



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**“PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA
SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DE CHICLAYO”**

PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

MAGISTER EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

AUTOR

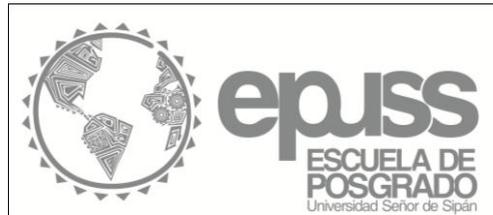
Br. ELVIS SERRUTO PEREA

ASESOR

MG. MARÍA PERPETUA MANAY SAENZ

CHICLAYO – PERÚ

2017



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA
SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DE CHICLAYO

AUTOR:

Bach. ELVIS SERRUTO PEREA

CHICLAYO - PERÚ

2017

Dedicatoria

A mi hijo Elvis Samir, que es mi gran fortaleza, su mirada inocente y su balbucear entrecortado me dice mucho y me impulsa a superarme cada día.

A mis hijas Mirely e Iyari, que a pesar de la distancia y el tiempo, las recuerdo con todo el amor del mundo.

A mis estudiantes, por ser mi motivación para mejorar como profesional, jóvenes que son el presente del turismo en Lambayeque les dedico esta investigación para que sirva de eslabón para sus futuras investigaciones.

Agradecimiento

A Dios, por guiar mi camino.

A mi padre Leoncio, gracias por todo tu apoyo, nunca olvido tus palabras, entrega y sacrificio por tu familia. Y a mi madre Dery, gracias por tu cariño y ser la mejor mamá del mundo.

A mis hermanas Yesi, gracias por tu preocupación y apoyo en todos mis proyectos. Y a mi hermana Stifany, gracias por ser la hermana que todos necesitamos y tu apoyo en esta investigación, te quiero mucho.

Y un especial agradecimiento a mi esposa Andrea, eres mi fortaleza, gracias por estar a mi lado incondicionalmente, por todo tu amor sin el cual sería difícil seguir adelante.

Resumen

El turismo de reuniones adquiere gran importancia en el desarrollo turístico de una ciudad por sus beneficios económicos y sociales. La presente tesis tiene como objetivo diseñar un plan de gestión del turismo de reuniones identificando los recursos turísticos necesarios para lograr la satisfacción del visitante en la ciudad de Chiclayo. Mediante entrevistas a expertos y encuestas realizadas, se logró realizar un análisis de la demanda y oferta para el segmento de turismo de reuniones. La información obtenida, permitió realizar un diagnóstico estratégico y definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Chiclayo frente al turismo de reuniones. Así como identificar a los agentes que intervienen en la industria turística como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, personal, salas de reuniones y medios de transporte. Todo para ofrecer un plan de gestión del turismo de reuniones para la ciudad de Chiclayo que garantice la satisfacción del visitante. El plan de Gestión propuesto presenta cuatro líneas estratégicas que permitan la planificación, gestión, desarrollo del producto y Marca-Destino, la promoción, comercialización, profesionalización y desarrollo de la cultura del sector. También se propone la constitución de un Buro de convenciones que garantice la calidad, promoción y gestión turística de la ciudad como sede de eventos. La tesis presentada busca ser una herramienta útil para asociaciones públicas o privadas encargadas de promover el desarrollo económico y turístico de la ciudad brindando una alternativa del turismo tradicional que puede beneficiar a toda la ciudad y región Lambayeque.

Palabras Clave: Turismo, Reuniones, Chiclayo, Planificación, Gestión, Satisfacción.

Abstract

The meeting tourism is of great importance in the development of a tourist city for its economic and social benefits. This thesis aims to design a management plan of meeting tourism identifying tourist resources to ensure visitor satisfaction in the city of Chiclayo. Through experts' interview and surveys, allowed an analysis of the demand and supply for the segment of meeting tourism. The information obtained allowed a strategic diagnosis and define the strengths, weaknesses, opportunities and threats facing the meetings tourism. And identify the agents involved in the tourism industry such as hotels, restaurants, travel agencies, professionals, meeting places and transportation. All to provide a management plan of meeting tourism for the city of Chiclayo to ensure visitor satisfaction. The proposed management plan has four strategic lines that allow planning, management, product development and brand city, promotion, marketing, professional development and the culture of the sector. The establishment of a Convention Bureau to ensure quality, tourism promotion and management of the city to host events are also proposed. The thesis presented seeks to be a useful tool for public or private associations responsible for promoting economic development and tourism in the city providing an alternative to traditional tourism that can benefit the entire city and region Lambayeque.

Keywords: Tourism, Meeting, Chiclayo City, Planning, Management, Satisfaction.

Índice

Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
Resumen.....	5
Abstract.....	6
Índice.....	7
Introducción	12
Capítulo I: Construcción del marco teórico	19
1.1 Fundamentación teórica del turismo de reuniones	19
1.2 Antecedentes históricos de la gestión del turismo de reuniones.....	33
Capítulo II: Justificación del problema y caracterización del campo de acción.....	39
2.1. Justificación del problema	39
2.2. Diagnóstico del estado del campo de acción	50
Capítulo 3: Hipótesis y diseño de la ejecución	78
3.1. Definición de hipótesis	78
3.2. Determinación de las variables de la hipótesis	78
3.2.1. Definición de las variables.....	78
3.2.2. Clasificación de las variables.....	78
3.3. Diseño de la ejecución	80
3.3.1. Universo.....	80
3.3.2. Selección de técnicas, instrumentos y fuentes.	80
3.3.3. Selección de muestra.....	81
3.3.4. Forma de tratamiento de los datos.	83

3.3.5. Forma de análisis de la información.....	83
Capítulo 4: Construcción del aporte práctico.....	86
4.1. Fundamentación del aporte práctico.....	86
4.2. Construcción del aporte práctico.....	89
Capítulo 5: Valoración y corroboración de los resultados.....	99
5.1. Valoración de los resultados mediante criterio de expertos.....	99
5.2. Validación de la propuesta del turismo de reuniones en Chiclayo.....	102
Conclusiones.....	103
Recomendaciones.....	104
Referencias Bibliográficas.....	105
ANEXOS.....	111

Índice de Tablas

Tabla N° 0 1: Componentes del Turismo de Negocios y Eventos	22
Tabla N° 02: Antecedentes históricos del turismo y turismo de reuniones	34
Tabla N° 03: Antecedentes históricos del turismo en el Perú	36
Tabla N° 04: Número de reuniones por ciudades en el Perú	43
Tabla N° 05: Relación de salones para reuniones tipo auditorio	52
Tabla N° 06: Capacidad hotelera de establecimiento de 4 y 3 estrellas - 2015	54
Tabla N° 07: Déficit de habitaciones para los próximos años	56
Tabla N° 08: Padrón de Restaurantes Clasificados y Categorizados 2016	57
Tabla N° 09: Principales agencias de transporte interprovincial	60
Tabla N° 10: Agencias de viajes ubicadas en Chiclayo	62
Tabla N° 11: Matriz FODA del turismo de reuniones de Chiclayo	74
Tabla N° 12: Matriz de Operacionalización de variables	79
Tabla N° 13: Técnicas, instrumentos y herramientas para recolección de datos	81
Tabla N° 14: Cuadro comparativo de estrategias del PENTUR y PERTUR regional	87
Tabla N° 15: Programas estratégicos del plan de gestión del turismo de reuniones de Chiclayo	91
Tabla N° 16: Fuentes de financiamiento del buro de convenciones	96
Tabla 17: Resumen de procesamiento de datos	101
Tabla 18: Estadística de Fiabilidad	101

Índice de Gráficos

Gráfico N° 01: Segmentación del Mercado de reuniones y eventos.....	25
Gráfico N° 02. Número de reuniones 1963 - 2012, datos agrupados cada 5 años.....	39
Gráfico N° 03: Número de reuniones 1963 – 2012. Por región.....	40
Gráfico N° 04: Procedencia de los turistas de reuniones encuestados.....	65
Gráfico N° 05: ¿Cómo calificaría la calidad del evento al que usted asistió en la ciudad de Chiclayo?	66
Gráfico N° 06: ¿Cómo calificaría la calidad del hospedaje ofrecido por los organizadores del evento?	67
Gráfico N° 07: ¿Cómo calificaría a las instalaciones donde se realizó el evento?	68
Gráfico N° 08: ¿Cómo calificaría al personal que estuvo a cargo de la organización del evento?....	69
Gráfico N° 09: ¿Los medios de información por los cuales usted se interesó en el evento, bajo su juicio fueron?	70
Gráfico N° 10: ¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la limpieza pública de las calles y parques?	71
Gráfico N° 11: ¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la seguridad?	72
Gráfico 12: ¿Cómo calificaría los atractivos turísticos en la ciudad de Chiclayo?	73
Gráfico N° 13: Procedimiento de análisis de la información.....	84
Gráfico N° 014: Oferta turística complementaria	93
Gráfico N° 015: Políticas del buro de convenciones de Chiclayo	95
Gráfico N° 16: Estructura de la comisión directiva	96
Gráfico N° 17: Organigrama ejecutivo del buro de convenciones.....	97

Índice de Figuras

Figura N°01: Ubicación estratégica de Chiclayo	50
Figura N° 02: Nuevo aeropuerto internacional Capitán FAP José A. Quiñones	62

Introducción

La industria del Turismo de Reuniones también conocida como Turismo de Eventos o segmento RICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos), se ha convertido en el mundo como una vía de desarrollo para cualquier ciudad, cobrando gran importancia dentro del sector turístico mundial. El interés de muchos países que ha generado la industria de reuniones se debe a su tendencia de continuo crecimiento, la ventaja de no tener estacionalidad y los factores de desarrollo económico, social y cultural para la ciudad anfitriona.

Según datos de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones o conocida por sus siglas en inglés ICCA, para el 2014, coloca a EE.UU. con 831 reuniones como el país con mayor número de reuniones, seguido por Alemania con 659 reuniones y en tercer lugar a España con 578 reuniones. Entre las ciudades con mayor número de reuniones en el mundo está París con 214 reuniones en primer lugar, seguida por Viena con 202 reuniones y Madrid con 200 reuniones, ocupando el tercer lugar.

En el caso de región América, según las estadísticas de ICCA del 2014, tenemos a EE.UU. con 831 reuniones en el primer lugar y de ahí se encuentra Brasil con 291 reuniones, Canadá con 265 reuniones y Argentina con 191 reuniones. La distancia es grande entre EE.UU. y el segundo país con más reuniones, esto se debe a que EE.UU. cuenta con más años en la industria de reuniones, ofreciendo infraestructura de primera, ciudades preparadas para este tipo de turismo, destinos atractivos y estabilidad en el país.

Las ciudades de la región que cuentan con más número de reuniones son Buenos Aires con 91 reuniones, Santiago de Chile con 71 reuniones, Sao Paulo con 66 reuniones y en cuarto lugar Lima con 64 reuniones, según estadísticas ICCA 2014. Estas cifras son motivadoras si se tiene en cuenta que en el año 2010, Lima no figuraba entre las principales ciudades ocupando el puesto 11 con 37 reuniones.

Para el año 2015 la capital peruana alcanzo el puesto 26 en el mundo, con un ingreso para el país de US\$ 170.00 millones de dólares en divisas, logrando realizar 82 eventos calificados por ICCA. Esta mejoría se debe a que en los últimos cuatro años se han implementado políticas públicas y privadas para fomentar este tipo de turismo, la creación del Buro de Convenciones de Lima y la reciente inauguración del Centro de Convenciones de San Borja, fueron importantes para posicionar a Lima como un destino ideal para el turismo de reuniones.

En el caso de la ciudad de Chiclayo, existen grandes retos para que la ciudad figure como una alternativa para la organización de eventos en el Perú y ser sede para eventos internacionales. No se cuentan con datos específicos sobre este tipo de turismo, pero según estadísticas de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del 2014, del total de turistas que arribaron a Lambayeque, el 94 % visitaron la ciudad de Chiclayo, el 17 % tuvieron como motivo de viaje los negocios y menos del 1% asistir a seminarios, congresos, convenciones o conferencias.

Teniendo en cuenta este escenario, mediante un **diagnóstico fáctico** realizado en la ciudad de Chiclayo, mediante la aplicación de instrumentos como la entrevista, encuesta y análisis de documentos, se observan las siguientes manifestaciones:

- No existe un plan de gestión del turismo de reuniones para Chiclayo.
- La ciudad de Chiclayo, no cuenta con una Marca Ciudad definida.
- Carente coordinación entre el sector público y privado para el desarrollo de este tipo de turismo.
- La satisfacción del turista está ligada a la calidad del evento y la imagen de la ciudad.

Las manifestaciones permiten enunciar el **problema** de la investigación: ¿Cómo mejorar la gestión del turismo de reuniones para la satisfacción de visitante con este motivo de viaje en la ciudad Chiclayo?

Así mismo el **diagnóstico causal** permite revelar las causas del problema, presentadas a continuación:

- Las instituciones públicas no consideran otras tipologías del turismo como alternativas de desarrollo.
- En los últimos años la ciudad vivió inestabilidad política por corrupción, lo que originó pocas iniciativas de gestión turística.
- Poca comunicación entre las entidades público – privadas para gestionar políticas de desarrollo turístico.
- Deficiencias en limpieza pública y ornato de la ciudad lo que origina mala imagen.

Estas manifestaciones causales permiten considerar la necesidad de investigar el proceso de desarrollo del turismo de reuniones, **objeto** de la investigación, por ser actualmente una de las tipologías del turismo que genera más ingresos, empleo e inversión en los destinos (OMT, 2014). plan de gestión del turismo de reuniones para la ciudad de Chiclayo. 1. turismo de reuniones y la satisfacción en el turismo.

Carrizo & Vieira (2009) sostienen que el desarrollo de **turismo de reuniones** es beneficioso para una ciudad por la atracción de turistas, beneficios económicos, creación de infraestructura y la generación o consolidación de una imagen de marca para la ciudad. Lo antes mencionado, es ratificado por Roca (2015), quien consideran los eventos son clave en el **desarrollo turístico** de un país y de sus ciudades, con la posibilidad de crear una imagen de

marca/destino específica para el sector, lo que atrae futuros beneficios al dar visibilidad a ese destino.

Con los beneficios del desarrollo del turismo de reuniones es importante considerar su adecuada **planificación**, por ser un proceso creativo que al sentar las bases para una actuación integrada a largo plazo, establece un sistema continuo de toma de decisiones e identifica las acciones a realizar” (Fernández, 1997).

Sobre las **inconsistencias** durante la investigación muchos estudios sobre el tema sólo se centraron en analizar la oferta turística del destino o en plantear el turismo de reuniones como alternativa de desarrollo, pero no investigaron sobre la demanda y un análisis sobre la satisfacción de este tipo de visitante; permitiendo plantear el **objetivo** de la investigación: Elaborar un plan de gestión del turismo de reuniones para lograr la satisfacción del visitante en la ciudad Chiclayo.

El **campo de acción** se concreta un plan de gestión del turismo de reuniones para la ciudad de Chiclayo.

La **orientación epistemológica** revela la necesidad de una integración, concientización y mayor interés de los actores del sector público y privado para la gestión adecuada del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo que permita desarrollar esta tipología con éxito y beneficie a la comunidad.

La **hipótesis**, si se diseña un Plan de Gestión del turismo de reuniones, entonces se logrará mejorar los servicios ofrecidos para lograr la satisfacción del visitante a la ciudad de Chiclayo.

Las **tareas** planteadas para la investigación en la etapa de fundamentación son:

1. Fundamentación teórica del proceso de desarrollo del turismo de reuniones y su gestión.
2. Caracterización de los antecedentes históricos del proceso de desarrollo del turismo de reuniones y su gestión.
3. Diagnosticar el estado actual de la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo.
4. Elaboración de un plan de gestión del turismo de reuniones para lograr la satisfacción del visitante en la ciudad Chiclayo.
5. Corroboración de los resultados mediante criterio de expertos.

En la etapa de elaboración de aporte práctico: diseñar un plan de gestión del turismo de reuniones para la ciudad de Chiclayo. Y las tareas en la etapa valoración y corroboración de resultados son: valorar el aporte práctico mediante el criterio de expertos.

Para sustentar la hipótesis el **tipo de investigación** es mixto, es decir tiene un enfoque Cuantitativo y Cualitativo. Cuantitativo, porque “consiste en utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

Y Cualitativo, porque “consiste en utilizar la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006)

La **significación práctica** de la investigación permitirá contar con una herramienta de gestión para el desarrollo del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo, además de ofrecer

una alternativa de gestión por medio de un Buró de Convenciones que permitiría la articulación de esfuerzos de los actores públicos y privados.

La **novedad** de la investigación se encuentra en ofrecer una alternativa de desarrollo turístico a la ciudad de Chiclayo mediante un plan de gestión donde se propone los lineamientos estratégicos que permiten desarrollar este tipo de turismo en la Ciudad de Chiclayo orientados a satisfacer la demanda.

**PRIMERA PARTE: METODOLOGÍA Y FUNDAMENTACIÓN DE LA
INVESTIGACIÓN**

CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TEÓRICO

Capítulo I: Construcción del marco teórico

1.1 Fundamentación teórica del proceso de desarrollo del turismo de reuniones y su gestión

La industria de reuniones es hoy en día reconocida por diferentes organizaciones del turismo como una alternativa de desarrollo para una ciudad, pero para comprender el papel de las reuniones en el turismo es importante entender el concepto de **eventos**.

Hasta el año 1973 en un diccionario de lengua española se encontraba como definición de evento “hecho que puede ocurrir o no”. En la actualidad se tiene una segunda definición en el contexto de la investigación como “suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva” (Real Academia Española, 2014). Este cambio en la definición se debió al crecimiento de la industria de los eventos a partir de los años 70, convirtiéndose en un área de estudio en donde el concepto de eventos se amplía y profundiza.

Menezes & Pérola (2007) establece que los eventos técnico-científicos son realizados para tratar asuntos de carácter científico en las áreas de las ciencias naturales (medicina, física, química, biología, informática, entre otros) y técnicos en la área de las ciencias exactas, humanas y sociales, reconociéndolo como una parcela específica del turismo de eventos. Mientras, Zanella (2006) establece que un evento es una “concentración o reunión formal y solemne de personas y/o entidades realizada en un lugar y fecha específico, con el objetivo de celebrar acontecimientos importantes y significativos y establecer contactos de naturaleza comercial, cultural, deportiva, social, familiar, religiosa, científica, etcétera”.

Jijena (2009), lo define como “todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general”.

Es así como los eventos organizados para atraer público a un destino se convirtió parte del turismo convirtiéndose en una industria que mueve millones.

Carrizo & Vieira (2009) define el termino de **turismo de eventos** como “una modalidad turística donde el atractivo que genera el flujo de turistas nacionales o internacionales es la celebración de un evento.”

Así como existen muchas tipologías turísticas los eventos, también presentan su propia clasificación.

Para Bowdin, Allen, O’Tole, Harris, & Macdonnell (2006) es necesario clasificar a los eventos por su tamaño y por su forma.

a. Por su tamaño.

Mega eventos.

Son aquellos eventos cuya magnitud es capaz de afectar economías completas y tener a todos los medios de comunicación pendientes de los que sucede. Ejemplo: Mundial de Fútbol.

Grandes eventos.

También llamados eventos mayores, son aquellos que atraen a un número significativo de visitantes a la locación, produciendo un efecto de atracción hacia los diversos medios de comunicación, haciendo este un evento de suma importancia, tanto en la imagen de la locación así como de los ingresos que ente

conlleva

Eventos de contraste.

Son eventos donde se pone en exposición la cultura o tradición de un pueblo como ciudad o país, lo cual genera un reconocimiento asociativo de la cultura con el país que está llevando a cabo este tipo de eventos a nivel mundial.

Eventos locales o comunitarios.

Son eventos comunitarios, los cuales llevan un gran apoyo de los diferentes gobiernos locales, debido a que se dirigen principalmente a brindar diversión, entretenimiento y valor social en la población de un sector específico.

b. *Por su forma o contenido.*

Eventos culturales.

Aunque este tipo de eventos pueden ser rival de los eventos de mayor volumen de personas, usualmente son relacionados con organizaciones gubernamentales, donde la iniciativa nace. Este tipo de eventos están ligados directamente con el turismo para la generación de negocios, y que además influye en la esencia social y cultural de una ciudad.

Eventos deportivos.

Es un tipo de evento el cual está directamente relacionado con algún tipo de disciplina deportiva o competencia a desarrollarse en una locación específica. Estos son los eventos de mayor interés para los gobiernos, debido a que generan gran impacto tanto en la conciencia del espectador hacia el destino, así como también en la economía y el turismo.

Eventos de negocios.

La industria de las reuniones, usado como termino unificador se establece para agrupar a todas las exhibiciones, conferencias, eventos corporativos y viajes

de incentivos; es un sector caracterizado por su enfoque en la realización de negocios, fomentar la creación de relaciones que impulsen cualquier tipo de negocio, sea esta nacional o internacional.

Otros autores como Flamarich & Duro (2011) creen necesario delimitar su campo de acción para comprender mejor las diferentes modalidades del turismo de eventos. El cuadro que proporcionan los autores brinda un panorama más claro de los componentes que participan en el turismo de eventos (Tabla N° 01).

Tabla N° 0 1: Componentes del Turismo de Negocios y Eventos

COMPONENTES DEL TURISMO DE NEGOCIOS		
Eventos no incluidos en el ámbito del Turismo de Negocios	Turismo de Negocios con Eventos	Turismo de Negocios sin Eventos
<ul style="list-style-type: none"> • Eventos Culturales • Eventos Sociales • Eventos Políticos • Eventos Deportivos • Eventos Religiosos 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones <ul style="list-style-type: none"> ○ Congresos ○ Convenciones ○ Jornadas • Ferias <ul style="list-style-type: none"> ○ Profesionales ○ Públicas • Viajes de Incentivos • Otros Eventos no incluidos en las estadísticas: <ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación de producto ○ Fiestas promocionales ○ Aniversarios de empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Viajes de Negocio
EVENTOS		

Fuente: (Flamarich & Duro, 2011)

La presente investigación se centra en el turismo de **reuniones**, como lo menciona Flamarich & Duro (2011), se considera parte del turismo de negocios. La Organización Mundial del Turismo (2014) lo define como 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”. Además utiliza el término de industria de reuniones y lo define como “Sector de reuniones y eventos”. Siendo aquel que abarca las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias”.

Las reuniones incluyen como lo menciona Rodríguez (2001) “congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, festivales. Es una modalidad del turismo de negocios, que moviliza esencialmente a líderes de opinión en distintas ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, la finanzas o el comercio”.

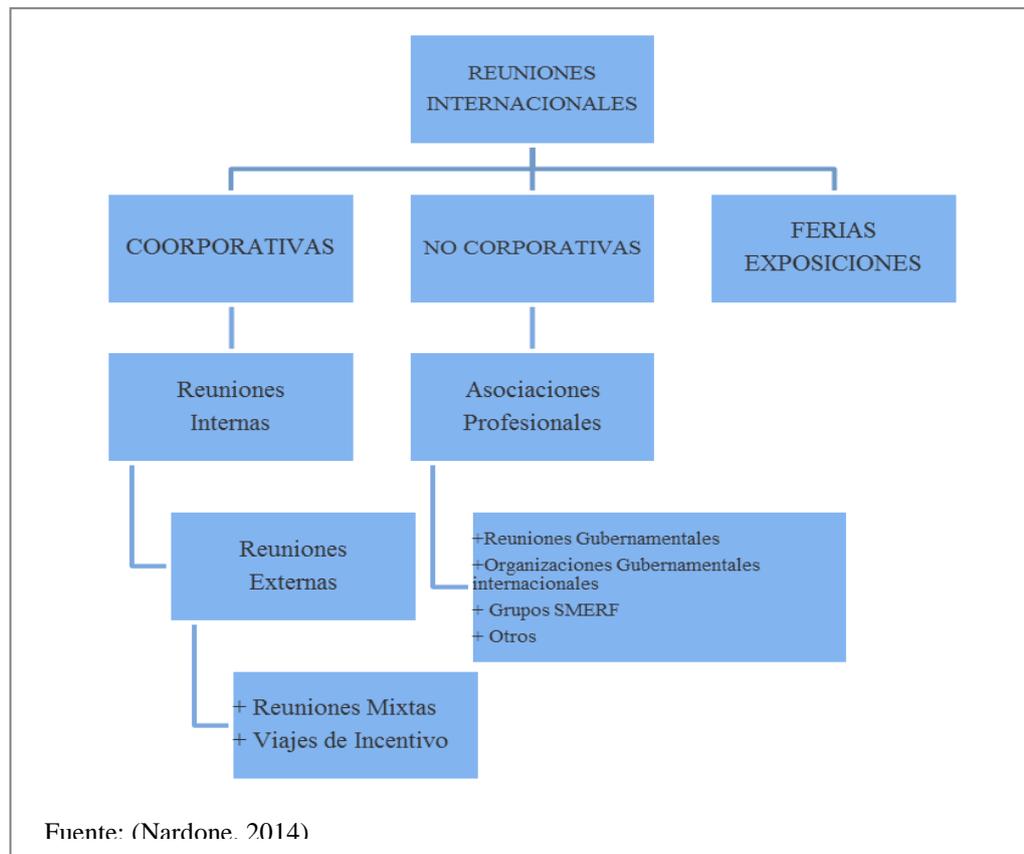
Para conceptualizar el **turismo de reuniones**, es importante mencionar que existen muchas terminologías, como lo menciona Roca (2012) “en la actualidad hay un amplio abanico de eventos de todo tipo y la terminología habitualmente utilizada, desde reuniones y convenciones o eventos que se entremezcla y confunde. Se ha popularizado el concepto MICE (Meeting, Incentives, Congress and Exhibitions) para englobarlo bajo las siglas en Ingles, que significan Reuniones, Incentivos, Congresos y Exposiciones”.

