con las opiniones recabadas se denota que solo el alojamiento y el personal de servicios reciben la ponderación de 4. Mientras que la restauración, señaléticas, accesibilidad, conectividad y transporte son valorados con 3, por ende, no generan satisfacción total entre los consultados. En dicho contexto los gestores turísticos deben trabajar de forma integral con el sector privado y así solucionar los aspectos que no permiten el desarrollo del cantón Manta respecto al sector MICE.

5. ¿Conoce de estrategias que hayan implementado el municipio de Manta para fortalecer el turismo MICE?



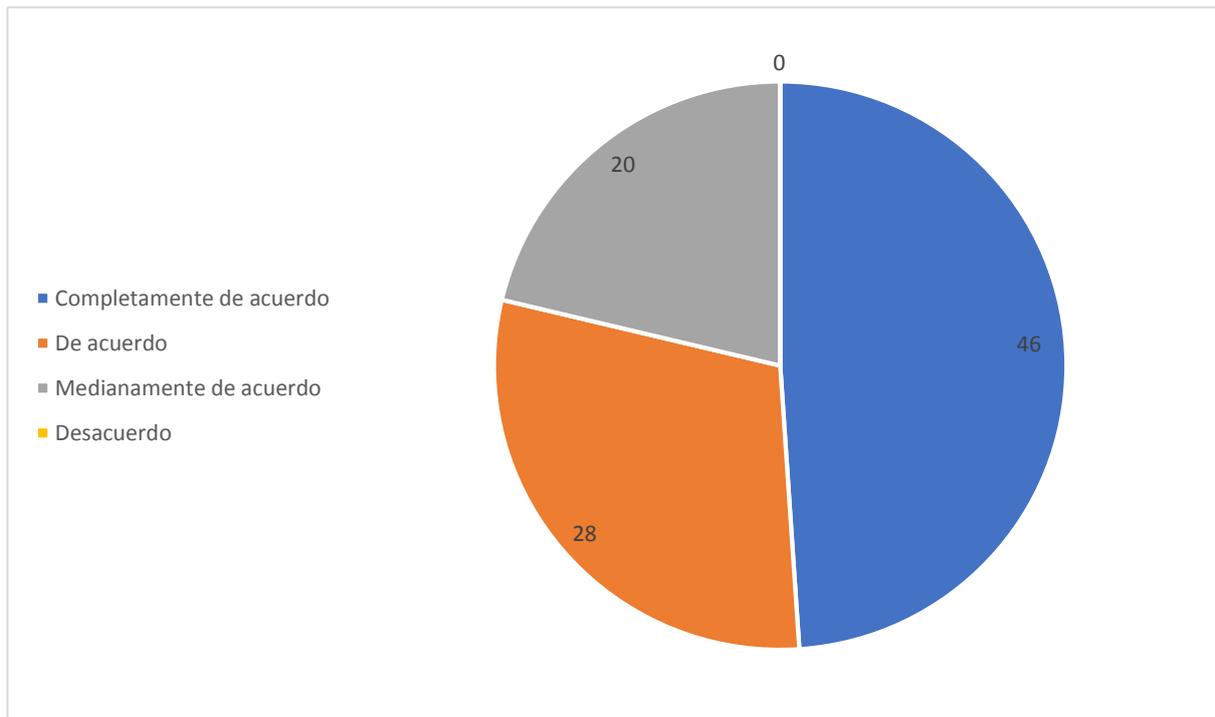
El 40% de la población conoce y está de acuerdo con las estrategias que el municipio de Manta está realizando para poder fortalecer el turismo MICE y lograr ser una de las ciudades sedes de Ecuador, sin embargo el 15% está en desacuerdo y no comparte el mismo pensamiento para el desarrollo de estrategias en las que se está trabajando