El mismo concepto es usado en el Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025 (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016) pero con sus siglas en español denominando a la industria como turismo RICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos) definiéndolo como una modalidad de turismo conformada por organizaciones sin fines de lucro (asociativo) y empresas (corporativo).

Recientemente Nardone (2014), considera la clasificación utilizada por la organización ICCA como ideal para clasificar y diferenciar un tipo de reunión de otra, siendo un aporte importante para entender mejor la industria de reuniones. (Gráfico N° 01)

La clasificación parte de conocer “quién” es el iniciador de la reunión. Dividiendo las reuniones por Corporativas y No corporativas, donde el primero está compuesto por organizaciones internacionales de gobierno (UNESCO, FAO, BID, etc), asociaciones profesionales (Medicina, Derecho, Ciencias), asociaciones conocidas en Estados Unidos con las siglas SMERF (sectores social, militar, educativo, religioso y familia) y otros. La segunda clasificación llamada corporativa son todas las grandes corporaciones y empresas en general.

Gráfico N° 01: Segmentación del Mercado de reuniones y eventos



La industria de reuniones cuenta con una clasificación de acuerdo al tipo de reunión organizada y el fin que persigue, dentro de las más conocidas se puede mencionar:

a. Convenciones.

La palabra convención “proviene del latín *conventioni* que significa: pacto entre naciones, organismos o individuos” (Grijalbo, 1986)

Herrero (2009), lo define como “reuniones convocadas de forma cerrada con participación restringida a los miembros de una empresa u organización”.

Mientras que Roca (2012) nos dice “este tipo de evento reúne a los asistentes por

diferentes motivos y llevan a cabo una sesión general que habitualmente va acompañada de pequeñas reuniones suplementarias antes y después del evento principal”.

Nardone (2014) complementa mucho más al definirlo como “un evento formal de órganos legislativos, partidos políticos, instituciones políticas, sociales, o económicas, donde se difunde información sobre un tema en particular o temas de actualidad, y posteriormente se delibera con el fin de lograr consenso al respecto entre los participantes”

b. Congresos.

Herrero (2009) nos dice que “consiste en reuniones a gran escala, normalmente abiertas y dirigidas a un sector determinado para divulgar ideas y diseñar objetivos”.

Este tipo de reunión se realiza con especialistas destacados de un país, región o a nivel internacional en materias científicas, académicas, técnicas o empresariales. Para intercambiar datos e informaciones, y debatir una agenda fijada con antelación, o buscar soluciones a una problemática planteada en un área específica (Nardone, 2014).

Roca (2012), añade que a diferencia de otro tipo de reuniones todos los participantes se concentran en una sola dependencia o salón general.

Se puede concluir que los congresos son reuniones formales donde se busca ampliar, conocer o intercambiar opiniones acerca de los avances, investigaciones o conocimientos que se tenga de un tema científico, cultural, educativo, económico, político o de otra índole (Peña, 2004).

c. Seminarios.

Nardone (2014) nos dice que es una reunión de varios especialistas que desarrollan exposiciones individuales, generalmente breves – de cinco minutos cada una aproximadamente -, sobre un mismo tema de actualidad en una materia determinada.

Después de que todos los participantes desarrollan su introducción, se produce una discusión para aportar más al tema. Cuando esta discusión se extiende al público asistente se transforma en un panel – foro.

Se puede añadir que estas reuniones son de carácter educativo donde un número determinado de personas, que no supera los 30, comparten de manera personal sus experiencias acerca de un tema en particular, bajo la dirección de un experto en la materia (Peña, 2004).

Roca (2012) lo considera un tipo de reunión donde implica habitualmente mucha participación, mucha concesión mutua, una gran distribución del conocimiento y la posibilidad de compartir experiencias por parte de todos los asistentes.

d. Foros.

Es un programa abierto subdividido en varios paneles de discusión de cara a una audiencia con participación directa en las deliberaciones y debates. Todo esto es conducido por un moderador o coordinador, en un régimen de debate libre con mínimas restricciones (Nardone, 2014).

Peña (2004), lo define como una reunión informal y sin orden del día con participación abierta a todos los asistentes en la que cada uno tiene la oportunidad de desarrollar y exponer libremente un tema general; no es necesario redactar conclusiones.

En este tipo de evento se espera que haya un alto índice de participación activa de la audiencia, y que los diferentes puntos de vista formen parte de la problemática a plantear, tanto de los panelistas como la del auditorio (Roca, 2012).

e. Mega evento.

Término acuñado en las últimas décadas destinado a identificar reuniones de gran magnitud por su duración, número de participantes o relevancia. Se entiende que para que una reunión se considere mega evento debe contar al menos con 3,500 participantes (Nardone, 2014).

f. Conferencias.

Las conferencias son reuniones formales, donde los representantes se reúnen para estudiar y esclarecer un problema común, negociar soluciones, o elaborar acuerdos (Peña, 2004).

Estas reuniones sirven para que una persona, grupo de interés, institución o empresa anuncie una información o una opinión, o brinde una charla o exposición a propósito de un tema específico. Pueden ser presentaciones de productos, anuncio de negocios, descubrimientos científicos o técnicos, medidas económicas, proyectos o acuerdos políticos (Nardone, 2014).

Es necesario diferenciar la convención de conferencia, porque existe más discusión en una conferencia que en una convención y que en una conferencia podemos encontrarnos, por ejemplo, con un Comité Técnico, un Comité Científico y un Comité Ejecutivo, para los que habrá que preparar espacios de trabajo, que rara vez encontraremos en una convención (Nardone, 2014).

g. Ferias.

Este tipo de eventos se utilizan para describir una demostración que se lleve a cabo para su propio motivo. Pueden organizarse de forma que incluyan o no programas con

eventos complementarios (Roca, 2012).

Este tipo de eventos cuentan con instalaciones donde se exponen los productos de un solo ramo industrial, comercial o de servicios, como libros, muebles, juguetes, productos turísticos, etc., para su conocimiento, promoción y venta. La diferencia entre ferias y exposiciones es que las exposiciones buscan objetivos de promoción cultural, social, científica, técnica, etc., mientras que las ferias persiguen objetivos solo de carácter comercial (Peña, 2004).

h. *Exposiciones.*

El formato exposición se usa para mostrar mercancías o servicios, y tienen una audiencia asegurada puesto que está incluido como parte de una convención (Roca, 2012).

Las exposiciones también sirven para exhibir el grado de desarrollo tecnológico y científico de un país, un sector del mercado o una firma industrial, tecnológica, científica biotecnológica, etcétera. En las exposiciones científicas los productos en exhibición son acompañados por estudios que avalan sus propiedades, y en las exposiciones tecnológicas, por demostraciones del comportamiento de los productos (Nardone, 2014).

También son utilizadas como parte complementaria de los congresos y las convenciones, en algunos casos son tan importantes, que sin ellas, la propia reunión carece de sentido (Peña, 2004).

Es importante mencionar las **características del turismo de reuniones** que lo han convertido en una alternativa de desarrollo para muchas ciudades en el mundo. Según Watt (2004) al ser un “servicio” posee las siguientes características:

- Intangible: Los clientes sienten los beneficios pero no pueden tocarlos.
- Perecedero: El disfrute es transitorio.
- Inseparable: Los clientes asocian el evento a la entidad organizadora.
- Consistente: Es necesario ofrecer consistencia.
- Ausencia de propiedad: Son disfrutados simultáneamente por muchas personas.

En el caso de Gonzáles & Morales (2009) considera que las características que poseen las reuniones lo convierten en un producto turístico, compartiendo las mismas características con otros productos turísticos como:

- Los eventos son intangibles, ya que la experiencia de participar es mucho más importante que los tangibles que se pueden consumir en un evento.
- Son una amalgama de servicios y productos (animación, catering, regalos, alojamiento).
- Están sujetos a una demanda heterogénea y a fuertes cambios de usuarios producidos por influencias externas, pero, por su naturaleza, son un medio para superar la estacionalidad del sector turístico.
- Normalmente dependen de intermediarios para su promoción y venta. Y no pueden ser productos estandarizados, pues aunque se repitan, cada evento es único.

De las características se puede identificar los **beneficios** que ofrece la industria de reuniones. En el informe de la OMT sobre el turismo de reuniones en el 2014 señala que

este tipo de industria cobra vital importancia en el futuro crecimiento de la economía mundial. Y nos brindan una relación de “puntos positivos”:

- Las reuniones de por sí son un gran negocio y juegan un importante papel de apoyo a otros negocios.
- Las reuniones favorecen las inversiones, el comercio, las comunicaciones y las tecnologías.
- Las reuniones llevan formación y desarrollo profesional a las comunidades locales creando puestos de trabajo y reteniendo la mano de obra.
- Es una industria “limpia” que promueve la calidad ambiental.
- Las reuniones favorecen y respaldan otros sectores empresariales.
- Las reuniones representan la “gama alta” en cuanto a gastos de los viajeros.
- Las reuniones atraen a expertos mundiales.
- Las reuniones crean y difunden conocimientos en el mundo entero.
- Las reuniones perfilan las comunidades.
- Las reuniones contribuyen a la comprensión y la cooperación mundial.

Para la gestión del turismo de reuniones es importante la intervención de tres grupos, como lo señala Maure (2007), la articulación de estos entes permitirá el desarrollo de la industria de reuniones con éxito.

a. Generadores de eventos.

Conformado por organismos e instituciones y empresas tanto de carácter público como privado. Asociaciones, fundaciones, colegios profesionales, universidades y entidades públicas de distintos sectores que se sirven de este mercado para consolidar alianzas relacionales

b. Operadores Profesionales.

Agencias de viajes especializadas con un departamento dedicado en exclusiva a la organización de eventos que puede abarcar tanto la faceta de emisora como receptiva. Ofrecen las mismas garantías empresariales que una agencia de viaje. Dan al cliente un servicio especializado que solamente las agencias de viaje con departamento especial pueden ofrecer. Son organizadores profesionales de congresos las empresas especializadas en la operación de eventos en general.

c. Buró de convenciones.

Son organismos sin fines lucrativos cuyo objetivo principal es la captación de turismo de negocio para la ciudad o país, creados por instituciones públicas y con la participación de instituciones públicas o privadas, cámara de comercio u otras entidades profesionales del sector turístico tanto público como privado. Es en sí misma es una oficina que facilita información actualizada y objetiva sobre la infraestructura y servicio que tiene la ciudad o país, para la organización de congresos, convenciones y viaje de incentivo.

La investigación busca la **satisfacción** de turista aplicado al turismo de reuniones, según los autores consultados se conceptualiza la satisfacción del servicio como un juicio acerca de un producto o servicio por suministrar un nivel agradable de realización relacionado con el consumo (Oliver, 1997).

Giese & Cote (2000) lo definen como una respuesta afectiva de variada intensidad y duración limitada sobre la adquisición y /o consumo de un producto.

Si se analiza el turismo de reuniones como un producto que se comercializa para satisfacer a un público específico, se debe considerar como un proceso de decisión de

compra formado por una serie de pasos o etapas sucesivas (Kotler, Bowen, Makens, Carrión, & Avalos, 1997).

La primera etapa sería el reconocimiento del problema, es decir, detectar que existe una necesidad. La segunda sería la búsqueda de información sobre los bienes que permiten cubrir esa necesidad. A continuación se deben evaluar todas las alternativas existentes y, entonces, tomar la decisión de compra.

Pero el proceso no termina ahí, y los expertos de marketing son conscientes de ello: es necesario evaluar el comportamiento posterior a la compra ya que, tras ésta, el consumidor se sentirá satisfecho o insatisfecho, lo que incidirá en su actitud hacia el producto y en sus decisiones futuras.

Andreu., Bigné, & Cooper, C. (2000), nos dicen que la satisfacción del cliente adquiere vital importancia en el sector turístico ya que si el visitante obtiene una sensación de satisfacción, aumenta la posibilidad de repetición de la visita, fidelidad al destino e influenciará en las futuras decisiones de su grupo de convivencia (familiares, amigos y conocidos. Por el contrario, si el visitante se va insatisfecho, se produce una disonancia que reducirá la probabilidad de repetición y generará una imagen menos positiva del destino entre sus conocidos.

1.2 Antecedentes históricos del proceso de desarrollo del turismo de reuniones y su gestión

El turismo de reuniones esta unido a la historia del turismo desde sus inicios, como se detalla en la Tabla N° 02, se puede apreciar que a lo largo del tiempo el desarrollo del turismo y el origen de la industria de reuniones tuvieron sus orígenes en la cultura griega.

Según las etapas del turismo se puede ubicar a la Gestión del Turismo de Reuniones en el siglo XX, a partir de la creación del primer Buro de Convenciones en 1958. Esto se dio a

iniciática de la Administración de Turismo del mismo país. El ejemplo de Bélgica fue seguido por algunos otros países, como Francia, Gran Bretaña, Suiza y Yugoslavia en los siguientes 10 años.

Tabla N° 02: Antecedentes históricos del turismo y turismo de reuniones

ÈPOCAS	TURISMO	TURISMO DE REUNIONES
Griega	Caracterizada por los deportes y fiestas religiosas cuyos principales destinos era Atenas, Delfos y Olimpia.	Se considera a los griegos como los pioneros con su modelo de reunión llamado Symposia. Y los romanos aportando otros rasgos como el Forum, que designaba a una plaza pública destinada a debatir asuntos de interés para la comunidad.
Imperio Romano	Motivada por el deseo de expandirse territorial y religiosamente, por salud (aguas termales), por descanso y también para celebrar las fiestas dedicadas a los dioses.	
Edad Media	Caracterizada por las cruzadas y las peregrinaciones cuyo propósito era evangelizar. En esta época ya se reconoce al encargado del viaje como “guía contratado”	Periodo característico por eventos religiosos, concilios y representaciones teatrales que generaban el desplazamiento de clérigos, comerciantes y artistas
Siglo XVI	Se caracteriza por la educación abierta a todos, lo que genera centros vacacionales exclusivos para los estudiantes además de los viajes juveniles conocidos como “Grand Tour”	
	Viajes principalmente por salud donde se implementan los centros	Este periodo histórico fue una

Siglo XVII	turísticos termales que ofrecen hospedaje	época prolífica en manifestaciones culturales, tanto artísticas como científicas. Del 10 de marzo de 1681 al 18 de junio de 1682 se celebró en Roma el Primer Congreso Médico Internacional.
Siglo XVIII	Caracterizado por viajes a playas donde se realizaban baños de mar, lo cual motiva el nacimiento de los pioneros de la hotelería y el turismo.	
Siglo XIX	Se inicia la revolución industrial, por lo cual crece el desarrollo de la hotelería por categorías (hoteles, alojamientos, posadas, etc.) y también nacen las agencias de turismo conocidas entonces con el nombre de “intermediarios”.	La revolución industrial le dio impulso a la realización de ferias y exposiciones, las cuales dieron un nuevo giro al turismo de eventos y generaron la construcción de nuevos y diversos espacios.
Siglo XX en adelante	Los viajes son motivados por la necesidad humana de recreación esparcimiento, salud, religión, negocios, estudios, acontecimientos programados (festivales, olimpiadas, etc.).	A mediados del siglo XX se le reconoce como “industria”. Nacen asociaciones y oficinas especializadas de congresos. En 1958 se crea el primer Buró de convenciones en Bélgica. Los hoteles empiezan a construir instalaciones funcionales para reuniones

Fuente: Elaboración Propia con referencias de (FlorS, 2011)

En el caso del Perú también se puede dividir el desarrollo del turismo en etapas, pero recién a partir del año 2000, el Perú está en condiciones de competir con otros destinos gracias a la estabilidad política, la infraestructura, y las nuevas políticas para promover el turismo en el País (Tabla N° 03).

Tabla N° 03: Antecedentes históricos del turismo en el Perú

ETAPAS	ANTECEDENTES
<p>Primera Etapa Expansión de transportes e infraestructura</p>	<p>Se caracteriza por el desarrollo de los medios de comunicación terrestre y aérea. En este periodo se construyeron ferrocarriles hasta 1920. Se inauguró la línea aérea Fawcett, en 1929. Y se construyeron la cadena de Hoteles de Turistas propiedad de la compañía Hotelera del Perú S.A.</p>
<p>Segunda Etapa El Estado Inversor</p>	<p>Se caracterizó por las políticas públicas destinadas a incrementar el flujo de turistas internos e internacionales, los diferentes gobiernos crearon organismos para promover el desarrollo del turismo en el Perú. Como COTURPERU, en 1964; ENTURPERU, 1969; el Ministerio de Industria y Turismo, en el gobierno de Morales Bermúdez (1975-1980).</p>
<p>Tercera Etapa El Estado Promotor</p>	<p>Se caracteriza por la decisión política de los gobiernos de enfocarse en la labor de promoción dejando las obras de infraestructura en manos del sector privado. Se crea PROMPERU, propiciar el crecimiento de los flujos turísticos, participar en eventos, establecer alianzas con diversos organismos internacionales y crear y promover productos turísticos peruanos. También se caracteriza porque por primera vez se diseñan los planes de gestión para el desarrollo turístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa Integral de Apoyo del Sector Turismo en el Perú (1996 – 1999) • Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional de la República del Perú. • En el 2002, se creó la Marca Turística como estrategia de promoción.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Plan Estratégico Nacional 2005-2015. |
|--|--|

Fuente: Elaboración Propia con referencias de (Fuller, 2009)

Según la tabla N° 03 podemos ubicar a la Gestión del Turismo de Reuniones en el siglo XX, gracias al periodo del “Estado promotor” donde se diseñaron los primeros planes para la adecuada planificación del turismo.

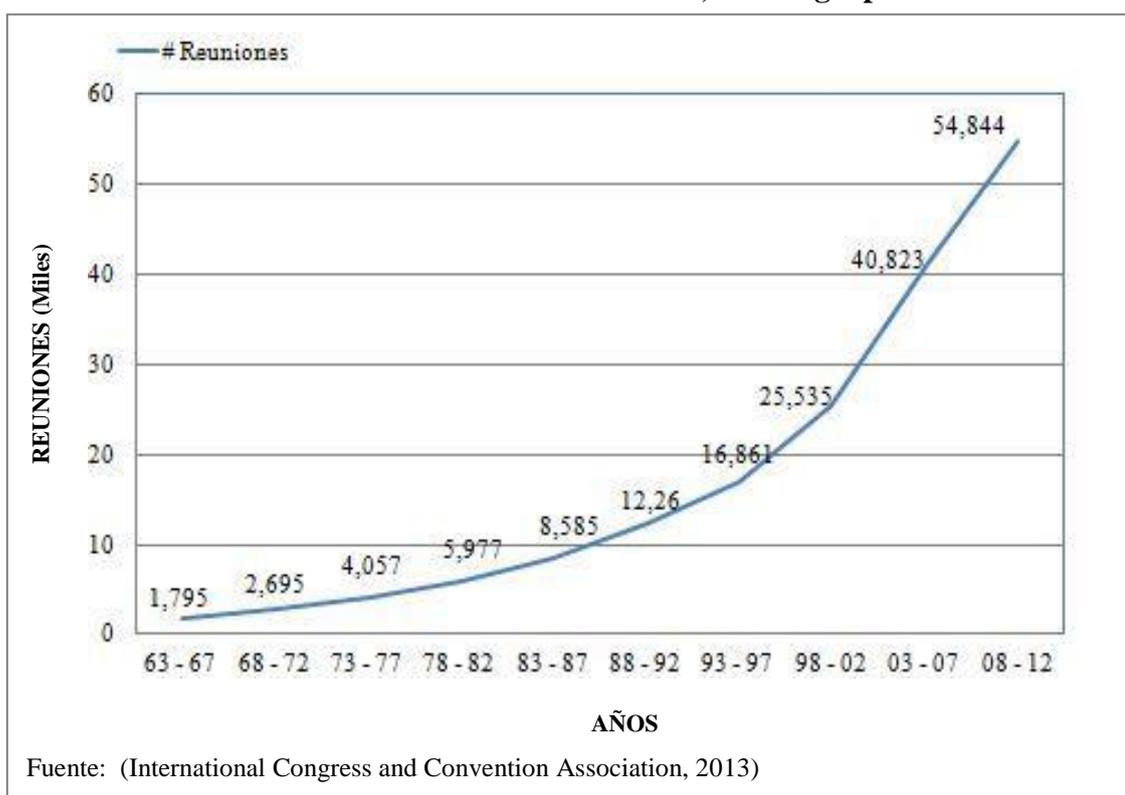
**CAPÍTULO 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y
CARACTERIZACIÓN DEL CAMPO DE ACCIÓN**

Capítulo II: Justificación del problema y caracterización del campo de acción

2.1. Justificación del problema

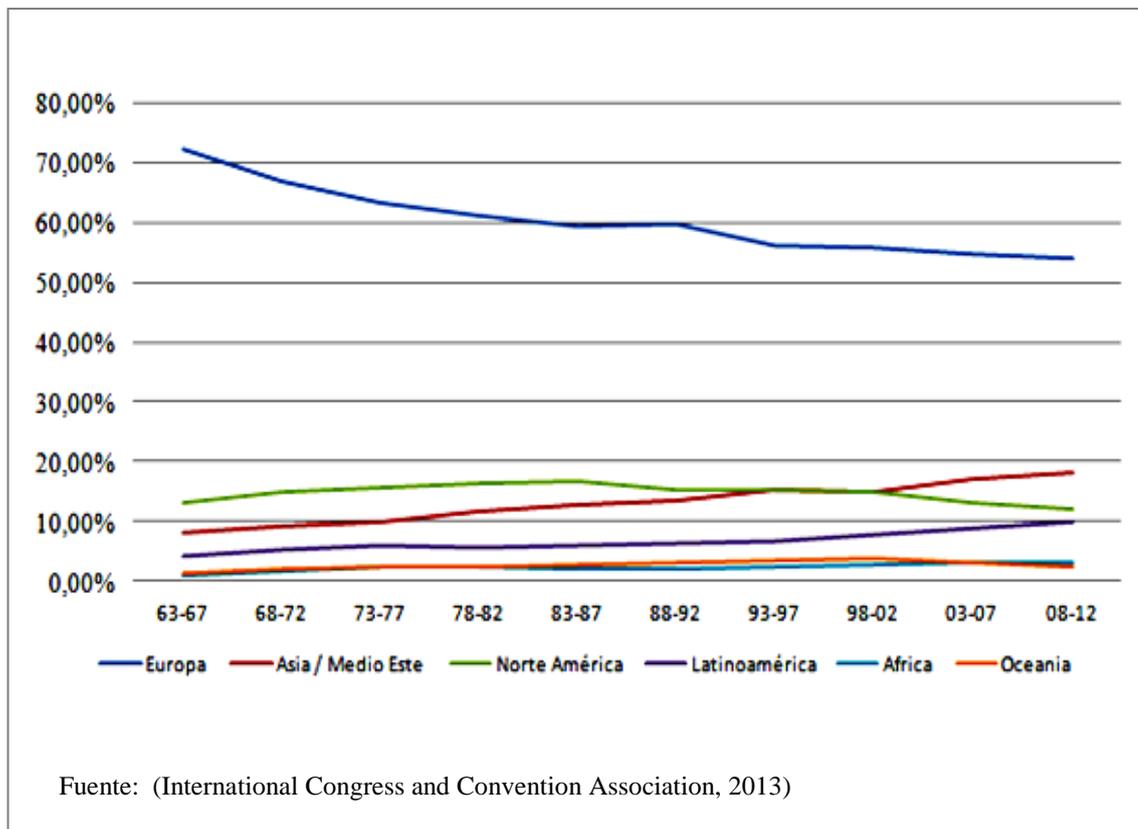
El turismo en el mundo se ha convertido en una industria de gran impacto y como ninguna otra industria beneficia a otros sectores de un país. Según datos proporcionados por Nardone (2014) “el movimiento de turistas por el mundo en el 2012 alcanzó mil millones de personas y que los ingresos generados por la actividad turística inciden más en las economías nacionales, un ejemplo es México donde el turismo es la tercera fuente de ingresos u otros países donde es la única fuente de ingresos como el caso de algunas islas del Caribe”

Gráfico N° 02. Número de reuniones 1963 - 2012, datos agrupados cada 5 años



El Gráfico N° 02 representa el crecimiento de la industria del turismo de reuniones desde 1963, según datos de ICCA. La información de estos 50 años señala un crecimiento aproximadamente del 10% por año, lo que significó que el número de reuniones se duplicaron cada 10 años. Por ejemplo entre los años 1963 y 2012 se realizaron 173,432 reuniones, según la base de datos del ICCA, solo el 1% (1,795 reuniones) fueron realizadas entre los años 1963 y 1967. En comparación con el periodo de mayor número de reuniones, 2008 al 2012, con 54,844 (31.6%) reuniones organizadas.

Gráfico N° 03: Número de reuniones 1963 – 2012. Por región



Este crecimiento también se puede diferenciar por cada región o continente. En el caso de Europa es el continente que atrae el mayor número de reuniones, aunque su tendencia es menor de 72.3% en 1963 – 1967 a 54% en el periodo de 2008 – 2012.

Asia/Medio Este y Latinoamérica son las regiones que mantienen su tendencia creciente. En Asia/Medio Este de 8.2% en 1963 – 1967 a 18.2% en el periodo de 2008 – 2012. Latinoamérica con un crecimiento de 4.2% a 10% en el mismo periodo (Gráfico N° 03).

Esta tendencia de la industria de reuniones debe ser aprovechado por los países Latinoamericanos, según el informe de la Organización Mundial de Turismo (2014) se considera a la región como la de mayor potencial para la industria turística a nivel mundial. Y resalta la ventaja de América Latina frente a otras regiones por el gran número de parajes naturales ocupados por 23 países, que para efectos del turismo tradicional tiene un atractivo indudable siendo la zona con mayor diversidad étnica del planeta, abarcar todas las zonas climáticas del mundo y ser el hábitat de numerosas especies de plantas y animales.

En los últimos años los diferentes países de América Latina han mejorado su participación en la industria de Reuniones, según el reporte de International Congress and Convention Association (2015) Brasil figura en el décimo lugar con 291 reuniones, siendo el único país de América Latina que figura en los primeros lugares. Luego sigue Argentina con 191 reuniones en el puesto 18 y México con 165 reuniones en el puesto 21. Estos datos están basados en la base de datos de ICCA compuesta por más de 1000 organizaciones y compañías miembros de dicha organización, ubicadas en más de 100 países.

En el caso del Perú en el Informe Histórico de los 50 años del ICCA señala que en el 2003 se realizaron 37 reuniones y según las últimas estadísticas del ICCA en el 2014 se realizaron 84 reuniones ubicando al Perú en el puesto 39 del ranking mundial y en el 8vo puesto en América (Norte, Centro y Sur América). Aunque existe un crecimiento constante es muy bajo en comparación a Argentina con 59 reuniones en el año 2003 y para el 2014 con 191 reuniones, ocupando el puesto 18 en el ranking mundial.

En una entrevista a Arnaldo Nardone (La república, 2014), presidente de ICCA, mencionó que “la razón del pequeño papel del Perú en la industria de reuniones es la reciente creación del Buro de Convenciones de Lima en el 2012 y la participación poco proactiva de las provincias para desarrollar este tipo de turismo. Así como la falta de experiencia en presentar candidaturas para ser sede de eventos, poca profesionalización y entender que cuando se es sede de un evento las empresas no son simples proveedores, son socios estratégicos que deben brindar el servicio de la calidad más alta”.

Debido a las deficiencias en provincias para desarrollar este tipo de turismo la capital abarca el 80% de eventos que se realizan en el Perú. Lima en el año 2014 se encontraba en el 8vo puesto en el ranking de países de América, con 64 reuniones según estadísticas ICCA. Esta cifra según Canales (2015), presidente del Buró de Convenciones de Lima, se espera superar y ubicar a Lima entre los primeros lugares de la región.

Además según las estadísticas de ICCA desde el 2010 al 2014 el Perú solo cuenta con tres ciudades representativas en el mundo de la Industria de reuniones (Tabla N° 04).

Tabla N° 04: Número de reuniones por ciudades en el Perú

CIUDADES	# Reuniones 2010	# Reuniones 2011	# Reuniones 2012	# Reuniones 2013	# Reuniones 2014
LIMA	37	44	43	54	64
AREQUIPA				6	5
CUZCO	7	11	8	4	10
OTROS					5
TOTAL PERÚ	44	55	51	64	84

Fuente: (International Congress and Convention Association, 2011), (International congress and convention association, 2012), (International Congress and Convention association, 2013), (International congress and convention association, 2014) y (International Congress and Convention Association, 2015).

Los años 2010 al 2012 no se cuenta con estadísticas de las ciudades donde se realizaron eventos menores a 5 reuniones, es por ellos que sólo figura Lima en las estadísticas del ICCA.

Recién a partir del 2013 se incluye a la ciudad de Arequipa en las estadísticas por tener 6 reuniones celebradas. El 2014 es el mejor año en estadísticas del Perú al crecer en número de reuniones por país y Cusco como nuevo destino de reuniones.

El impacto económico del turismo de reuniones en el Perú, según el Reporte Perú 2016 (Oxford Business Group, 2016), el sector de reuniones ya representa el 6% de los \$3.8 billones de dólares generados al año por el sector turismo. El reporte señala la importancia de este segmento en el Perú, ya que el promedio de participantes es de 750 personas, más del doble del promedio mundial de 350 asistentes por evento.

El reporte Oxford Business Group concluye que la mezcla de sitios históricos únicos, junto con restaurantes de calidad y una gran variedad de tiendas y comercios, hace que los

viajeros de eventos en Perú terminen incorporando actividades de ocio en su viaje, independientemente del propósito original.

En el mismo reporte se menciona que un turista normal gasta entre \$ 110 y \$ 125 por día y cuenta con una estancia media de 11 a 12 días. Un turista del segmento MICE tiene una estancia media de cinco a siete días y un gasto diario promedio de \$ 350 a \$ 500.

Como se menciona en la tabla N° 04, actualmente se cuenta con tres ciudades representativas en las estadísticas internacionales. Lima, Cusco y Arequipa.

Lima, Capital de la República del Perú, se encuentra situada en la costa central del país, a orillas del océano Pacífico. Por su ubicación geográfica, Lima es una de las ciudades en Sudamérica estratégica y geográficamente bien localizada; dispone de una amplia conectividad con los más importantes centros de América Latina, Caribe, Estados Unidos, Canadá y Europa.

La capital, cuenta con 38 destinos internacionales sin escalas y 19 vuelos directos nacionales. Su Aeropuerto Internacional Jorge Chávez ha sido seleccionado como el mejor de la Región por 6 años consecutivos. Por datos obtenidos de la web del Buro de convenciones de Lima (2016), la ciudad cuenta con una planta hotelera con un total de 124 hoteles de categoría 3, 4 y 5 estrellas, los cuales representan un total de 8489 habitaciones y 15367 camas. Contando con más de 15 de las principales cadenas hoteleras internacionales, entre las que destacan: Westin y Sheraton (de la cadena Starwood Hotels & Resorts), Marriott, Swissotel, Meliá, Hilton, entre otras.

El Buró tiene registrado alrededor de 140 salones de reuniones, operadores turísticos que cumplen los más altos estándares de calidad y amplia cartera de empresas que brindan servicios complementarios. Y recientemente inaugurado en el 2015 el Centro de

Convenciones de Lima, con capacidad de albergar hasta 10,000 personas, siendo el centro de convenciones más grande de América del Sur.

Otra ciudad que figura en las estadísticas es Arequipa, la ciudad tiene una ubicación estratégica con rutas que permiten interconectarse a otras ciudades del Perú. El clima es acogedor la mayor parte del año, ubicándose en medio de un valle a una altura de 2335 m.s.n.m, sirviendo como paso obligatorio de aclimatación para quienes piensan visitar las ciudades de Cusco y Puno.

La ciudad posee atractivos turísticos como el Cañón del Colca, su centro histórico reconocido como Patrimonio Cultural de la UNESCO, gastronomía exquisita y lugares de diversión. Además cuenta con instituciones y empresas con experiencia involucradas en la organización de eventos.

Todas esas razones ubican a Arequipa en los últimos años como una sede predilecta de importantes encuentros nacionales e internacionales de diversa magnitud, siendo un beneficio para toda la ciudad (Buró de convenciones de Arequipa, 2016).

Y un destino muy solicitado es Cusco, por poseer un atractivo turístico como la ciudadela de Machu Picchu, aunque aún no posee un Centro de Convenciones muchos hoteles de categoría y con sede en Lima fomentan este tipo de turismo a la ciudad.

En el caso de la zona norte del Perú, Trujillo recientemente se interesó por fomentar este tipo de turismo creando en enero del 2015 su Buro de Convenciones con apoyo del sector privado y el gobierno regional, su objetivo es convertirse en sede de importantes eventos nacionales e internacionales. Esta iniciativa nació de la Cámara de Comercio y Producción de la Libertad, contando con el apoyo del Gobierno Regional de la Libertad y la

alcaldía de Trujillo. Además en sus planes está la construcción de un Centro Empresarial del Norte impulsado por la cámara de comercio. (Cámara de Comercio y Producción de La Libertad, 2015).

Con el presente panorama el turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo requiere un plan de acción que debe considerar satisfacer estas necesidades y atraer a la región las nuevas oportunidades que brinda la industria de reuniones. Las pocas experiencias de la ciudad de Chiclayo como el “Foro Económico Asia – Pacífico (APEC)” en el 2008 y en el 2013 “Los juegos Bolivarianos” son prueba de la necesidad de un plan de acción que evidencie la importancia de articular al sector público con el sector privado de forma que se garantice la adecuada gestión de los eventos en la ciudad.

Antecedentes del problema

Las investigaciones sobre el Turismo de reuniones más relevantes con las que se trabajaran son las siguientes:

Quituisaca, Mayra (2012), “El turismo de eventos como alternativa para incrementar la rentabilidad turística en Cuenca”. La conclusión a la que llegó el autor fue que la ciudad cuenta con una adecuada infraestructura hotelera, buenas vías de acceso, excelente restauración y apoyo de las entidades municipales, para la realización de eventos de mediana y pequeña magnitud. La investigación recomienda este tipo de turismo para Cuenca por los beneficios económicos que se podrán reflejar en la rentabilidad turística y la economía general de la ciudad.

La investigación se realizó en función de experiencias exitosas de otras ciudades del mundo en turismo de eventos y sólo evaluó la oferta turística de la ciudad de Cuenca,

faltando un análisis de la demanda y las necesidades que los visitantes del turismo de eventos tienen en particular.

Otro estudio es el de Calozuma, Keyla (2013) sobre la “Organización de eventos en la ciudad de Ambato y su incidencia en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua, Ecuador”. Aborda el tema del turismo de eventos como alternativa de desarrollo turístico. Se analizó el potencial de la ciudad, su geografía y las industrias que se desarrollan en la zona. Se concluyó que tiene gran potencial para realizar eventos nacionales e internacionales, así como la necesidad de crear un Buró de Visitantes y convenciones que promueva este tipo de turismo.

El aporte más importante de la tesis fue el desarrollo de un plan estratégico para el funcionamiento de un Buró de visitantes y convenciones, como propuesta para promover el posicionamiento de la ciudad de Ambato. La importancia de este organismo es la facultad de unificar esfuerzos entre el sector privado y el público, además tiene una función estratégica de promoción de la ciudad para atraer la mayor cantidad de eventos.

Otro estudio importante sobre los eventos en Chiclayo fue el realizado por García y Reto (2013) sobre la “Viabilidad para la Creación de un Centro de Convenciones en la ciudad de Chiclayo”. El estudio permitió señalar la demanda insatisfecha que existe sobre establecimientos adecuados para eventos empresariales, que garanticen la adecuada infraestructura y servicios necesarios para lograr un evento exitoso.

Este estudio nos brinda un punto de partida sobre la oferta existente en Chiclayo, la falta de infraestructura para eventos más exigentes, servicios no estandarizados e informales. Como lo mencionan los autores “las empresas y los organizadores de eventos actualmente tienen dificultades para encontrar recintos donde puedan combinar calidad de infraestructura con calidad de servicio”.

Todos los estudios mencionados aportaron un panorama sobre los beneficios del turismo de reuniones, la necesidad de un análisis de oferta y demanda turística, para lograr los estándares mínimos necesarios para posicionar un destino como sede ideal para realizar reuniones o eventos.

También se consideró importantes los aportes de las siguientes investigaciones ya que proporcionan una visión del correcto desarrollo de una planeación estratégica en una ciudad y son ejemplos de la necesidad de articulación de diferentes sectores públicos y privados para alcanzar los objetivos planteados en los planes de acción en la gestión turística.

La tesis realizada por Cienfuegos-Viera, C. (2012) “Una propuesta de Acción para el desarrollo del Turismo rural en la provincia de Sullana: Diagnóstico y planeamiento estratégico”. Refleja la importancia de realizar un plan de gestión para el desarrollo del turismo rural de manera responsable y revalorando los recursos naturales y culturales de la ciudad. El trabajo del autor es un aporte al estudio y análisis de los modelos de desarrollo de turismo sostenible aplicado a comunidades con desventajas económicas y sociales, pero con potenciales recursos turísticos. Es un documento de investigación que sirve de referente para realizar propuestas de gestión y estudios turísticos.

Se puede concluir de la investigación la importancia que tiene desarrollar un diagnóstico correcto del destino o producto turístico para conocer la potencialidad y los recursos que posee, y realizar las estrategias necesarias.

El autor menciona que sólo se logra resultados si se cuenta con la participación de la

población local y la creación de alianzas estratégicas entre el sector público y privado. Y el fortalecimiento de las capacidades de los empresarios, artesanos y emprendedores locales, con el objetivo de desarrollar una oferta turística local de calidad.

También se consideró la tesis desarrollada por Fasabi, K. (2014) titulada “Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su desarrollo turístico sostenible”. En la investigación se argumenta la importancia de planificar la actividad turística en el distrito de San Jerónimo de Surco para convertirlo en un motor clave para el progreso de la población involucrada.

Fasabi, usó el documento PENTUR, documento oficial de Planificación en el Turismo en el Perú, como base para la elaboración del plan estratégico turístico, considerando la Planificación y Gestión turística, Territorio y Destino, Producto, Promoción, comercialización y comercialización.

También se realizó el diagnóstico de la localidad de Surco mediante entrevistas, encuestas y talleres de evaluación a pobladores. Esto permitió realizar un inventario de los recursos y atractivos turísticos como los restos arqueológicos, escenarios naturales y costumbres tradicionales.

El objetivo de esta investigación es que mediante el plan propuesto se busca la optimización del desempeño de la actividad turística para la satisfacción del turista. Y para ello el autor considera importante desarrollar un Plan Estratégico Turístico para el distrito de Surco - Huarochirí, basado en las expectativas de los visitantes del lugar y las necesidades de la población. Permitted convertirse en una herramienta de gestión para la toma de decisiones de sus autoridades, orientar los recursos disponibles al cumplimiento de objetivos estratégicos

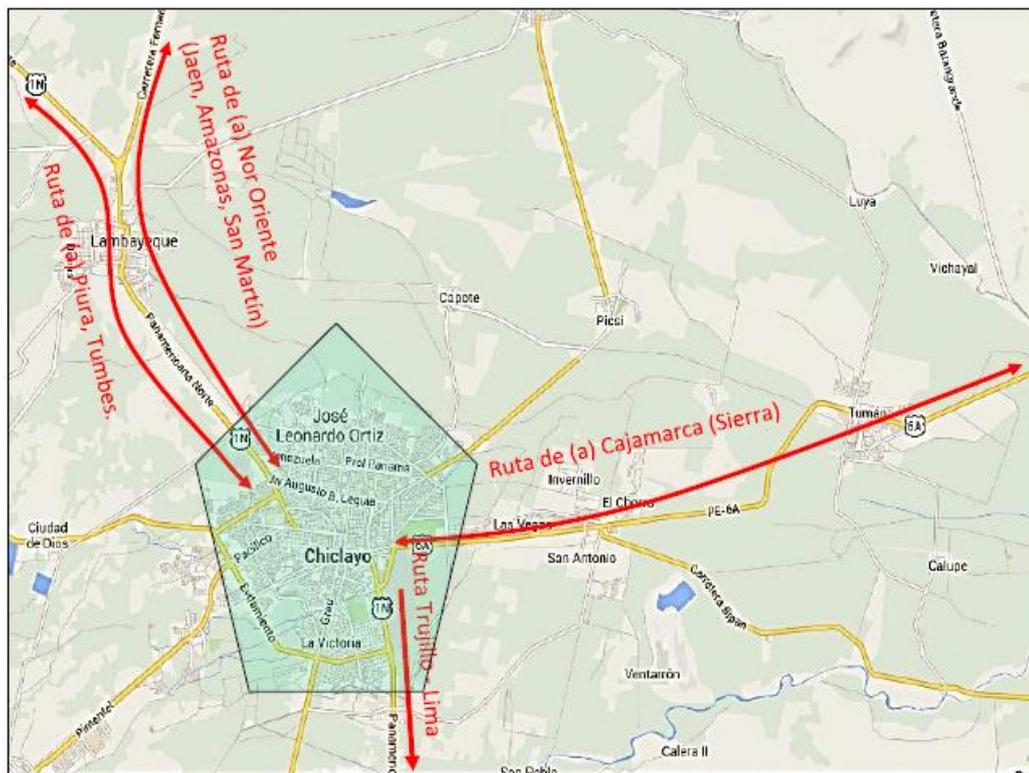
y realizar acciones correctivas con la finalidad de fomentar el Desarrollo Turístico Sostenible de la localidad.

2.2. Diagnóstico del estado actual de la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo.

La ciudad de Chiclayo, capital del departamento de Lambayeque, está ubicada al noroeste de la costa del Perú, en la región centro occidental de Sudamérica. A 770 km al norte de la ciudad de Lima, a 578 km de la frontera con Ecuador y a 12 km del océano Pacífico.

La ubicación de la ciudad es estratégica por su convergencia de agentes económicos provenientes de la costa, sierra y selva, lo que da origen a la intensa actividad comercial (Figura N° 01).

Figura N°01: Ubicación estratégica de Chiclayo



Fuente: (Vela et al 2014)

El clima de la ciudad es ideal, entre cálido y templado durante las estaciones de otoño, invierno y primavera, y cambia a caluroso en verano.

En cuanto al turismo, Chiclayo es el eje central de la región, su circuito más importante es el de Chiclayo – Ferreñafe – Lambayeque, que comprende el Museo Nacional Sicán, los Bosques de Pomac (Batán Grande), las pirámides de Tucume y, en Lambayeque, los museos Bruning y las Tumbas Reales de Sipán.

El turismo de reuniones en Chiclayo.

Según la entrevista realizada al Mg. Oscar Quispe Laura (Anexo N°01), Director de Turismo y Artesanía de la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo de la región Lambayeque, no existe un plan específico para la gestión del turismo de reuniones, pero considera que en la ciudad de Chiclayo este segmento se está desarrollando desde el sector empresarial, donde cada empresa busca promover sus servicios o productos mediante eventos, seminarios y reuniones.

También menciona que no existe una marca turística propia para la ciudad de Chiclayo, actualmente se viene trabajando el producto de bosques y pirámides de Lambayeque para promocionar el turismo interno y se piensa en atractivos, los servicios turísticos y lógicamente en el desarrollo de actividades para el turista, sin embargo considera necesario darle un mayor interés al turismo de reuniones como una necesidad que surge del sector empresarial en general, necesitándose no solamente de auditorios, también de alojamiento y alimentación; para lograr dinamizar no solamente el sector de servicios si no también el turismo en general de la región.

En el caso de la entrevista desarrollada a la Lic. Katia Mercedes Gamarra Leguía (Anexo N° 02), Gerente General AHORA Lambayeque, no conoce un plan de turismo de reuniones para la región siendo la primera vez que escucha sobre esta propuesta para Chiclayo. En el caso de la Marca para Chiclayo la asociación trabaja con las entidades públicas y privadas para posicionar el festival de la marinera. Esta propuesta es auspiciada por la empresa Backus donde se venderá la identidad y cultura de Lambayeque aunque aún está en desarrollo.

A continuación algunos aspectos importantes de los recursos de la ciudad, donde mediante el análisis documental, la entrevista y encuesta se realizó el diagnóstico del estado del turismo de reuniones en Chiclayo, para luego desarrollar la propuesta.

Infraestructura.

Según la Tabla N° 05 el hotel que cuenta con mayor capacidad es el Hotel Win Meier con una Explanada para 1000 personas. En segundo lugar está el Hotel Casa Andina con capacidad para 700 personas. El resto de hoteles de 4 y 3 estrellas cuentan con capacidad entre 300 a 100 personas para reuniones tipo auditorio.

Tabla N° 05: Relación de salones para reuniones tipo auditorio

LUGAR	DIRECCIÓN	SALONES	CAPACIDAD AUDITORIO
HOTELES 4 ESTRELLAS			
CASA ANDINA SELECT	AV. FEDERICO VILLAREAL 115	SEÑORIAL	350
		NAYLAMP	200
		HUACA DE ORO	100
		CINTO	70
		SICÁN	40
		COLLIQUE	30
		TERRAZA	700
COSTA DEL SOL CHICLAYO	AV. BALTA N° 399	PÓMAC	330
		CETERNI	210

		MUCHICK	100
		CIUM	80
		NOR	40
		ALOEC	40
WIN MEIER HOTEL	AV. BOLOGNESI 756	DIAMOND	250
		SILVER	160
		GOLD	120
		BLACK	120
		WHITE	110
		GREY	110
		MEIER	60
		EXPLANADA ESTE	500
		EXPLANADA OESTE	1000
SUNEC HOTEL	MANUEL M. IZAGA N° 472	LAQUIPAMPA	180
		EL ZORZAL	108
		NOGAL	72
		TUMI DE ORO	180
		PLATA	108
		COBRE	72
HOTELES 3 ESTRELLAS			
LOS PORTALES HOTEL	AV. SÁENZ PEÑA N° 396	SIPAN I	52
		SIPAN II	100
		SIPAN III	150
INTI HOTEL	AV. LUIS GONZALES N° 622	SIPAN	60
LUCKY STAR APART HOTEL	AV. SESQUICENTENARIO N° 777 URB. STA. VICTORIA		150
GLORIA PLAZA HOTEL	CA. MANUEL ARTEAGA N° 403 – URB. LOS PARQUES	PISO I	150
		PISO II	150
		PISO III	150
DESCANSO DEL INCA	MANUEL M. IZAGA N° 836	KERO	50
HOTEL CASA DE LA LUNA	JOSÉ BERNARDO ALCEDO N° 250- URB. PATAZCA		40
UNIVERSIDADES E INSTITUCIONES			
SEÑOR DE SIPÁN	CARR. PIMENTEL	AUDITORIO A	450
		AUDITORIO B	210
TECNOLÓGICA DEL PERÚ	VÍA DE EVITAMIENTO LAMBAYEQUE	AUDITORIO	800
UNIVERSIDAD DE LAMBAYEQUE	CA. CABRERA	PRINCIPAL	150

		SECUNDARIO	100
SAN MARTIN DE PORRES	URB. PLATA		380
SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO	CARR. LAMBAYEQUE, AV	MAGNA AUDITORIO 803	380 220
COLEGIO DE INGENIEROS	AV. BALTA	SALA CONFERENCIA SALA VIDEO PRINCIPAL	100 70 250
ICPNA	CA. 7 DE ENERO	PRINCIPAL	200
CÁMARA DE COMERCIO	AV. BALTA	AUDITORIO CCLAM DIRECTORIO CCLAM	70 15
CENTROS DE CONVENCIONES			
CLUB DE LA UNIÓN	CA. COLÓN S/N FRENTE PARQUE PRINCIPAL	SALÓN PRINCIPAL SALA VENTARRÓN TERRAZA 2DO PISO TERRAZA 3ER PISO	300 60 300 300
CENTRO CONVENCIONES TUMBAS REALES	AV. LORETO N° 270 – URB. PATAZCA	SALÓN SIPAN SALÓN SICÁN SALÓN NAYLAMP	250 50 50

Fuente: Elaboración Propia.