6. Señale las estrategias que usted implementaría para aportar al crecimiento del turismo MICE en el cantón Manta.



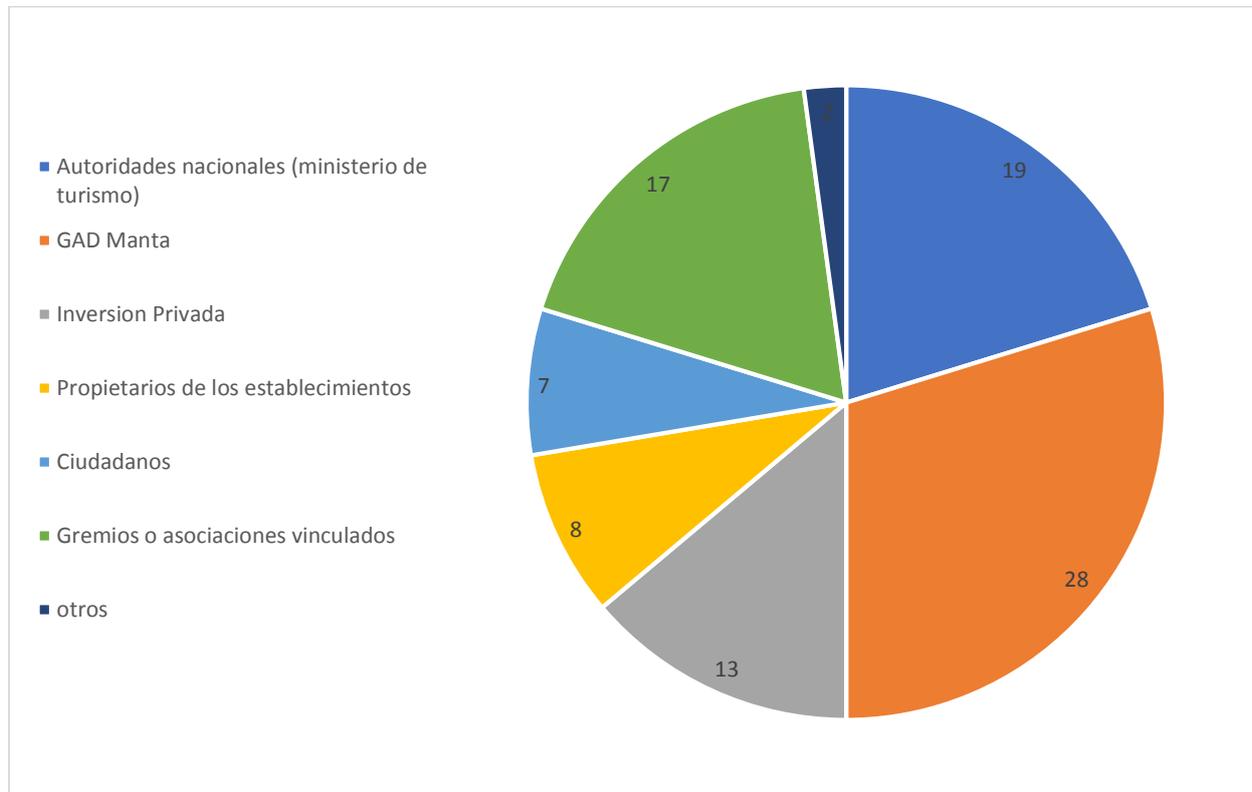
Los consultados resaltan como importante: mejorar el ornato de la cuidad, por consiguiente, mejorar la conectividad, sea local, nacional o internacional y a su vez ampliar la oferta turística, desarrollar una agenda de eventos que favorezcan y Manta un destino emergente.

7 ¿Considera usted que el turismo MICE es una alternativa para el desarrollo socioeconómico del cantón?



Con base a las opiniones vertidas por los encuestados, se evidencia que un 49% está completamente de acuerdo en que el turismo MICE si aporta en gran proporción para el desarrollo del cantón Manta y solo un 21% considera que no. En efecto, esta actividad contribuye al progreso de los destinos ya que se realizan mejoras en cuanto a servicios básicos y carreteras, además genera muchas plazas de empleo para los residentes, esto sin lugar a duda permite mejorar las condiciones de vida.

8. ¿Quiénes considera usted que deben trabajar en la planificación y ejecución de estrategias que sirvan de apoyo a la promoción del turismo MICE?



Respecto a los actores involucrados para trabajar en la planificación y ejecución de estrategias que sirvan de apoyo a la reactivación del turismo MICE, el 30% indica que los principales responsables son el GAD Manta, el 20% Autoridades nacionales, el 18% gremios o asociaciones vinculados, el 14% inversión privada y 9% c propietarios de los establecimientos. Sin embargo, debe existir un trabajo articulado entre los entes involucrados, donde se deje de lado los beneficios propios, y así lograr alcanzar las metas propuestas.