Según la entrevista con el Mg. Quispe, Director de Turismo y Artesanías, la actual gestión del gobierno local ha incluido en su plan de gestión impulsar un centro de convenciones para la ciudad, así como la Cámara de Comercio que también tiene un proyecto de un local de convenciones amplio ubicado camino a Monsefú.

Alojamiento y restauración.

Los hoteles de 4 y 3 estrellas suman 1359 habitaciones 1792 camas, la relación por cada hotel se encuentra en la Tabla N° 06.

Tabla N° 06: Capacidad hotelera de establecimiento de 4 y 3 estrellas - 2015

NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN	HAB.	CAMAS
HOTEL 4 ESTRELLAS			
Costa del Sol	Av. Balta 399	90	118
Gran Hotel Chiclayo	Av. Federico Villareal 115	129	258

Sunec	Ca. Manuel m. Izaga 472	50	55
Win Meier	Av. Bolognesi 756	94	129
TOTALES		363	560
HOTEL 3 ESTRELLAS			
América	Av. Luis Gonzales 943	30	39
Aquario's	Ca. John F. Kenedy 565	20	20
Aristi	Esq. F. Cabrera y Grau 102	53	91
Aura	Ca. Siete de Enero 364	21	30
Casa de la Luna	Ca. José Bernardo Alcedo 250 Urb. Patazca	27	33
Casa de Turistas	Ca. 7 de Enero Sur 229 – Urb. San Eduardo	22	22
Central	Ca. San José 976	49	89
Costa Norte	Ca. Alfonso Ugarte 765	24	27
Descanso del Inca	Ca. Manuel M. Izaga 836	30	43
El Sol	Jr. Elías Aguirre 119	54	90
Eras	Vicente de la Vega 843 – 851	21	30
Gran Sipán	Av. Luis Gonzales 1185	31	31
Inti Hotel	Av. Luis Gonzales 622	65	85
Kalu	Av. Pedro Ruiz 1038	21	28
Las Musas	Av. Los Faiques 101 – Urb. Sta. Victoria	40	76
Los Portales Hotel	Av. Sáenz Peña 396	40	41
Lucky Star	Av. Sesquicentenario 777 Urb. Sta. Victoria	41	40
Marwid	Ca. Los Algarrobos 115 – Urb. Sta. Victoria	30	30
Mochiks	Ca. Tacna 615	27	39
Mr. Delta Hotel	Ca. Manuel Pardo 648 – Urb. San Luis	24	48
Paraíso	Av. Pedro Ruiz 1064	69	109
Plazza	Ca. Vicente de la Vega 843	30	48
Rizzo	Ca. San José 554	33	33
Santa Rosa	Av. Luis Gonzales 927	40	109
Sun Palace	Ca. 7 de Enero 1368	21	22
Valle del Sol Hand	Av. Luis Gonzales 1135 – 1137	46	46
Villa Rita	Ca. Lora y Cordero 825	24	25
Gloria Plaza Hotel	Av. Miguel Grau 397	42	58
Hotel Casa Blanca	Ca. Manuel Arteaga 403 – Urb. Los Parques	21	30

TOTALES	996	1232
----------------	------------	-------------

Fuente: (Gobierno Regional de Lambayeque, 2015)

Los hoteles de 2 estrellas cuentan con 637 habitaciones y 834 camas y los hoteles de 1 estrella cuentan con 80 habitaciones y 90 camas. En el caso de hostales categorizados con 3 estrellas cuentan con 317 habitaciones y 449 camas, los de 2 estrellas cuentan con 1804 habitaciones y 2139 camas y los hostales de 1 estrella cuentan con 215 habitaciones y 245 camas.

Según el padrón de establecimientos categorizados en el 2015 por el Gobierno Regional de Lambayeque se cuenta con 244 establecimientos, con un total de 3458 habitaciones y 4375 camas.

Según un estudio realizado por MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013) sobre la brecha hotelera que se originará para el 2022. Se considero que en el caso de la región Lambayeque hacia el 2017, se presentará una brecha de 450 habitaciones. Y para el 2022 el déficit de habitaciones ascenderá a 820 (Tabla N° 07).

Tabla N° 07: Déficit de habitaciones para los próximos años

CATEGORIA	BRECHA N° HABITACIONES			
	Hoy - 2017	2017 -2022	2022 - 2027	TOTAL
MIDSCALE	200	460	450	1100
UPSCALE	200	300	470	970
LUXURY	50	60	80	190
TOTAL	450	820	1000	2270

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013)

Las oportunidades hoteleras para la región se concentran inicialmente en la categoría Upscale y luego se distribuyen entre Midscale y Luxury. Además según el estudio el

público de negocios de nivel medio que viaja solo o con compañeros de trabajo son los de mayor arribo. Para lo que se recomienda hoteles con un tamaño mínimo de 80 habitaciones en ambas categorías.

En lo que respecta a los restaurantes no categorizados del departamento de Lambayeque se cuenta con 4122 mesas y 14945 sillas, datos proporcionados por la Gerencia Regional de Comercio y Turismo del Gobierno Regional de Lambayeque hasta el año 2015.

La relación de restaurantes categorizados se encuentra en la Tabla N° 08.

Tabla N° 08: Padrón de Restaurantes Clasificados y Categorizados 2016

CALIFICACIÓN	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN	DISTRITO	MESAS	SILLAS
CATEGORIA 4 TENEDORES					
Restaurant	Milenario	Ca. Manuel M. Izaga 472	Chiclayo	30	120
Restaurant	Paprika	Av. Balta 399	Chiclayo	12	53
Restaurant	Restaurante Ventura	Av. Bolognesi 756	Chiclayo	24	68
CATEGORIA 3 TENEDORES					
Restaurante	American	Ca. Elías Aguirre 824	Chiclayo	16	53
Restaurante	Café 900	Ca. Manuel M. Izaga 900	Chiclayo	24	68
Restaurante Turístico	El Rancho	Av. Balta 1115	Chiclayo	26	86
Restaurante Turístico	El Tambo	Ca. Centro Poblado Menor El Tránsito	Monsefú	97	512
Restaurante Turístico	Hebrón	Av. Balta 605	Chiclayo	40	160
Restaurante	Thedis - Pollos y Parrillas	Ca. Vicente de la Vega 847	Chiclayo	20	80
Restaurante	Rest. Aristi	Ca. Francisco Cabrera 102	Chiclayo	12	48
Restaurante Turístico	Rest. Turístico El Pacífico	Av. Huamachuco 970	Lambayeque	16	54
Restaurante	El Cinto	Av. Luis Gonzales 927	Chiclayo	12	48
Restaurante	El Cántaro	Ca. Dos de Mayo 180	Lambayeque	20	80
Restaurante	El Kero	Av. Luis Gonzáles 622	Chiclayo	12	48

Restaurante	Valle del Sol Hand	Av. Luis Gonzáles 1135	Chiclayo	12	48
CATEGORÍA 2 TENEDORES					
Restaurante	Balta 512	Av. Balta 512	Chiclayo	23	115
Restaurante	Le Boulevard	Ca. Colón 627	Chiclayo	30	120
Restaurante	Los Cantaritos	Av. Belaunde – Urb. Castilla de Oro Mz. A Lt. 10	Lambayeque	14	56
Restaurante	Mi Tía	Ca. Elías Aguirre 662	Chiclayo	24	68
Restaurante	Roma	Ca. Manuel M. Izaga 710	Chiclayo	11	40
Restaurante Peña	Todos Vuelven	Av. Los Incas 101	Chiclayo – La Victoria	15	60
Restaurante	Vegetariano GOVINDA	Ca. Vicente de la Vega 982	Chiclayo	11	44
Restaurante	5 Sabores	Ca. Elías Aguirre 742	Chiclayo	14	56
Restaurante	D'CHOTA	Ca. Intendente – Urb. Latina	Chiclayo – José L. Ortiz	12	48
Restaurante	Sabor Chi	Carr. Pimentel Km. 8.6	Pimentel	40	160
Restaurante	Las Américas	Ca. Tahuantisuyo 900	Chiclayo – José L. Ortiz	40	160
Restaurante	Café Rest. El Trébol	Ca. Elías Aguirre 816	Chiclayo	15	52
Restaurante	El Warike Resto Grill	Ca. Alfredo Lapoint 831	Chiclayo	39	107
Restaurante	Joshe Grill	Ca. Pacasmayo 125	Chiclayo	16	54
Restaurante	La Sazón de Poseidón	Urb. Avila Morón Mz. "A"	Pimentel	23	96
Restaurante	El Perol de Oro	Av. Salaverry – Urb. 3 de Octubre 1737	Chiclayo	26	86
Restaurante	La casa del mar	Psje. La Marina 100 Urb. Santa Victoria	Chiclayo	35	124
Restaurante	Bar Sa Tacna Perú	Ca. Manuel Seoane 725	Pimentel	13	52
Restaurante	La tienda del Pato	Ca. Manuel Seoane 304	Pimentel	20	80
Restaurante	Pollería Campos Chicken	Av. Bolognesi 1113	Chiclayo	36	144
CATEGORÍA 1 TENEDOR					
Restaurante	Rest. Típico El Lambayecano	Ca. Juan XXIII	Lambayeque	26	86

Fuente: (Gobierno Regional de Lambayeque, 2016)

En el Padrón de Restaurantes calificados y clasificados actualizado al 2016 se cuenta con 37 establecimientos en total. Los restaurantes de 4 tenedores son 3, los de 3 tenedores son 12, los de 2 tenedores son 21 y de 1 tenedor solo hay uno.

La mayoría se encuentran ubicados en la ciudad de Chiclayo. En cuanto a la capacidad se cuenta con 856 mesas y 3334 sillas, todos estos datos proporcionados por la Gerencia Regional de Comercio y Turismo del Gobierno Regional de Lambayeque hasta el año 2016.

Recursos humanos.

Con respecto al capital humano necesario para la organización de eventos, en la ciudad de Chiclayo no existe ninguna empresa especializada en la organización de reuniones empresariales, pero si existen muchas que brindan los servicios de catering, alquiler de equipos, toldos, etc.

Según la recepción del Hotel Casa Andina el departamento de ventas está a cargo de la organización de los eventos que se contratan en el hotel y cuentan con una empresa prestadora de servicios que les proporciona sonido y toldos.

Esta modalidad se repite en otros hoteles como el Costa del Sol donde también está a cargo del departamento de ventas la organización de eventos.

En cuanto a los profesionales en turismo, como lo menciona la Lic. Katia Gamarra (Anexo N° 02), los hoteles en la ciudad si cuentan con personal capacitado en la organización de eventos. Esto por el hecho que en Chiclayo casi todas las universidades cuentan con la carrera de Turismo y Hotelería egresando cada año personal capacitado.

Transporte.

Chiclayo posee una ubicación estratégica que comunica a todas las ciudades del norte del país, así como de la zona nororiental, de igual manera se encuentra cerca a Ecuador, Colombia y otros cercanos por el norte, siendo una ventaja para el turismo de reuniones.

El transporte interprovincial en la ciudad de Chiclayo cuenta con muchas empresas que prestan este servicio, aunque también existen gran número de empresas informales. Este problema se pretende solucionar con la construcción de un Terrapuerto, desde el 2014 se tiene el proyecto pero aún no se logra su ejecución. La construcción y operación de un permitiría:

- Mejorar la calidad del servicio de embarque y desembarque.
- Brindar un ambiente de comodidad, orden, limpieza y otros servicios complementarios.
- Mejorar las conexiones con los circuitos turísticos.
- Solucionar el problema de la informalidad del transporte interprovincial
- Establecer una zona rígida que prohíba la circulación de buses por avenidas céntricas.

Las principales empresas que realizan transporte interprovincial son las siguientes:

Tabla N° 09: Principales agencias de transporte interprovincial

EMPRESA TRANSPORTE	AMBITO COBERTURA	ANTIGUEDAD
Transportes Chiclayo S.A.	Piura, Sullana, Talara, Máncora, Tumbes, Trujillo, Jaén, San Ignacio y Lima.	37 años
Transportes Línea S.A.	Barranca, Bagua, Bagua Grande, Chiclayo, Piura, Lima, Pacasmayo, Trujillo, Chimbote, Huaraz,	15 años

	Cajamarca, Otuzco, Paita, Sullana, Jaén y Chepén.	
Transporte Ave Fénix S.A.	Tumbes, Piura, Chiclayo, Cajamarca, Jaén, Trujillo, Chimbote y Lima.	39 años
Cruz de Sur	Ámbito Nacional	56 años
Empresa Flores Hermanos S.R.L.	Ámbito Nacional	43 años
Turismo Díaz	Cajabamba, Piura, Chimbote, Trujillo, Cajamarca, Lima, Pacasmayo, Tarapoto y Chepén	22 años
Móvil Tours	Lima, Jaén, Bagua, Chachapoyas, Tarapoto, Moyobamba	28 años

Fuente: Elaboración Propia

La ciudad de Chiclayo cuenta con el Aeropuerto Internacional Capitán FAP José Abelardo Quiñones, que a partir del 2008 es operado por Aeropuertos del Perú, empresa privada que cuenta con la concesión. Actualmente cuenta con vuelos nacionales de las empresas LATAM PERÚ, LP Perú, y vuelos internacionales desde el 2016 a cargo de COPA AIRLINES a Panamá y sus conexiones a otros países.

Aeropuertos del Perú tiene ya el proyecto de su ampliación y modernización, para el mejoramiento de la pista, ampliación del terminal de pasajeros; con la posibilidad de convertir a Chiclayo como “hub” internacional de la zona norte del Perú, y su fácil interconexión con ciudades como Trujillo, Piura e Iquitos y generar un polo de atracción comercial.

Este nuevo aeropuerto puede promover vuelos entre Chiclayo, Cajamarca, Jaén y Chachapoyas, así como vuelos transfronterizos con Ecuador (Figura N° 02).

Figura N° 02: Nuevo aeropuerto internacional Capitán FAP José A. Quiñones



Fuente: (Diario Gestión, 2016)

Servicios específicos.

De acuerdo a información obtenida del Gobierno Regional de Lambayeque (2015), sobre las agencias de viajes formales del 2015, en Lambayeque existen 70 empresas formales que brindan servicio como agencia de viajes. Del total en la ciudad de Chiclayo se encuentran 58 agencias, pero sólo operan el 50% de ellas. Entre las más conocidas tenemos a Tumi Tours SAC, Bruning Travel Servis EIRL, Domiruth Travel, entre otras (Tabla N° 10).

Tabla N° 10: Agencias de viajes ubicadas en Chiclayo

CLASIFICACIÓN	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN
MINORISTA / TOUR OPERADOR	AMAP TOURS	AV. MIGUEL GRAU N° 761, URB. STA. VICTORIA
TOUR OPERADOR	AMAZING PERU	CA. WILFREDO VALDIVIEZO N° 345
TOUR OPERADOR	AMERICAN TOURS	CA. MANUEL M. IZAGA 800
MINORISTA	ANACY TOURS	CA. SAN JOSE N° 755 OF. 10 C.C. UBICENTRO
TOUR OPERADOR	ATM VIAJES	CA. SAN JOSE 660
TOUR OPERADOR	BOSQUES SECOS TOURS	CA. 7 DE ENERO 217
MINORISTA / TOUR OPERADOR	BRUNING TRAVEL SERVICE	CA. SAN JOSÉ N° 594 2DO PISO

MINORISTA / TOUR OPERADOR	CECI TOURS	AV. SALAVERRY N° 770 1ER PISO
TOUR OPERADOR	CHAKISVENTURA	CA. MANUEL M. IZAGA N° 740 OF. 102
TOUR OPERADOR	CHAPOÑAN TOURS	CA. SAN JOSÉ N° 755 OF. 15
MINORISTA	CHICLAIAEP	CA. 7 DE ENERO N° 639 B
MAYORISTA	COSTA MAR TRAVEL CRUISE & TOURS	CA. MANUEL M. IZAGA N° 445
MINORISTA / TOUR OPERADOR	COSTA NORTE	CA. LORA Y CORDERO N° 648
MINORISTA	D'VEGA PERÚ TRAVEL	CA. LETICIA N° 440
MINORISTA / MAYORISTA / TOUR OPERADOR	DOMIRUTH TRAVEL	CA. MANUEL IZAGA N° 781
MINORISTA	ECOSERV	AV. UNIÓN N° 122 URB. STA. ELENA
MINORISTA / MAYORISTA	EXPOBALL TOURS	AV. BALTA N° 915 OF. 109
MINORISTA	FALCON TRAVEL	CA. FRANCISCO CABRERA N° 662 2DO PISO
TOUR OPERADOR	FLY WORLD	CA. ELÍAS AGUIRRE 968-A OF. 01
TOUR OPERADOR	GARZA TRAVEL TOURS	CA. MANUEL M. IZAGA N° 740 OF. 206
TOUR OPERADOR	HAPIQAY PACHA TOURS	CA. MANUEL M. IZAGA N° 397 OF. 01
TOUR OPERADOR	INKA NATURA TRAVEL	CA. MANUEL M. IZAGA N° 730 OF. 203
MINORISTA	JB VIAJES Y TOURS	CA. ELÍAS AGUIRRE N° 726 2DO PISO
MINORISTA	JJ LANDS TOURS	CA. LAS COLINAS N° 225, URB. 3DE OCTUBRE
TOUR OPERADOR	JOYMEROS TOURS	CA. ALFONSO UGARTE N° 609 OF. 302
MINORISTA	KIWI TRAVEL TOURS	CA. LEONCIO PRADO N° 1145 2° PISO
MINORISTA	KULLAYKI PIRUW	CA. LOS PINOS N° 204, URB. STA. VICTORIA
MINORISTA / MAYORISTA	LAN PERÚ	CA. MANUEL M. IZAGA N° 770
TOUR OPERADOR	LAS GARZAS TOURS	CA. MANUEL M. IZAGA
MINORISTA	LIMA AERO RENT CAR PERU	AV. BOLOGNESI N° 1422
TOUR OPERADOR	MARAVILLA TOURS	CA. TROMPETEROS N° 319, URB. FEDERICO VILLAREAL
TOUR OPERADOR	MOCHE TOURS	CA. 7 DE ENERO N° 638
TOUR OPERADOR	MUNDO AZUL	AV. ORIENTE N° 118, URB. SAN JUAN
MINORISTA / TOUR OPERADOR	MUNDO TOURS	CA. MANUEL M. IZAGA N° 810
MINORISTA	NAYLAMP PERÚ	CA. SAN MARTIN N° 166, URB. EL PORVENIR
TOUR OPERADOR	NORTH PERÚ EXPERIENCE	URB. SANTA LILA MZ. C LT. 11
TOUR OPERADOR	PERU LEGENDARIO	CA. TROMPETEROS N° 297 2° PISO, URB. VILLAREAL
TOUR OPERADOR	PERU MILENARIO	CA. ELIAS AGUIRRE N° 418 2° PISO
MINORISTA	PERU AVENTURA	CA. ALFONSO UGARTE N° 765
TOUR OPERADOR	PERU PARADISE TRAVEL	URB. LOS PINOS MZ. E LT. 16
TOUR OPERADOR	PRO ADVENTURE	URB. STA ROSA MZ. 25 LT. 11
TOUR OPERADOR	PROVIATUR	CA. LOS GIRASOLES MZ. D LT. 4, URB. LA FLORIDA
MINORISTA / TOUR OPERADOR	QUALITY TURISMO	CA. MANUEL M. IZAGA N° 763

MINORISTA	REAL AGENTES	CA. ELIAS AGUIRRE N° 830 OF. 201
TOUR OPERADOR	RUTAS Y RUMBOS	CA.ELIAS AGUIRRE N° 770 2° PISO
TOUR OPERADOR	SIN RESERVAS	AV. BALTA N° 291
MAYORISTA / TOUR OPERADOR	SIPAN TOUR – TOUR OPERADOR	CA. 7 DE ENERO N° 772
MINORISTA	SOL Y LUNA TOURS	CA. HUARI N° 120, URB. LOS MOCHICAS
TOUR OPERADOR	TOURS AMIGOS	CA. JUAN CUGLIEVAN N° 616
MINORISTA / TOUR OPERADOR	TUMI TOURS	CA. COLON N° 599
MINORISTA	TURISMO IDEAL	AV. BALTA 901
TOUR OPERADOR	TURISMO MOCHE	CA. FRANCISCO QUIROZ VEGA, P.J. SUAZO
MINORISTA	TURISMO STAR	AV. LOS AMAUTAS N° 765 LA VICTORIA
TOUR OPERADOR	VIAJERO NIYU	AV. LUIS GONZALES N° 881 2DO PISO
TOUR OPERADOR	VIAJES CREDISERV	CA. MANUEL M. IZAGA N° 206
MINORISTA	VIAJES FALABELLA	AV. MIGUEL DE CERVANTES N° 300 P.J. DIEGO FERRE
TOUR OPERADOR	D TOUR	CA. MARISCAL NIETO N° 480
TOUR OPERADOR	TURISMO LAMBAYEQUE	CA. MANUEL M. IZAGA N° 332 OF. 01

Fuente: (Gobierno Regional de Lambayeque, 2015)

Resultados de la encuesta de satisfacción

Se realizaron 350 encuestas realizadas en 3 eventos distintos en la ciudad de Chiclayo durante el mes de Junio. Obteniendo respuestas de 53 turistas extranjeros siendo el 15% de encuestados y 297 turistas nacionales que corresponde al 85% de encuestados.

Los eventos realizados fueron:

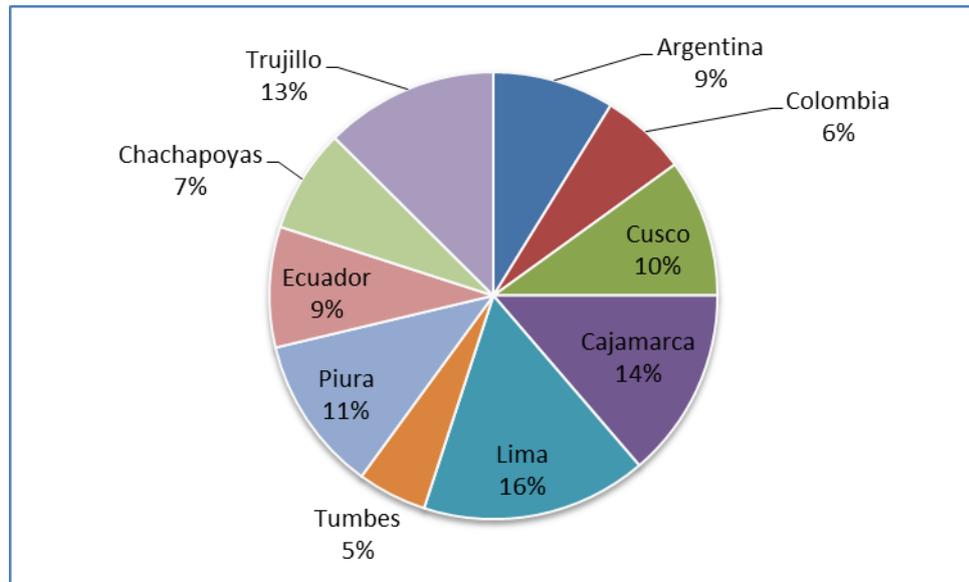
- I Congreso Internacional de Estomatología y el III Concurso de Investigación en Estomatología, realizados los días 15, 16 y 17 de Junio en la Universidad Señor de Sipán
- II Congreso Nacional de Gerentes Públicos realizado el 24 de Junio.

Los resultados obtenidos fueron para determinar la percepción del turista que visita la ciudad de Chiclayo con motivo de asistir a una reunión. Con preguntas para medir el grado

de satisfacción del turista con respecto a la organización, los servicios y la imagen de la ciudad.

Los resultados se representan en figuras gráficas que facilitan una rápida comprensión a las preguntas planteadas.

Gráfico N° 04: Procedencia de los turistas de reuniones encuestados

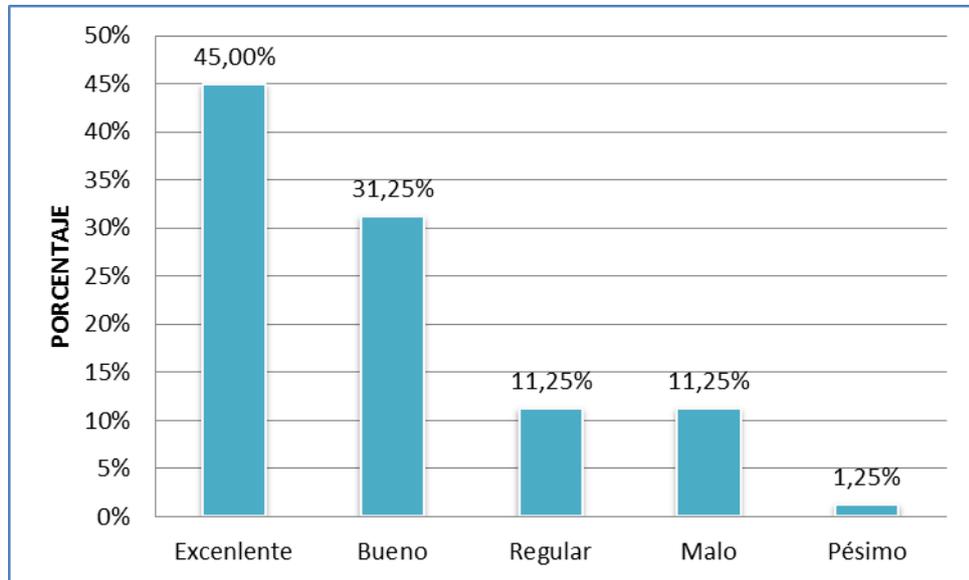


Fuente: Elaboración Propia

La procedencia de los turistas encuestados corresponde en su mayoría a las ciudades cercanas a la ciudad, como Cajamarca con 14%, Trujillo con 13%, Piura con 11%, Tumbes con 5%, Chachapoyas con 7% y Lima con 16% de participación. Los turistas internacionales fueron delegaciones de Argentina con 9%, Colombia con 6% y Ecuador con 9% de participantes.

Se puede concluir que la cercanía de las ciudades nacionales mencionadas es una oportunidad para Chiclayo para promover este tipo de turismo en el ámbito nacional.

Gráfico N° 05: ¿Cómo calificaría la calidad del evento al que usted asistió en la ciudad de Chiclayo?



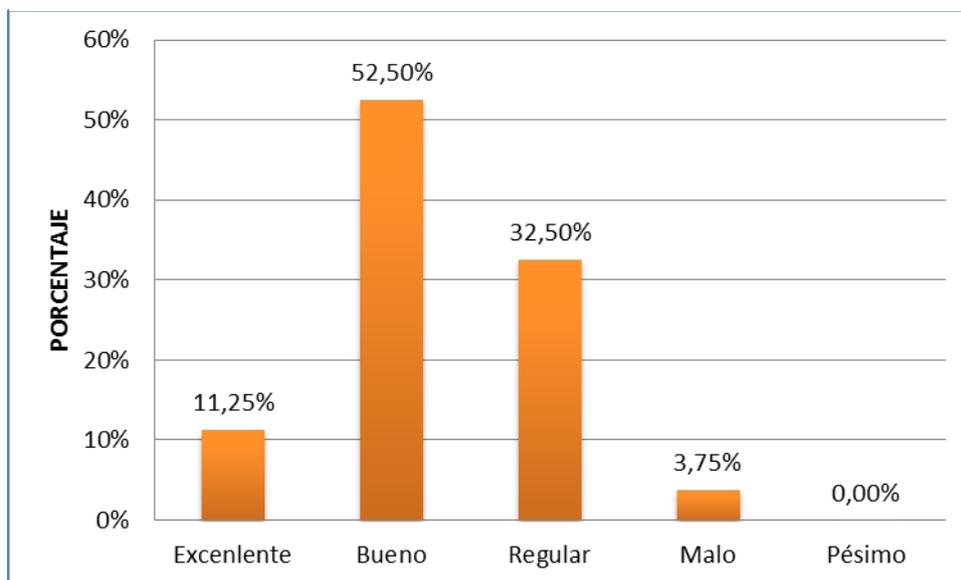
Fuente: Elaboración Propia

El 45% de los encuestados calificó al evento que asistió como excelente, el 31,25% lo calificó como bueno, el 11,25% de regular, el 11,25% de malo y sólo el 1,25% de pésimo.

La importancia de la pregunta permite conocer el nivel de la calidad de los eventos ofrecidos en la ciudad, donde influyen en la percepción del participante aspectos como la organización, calidad de los expositores, cumplimiento de horarios, ambientación del evento, etc.

Todos estos aspectos son importantes para estandarizar ciertos criterios de calidad para organizaciones de reuniones futuras.

Gráfico N° 06: ¿Cómo calificaría la calidad del hospedaje ofrecido por los organizadores del evento?

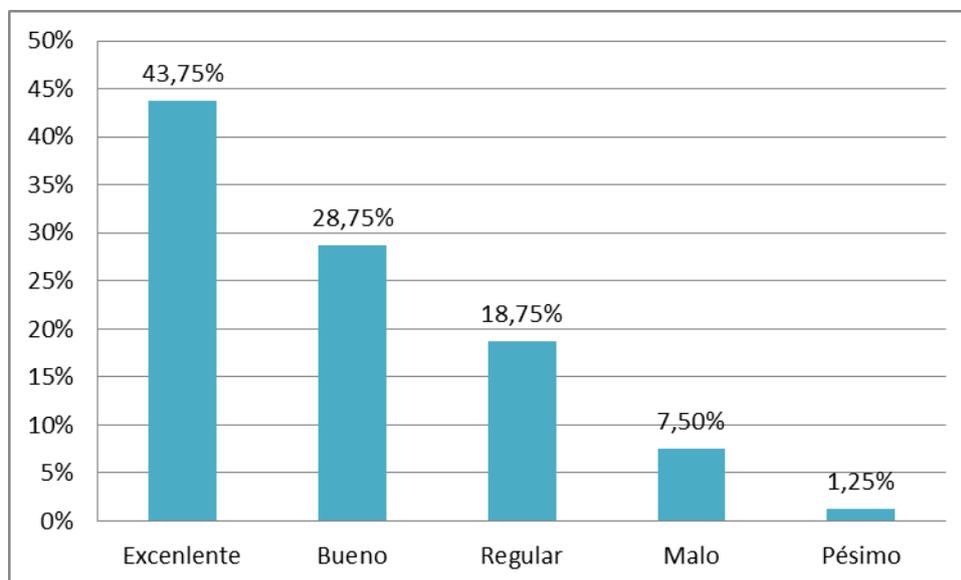


Fuente: Elaboración Propia

Un 11,25% de los encuestados consideraron que el hospedaje ofrecido fue excelente, un 52,50% lo considera bueno, el 32,5% lo consideró regular, el 3,75% malo y nadie consideró que fuera pésimo.

Esto muestra que la calidad de los hospedajes recomendados por la organización del evento fue aceptable por la mayoría de los visitantes, siendo importante que los organizadores se aseguren de proporcionar alternativas de hospedaje que garanticen calidad y buen servicio.

Gráfico N° 07: ¿Cómo calificaría a las instalaciones donde se realizó el evento?

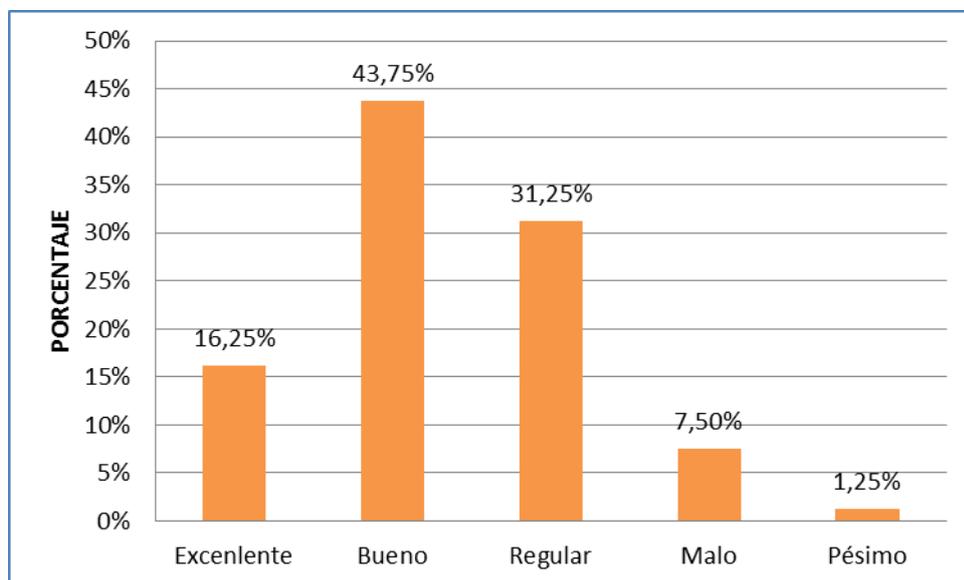


Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a la infraestructura donde se realizaron los eventos el 43,75% considero excelente, el 28,75% bueno, el 18,75% de regular, el 7,50% de malo y el 1,25% de pésimo.

Se puede considerar que más del 80% de los encuestados estuvo satisfecho con la infraestructura ofrecida, siendo uno de los factores más importantes para ser sede para reuniones.

Gráfico N° 08: ¿Cómo calificaría al personal que estuvo a cargo de la organización del evento?

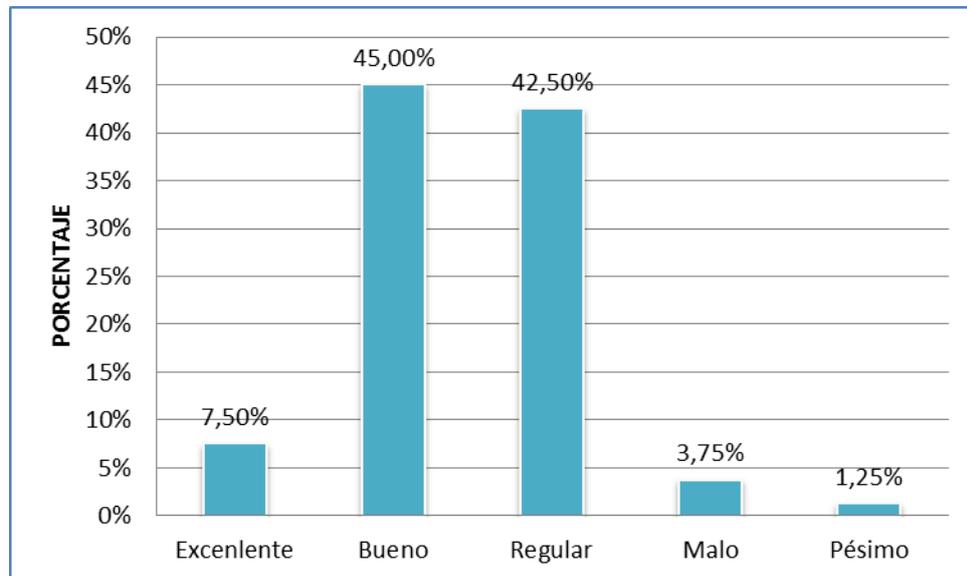


Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al personal que estuvo a cargo del desarrollo de los eventos el 16,25% lo calificó de excelente, el 43,75% de bueno, el 31,25% de regular, el 7,50% de malo y el 1,25% de pésimo.

Se puede concluir que más del 90% de los encuestados estuvo satisfecho con el desempeño del personal que estuvo a cargo de la organización del evento. Constatando que existe profesionales con capacidad de cumplir con las exigencias de este tipo de turismo.

Gráfico N° 09: ¿Los medios de información por los cuales usted se interesó en el evento, bajo su juicio fueron?



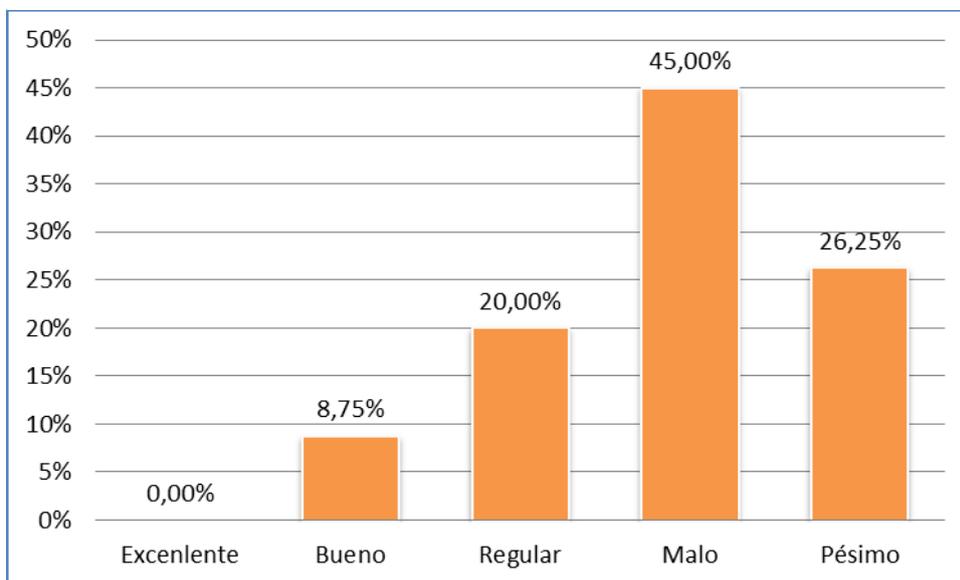
Fuente: Elaboración Propia

El 7,50% calificó de excelente los medios de información por los que se enteró del evento, el 45% lo calificó de bueno, el 42,5% de regular, el 3,75% de malo, y el 1,25% de pésimo.

La ventaja del turismo de reuniones es que cada evento tiene un público objetivo específico según su campo de acción, por ejemplo en el caso de los encuestados del I Congreso de Estomatología los profesionales buscaron información sobre su campo de estudio en redes sociales, casas de estudio y asociaciones lo que facilita la promoción para este evento.

Esto es una ventaja para promover los eventos adecuadamente y con mayor eficiencia si se cuenta con oficinas de apoyo para promocionar el evento.

Gráfico N° 10: ¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la limpieza pública de las calles y parques?

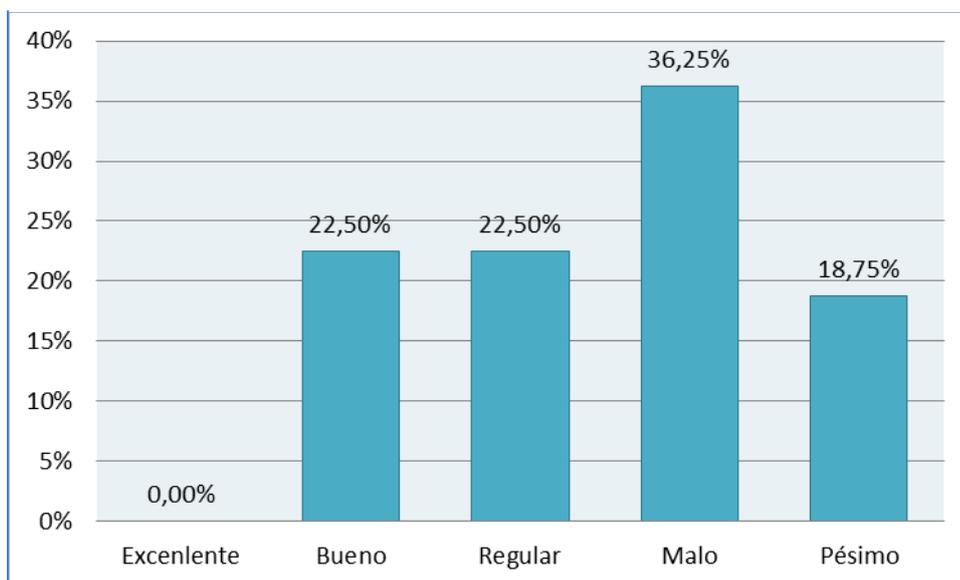


Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a la limpieza pública de las calles y parques de Chiclayo ningún encuestado lo calificó como excelente, el 8,75% dijo que era bueno, el 20% regular, 45% lo calificó de malo y el 26,25% dijo que era pésimo.

Estos datos son preocupantes ya que más del 70% considera que la limpieza pública de la ciudad es deficiente, generando una imagen de una ciudad poco atractiva y desordenada. Siendo un problema para cualquier tipo de turismo que se desee promoverse en la ciudad.

Gráfico N° 11: ¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la seguridad?

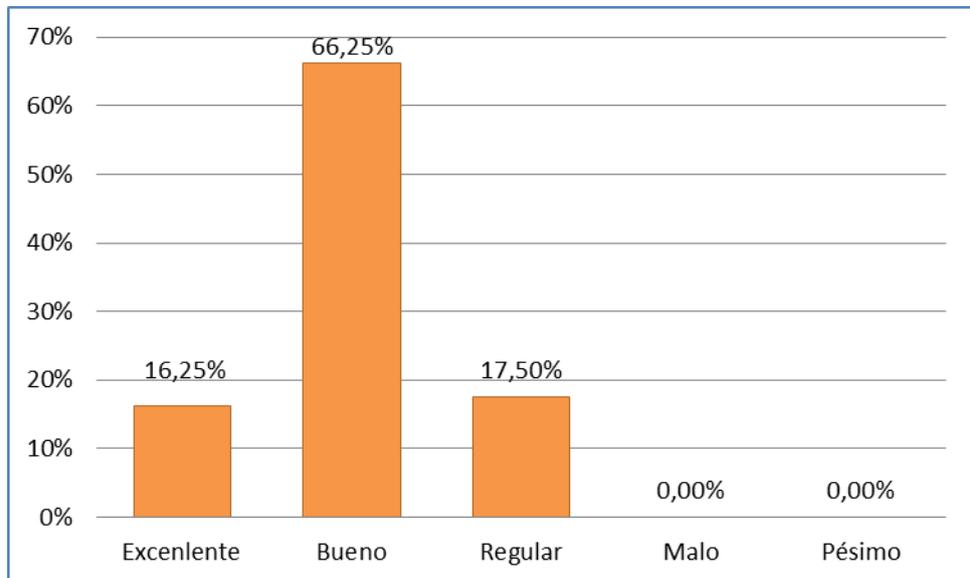


Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a la seguridad en la ciudad ningún encuestado consideró como excelente este punto, el 22,5% lo calificó como bueno, el 22,5% de regular, el 36,25% de malo y el 18,75% de pésimo.

Los datos señalan que casi el 55% considera que es un aspecto negativo de la ciudad. El otro 45% lo considera aceptable. Estas respuestas pueden estar influenciadas según las zonas donde los entrevistados se movilizaron por la ciudad siendo igualmente una prioridad garantizar la seguridad en las zonas más frecuentadas por los turistas cuando realizan sus compras o visitan atractivos turísticos.

Gráfico 12: ¿Cómo calificaría los atractivos turísticos en la ciudad de Chiclayo?



Fuente: Elaboración Propia

Los atractivos turísticos ofrecidos por la ciudad fueron calificados de excelente por el 16,25% de los encuestados, el 66,25% dijo que era bueno y el 17,50% regular. Nadie tuvo una calificación negativa sobre los atractivos.

Esto es una fortaleza de la ciudad con respecto a sus atractivos que ofrece, ya que cuenta con un 100% de aprobación por parte de los visitantes.

Todos los datos obtenidos de la investigación, encuesta y entrevistas permiten determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee la ciudad de Chiclayo con respecto al turismo de reuniones en la siguiente matriz.

Tabla N° 11: Matriz FODA del turismo de reuniones de Chiclayo

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La ubicación geoestratégica de Chiclayo frente a otras ciudades. • Infraestructura adecuada en salas de hoteles, instituciones, museos y otros espacios. • Conocida como la Capital de la Amistad, la hospitalidad está demostrada por los habitantes de la ciudad. • Clima soleado y cálido durante todo el año. • Chiclayo posee un aeropuerto internacional, con vuelos internacionales. • Oferta de recursos turísticos complementarios: como el turismo cultural, el segmento de sol y playa y la variada gastronomía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inversiones en actividades de entretenimiento • Creación de una identidad y marca diferenciada del resto de las ciudades • Desarrollo de una política integradora de turismo de reuniones en el sector turístico. • La industria de reuniones ayuda a desestacionalizar la actividad turística. • La llegada de inversión privada en el sector hotelero, podría afianzar aún más la infraestructura hotelera de Chiclayo. • El Aeropuerto Internacional FAP José A. Quiñones tendrá una próxima ampliación y modernización.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de inversiones públicas en el segmento de reuniones. • Ausencia de un centro de convenciones para grande y macro – eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un crecimiento sin preocupación con políticas turísticas sostenibles. • La proximidad a otros destinos complementarios son competencia para

<ul style="list-style-type: none"> • Falta de una imagen de marca ciudad • Falta de acciones coordinadas entre el sector público y sector privado 	<p>Chiclayo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Épocas de fenómeno del Niño donde la ciudad colapsa por el deterioro de las calles. • Incremento de la delincuencia
---	---

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados del diagnóstico la principal fortaleza de la ciudad de Chiclayo es su posición geoestratégica, como lo menciona el Mg. Oscar Quispe (Anexo N° 01) “muchas empresas al escoger una ciudad del Norte para sus eventos consideran a Chiclayo como el mejor lugar” todo esto por sus cercanía a ciudades de la parte nor amazónica, Piura, Jaen, Bagua, Cajamarca, Trujillo, etc.

La Lic. Katia Gamarra (Anexo N° 02) considera que los recursos gastronómicos, culturales y museos son sus mejores fortalezas. En el campo de los eventos, considera que Chiclayo posee auditorios de una envergadura aceptable y más que todo se observa en los hoteles de categoría un crecimiento impórtate en la organización de eventos. También cuenta con una planta turística regular con hoteles de 4 y 3 estrellas con instalaciones para reuniones.

En cuanto a las debilidades los expertos opinan que el tema de la gestión de la ciudad es el aspecto que debe mejorar, como el recojo de la basura, mejorar el ornato, adecuar espacios públicos como parques, etc. Todo esto se evidenció en la encuesta donde el 45% de encuestados calificaron de malo el ornato de la ciudad.

Dentro de las oportunidades que se mencionan la principal es la remodelación del aeropuerto internacional FAP José A. Quiñones. El proyecto Olmos es otra importante oportunidad por atraer empresas agroindustriales que necesitaran profesionales del sector

agroindustrial y la posibilidad de gestionar reuniones empresariales pues muchas de las empresas tienen sedes en otras ciudades. Y otro proyecto pero igual de necesario es el terminal marítimo regional que brindará un desarrollo económico y atraerá nuevos inversionistas a la ciudad.

CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS Y DISEÑO DE LA EJECUCIÓN

Capítulo 3: Hipótesis y diseño de la ejecución

3.1. Definición de hipótesis

Si se diseña un Plan de Gestión del turismo de reuniones, entonces se logrará mejorar los servicios ofrecidos para lograr la satisfacción del visitante a la ciudad de Chiclayo.

3.2. Determinación de las variables de la hipótesis

3.2.1. Definición de las variables.

- Variable Independiente: Plan de Gestión del turismo de reuniones.

Se define como el conjunto de mecanismos dirigidos hacia un buen manejo de los recursos del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo.

- Variable dependiente: Satisfacción del Visitante.

Se define como la percepción del visitante con respecto a los servicios que le ofrece el destino o evento

3.2.2. Clasificación de las variables.

Ver Tabla N° 12.

Tabla N° 12: Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLES	CONCEPTO OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	ESCALA
INDEPENDIENTE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES	Mecanismos dirigidos hacia un buen manejo de los recursos del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo.	Planificación del turismo	Política turística	Satisfacción de actores locales con esa política	Ordinal
		Diagnóstico del Turismo Eventos	Análisis de la Demanda	Motivos de Viaje	Nominal
				Tipo de eventos que asiste	Nominal
				Interés por conocer otros atractivos	Ordinal
			Análisis de la Oferta	Capacidad de la Infraestructura	Razón
				Capacidad de servicios de Transporte	Razón
		Capacidad de Servicios de Alojamiento		Razón	
		Capacidad de Establecimientos de restauración		Razón	
		Gestión Estratégica	Análisis Estratégico	Matriz FODA	Nominal
			Plan acción estratégico	Objetivos y Propuestas	Nominal
DEPENDIENTE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE	Percepción del visitante con respecto a los servicios que le ofrece el destino o evento.	Calidad del Servicio	Percepción del Visitante	Grado de satisfacción de evento organizado.	Ordinal
				Grado de satisfacción de los servicios turísticos	Ordinal

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Diseño de la ejecución

3.3.1. Universo.

Son todos aquellos visitantes a la ciudad de Chiclayo, cuyo motivo de viaje sea asistir a una reunión o evento. Los turistas pueden ser nacionales o internacionales.