3.2 Diseño de estrategias

Los resultados de la investigación demuestran falencias en cuanto al desarrollo del turismo MICE en el cantón Manta, en dicho contexto, se diseñan un conjunto de estrategias:

Tabla 5. Estrategias

Actividades	Metas	Responsables	Tiempo	Recursos	Beneficiarios
Planificar reuniones y congresos con ponentes internacionales	Consolidar el Turismo MICE	GAD Manta Departamento de Turismo Inversión privada	Semestralmente	Económicos Tecnológicos Humanos	Personas dedicadas a la actividad del turismo MICE Población en general
Trabajar en la optimización de los servicios básicos y mejorar las vías de acceso al destino	Fortalecer la infraestructura local y los servicios básicos	GAD Manta Departamento de Turismo Inversión privada	Semestralmente	Económicos Tecnológicos Humanos	Personas dedicadas a la actividad del turismo MICE Población en general
Capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos	Actualización y adquisición de nuevos conocimientos para el personal de servicios	GAD Manta Departamento de Turismo Inversión privada	Trimestralmente	Económicos Tecnológicos Humanos	Personas dedicadas a la actividad del turismo MICE Población en general
Conversatorios entre los representantes de ambos sectores	Crear alianzas estratégicas entre el sector público y privado	GAD Manta Departamento de Turismo Inversión privada	Trimestralmente	Económicos Tecnológicos Humanos	Personas dedicadas a la actividad del turismo MICE Población en general
Crear contenido publicitario sobre la oferta del destino	Mayor atracción a la segmentación del turismo MICE	GAD Manta Departamento de Turismo Inversión privada	Semestralmente	Económicos Tecnológicos Humanos	Personas dedicadas a la actividad del turismo MICE Población en general

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

1. Se diagnosticó la situación actual del turismo MICE en Manta y se llegó a la conclusión que manta podría crecer económicamente gracias al aporte del turismo de negocios, sin embargo, hay que trabajar en ello, es decir, Manta se encuentra en una condición buena para competir en el mercado del turismo MICE, sin embargo, falta mejorar en el ornato de la Ciudad, en la conectividad Local, y capacitar al personal de servicio.
2. Analizamos las categorías y componentes que tiene para que Manta se convierta en un destino emergente en el segmento MICE, analizando cada una de sus clasificaciones, viajes por incentivos, congresos, asociaciones, convenciones y reuniones corporativas o de negocios, etc., de esta forma vimos las falencias que tiene el destino para poder competir en el mercado nacional e internacional
3. Al finalizar se elaboran un conjunto de estrategias que aporten al crecimiento del turismo MICE en el cantón Manta, entre las principales se destacan: Planificar reuniones y congresos con ponentes internacionales, capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos, conversatorios entre los representantes de ambos sectores, entre otros.

RECOMENDACIONES

1. El turismo MICE es una actividad que se encuentra en pleno auge, sin embargo, a raíz de la pandemia COVID-19 esta resultó muy afectada. Para lograr su recuperación es necesario que los destinos realicen una planificación que le permita competir en el mercado turístico, asimismo deben incorporar herramientas tecnológicas que ayuden a satisfacer las necesidades de la demanda actual y potencial.
2. Los resultados obtenidos demuestran ciertas debilidades respecto a los servicios turísticos en el cantón Manta, aspectos que no permiten el desarrollo total del turismo MICE. En vista de aquello es necesario que exista un trabajo articulado entre los representantes de los sectores públicos y privados, para que se diseñen estrategias que aporten a impulsar el crecimiento de esta actividad.
3. Los resultados obtenidos en esta investigación pueden ser utilizados en futuros estudios relacionados con el turismo MICE en el cantón Manta. Asimismo, las estrategias de reactivación turística pueden ser analizadas a profundidad por expertos en la materia para determinar su aplicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arroyo, M. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia de Manabí. *Revista electrónica Cooperación Universidad Sociedad.*, 3(1), 44-49.
- Asociación de Estados del Caribe. (2017). *Turismo de Reuniones: Conceptualización y Visión Regional*. Guatemala : Asociación de Estados del Caribe .
- Azam, M., Mahdiat, M., Hafeez, M., & Bakhtyar, B. (2022). Investigating the role of tourism in economic growth: empirical evidence from Pakistan. . *Polish Journal of Sport and Tourism* , 39-47.
- Benavides, F. (2019). Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas . *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(29), 1-12.
- Cajas, P. (2015). El turismo como alternativa para el desarrollo local. Organización y Ordenamiento Territorial del turismo en la Parroquia de San Antonio Pichincha . *Tesis para obtener el título de Maestría en el Desarrollo Local y Territorial*. Quito , Pichincha , Ecuador : Universidad FLACSO Sede Ecuador .
- Castro, U., González, J., & Maldonado, L. (2017). *Destinos turísticos inteligentes: ¿Estrategia para el desarrollo local en países pobres?*, ICCA (2015) ICCA y la Industria de Reuniones en México. México: Hosteltur.
- Contreras, L. (2021). Análisis del nivel de aceptación del "MICE blended" como nueva modalidad para la organización de eventos corporativos en la ciudad de Guayaquil. *Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras*. Guayaquil , Ecuador : Universidad Católica Santiago de Guayaquil .
- Cruz, M., Hernández, R., & Padrón, N. (2020). *Turismo pos-COVID-19: Reflexiones, retos y oportunidades*. Canarias, España: Universidad La Laguba.
- Duarte, T. (2016). El método ODIT (Observación, Desarrollo e Ingeniería Turística) y su uso para la planificación estratégica y el desarrollo de los destinos turísticos. . *Revista Espiga*, 45-57.