3.3.2. Selección de técnicas, instrumentos y fuentes.

En el análisis de la investigación y sus resultados se emplearán **métodos teóricos** que sirvieron para analizar, fundamentar y corroborar el estudio, dentro de los que se encuentran:

- Histórico – Lógico, para fundamentar los antecedentes de la investigación.
- Analítico- Sintético, para realizar el diagnóstico, seleccionar el problema.
- Inductivo – Deductivo, para establecer la hipótesis, determinar el campo y objeto de la investigación.
- Sistémico – Estructural, para elaborar y fundamentar los componentes de la estrategia de comercialización turística.

En cuanto a los **métodos empíricos** se utilizarán:

- Entrevista a expertos en el campo.
- Encuesta a un número determinado de asistentes a eventos en la ciudad de Chiclayo.
- Análisis de documentos, para recabar información.

Para realizar la encuesta se usará el Modelo SERVQUAL, Oliva (2005) nos dice es un “modelo de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) partieron del paradigma de la desconfirmación, para desarrollar un instrumento que permitiera la medición de la calidad de servicio percibida. Luego de algunas investigaciones y evaluaciones, tomando como base el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollaron un instrumento que permitiera cuantificar la calidad de servicio. Este instrumento les permitió aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación”.

En la Tabla N° 13 se indica las técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

Tabla N° 13: Técnicas, instrumentos y herramientas para recolección de datos

TECNICA	INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS	HERRAMIENTA DE REGISTRO
ANÁLISIS DE DOCUMENTOS	Fichas de Lectura	Fichas Computadora Lápiz
ENCUESTA	Hoja de Encuesta	Lápiz Papel
ENTREVISTA	Guía de Entrevista	Papel y Lápiz Grabadora

Elaboración Propia

3.3.3. Selección de muestra.

Se realizará encuestas a los visitantes nacionales y extranjeros que asistan al a reuniones durante los meses de Mayo y Junio a la ciudad de Chiclayo.

Para ello la técnica a emplear es de carácter probabilístico, Hernández & Coello (2008) nos dice “se basan en el supuesto de equiprobabilidad, donde todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos para integrar la muestra. La muestra es considerada auto ponderada y los resultados son considerados representativos, por lo que existe una mayor seguridad de que la muestra reproduzca las particularidades de la población”.

La población se determinará mediante los datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016), por medio de los arribos de huéspedes nacionales y extranjeros a los establecimientos de hospedaje colectivo desde el 2012 en el departamento de Lambayeque. Y el informe de perfil del turista de Lambayeque (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015), donde indica que sólo el 1% de visitantes tiene como motivo de viaje el asistir a un evento. Estos datos permiten definir la población objetivo al realizar una proyección para el año 2016.

De esta manera se realiza el cálculo de la muestra con la siguiente fórmula:

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

Donde:

N = Población = 8100 turistas nacionales y extranjeros cuyo motivo de viaje es el turismo de reuniones proyectado.

Z = Nivel de Confianza = 1.96

p = 50% = 0.50

$$q = 50\% = 0.50$$

$$e = \text{porcentaje de error} = 5\% = 0.05$$

$$n = \text{Tamaño de muestra} = \mathbf{366}$$

Se utilizó “p” con 50% para esta muestra piloto ya que no se conoce su valor. Se ha obteniendo una muestra de 366 encuestas con un nivel de confianza de 1.96 y un porcentaje de error de 5%.

Para hallar el tamaño ideal se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n}{1 + n/N}$$

El resultado es 350 encuestas.

También se realizará dos entrevistas a los principales actores del desarrollo turístico de la Ciudad de Chiclayo. Coordinando reuniones con las siguientes instituciones:

- GERCETUR (Gerencia de Comercio Exterior y Turismo)
- AHORA (Asociación de Hoteles y Restaurantes)

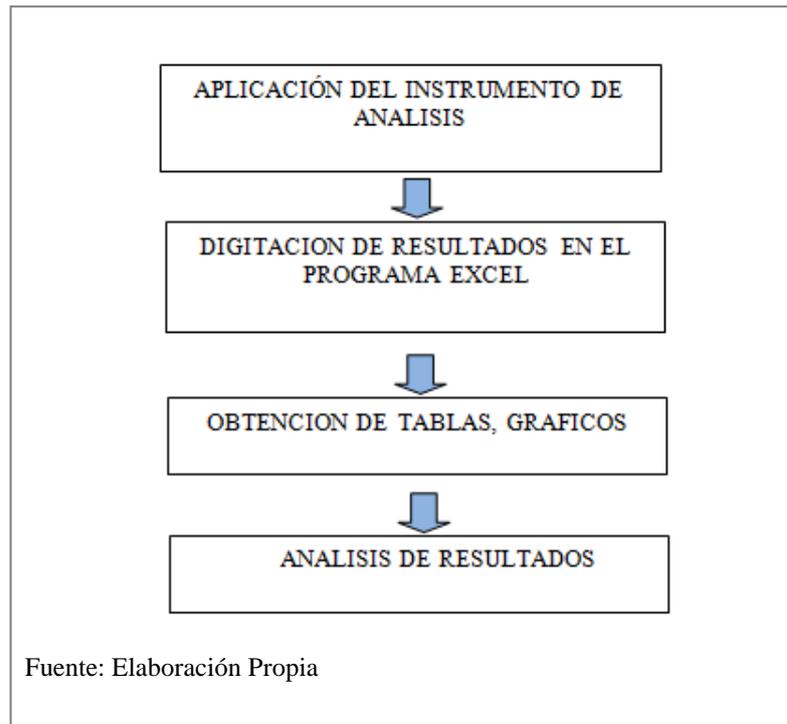
3.3.4. Forma de tratamiento de los datos.

El procesamiento de información implica el uso de técnicas estadísticas que facilitan el manejo de los datos obtenidos” (Méndez, 1990).

3.3.5. Forma de análisis de la información.

Para el procesamiento de la información se usará el programa Excel para tabular la información relativa. Podemos resumir el procedimiento mediante el Gráfico N°13.

Gráfico N° 13: Procedimiento de análisis de la información



SEGUNDA PARTE: CONSTRUCCIÓN DEL APORTE
CAPÍTULO 4. CONSTRUCCIÓN DEL APORTE PRÁCTICO

Capítulo 4: Construcción del aporte práctico

4.1. Fundamentación del aporte práctico

Diseñar un plan de gestión estratégica es importante en toda ciudad como herramienta para organizar los cambios necesarios y tomar las decisiones oportunas, conociendo el objetivo que se desea lograr. Y como lo menciona Carrillo (2010) debe responder a tres interrogantes: ¿Qué ciudad tenemos?, ¿Qué ciudad queremos? y ¿Cómo gestionamos el proceso de cambio?, según este concepto la propuesta de diseñar un plan de gestión para el turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo adquiere gran importancia por su carácter de poder diagnosticar la situación real de la ciudad y proponer las estrategias adecuadas para lograr la situación deseable en un futuro.

La propuesta está delimitada a la ciudad de Chiclayo y contiene los lineamientos de políticas turísticas para reuniones, objetivos, estrategias y lineamientos de acción para el desarrollo y la propuesta de un Buró de Convenciones que asuma la gestión y ejecución de las acciones propuestas.

Los lineamientos propuestos están estructurados en base a los lineamientos y objetivos del Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025 (PENTUR) elaborado por el Ministerios de Comercio Exterior y Turismo (2016) y el Plan Estratégico Regional de Turismo de la Región Lambayeque 2010 – 2020 elaborado por el Gobierno Regional de Lambayeque (2010) como marco de referencia. (Tabla N° 14).

Tabla N° 14: Cuadro comparativo de estrategias del PENTUR y PERTUR regional

PILARES ESTRATÉGICOS PENTUR 2025	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PERTUR 2010 – 2020, REGIÓN LAMBAYEQUE
<p>1º.Diversificación y consolidación de mercados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorización de la inteligencia turística • Desarrollo de estrategias diferenciadas por mercados emisores. • Desarrollo de nuevos mercados • Priorización de segmentos especializados <p>2º.Diversificación y consolidación de la oferta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de destinos competitivos • Desarrollo de productos turísticos especializados • Inversión focalizada y sostenible • Desarrollo del capital humano • Mejora de la calidad de los servicios y productos turísticos <p>3º.Facilitación turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la conectividad y de las comunicaciones • Optimización de la gestión migratoria y del desplazamiento interno • Optimización de las relaciones internacionales 	<p>1º. Promover una demanda creciente del turismo interno y receptivo.</p> <p>2º. Desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible, a través de productos, servicios y bienes turísticos, usando circuitos internos y macro regionales.</p> <p>3º. Fortalecer la articulación, competitividad y sostenibilidad de las instituciones públicas y privadas vinculadas con la actividad turística.</p> <p>4º. Promover la cultura turística y la seguridad para el visitante.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un sistema uniforme y confiable de información turística a nivel nacional. • Simplificación administrativa. <p>4°.Institucionalidad del sector</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomento de la cultura turística • Fortalecimiento de la gestión para la seguridad turística • Fortalecimiento de la gestión pública • Fortalecimiento de la articulación pública-privado en la actividad turística. • Consolidación de la gestión de los destinos. 	
---	--

Fuente: Elaboración propia.

Objetivo general del plan

Brindar una herramienta clara y objetiva que permita desarrollar el turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo aprovechando la posición geográfica y atractivos turísticos con propuestas competitivas y sostenibles.

Objetivos específicos a largo plazo

- Posicionar a la ciudad de Chiclayo como destino turístico para reuniones de calidad en el país.
- Promover el desarrollo de emprendimientos turísticos que ayuden a desarrollar el turismo de reuniones.

- Establecer un sistema de coordinación interdisciplinar y multisectorial de la administración pública y privada, a fin de lograr una gestión integral y competitiva del destino.
- Mejorar y ampliar la planta turística de la ciudad para satisfacer con calidad a la demanda

4.2. Construcción del aporte práctico

El plan propuesto para el desarrollo turístico de la ciudad de Chiclayo en la tipología del turismo de reuniones, tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- Análisis y diagnóstico de la ciudad desde el punto de vista turístico.
- Objetivos nacional y regional del desarrollo turístico de la ciudad.
- Definición de las estrategias a adoptar y Líneas de actuación.

Formulación del Plan de gestión.

El plan de gestión propuesto busca ser una herramienta básica para las organizaciones involucradas en el turismo de la ciudad de Chiclayo, con el objetivo de desarrollar e implementar el turismo de reuniones.

Aprovechando el reciente interés en esta modalidad y los últimos reconocimientos en turismo de reuniones que viene logrando la capital, abren nuevas puertas a este sector como alternativa de desarrollo de las ciudades.

Las líneas estratégicas y objetivos para el Plan de Gestión del Turismo de Reuniones de la ciudad de Chiclayo son las siguientes:

Línea estratégica 1: Planificación y gestión del turismo de reuniones.

Objetivos:

- Estudio de la oferta y la demanda para identificar las necesidades y potencialidades reales.
- Desarrollar una oferta turística sostenible considerando el impacto económico, social y ambiental del turismo de reuniones.
- Gestionar la oferta turística en su modalidad de turismo de reuniones en la ciudad.
- Crear un organismo que articule los objetivos públicos y privados, así como gestionar la ejecución de los planes que promuevan el turismo de reuniones.

Línea estratégica 2: Desarrollo del Producto y Marca – Destino.

Objetivos:

- Consolidación del turismo de reuniones y su posicionamiento como una marca de la ciudad de Chiclayo.

Línea estratégica 3: Promoción y Comercialización del Destino.

Objetivos:

- Promover y promocionar emprendimientos en turismo de reuniones.
- Desarrollar un Plan de promoción turístico del destino.

Línea estratégica 4: Desarrollo profesional y cultural del sector.

Objetivos:

- Desarrollo de una cultura de calidad del sector de turismo de reuniones en la ciudad.
- Profesionalización del sector de turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo.

El plan se elabora a partir de cuatro líneas estratégicas, las cuales serán evaluadas y controladas a corto, mediano y largo plazo, teniendo un carácter flexible de acuerdo a las acciones propuestas para cada línea estratégica.

En la Tabla N° 154 se presenta el programa estratégico con las respectivas acciones necesarias de acuerdo a cada línea estratégica y objetivo propuesto.

Tabla N° 15: Programas estratégicos del plan de gestión del turismo de reuniones de Chiclayo

LINEA ESTRATÉGICA	OBJETIVOS	ACCIONES
<p style="text-align: center;">1°</p> <p style="text-align: center;">Planificación y Gestión del turismo de reuniones</p>	<p>Estudio de la oferta y la demanda para identificar las necesidades y potencialidades reales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la oferta con estándares e indicadores necesarios para la competitividad en el turismo de reuniones. • Estudio de mercado de la demanda para identificar el potencial en la ciudad de Chiclayo.
	<p>Desarrollar una oferta turística sostenible considerando el impacto económico, social y ambiental del turismo de reuniones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar políticas que promuevan eventos responsables y sostenibles, reduciendo al máximo la huella ecológica.
	<p>Gestionar la oferta turística en su modalidad de turismo de reuniones en la ciudad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento de la calidad mediante programas de capacitación y concientización. • Mejora de la infraestructura y servicios básicos para el turismo de reuniones.
	<p>Crear un organismo que articule los objetivos públicos y privados, así como gestionar la ejecución de los planes que promuevan el turismo de reuniones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un Buró de convenciones de la ciudad de Chiclayo. • Establecer alianzas entre entidades del sector público y privado.
<p style="text-align: center;">2°</p> <p style="text-align: center;">Desarrollo del Producto y Marca – Destino</p>	<p>Consolidación del turismo de reuniones y su posicionamiento como una marca de la ciudad de Chiclayo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de una estrategia de marca para el turismo de reuniones, que se potencie y aproveche las marcas actualmente existentes. • Creación de productos turísticos especiales, para congresos y convenciones e incentivos. • Incluir en la promoción turística de Chiclayo el lanzamiento de la marca - destino de turismo de reuniones.

<p style="text-align: center;">3°</p> <p style="text-align: center;">Promoción y Comercialización del Destino</p>	<p>Promover y promocionar emprendimientos en turismo de reuniones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciación del buró de convenciones como principales agente de comercialización y promoción. • Apoyo a proyectos concretos de promoción y comercialización a través de las ayudas ya existentes al sector turístico.
	<p>Desarrollar un Plan de promoción turístico del destino.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de nuevas herramientas de marketing y comunicación basadas en las nuevas tecnologías. • Promoción directa del destino aprovechando los diferentes organismos nacionales e internacionales especializados en turismo de reuniones.
<p style="text-align: center;">4°</p> <p style="text-align: center;">Desarrollo profesional y cultural del sector</p>	<p>Desarrollo de una cultura de calidad del sector de turismo de reuniones en la ciudad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar una cultura de calidad en el sector mediante talleres diseñados por el buro de convenciones. • Realizar campañas de sensibilización sobre la atención al turista en la ciudad.
	<p>Profesionalización del sector de turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las necesidades de formación y desarrollo futuro de los profesionales del sector. • Diseñar un plan de buenas prácticas profesionales en el sector de turismo de reuniones. • Poner en valor el potencial del turismo de reuniones como actividad económica y de generación de empleo.

Fuente: Elaboración Propia

Para poder desarrollar el plan de gestión se necesita como primera acción constituir un organismo que gestione el sector del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo, conocido como “buro de convenciones. El cual coordinará, promoverá y creará productos turísticos del sector de reuniones, además será quien desarrolle la información turística que se proporcionara a los visitantes y será el canal entre los empresarios y el sector público.

El buro de convenciones es un organismo estratégico para el desarrollo del turismo de reuniones que necesita de la participación de otros sectores turísticos de la ciudad para formar un plan turístico integrado que beneficie a todos.

En el gráfico N° 05 se muestra la importancia de la participación de otros sectores turísticos. Una de las principales características del turismo de reuniones es servirse de diferentes ofertas turísticas para satisfacer a los visitantes de eventos, por lo que una sede para reuniones debe contar con otros productos turísticos para ser elegible.

Gráfico N° 014: Oferta turística complementaria



Se propone que el Buró de convenciones de Chiclayo considere las siguientes políticas como necesarias para lograr el éxito en la promoción de la ciudad.

Política de promoción.

Como se señala en las líneas estratégicas del Plan de gestión, el Buro de convenciones necesita realizar un análisis de la oferta y demanda para establecer las mejores estrategias que consigan el reconocimiento de la imagen de la ciudad como un destino ideal para reuniones.

Además de coordinar que la municipalidad, líneas aéreas, hoteles, empresas de transporte y otras entidades trabajen en una misma campaña del turismo de reuniones para garantizar el éxito.

Política de calidad.

Esta política está en estrecha relación con la capacitación y campañas de concientización a los prestadores de servicios. Para garantizar calidad homogénea y alto nivel de profesionalismo, contribuyendo con la imagen de la ciudad.

Política de gestión.

El buró de convenciones es responsable por generar alianzas estratégicas, ser un ente de diálogo entre la empresa privada y el sector público y presentar a la ciudad como sede para eventos.

Las políticas propuestas para el Buro de convenciones de Chiclayo tienen carácter triangular al depender entre sí para una adecuada gestión. (Gráfico N° 15).

Gráfico N° 015: Políticas del buro de convenciones de Chiclayo



Financiación.

La implementación del Buro de convenciones puede financiarse mediante el aporte del 50% de las entidades públicas y 50% las entidades privadas, en su primera etapa de constitución y puesta en funcionamiento.

También se puede adecuar otras fórmulas que permitan asegurar su funcionamiento en el tiempo. Un ejemplo de financiamiento es el caso de algunos Buros de Estados Unidos donde utilizan un canon obtenido de la tarifa hotelera de un dólar por cuarto por noche (Nardone, 2014).

En la Tabla N° 16 se señala algunas fuentes de financiamiento como alternativas para la constitución del Buro de convenciones de Chiclayo.

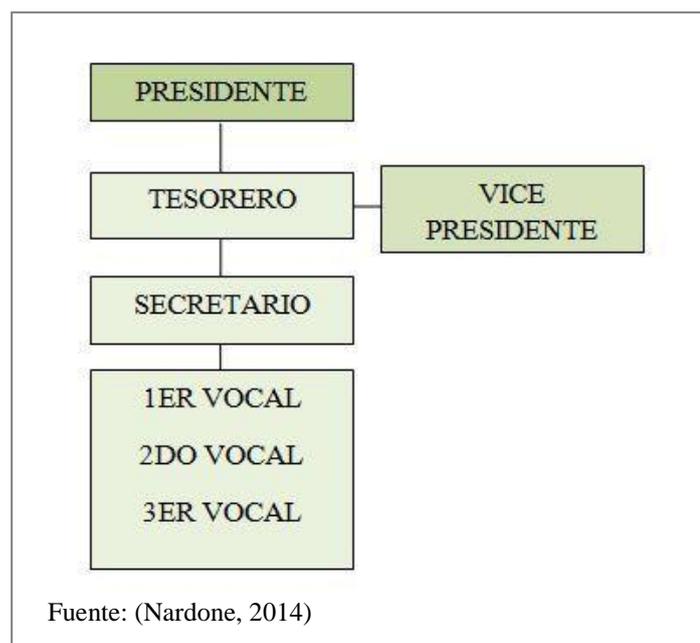
Tabla N° 16: Fuentes de financiamiento del buro de convenciones

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	DESCRIPCION
PRESUPUESTO PÚBLICO	Municipalidad Provincial de Chiclayo Gobierno Regional de Lambayeque
INVERSIÓN PRIVADA	Empresas del sector privado beneficiadas con el desarrollo del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo

Fuente: Elaboración Propia

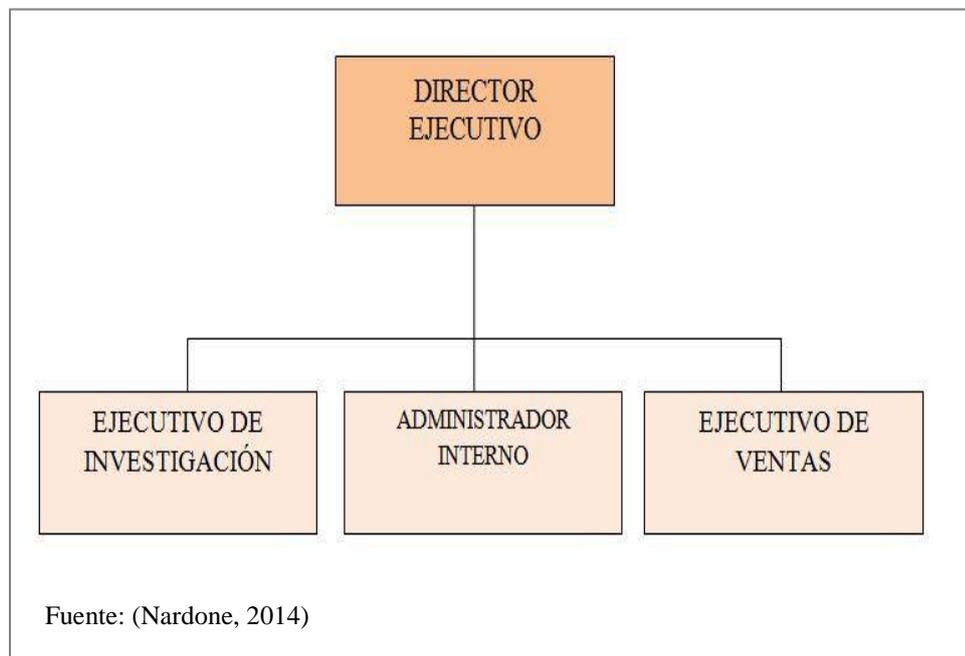
Con respecto a la organización del Buro de convenciones se considera dos estructuras comúnmente usadas. La primera es una estructura “política o de gobernación” que está representada por la comisión directiva que la integran representantes de los asociados elegidos por votación en una asamblea, y la segunda estructura es “ejecutiva” la cual desarrolla actividades operativas y de gestión. En los gráficos N° 16 y N° 17 se presenta la estructura directiva y organigrama propuestos por Nardone (2014) como los más comunes y adecuados para la organización de un buro de convenciones.

Gráfico N° 16: Estructura de la comisión directiva



La composición ejecutiva de un buro de convenciones tiene 4 áreas clave para su desarrollo.

Gráfico N° 17: Organigrama ejecutivo del buro de convenciones



TERCERA PARTE: VALIDACIÓN DE RESULTADOS

CAPÍTULO 4. VALORACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LOS

RESULTADOS

Capítulo 5: Valoración y corroboración de los resultados

5.1. Valoración de los resultados mediante criterio de expertos

Para validar los instrumentos y su relevancia para el plan de gestión del turismo de reuniones propuesto, se utilizó el criterio de tres expertos en el sector de turismo y hotelería. El resumen de los resultados de la validación se encuentra en los anexos N° 07 y N° 11.

En el caso de la entrevista para identificar el análisis de fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo esta se aplicó a 2 especialistas en turismo con 10 ítems a responder.

Una vez aprobada la encuesta y entrevista por los expertos, tomando en cuenta las sugerencias, se procedió a determinar el análisis de fiabilidad para el cuestionario utilizado en la encuesta de satisfacción.

Para la elaboración del informe de fiabilidad se utilizó la encuesta realizada a 80 personas, en el primer evento encuestado, “I Congreso Internacional de Estomatología”. Para la obtención de datos sobre la satisfacción de los turistas que asisten a eventos en la ciudad de Chiclayo, se utilizó como instrumento una encuesta de elaboración propia, compuesta por 8 ítems. Las opciones de respuestas se valoran del uno al cinco, según la percepción del turista que asistió a los eventos encuestados. Siendo uno pésimo, dos malo, tres regular, cuatro bueno y cinco excelente. También se identificó la procedencia de los encuestados.

Procedimiento

La encuesta se alcanzó en formato de papel y la entrevista fue de manera personal con el apoyo de una grabadora. Los datos se analizaron con el programa SPSS versión 20 Windows, con el que se realizaron los correspondientes análisis de fiabilidad y validez.

Análisis de fiabilidad

Se realizó un primer análisis de calidad de ítems, obteniendo un alfa de Cronbach de 0.79, con los 8 ítems.

Alfa de Cronbach

El coeficiente Alfa de Cronbach, estudio publicado en 1951, permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica.

Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados.