- Estanyol, E. (2021). Eventos híbridos, eventos con futuro. *COMeIN*, 1-12. doi:<https://doi.org/10.7238/c.n107.2109>
- Fuente, L. (2021). El futuro de los eventos en la era Post-Covid: La opinión de los expertos . *Revista protocolo* , 8-18.
- Galindo, H. (1998). *HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION* . Obtenido de HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION .
- García, P. (2019). Guayaquil, como líder del turismo de eventos y convenciones en Sudamérica. *Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil* , 1-20.
- Gobierno Regional de Atacama. (2020). *Situación actual y tendencias del Turismo MICE 2020-2021*. Atacama : Gobierno Regional de Atacama,.
- Guerrero, V. (2019). Las actividades turísticas y su incidencia en el nivel de empleo de los habitantes de la Parroquia Crucita del cantón Portoviejo. *Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Economista* . Jipijapa , Manabí , Ecuador : Universidad Estatal del Sur de Manabí .
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de Investigación y el Conocimiento* , 163-173.
- Hernández, N., & Salto, A. (2021). El turismo de reuniones como aporte al desarrollo local. Caso: ciudad de Manta provincia de Manabí. *Trabajo de titulación, previo a la obtención del Título de Ingeniera y Licenciada en Administración Turística y Hotelera*. Sangolquí, Ecuador : Universidad de las Fuerzas Armadas del Ecuador .
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México : Mc. Graw Hill Education .
- Hurtado, J. (2012). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. (J. Hurtado, Editor) Obtenido de METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.
- ICCA. (2017). *Asociación Internacional de Congresos y Convenciones*. ICCA. Obtenido de <https://www.iccaworld.org/aeaps/aeitem.cfm?aeid=29>
- Joanne Jung-Eun Yoo. (2015). Progress in Convention Tourism Research. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 194-222.

- Melese, K., & Belda, T. (2021). Determinants of tourism product development in Southeast Ethiopia: Marketing perspectives. *Sustainability*, 13(23), 1-15.
- Mintur. (2020). *Informe de rendición de cuentas 2020*. Quito, Ecuador : Ministerio de Turismo.
- OMT. (2019). *Definiciones del Turismo*. Madrid, España : Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (2019). *Glosario de términos*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Pulido, J. L. (2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 26(59), 155-175.
- Quito Turismo. (2020). *Estudio: Afectación de la pandemia por COVID-19 en el segmento MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) de la ciudad de Quito*. Quito : Quito Turismo.
- Rodríguez, K. (2016). *El turismo de congresos y convenciones como aporte al desarrollo turístico del cantón Salinas*. La Libertad, Ecuador : UPSE .
- Sandoval, J., Castillo, G., Rodríguez, Y., Falcón, V., & Leyva, E. (2019). Retos y estrategias para el desarrollo del turismo de negocios en ciudades ecuatorianas. *Revista San Gregorio* , 29-50.
- Shaddi, L., Pulido, J., & Rodríguez, I. (2017). Turismo de reuniones: Contextualización y potencialidad. Caso ciudad de Aguas Calientes - México . *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 43-64.
- Trišić, I., & Arsenov, V. (2018). The role of MICE industry in tourism development . *International Scientific Conference* , 275-293.
- Valencia, L., & Basurto, J. (2020). Análisis del segmento MICE en la ciudad de Guayaquil. *Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras*. Guayaquil, Ecuador : Universidad Católica Santiago de Guayaquil .
- Vázquez, A. (2019). Plan Estratégico de desarrollo del turismo alemán para Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (MICE) en el hotel Hesperia Lanzarote 5*. Valladolid , España : Universidad de Valladolid .

Xu, J., Ruhanen, L., & Solnet, D. (2020). Analysis of The MICE Tourism Research in China in the Last Twenty Years. *International Conference on Urban Construction and Management Engineering*, 1-10.