Según George & Mallery (2003) para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach sugieren las siguientes recomendaciones:

- Coeficiente alfa > 0.9 es excelente
- Coeficiente alfa > 0.08 es bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa > 0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa > 0.5 es pobre
- Coeficiente alfa < 0.5 es inaceptable

Resultados

En la Tabla N° 17 se indica el resultado del procedimiento de los datos, obteniendo 79 casos válidos y uno excluido.

Tabla 17: Resumen de procesamiento de datos

CASOS		N°	%
	Válidos	79	98.9
	Excluidos	1	1.3
	Total	80	100.0

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 18 se indica el resultado de Alfa de Cronbach. Considerando el rango propuesto por George & Mallery (2003) la fiabilidad de la encuesta es aceptable, siendo el resultado el siguiente:

Tabla 18: Estadística de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N° de elementos
0,792	0,796	8

El valor de alfa es de 0,79 siendo un valor aceptable incluso bueno por estar cerca del 0,8 en la escala George & Mallery.

Una vez confirmada la fiabilidad de la encuesta se procedió con el resto de la muestra.

5.2. Validación de la propuesta del turismo de reuniones en Chiclayo

Para validar la propuesta se realizó mediante una encuesta por medio del juicio de tres expertos en el campo del turismo y hotelería, para evaluar su grado de aceptación a los lineamientos propuestos.

Procedimiento para la validación

Se siguió los siguientes pasos:

- 1°. Selección de los Expertos
- 2°. Entrega de Información a cada experto para su adecuada evaluación.
- 3°. Cálculo de resultados obtenidos de la encuesta
- 4°. Interpretación de datos.

Resultados

La propuesta del plan de Gestión de turismo de reuniones en Chiclayo fue aprobada por el juicio de expertos, considerando que los lineamientos propuestos así como sus respectivos objetivos son adecuados.

Se sugirió sólo un cambio en la propuesta de profesionalización del sector por especialización del sector, considerando que es factible aunque el objetivo es centrarse en los profesionales del sector turismo de reuniones. El resumen de los resultados de la validación se encuentra en el Anexo N° 15.

Conclusiones

El desarrollo de la investigación permite llegar a las siguientes conclusiones:

- La investigación sobre el turismo de reuniones y su evolución permitió la caracterización epistemológica e histórica de turismo de reuniones.
- Mediante las entrevistas realizadas se formularon las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo, permitiendo realizar un diagnóstico del estado actual.
- Los eventos realizados en la ciudad de Chiclayo gozan de la aprobación de los asistentes, según la encuesta el 45% de los encuestados califican de excelente la calidad del evento, con sólo un 1,25% que lo califica de pésimo.
- Se consideraron para el plan de gestión los siguientes lineamientos: Planificación y gestión del turismo de reuniones, desarrollo del producto y Marca-Destino, Promoción y comercialización del destino y Desarrollo profesional y cultural del sector.
- La propuesta fue validada por tres expertos en el campo del turismo conocedores de la problemática de la región Lambayeque y Chiclayo.

Recomendaciones

Incluir en la agenda de las entidades públicas y de las empresas del sector hotelero la necesidad de establecer un plan de gestión del turismo de reuniones como el propuesto por ser una oportunidad de desarrollo para la ciudad.

Constituir un buró de convenciones, con participación del sector privado y público, para realizar un solo esfuerzo en común en aras de posicionar a Chiclayo como destino de reuniones.

Participación activa de las universidades de la ciudad para que promuevan eventos nacionales e internacionales en Chiclayo, así como ofrecer capacitación a los profesionales del sector hotelero en este tipo de turismo.

Mejorar y posicionar la imagen de la ciudad mediante una Marca Chiclayo como un destino con muchos atractivos culturales y un destino ideal para reuniones generando un beneficio complementario.

Desarrollar un programa que permita a estudiantes y docentes fomentar y promover desde las escuelas de turismo una acción competente de cara a la organización de eventos.

Referencias Bibliográficas

- Andreu, L., Bigné, J., & Cooper, C. (2000). Imagen proyectada y percibida de España como destino turístico para viajeros ingleses. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 47 - 67.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Tole, W., Harris, R., & Macdonnell, I. (2006). *Events Managment*. Inglaterra: Eisevier Ltd.
- Buró de convenciones de Arequipa. (8 de Junio de 2016). *Buro de convenciones de Arequipa*.
- Buro de convenciones de Lima. (8 de Junio de 2016). *Buro de convenciones de Lima*. Obtenido de <http://www.limaconvention.com>
- Calozuma, K. (2013). *Organización de eventos en la ciudad de Ambato y su incidencia en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua, Ecuador*. Ambato.
- Cámara de Comercio y Producción de La Libertad. (21 de Enero de 2015). *Cámara de Comercio de La Libertad*. Recuperado el 08 de Junio de 2016, de www.camaratru.org.pe
- Canales, C. (19 de Junio de 2015). Mercado de reuniones en el Perú. (P. C. TV, Entrevistador)
- Carrillo, E. (2010). *Gobernanza estratégica, desarrollo local y nueva legislación Andaluza*. Universidad de Jaén, Jaén.
- Carrizo, A., & Vieira, A. (2009). Turismo de eventos: Desafios estratégicos de la ciudad de Joao Pessoa, Brasil. *Cuadernos de Turismo N° 23*. Universidad de Murcia, Dpto. de Economía, 31 - 46.
- Cienfuegos-Viera, C. (2012). *Una propuesta de Acción para el desarrollo del Turismo rural en la provincia de Sullana: Diagnóstico y planeamiento estratégico*. Sullana.

- Diario Gestión. (8 de Julio de 2016). *Gestión*. Recuperado el 14 de Julio de 2016, de <http://gestion.pe/empresas/asi-lucira-aeropuerto-internacional-chiclayo-cuando-concluya-su-remodelacion-2165025>
- Fasabi, K. (2014). *“Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su desarrollo turístico sostenible”*. Lima.
- Fernández, J. (1997). *Planificación estratégica de ciudades*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Flamarich, M., & Duro, J. A. (2011). *Turismo de Negocios en España: análisis y perspectivas*. España: Papers de Turisme.
- FlorS. (01 de Febrero de 2011). *Florecianur*. Recuperado el 08 de Julio de 2016, de <http://florecianur.blogspot.pe/2011/02/origen-y-evolucion-del-turismo.html>
- Fuller, N. (2009). *Políticas públicas del turismo del Perú*.
- García, G., & Reto, A. L. (2013). *Viabilidad para la Creación de un Centro de Convenciones en la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo.
- Giese, J., & Cote, J. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of marketing science review* N° 1.
- Gobierno Regional de Lambayeque. (2010). *PERTUR Lambayeque 2020*. Chiclayo.
- Gobierno Regional de Lambayeque. (16 de Setiembre de 2015). *Directorio de Servicios Turísticos*. Recuperado el 10 de Mayo de 2016, de www.regionlambayeque.gob.pe/web/tema/detalle/11862?pass=MTMwNA==
- Gobierno Regional de Lambayeque. (10 de Mayo de 2016). *Padrón de Restaurantes Clasificados y Categorizados 2016*.

- González, F., & Morales, S. (2009). *Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya.
- Grijalbo, J. (1986). *Diccionario enciclopédico Grijalbo 7ma Edición*. México.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación 4ta Edición*. México.
- Hernández, R., & Coello, Z. (2008). *El paradigma cuantitativo de la investigación científica*. Ciudad de La Habana: Editorial Universitaria.
- Herrero Blanco, P. (2009). *Gestión y Organización de Congresos*. Madrid: Sintesis S.A.
- Instituto Nacional de Estadísticas e Información. (2 de Abril de 2016). *Compendio Estadístico Perú 2014*. Obtenido de [www](http://www.inei.gob.pe).
- International Congress and Convention Association. (2011). *ICCA Statistics Report 2010*.
- International congress and convention association. (2012). *ICCA Statistics Report 2011*.
- International Congress and Convention association. (2013). *50 Años, A modernHistory of International Association Meeting 1963 – 2012*.
- International Congress and Convention Association. (2013). *Country & City ranking 2012*.
- International congress and convention association. (2014). *ICCA Statistics Report 2013*.
- International Congress and Convention Association. (2015). *Statistics Report 2014*.
- Jijena, R. (2009). *Cómo organizar eventos con éxito*. Buenos Aires: Lectorum - Ugerman 1ra edición.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Carrión, M., & Avalos, M. (1997). *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Prentice - Hall Hispanoamérica.

La república. (23 de Febrero de 2014). El turismo de eventos y convenciones aún está en pañales en el Perú.

Maure, G. (22 de julio de 2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos . *Contribuciones a la Economía N° 82*. Obtenido de EUMED.

Méndez, C. (1990). *Metodología: Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables, administrativas*. Bogotá: McGraw-Hill.

Menezes, C., & Pérola, H. (2007). Turismo de eventos como alternativa o problema de sostenibilidad turística. *Revista Aboré, Publicación de la Escuela Superior de Artes de Turismo*.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (17 de Octubre de 2013). *Brechas Hoteleras en 7 ciudades del Perú*. Recuperado el 14 de Julio de 2016, de www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/evento7ForoInversion_Hotelera2013/2-REBH/Resul_Estudio_BrechasHoteleras_Peru.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (21 de Setiembre de 2015). *Perfil del Turista Extranjero que visita el departamento de Lambayeque 2014*. Recuperado el 28 de Marzo de 2016, de media.peru.info/impp/2014/Perfil-Turista-Extranjero/Lugar-Visitado/Tips-PTE-20%2014-Turista-que-visita-Lambayeque.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (15 de Julio de 2016). *PENTUR 2025*. Recuperado el 26 de Julio de 2016, de ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Nardone, A. (2014). *El ABC del Turismo de Reuniones y Eventos*. Lima: Editorial USMP.

- Oliva, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. .
Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer*. New York: Mc.
Graw-Hill Companies.
- Organización Mundial del Turismo. (2014). *Informe global sobre la industria de reuniones,
Volumen 7*. Madrid: OMT.
- Oxford Business Group . (2016). *Reporte Perú 2016* . de Oxford Business Group .
- Peña, D. (2004). *Congresos, Convenciones y reuniones*. México: Editorial Trillas.
- Quituisaca, M. ((2012)). *Quituisaca, Mayra (2012), “El turismo de eventos como alternativa
para incrementar la rentabilidad turística en Cuenca*. Cuenca.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española, 23va Edición*.
Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE).
- Roca, J. L. (2012). *Comercialización de eventos*. Madrid: Sintesis S.A.
- Roca Prats, J. (2015). *Planificación, Organización y Control de Eventos*. Madrid: Ediciones
Parainfo S.A.
- Rodríguez, E. (2001). *Actualidad, tendencia y perspectiva del turismo de eventos*. Ciudad de la
Habana: Balcón.
- Vela, L., Gonzales, J., Chuica, M., Carranza, R., Silva, E., Sampén, L., & Palacios, F. (2014).
Mapeo de la inversión privada en Lambayeque al 2014. Chiclayo: INEDES Instituto de
economía y desarrollo.
- Watt, D. (2004). *La gestión de eventos en el turismo, ocio y recreación*. Porto Alegre:
Bookman.

Zanella, L. C. (2006). *Manuel de organización de eventos. Planeamiento y Operacionalización.*

Sao Paulo: Atlas.

ANEXOS

ANEXO N° 01

Entrevista al Dir. de Turismo y Artesanía, realizada el 13 de julio del 2016

Mg. Oscar Quispe Laura

¿CONOCE DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE REUNIONES PARA LA REGIÓN DE LAMBAYEQUE?

No, no existe un plan específico para la gestión del turismo de eventos, seminarios y congresos aquí en la región Lambayeque.

¿COMO SE AFRONTA EL TURISMO DE EVENTOS EN LA REGIÓN Y EN CHICLAYO?

Es un segmento que está teniendo un dinamismo muy importante sobre todo y es muy lógico el dinamismo empresarial en general, la mayor cantidad de empresas a nivel nacional y también a nivel internacional, esto es parte de un proceso de planificación estratégica que tienen de cada una de las empresas que busca promover sus servicios o productos en las distintas localidades donde tienen alcance y en ese sentido vuelvo a repetir usan una estrategia fundamental que es desarrollar eventos, seminarios, congresos y reuniones de su fuerza de venta, de sus vendedores o potenciales clientes. En ese sentido este producto también podríamos llamarle como tal, se viene dinamizando desde el sector empresarial.

¿CONSIDERA QUE EL PROFESIONAL DE TURISMO ESTA CAPACITADO PARA EL TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?

No existe una formación específica en esta tipología de turismo y entiendo que en algunas universidades hay algunos talleres alusivos a la organización de eventos, pero mas allá de eso no hay una preparación específica.

¿CUÁL ES LA IMAGEN, IDENTIDAD O MARCA DE LA CIUDAD?

Actualmente no existe una marca turística, nosotros desde la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo con el Ministerio del Comercio Exterior y Turismo, y los principales actores de turismo en la región hemos gestionado una marca el producto bosques y pirámides en Lambayeque. Esto se está promocionando en distintos mercados emisores de turismo interno pero no es una marca para la región ni tampoco para la ciudad.

Creemos que muchos de los elementos de esta marca podrían ser considerados en una marca regional o en una marca de la ciudad, pero eso va a ser un proceso seguramente de reuniones y de talleres para consensuar dichos aspectos.

¿CONOCE LAS POSIBILIDADES DE UN BURÓ DE CONVENCIONES EN CHICLAYO, HAY ALGÚN PLAN DE FORMAR ALGÚN BURÓ DE CONVENCIONES EN LA REGIÓN?

El sector turismo ha sido considerado en el plan de gobierno de la actual gestión de una manera importante y en ese sentido se ha incluido el impulsar un centro de convenciones, está dentro de las propuesta política de la gestión del actual gobierno regional, particularmente creo que es un tema al que se debe poner mucho interés por lo que te mencione hace un momento, es decir, mas allá de un tema propio del sector turismo como se conoce convencionalmente, es decir, cuando generalmente se habla del sector turismo se piensa en atractivos, en servicios turísticos y lógicamente en el desarrollo de actividades , sin embargo, la oportunidad para el turismo de eventos, congresos surge como una necesidad del sector empresarial en general.

¿QUE FORTALEZAS CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?

La posición geoestratégica de Chiclayo es un elemento fundamental, por ejemplo si una empresa y he sabido por todos que la mayor cantidad de empresas ve y tiene servicios que se encuentran en Lima y quieren hacer un evento en el Norte quieren congregar a personas de la parte Nor Amazónica el mejor lugar para hacer el evento es Chiclayo, ya que puede venir gente de Piura, Jaen, Bagua, Cajamarca, Chota, Cutervo, Trujillo, etc., siendo esta la principal fortaleza.

También se tiene una planta turística regular, hoteles de una importante categoría de 4 estrellas como los más conocidos está Casa Andina, Costa del Sol, Win Meier, Sunet, Los Portales donde se desarrollan eventos precisamente y que tienen muy buena oportunidad para ese tema, muchas veces nosotros cuando hemos querido también organizar eventos hemos hecho las consultas del caso y nos hemos encontrado con que ya no hay espacio, ahora hay otros hoteles de una categoría menor de 3 estrellas que también están brindando sus servicios hacia esta importante tipología, yo tengo conocimiento, yo mismo he sido testigo presencial de que algunos hoteles están adecuando sus instalaciones con uno o dos auditorios con sala de directorios para poder desarrollar eventos, cierto es que hay una diferencia en cuanto a número de ambientes y capacidad. Por ejemplo estos hoteles de 3 estrellas no pueden competir con los ambientes de Casa Andina

por el tamaño. En los hoteles de 3 estrellas que he podido conocer o tomar conocimiento tienen capacidad para 70 y 80 personas, no hay mayor capacidad.

En los aspectos económicos, si hacemos un análisis del desarrollo empresarial de país en la parte norte, estamos cerca a convertirnos la segunda macro región en importancia económica, siendo una gran fortaleza para trabajar el turismo de congresos, eventos y seminarios.

Otras fortalezas son la apertura de los vuelos internacionales, las obras de infraestructura como el proyecto del terminal marítimo regional y el proyecto Olmos.

¿QUE DEBILIDADES CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?

Bueno las principales debilidades están asociadas a un tema de la gestión de la ciudad, aunque hay algunos aspectos que están mejorando como el recojo de la limpieza, el otro aspecto que se está mejorando es la adecuación de algunos espacios, se está mejorando el ornato en algunos espacios pero hace falta mejorar otros aspectos que también son importantes para la gestión de la ciudad y lo otro de manera particular, lo que yo pienso es que si tu quieres apuntar a esto, a este tema de turismo de congresos, seminarios y eventos tienes que tener una ciudad moderna nosotros no somos Cusco, no somos Arequipa que tienen muchísima carga o muchísima concentración en su arquitectura y su paisaje urbano tradicional.

En la región Lambayeque lo que queda de arquitectura tradicional es muy poca, de hecho se debe de conservar, el Ministerio de Cultura debería hacer su papel y debería de ver un presupuesto que ellos gestionen para conservar estos espacios, pero necesitamos una ciudad moderna que atraiga precisamente el desarrollo de esos eventos acompañado del desarrollo de una mejor planta turística, pero eso ya es un tema empresarial, es un tema también de poder generar expectativas y ver las posibilidades.

¿CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE CHICLAYO ACTUALMENTE?

Los servicios turísticos tienen un buen nivel sobre todo en las categorías digamos de 4 de 3, hay procesos de capacitación y certificación que se están llevando a cabo en coordinación con el MINCETUR y los gremios empresariales están teniendo un dinamismo muy importante, sin embargo, siempre hay aspectos que mejorar, no se puede evaluar a todos de una misma forma, pero como te digo los hoteles por ejemplo de una

categoría como de 4 estrellas tienen una muy buena performance los muchos de 3 estrellas también y están en ese mismo proceso de fortalecimiento para mejorar el servicio.

¿EN SU OPINIÓN CUALES SON LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS QUE PRESENTA CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?

Es importante no solamente la capacidad de los auditorios se necesita también de alojamiento, alimentación y también ofrecer a las personas que llegan atractivos que visitar. En ese sentido es una buena oportunidad porque ayuda a dinamizar no solamente el sector de servicios ni no también del turismo en general. En muchos países nos llevan la delantera en este sentido, actualmente Lima por ser la capital y por concentrar la mayor actividad empresarial del país se convierte en un destino para esta tipología de turismo y Arequipa con la convención minera y otros eventos que desarrolla también está teniendo un regular posicionamiento. En el Norte, en ciudades principales como Trujillo y Piura se viene desarrollando esta tipología entonces dada la coyuntura actual considero que Lambayeque si debería apuntar a trabajar en esta tipología de turismo y más aun en el marco del inicio de los vuelos internacionales a Chiclayo. El interés también que existen de otras líneas aéreas vuelos nacionales que interconecten Chiclayo con varias zonas de la región nor amazónica.

El proyecto del terminal marítimo regional, el proyecto Olmos y todo el desarrollo de la agroindustria permitirían dinamizar esta tipología, en otras palabras lo que se habría que hacer es impulsar la creación de un centro de convenciones.

La Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque ya tiene planificado uno en su nuevo local institucional que estará camino a Monsefú, esto ya ha sido presentado por la cámara como un proyecto, una propuesta. Esperemos que con la nueva junta directiva esto continúe y habría que hacer mayores estudios para ver la posibilidades de otros centros de convenciones.

¿PARA CONCLUIR, ALGUNA SUGERENCIA PARA MEJORAR EL TURISMO DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?

Necesitamos desarrollo de la infraestructura urbana, necesitamos mejora de infraestructura, necesitamos más capacitación y mayor planta turística, pero la planta turística como te repito se va a generar producto de las expectativas que tengan los empresarios, ellos ven un tema de costo y beneficio. Ya se están generando nuevas expectativas y mejores expectativas con los vuelos internacionales, se viene el proyecto de terminal

marítimo regional se suman las expectativas, si Olmos sigue creciendo aún mas, hay nuevos centros comerciales que están ya mencionando que quieren venir a invertir a la ciudad de Chiclayo, entonces todo eso suma para que esas grandes empresas hotelera, inclusive las cadenas puedan venir acá.

ANEXO N° 02

**Entrevista a la Gerente General de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Lambayeque,
realizada el 09 de Agosto del 2016**

Lic Katia Mercedes Gamarra Leguía

¿CONOCE DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE REUNIONES PARA LA REGIÓN DE LAMBAYEQUE?

No conozco de un plan de turismo de reuniones, es la primera vez que escucho sobre este tema a nivel de propuesta para Chiclayo.

¿COMO SE AFRONTA EL TURISMO DE EVENTOS EN LA REGIÓN Y EN CHICLAYO?

Sin respuesta.

¿CONSIDERA QUE EL PROFESIONAL DE TURISMO ESTA CAPACITADO PARA EL TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?

Como profesionales en turismo, si estamos capacitados y conocemos de alguna manera la organización de un evento y mucho más por supuesto si los colegas se involucran en la organización y/o se capacitan.

¿CUÁL ES LA IMAGEN, IDENTIDAD O MARCA DE LA CIUDAD?

Se está logrando con las entidades públicas y privadas para que la marca se posicione mediante una actividad como el festival de la marinera. Se venderá la identidad y cultura donde se realizará un pasacalle invitando y haciendo partícipes a todas a todas las municipalidades distritales y provinciales de Lambayeque. La propuesta de este evento es hasta ahora “Lambayeque es son y sazón”; sin embargo puede cambiar a juicio de los organizadores. Backus es el auspiciador

¿CONOCE LAS POSIBILIDADES DE UN BURÓ DE CONVENCIONES EN CHICLAYO, HAY ALGÚN PLAN DE FORMAR ALGÚN BURÓ DE CONVENCIONES EN LA REGIÓN?

No escuche sobre esa posibilidad.

¿QUE FORTALEZAS CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?

Sus recursos gastronómicos, culturales, museos. En el campo de los eventos, considero que poseemos con auditorios de una envergadura aceptable y más que todo se observa en los hoteles de categoría un crecimiento impórtate en la organización de eventos.

¿QUE DEBILIDADES CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?

No existe una organización

CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE CHICLAYO ACTUALMENTE. Específicamente: ¿EXISTEN ASOCIACIONES, GRUPOS ORGANIZADOS QUE BRINDAN ASESORÍA O SOPORTE HUMANO (ANFITRIONAJE), EN ACTIVIDADES ACADÉMICAS?

No conoce, aunque si sabe que existen.

¿EN SU OPINIÓN CUALES SON LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS QUE PRESENTA CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?

Sin respuesta.

¿PARA CONCLUIR, ALGUNA SUGERENCIA PARA MEJORAR EL TURISMO DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?

Que se haga un plan de trabajo, se coordine adecuadamente para que la organización genere sostenibilidad en el turismo.

ANEXO N° 03

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

MAESTRIA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS N° 03

FORMATO DE ENCUESTA

Objetivo: Determinar la satisfacción e intereses de los asistentes a eventos en la ciudad de Chiclayo

- Lugar de Procedencia
- ¿Cómo calificaría la calidad del evento al que usted asistió en la ciudad de Chiclayo?
 - Excelente
 - Regular
 - Pésimo
 - Bueno
 - Malo
- ¿Cómo calificaría la calidad del hospedaje ofrecido por los organizadores del evento?
 - Excelente
 - Regular
 - Pésimo
 - Bueno
 - Malo
- ¿Cómo calificaría las instalaciones donde se realizó el evento?
 - Excelente
 - Regular
 - Pésimo
 - Bueno
 - Malo
- ¿Cómo calificaría al personal que estuvo a cargo de la organización del evento?
 - Excelente
 - Regular
 - Pésimo
 - Bueno
 - Malo
- ¿Los medios de información por los cuales usted se interesó del evento, bajo su juicio es?
 - Excelente
 - Regular
 - Pésimo
 - Bueno
 - Malo

- ¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la limpieza pública de las calles y parques?

Excelente

Regular

Pésimo

Bueno

Malo

- ¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la seguridad?

Excelente

Regular

Pésimo

Bueno

Malo

- ¿Cómo calificaría los atractivos turísticos en la ciudad de Chiclayo?

Excelente

Regular

Pésimo

Bueno

Malo

ANEXO N° 04

Validación de Entrevista

Experto: Lic. Yuliana del Rosario Cabrejos Bravo



INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ	Yuliana Del Rosario Cabrejos Bravo	
2.	PROFESIÓN	Licenciada en Turismo y Negocios
	ESPECIALIDAD	Turismo y Negocios
	GRADO ACADÉMICO	Licenciada.
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	5 años
	CARGO	ASESORAS.
Título de la Investigación: PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE CHICLAYO		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	ELVIS SERRUTO PEREA
3.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELEROS
4. INSTRUMENTO EVALUADO	1. Entrevista (x) 2. Cuestionario () 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	GENERAL	
	Realizar un diagnóstico de la situación actual e identificar los recursos turísticos necesarios para lograr satisfacción del visitante nacional e internacional en la ciudad Chiclayo que asiste a eventos.	
	ESPECIFICOS	
	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las Amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo. 	

A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

N	6. DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	
01	CONOCE DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE REUNIONES PARA LA REGIÓN DE LAMBAYEQUE	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
02	¿COMO SE AFRONTA EL TURISMO DE EVENTOS EN LA REGIÓN Y EN CHICLAYO?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
03	¿CONSIDERA QUE EL PROFESIONAL DE TURISMO ESTA CAPACITADO PARA EL TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
04	¿CUÁL ES LA IMAGEN, IDENTIDAD O MARCA DE LA CIUDAD?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
05	¿CONOCE LAS POSIBILIDADES DE UN BURÓ DE CONVENCIONES EN CHICLAYO, HAY ALGÚN PLAN DE FORMAR ALGÚN BURÓ DE CONVENCIONES EN LA REGIÓN?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:

06	¿QUE FORTALEZAS CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
07	¿QUE DEBILIDADES CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
08	¿CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE CHICLAYO ACTUALMENTE?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
09	¿EN SU OPINIÓN CUALES SON LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS QUE PRESENTA CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
10	¿PARA CONCLUIR, ALGUNA SUGERENCIA PARA MEJORAR EL TURISMO DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
PROMEDIO OBTENIDO:		A(<input checked="" type="checkbox"/>) D()

6 COMENTARIOS GENERALES

7 OBSERVACIONES

Lic. Yuliana B.

Juez Experto

Colegiatura N° 09-0029

ANEXO N° 05

Validación de Entrevista

Experto: Lic. Ivonne Katherine Pisfil Llenque



INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		IVONNE KATHERINE PISFIL LLENQUE.
2.	PROFESIÓN	TURISMO Y NEGOCIOS
	ESPECIALIDAD	COLEGIADA
	GRADO ACADÉMICO	SUPERIOR
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	5 AÑOS
	CARGO	PROMOTORA SENIOR DIRECTORIOS DORADOS PERÚ
Título de la Investigación: PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE CHICLAYO		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	ELVIS SERRUTO PEREA
3.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	MOESTRIA EN GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS
4. INSTRUMENTO EVALUADO		1. Entrevista (x) 2. Cuestionario () 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p>GENERAL</p> <p>Realizar un diagnóstico de la situación actual e identificar los recursos turísticos necesarios para lograr satisfacción del visitante nacional e internacional en la ciudad Chiclayo que asiste a eventos.</p> <p>ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar las Amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo.

A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

N	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO		
01	CONOCE DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE REUNIONES PARA LA REGIÓN DE LAMBAYEQUE	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS:	
02	¿COMO SE AFRONTA EL TURISMO DE EVENTOS EN LA REGIÓN Y EN CHICLAYO?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS:	
03	¿CONSIDERA QUE EL PROFESIONAL DE TURISMO ESTA CAPACITADO PARA EL TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS:	
04	¿CUÁL ES LA IMAGEN, IDENTIDAD O MARCA DE LA CIUDAD?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS:	
05	¿CONOCE LAS POSIBILIDADES DE UN BURÓ DE CONVENCIONES EN CHICLAYO, HAY ALGÚN PLAN DE FORMAR ALGÚN BURÓ DE CONVENCIONES EN LA REGIÓN?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS:	

2

06	¿QUE FORTALEZAS CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS	
07	¿QUE DEBILIDADES CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS	
08	¿CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE CHICLAYO ACTUALMENTE?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS	
09	¿EN SU OPINIÓN CUALES SON LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS QUE PRESENTA CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS	
10	¿PARA CONCLUIR, ALGUNA SUGERENCIA PARA MEJORAR EL TURISMO DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D()
		SUGERENCIAS	
PROMEDIO OBTENIDO:		A()	D()

3

6 COMENTARIOS GENERALES

✓ PREGUNTAS MUY BIEN FORMULADAS.

7 OBSERVACIONES


Ivonne K. Pisfil Llenque
LIC. TURISMO Y NEGOCIOS
COLITUR N° 090034

Juez Experto

Colegiatura N°.....090034.....

ANEXO N° 06

Validación de Entrevista

Experto: Lic. Amelia del Rocio Villegas Timaná



INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1.	NOMBRE DEL JUEZ	Amelia del Rocio Villegas Timaná.
2.	PROFESIÓN	Lic. En Turismo y Hotelería.
	ESPECIALIDAD	Turismo y Hotelería
	GRADO ACADÉMICO	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	20 años
	CARGO	docente parcial.
Título de la Investigación: PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE CHICLAYO		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	ELVIS SERRUTO PEREA
3.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
4.	INSTRUMENTO EVALUADO	1. Entrevista (x) 2. Cuestionario () 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()
5.	OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	GENERAL
		Realizar un diagnóstico de la situación actual e identificar los recursos turísticos necesarios para lograr satisfacción del visitante nacional e internacional en la ciudad Chiclayo que asiste a eventos.
		ESPECÍFICOS
		<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las Amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo.

A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

N	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	
01	CONOCE DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE REUNIONES PARA LA REGIÓN DE LAMBAYEQUE	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
02	¿COMO SE AFRONTA EL TURISMO DE EVENTOS EN LA REGIÓN Y EN CHICLAYO?	A() D(<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: <i>¿Real es la Realidad del turismo de Eventos R-L?</i>
03	¿CONSIDERA QUE EL PROFESIONAL DE TURISMO ESTA CAPACITADO PARA EL TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
04	¿CUÁL ES LA IMAGEN, IDENTIDAD O MARCA DE LA CIUDAD?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
05	¿CONOCE LAS POSIBILIDADES DE UN BURÓ DE CONVENCIONES EN CHICLAYO, HAY ALGÚN PLAN DE FORMAR ALGÚN BURÓ DE CONVENCIONES EN LA REGIÓN?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:

06	¿QUE FORTALEZAS CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
07	¿QUE DEBILIDADES CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
08	¿CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE CHICLAYO ACTUALMENTE?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
09	¿EN SU OPINIÓN CUALES SON LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS QUE PRESENTA CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
10	¿PARA CONCLUIR, ALGUNA SUGERENCIA PARA MEJORAR EL TURISMO DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
PROMEDIO OBTENIDO:		A(<i>09</i>) D(<i>01</i>)

6 COMENTARIOS GENERALES

7 OBSERVACIONES



Juez Experto

Colegiatura N° 12511

ANEXO N° 07

Cuadro de Resultados de la Validación de Expertos

Validación por juicio de expertos			
Entrevista			
Expertos:	Lic. Ivonne K. Pisfil Llenque Lic. Yuliana Cabrejos Bravo Lic. Amelia Villegas Timana		
N°	ITEMS	Acuerdo	Desacuerdo
1	CONOCE DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE REUNIONES PARA LA REGIÓN DE LAMBAYEQUE	3	
2	¿COMO SE AFRONTA EL TURISMO DE EVENTOS EN LA REGIÓN Y EN CHICLAYO?	2	1
3	¿CONSIDERA QUE EL PROFESIONAL DE TURISMO ESTA CAPACITADO PARA EL TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?	3	
4	¿CUÁL ES LA IMAGEN, IDENTIDAD O MARCA DE LA CIUDAD?	3	
5	¿CONOCE LAS POSIBILIDADES DE UN BURÓ DE CONVENCIONES EN CHICLAYO, HAY ALGÚN PLAN DE FORMAR ALGÚN BURÓ DE CONVENCIONES EN LA REGIÓN?	3	
6	¿QUE FORTALEZAS CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	3	
7	¿QUE DEBILIDADES CREE QUE TIENE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	3	
8	¿CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE CHICLAYO ACTUALMENTE?	3	
9	¿EN SU OPINIÓN CUALES SON LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS QUE PRESENTA CHICLAYO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS?	3	
10	¿PARA CONCLUIR, ALGUNA SUGERENCIA PARA MEJORAR EL TURISMO DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO?	3	
TOTAL		29	1

ANEXO N° 08

Validación de Cuestionario para Encuesta

Experto: Lic. Yuliana del Rosario Cabrejos Bravo



INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		Yuliana Del Rosario Cabrejos Bravo
2.	PROFESIÓN	Turismo y Negocios
	ESPECIALIDAD	Licenciada
	GRADO ACADÉMICO	Licenciada
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	5 años.
	CARGO	Asesorías
Título de la Investigación: PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE CHICLAYO		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	ELVIS SERRUTO PEREA
3.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
4.	INSTRUMENTO EVALUADO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrevista () 2. Cuestionario (X) 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()
5.	OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	<p>GENERAL</p> <p>Realizar un diagnóstico de la situación actual e identificar los recursos turísticos necesarios para lograr satisfacción del visitante nacional e internacional en la ciudad Chiclayo que asiste a eventos.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las Amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo.
<p>A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS</p>		

Item	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	
01	¿Cómo calificaría la calidad del evento al que usted asistió en la ciudad de Chiclayo? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
02	¿Cómo calificaría la calidad del hospedaje ofrecido por los organizadores del evento? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
03	¿Cómo calificaría a las instalaciones donde se realizó el evento? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
04	¿Cómo calificaría al personal que estuvo a cargo de la organización del evento? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
05	¿Los medios de información por los cuales usted se interesó en el evento, bajo su juicio fueron? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
06	¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la limpieza pública de las calles y parques? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS

2

07	¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la seguridad? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
08	¿Cómo calificaría los atractivos turísticos en la ciudad de Chiclayo? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
PROMEDIO OBTENIDO:		A() D()
6 COMENTARIOS GENERALES		
7 OBSERVACIONES		

Lic. Yungas
Juez Experto

Colegiatura N° 09.0029.....

ANEXO N° 09

Validación de Cuestionario para Encuesta Experto: Lic. Ivonne Katherine Pisfil Llenque



INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		TURISMO Y NEGOCIOS
2.	PROFESIÓN	COLEGIADA
	ESPECIALIDAD	SUPERIOR
	GRADO ACADÉMICO	SUPERIOR
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	
	CARGO	
Título de la Investigación: PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE CHICLAYO		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	ELVIS SERRUTO PEREA
3.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
4. INSTRUMENTO EVALUADO		<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrevista () 2. Cuestionario (X) 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		GENERAL
		Realizar un diagnóstico de la situación actual e identificar los recursos turísticos necesarios para lograr satisfacción del visitante nacional e internacional en la ciudad Chiclayo que asiste a eventos.
		ESPECÍFICOS
		<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las Amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo.
<p>A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS</p>		

Item	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	
01	¿Cómo calificaría la calidad del evento al que usted asistió en la ciudad de Chiclayo? Escala: Linkert	A(X) D() SUGERENCIAS:
02	¿Cómo calificaría la calidad del hospedaje ofrecido por los organizadores del evento? Escala: Linkert	A(X) D() SUGERENCIAS:
03	¿Cómo calificaría a las instalaciones donde se realizó el evento? Escala: Linkert	A(X) D() SUGERENCIAS:
04	¿Cómo calificaría al personal que estuvo a cargo de la organización del evento? Escala: Linkert	A(X) D() SUGERENCIAS:
05	¿Los medios de información por los cuales usted se interesó en el evento, bajo su juicio fueron? Escala: Linkert	A(X) D() SUGERENCIAS:
06	¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la limpieza pública de las calles y parques? Escala: Linkert	A(X) D() SUGERENCIAS:

2

07	¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la seguridad? Escala: Linkert	A(X) D() SUGERENCIAS:
08	¿Cómo calificaría los atractivos turísticos en la ciudad de Chiclayo? Escala: Linkert	A(X) D() SUGERENCIAS:
PROMEDIO OBTENIDO:		A(08) D()
6 COMENTARIOS GENERALES		
7 OBSERVACIONES		


Ivonne K. Pisfil Llengue
 LIC. TURISMO Y RECURSOS
 COLITUR N° 090034
 Juez Experto

Colegiatura N°.....09.0034.....

3

ANEXO N° 10

Validación de Cuestionario para Encuesta Experto: Lic. Amelia del Rocio Villegas Timaná



INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ	Amelia Del Rocio Villegas Timaná	
2.	PROFESIÓN	Lic. En Turismo y Hotelería
	ESPECIALIDAD	Turismo y Hotelería
	GRADO ACADÉMICO	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	20 Años
	CARGO	Docente Parcial.
Título de la Investigación: PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE CHICLAYO		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	ELVIS SERRUTO PEREA
3.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
4. INSTRUMENTO EVALUADO	1. Entrevista () 2. Cuestionario (X) 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	GENERAL	
	Realizar un diagnóstico de la situación actual e identificar los recursos turísticos necesarios para lograr satisfacción del visitante nacional e internacional en la ciudad Chiclayo que asiste a eventos.	
	ESPECÍFICOS	
	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las Amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades del turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo. 	
<p>A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS</p>		

1

Item	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	
01	¿Cómo calificaría la calidad del evento al que usted asistió en la ciudad de Chiclayo? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
02	¿Cómo calificaría la calidad del hospedaje ofrecido por los organizadores del evento? Escala: Linkert	A() D(<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: <i>¿ Como califica la calidad del servicio hospedaje & cual es la Realidad del Turismo de Eventos R.L.)</i>
03	¿Cómo calificaría a las instalaciones donde se realizó el evento? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
04	¿Cómo calificaría al personal que estuvo a cargo de la organización del evento? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
05	¿Los medios de información por los cuales usted se interesó en el evento, bajo su juicio fueron? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS:
06	¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la limpieza pública de las calles y parques? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS

2

07	¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la seguridad? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
08	¿Cómo calificaría los atractivos turísticos en la ciudad de Chiclayo? Escala: Linkert	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
PROMEDIO OBTENIDO:		A(07) D(01)
6 COMENTARIOS GENERALES		
7 OBSERVACIONES		


 Juez Experto
 Colegiatura N° 12511

ANEXO N° 011

Cuadro de Resultados de la Validación de Expertos

Validación por juicio de expertos			
Cuestionario			
Expertos:	Ivonne K. Pisfil Llenque Yuliana Cabrejos Bravo Amelia Villegas Timana		
N°	ITEMS	Acuerdo	Desacuerdo
1	¿Cómo calificaría la calidad del evento al que usted asistió en la ciudad de Chiclayo?	3	
2	¿Cómo calificaría la calidad del hospedaje ofrecido por los organizadores del evento?	2	1
3	¿Cómo calificaría a las instalaciones donde se realizó el evento?	3	
4	¿Cómo calificaría al personal que estuvo a cargo de la organización del evento?	3	
5	¿Los medios de información por los cuales usted se interesó en el evento, bajo su juicio fueron?	3	
6	¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la limpieza pública de las calles y parques?	3	
7	¿Cómo calificaría a la ciudad de Chiclayo en función a la seguridad?	3	
8	¿Cómo calificaría los atractivos turísticos en la ciudad de Chiclayo?	3	
TOTAL		23	1

ANEXO N° 012

Validación de la Propuesta

Experto: Lic. Yuliana del Rosario Cabrejos Bravo



INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		Yuliana Del Rosario Cabrejos Bravo
2.	PROFESIÓN	Licenciada.
	ESPECIALIDAD	Turismo y Negocios
	GRADO ACADÉMICO	Licenciada
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	Saños
	CARGO	Asesorías.
Título de la Investigación: PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE CHICLAYO		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	ELVIS SERRUTO PEREA
3.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
4. INSTRUMENTO EVALUADO		1. Entrevista () 2. Cuestionario () 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		GENERAL Validación de la propuesta de un plan de gestión del turismo de reuniones para la ciudad de Chiclayo de acuerdo a sus conocimientos y experiencia profesional.
		ESPECÍFICOS <ul style="list-style-type: none"> • Validar los lineamientos del plan de gestión de acuerdo a los objetivos propuestos.

1



A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

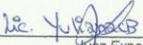
Item				
<i>Línea estratégica 1: Planificación y gestión del turismo de reuniones.</i>				
01	Estudio de la oferta y la demanda para identificar las necesidades y potencialidades reales de la ciudad.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:
02	Desarrollar políticas para una oferta turística sostenible considerando el impacto económico, social y ambiental del turismo de reuniones.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:
03	Gestionar la oferta turística en su modalidad de turismo de reuniones en la ciudad.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:
04	Crear un organismo que articule los objetivos públicos y privados, así como gestionar la ejecución de los planes que promuevan el turismo de reuniones.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:
<i>Línea estratégica 2: Desarrollo del Producto y Marca – Destino.</i>				
05	Consolidación del turismo de reuniones y su posicionamiento como una marca de la ciudad de Chiclayo.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:

2

<i>Línea estratégica 3: Promoción y Comercialización del Destino</i>		
06	Promover y promocionar emprendimientos en turismo de reuniones.	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
07	Desarrollar un Plan de promoción turístico del destino promocionando el turismo de reuniones en la ciudad.	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
<i>Línea estratégica 4: Desarrollo profesional y cultural del sector.</i>		
08	Desarrollar una cultura de calidad del sector de turismo de reuniones en la ciudad.	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
09	Profesionalización del sector de turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
PROMEDIO OBTENIDO:		A() D()
6 COMENTARIOS GENERALES		

3

7 OBSERVACIONES


 Juez Experto
 Colegiatura N° 03-0029.....

ANEXO N° 013

Validación de la Propuesta

Experto: Lic. Ivonne Katherine Pisfil Llenque



INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		<i>Ivonne Katherine Pisfil Llenque.</i>
2.	PROFESIÓN	<i>TURISMO Y NEGOCIOS</i>
	ESPECIALIDAD	
	GRADO ACADÉMICO	<i>SUPERIOR / LICENCIADA</i>
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	<i>5 AÑOS</i>
	CARGO	<i>PROMOTORA SENIOR DIRECTORIOS DORADOS PERÚ</i>
Título de la Investigación: PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE CHICLAYO		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	<i>ELVIS SERRUTO PEREA</i>
3.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	<i>MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS</i>
4. INSTRUMENTO EVALUADO		<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrevista () 2. Cuestionario () 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		GENERAL Validación de la propuesta de un plan de gestión del turismo de reuniones para la ciudad de Chiclayo de acuerdo a sus conocimientos y experiencia profesional.
		ESPECIFICOS <ul style="list-style-type: none"> • Validar los lineamientos del plan de gestión de acuerdo a los objetivos propuestos.

1



A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

Item	Línea estratégica 1: Planificación y gestión del turismo de reuniones.	A(<input type="checkbox"/>)	D(<input type="checkbox"/>)
01	Estudio de la oferta y la demanda para identificar las necesidades y potencialidades reales de la ciudad.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SUGERENCIAS: <i>CONSIDERAR; REALIZAR / DESARROLLAR.</i>			
02	Desarrollar políticas para una oferta turística sostenible considerando el impacto económico, social y ambiental del turismo de reuniones.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SUGERENCIAS:			
03	Gestionar la oferta turística en su modalidad de turismo de reuniones en la ciudad.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SUGERENCIAS:			
04	Crear un organismo que articule los objetivos públicos y privados, así como gestionar la ejecución de los planes que promuevan el turismo de reuniones.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SUGERENCIAS:			
Línea estratégica 2: Desarrollo del Producto y Marca – Destino.			
05	Consolidación del turismo de reuniones y su posicionamiento como una marca de la ciudad de Chiclayo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SUGERENCIAS:			

2

Línea estratégica 3: Promoción y Comercialización del Destino	
06	Promover y promocionar emprendimientos en turismo de reuniones. A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS EMPRENDIMIENTOS O CASOS EXITOSOS A NIVEL LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL.
07	Desarrollar un Plan de promoción turístico del destino promocionando el turismo de reuniones en la ciudad. A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
Línea estratégica 4: Desarrollo profesional y cultural del sector.	
08	Desarrollar una cultura de calidad del sector de turismo de reuniones en la ciudad. A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
09	Profesionalización del sector de turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
PROMEDIO OBTENIDO:	
A(09) D()	
6 COMENTARIOS GENERALES	

3

7 OBSERVACIONES


Ivonne K. Pisfil Uenque
 LIC. TURISMO Y NEGOCIOS
 COLITUR N° 090034

Juez Experto

Colegiatura N°.....090034.....

ANEXO N° 014

Validación de la Propuesta

Experto: Lic. Amelia del Rocio Villegas Timaná



INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ	Amelia del Rocio Villegas Timaná.	
2.	PROFESIÓN	Lic. En Turismo y Hotelería.
	ESPECIALIDAD	Turismo y Hotelería
	GRADO ACADÉMICO	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	20 (años)
	CARGO	docente parcial.
Título de la Investigación: PLAN DE GESTIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE CHICLAYO		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1 NOMBRES Y APELLIDOS	ELVIS SERRUTO PEREA	
3.2 PROGRAMA DE POSTGRADO	MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS	
4. INSTRUMENTO EVALUADO	1. Entrevista () 2. Cuestionario () 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()	
	GENERAL	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	Validación de la propuesta de un plan de gestión del turismo de reuniones para la ciudad de Chiclayo de acuerdo a sus conocimientos y experiencia profesional.	
	ESPECIFICOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Validar los lineamientos del plan de gestión de acuerdo a los objetivos propuestos. 		

1



A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

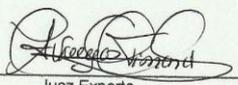
Item				
Línea estratégica 1: Planificación y gestión del turismo de reuniones.				
01	Estudio de la oferta y la demanda para identificar las necesidades y potencialidades reales de la ciudad.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:
02	Desarrollar políticas para una oferta turística sostenible considerando el impacto económico, social y ambiental del turismo de reuniones.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:
03	Gestionar la oferta turística en su modalidad de turismo de reuniones en la ciudad.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:
04	Crear un organismo que articule los objetivos públicos y privados, así como gestionar la ejecución de los planes que promuevan el turismo de reuniones.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:
Línea estratégica 2: Desarrollo del Producto y Marca – Destino.				
05	Consolidación del turismo de reuniones y su posicionamiento como una marca de la ciudad de Chiclayo.	A(X)	D()	SUGERENCIAS:

2

Línea estratégica 3: Promoción y Comercialización del Destino	
06	Promover y promocionar emprendimientos en turismo de reuniones. A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
07	Desarrollar un Plan de promoción turístico del destino promocionando el turismo de reuniones en la ciudad. A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
Línea estratégica 4: Desarrollo profesional y cultural del sector.	
08	Desarrollar una cultura de calidad del sector de turismo de reuniones en la ciudad. A(<input checked="" type="checkbox"/>) D() SUGERENCIAS
09	Profesionalización del sector de turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo A() D(<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS <i>Especialización del Sector de Turismo de Reuniones en la ciudad de Chiclayo?</i>
PROMEDIO OBTENIDO: A() D()	
6 COMENTARIOS GENERALES	

3

7 OBSERVACIONES



Juez Experto

Colegiatura N°...12511.....

ANEXO N° 015

Cuadro de Resultados de la Validación de la Propuesta

Validación por juicio de expertos			
Propuesta			
Expertos:			Ivonne K. Pisfil Llenque Yuliana Cabrejos Bravo Amelia Villegas Timana
N°	ITEMS	Acuerdo	Desacuerdo
<i>Línea estratégica 1: Planificación y gestión del turismo de reuniones.</i>			
1	Estudio de la oferta y la demanda para identificar las necesidades y potencialidades reales de la ciudad.	3	
2	Desarrollar políticas para una oferta turística sostenible considerando el impacto económico, social y ambiental del turismo de reuniones.	3	
3	Gestionar la oferta turística en su modalidad de turismo de reuniones en la ciudad.	3	
4	Crear un organismo que articule los objetivos públicos y privados, así como gestionar la ejecución de los planes que promuevan el turismo de reuniones.	3	
<i>Línea estratégica 2: Desarrollo del Producto y Marca – Destino.</i>			
5	Consolidación del turismo de reuniones y su posicionamiento como una marca de la ciudad de Chiclayo.	3	
<i>Línea estratégica 3: Promoción y Comercialización del Destino</i>			
6	Promover y promocionar emprendimientos en turismo de reuniones.	3	
7	Desarrollar un Plan de promoción turístico del destino promocionando el turismo de reuniones en la ciudad.	3	
<i>Línea estratégica 4: Desarrollo profesional y cultural del sector.</i>			
8	Desarrollar una cultura de calidad del sector de turismo de reuniones en la ciudad.	3	
9	Profesionalización del sector de turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo	2	1
TOTAL		26	1

