

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

TOURISM MANAGEMENT PLAN OF MEETINGS FOR THE SATISFACTION OF THE CHICLAYO'S VISITOR

Elvis Serruto Perea¹

Resumen

El artículo responde a los resultados prácticos de una tesis de maestría, donde se plantea que el turismo de reuniones adquiere gran importancia en el desarrollo turístico de una ciudad por sus beneficios económicos y sociales. El objetivo de la investigación fue diseñar un plan de gestión del turismo de reuniones identificando los recursos turísticos necesarios que logren 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 definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Chiclayo frente al turismo de reuniones. Los resultados obtenidos permitieron ofrecer un plan con cuatro líneas estratégicas que permitan la planificación, gestión, desarrollo del producto Marca-Destino, la promoción, comercialización, profesionalización y desarrollo de la cultura del sector de turismo de reuniones para garantizar la satisfacción del visitante y servir como 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: Chiclayo, Gestión, Planificación, Reuniones, Turismo.

Abstract

The article responds to the practical results of a master's thesis, where it is argued that tourism of meetings acquires great importance in the tourist development of a city for its economic and social benefits. Through experts interview and surveys conducted, was allow an analysis of the demand to define the strengths, opportunities, weaknesses and threats of Chiclayo in front of meeting tourism. The results obtained allowed to offer a plan with four strategic lines that allow the planning, management, product development and brand city, the promotion, commercialization, professionalization and development of the culture of the sector of tourism of meetings to guarantee the satisfaction of the visitor. And to serve As a useful tool for public or private associations in charge of promoting the economic and tourist development of the city providing an alternative of traditional tourism that can benefit the entire city and region of Lambayeque.

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

¹Docente de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería. Estudiante de la Maestría en Turismo y Hotelería. Universidad Señor de Sipán, Lambayeque, Perú/ elvisserruto@hotmail.com

I. Introducción

El término turismo de eventos se define como “una modalidad turística donde el atractivo que genera el flujo de turistas nacionales o internacionales es la celebración de un evento” (Carrizo & Vieira, 2009) y un “evento” se define como suceso importante y programado de índole social, académica, artística o deportiva” (Real Academia Española, 2014).

Como parte de la industria turística de los eventos, nace el turismo de negocios, esta clasificación sugerida por Flamarich & Duro (2011), permite ubicar a las reuniones como parte del turismo de negocios de eventos. La Organización Mundial del Turismo (2014) utiliza el término de industria de reuniones o segmento RICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos) para abarcar 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.

El gran interés de la industria de reuniones para muchos países es ser una vía de desarrollo con una tendencia de continuo crecimiento, no tiene estacionalidad y brinda factores de desarrollo económico, social y cultural para la ciudad anfitriona, siendo importantes razones por las que muchos países y ciudades han implementado políticas promotoras de eventos.

EE.UU es el país que posee el mayor número de reuniones en el 2014, según datos de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones o conocida por sus siglas en inglés ICCA, con 831 reuniones y la ciudad con más reuniones es París con 214 eventos realizados. En el caso de América del Sur, Brasil se encuentra en el primer lugar con 291 reuniones y Buenos Aires con 91 reuniones como la primera ciudad. En el 2014, Lima ocupó el cuarto lugar con 64 reuniones. En el año 2015 la capital peruana alcanzó el puesto 26 en el mundo, y el segundo lugar la América del Sur, con un ingreso para el país de US\$ 170.00 millones de dólares en divisas, logrando realizar 82 eventos calificados por ICCA.

El impacto económico del turismo de reuniones en el Perú, según el Reporte Perú 2016 (Oxford Business Group, 2016), ya representa el 6% de los \$3.8 billones de dólares generados al año por el sector turismo. Además 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 RICE tiene una estancia media de cinco a siete días y un gasto diario promedio de \$ 350 a \$ 500.

El turismo de reuniones en el Perú, tiene grandes retos en provincias, lo que ocasiona que la capital abarque el 80% de eventos que se realizan en el país. Según las estadísticas de ICCA las otras ciudades que figuran en estadísticas son Arequipa con 5 reuniones y Cuzco con 10 reuniones en el 2014.

La ciudad de Chiclayo, 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 el escenario actual se planteó ¿cómo mejorar la gestión del turismo de reuniones para la satisfacción de visitante con este motivo de viaje en la

ciudad Chiclayo?, considerando el poco conocimiento de las instituciones públicas sobre otras tipologías turísticas, la inestabilidad política de la región por corrupción, poca comunicación entre entidades público – privadas y la mala imagen del ornato de la ciudad se consideró como principal objetivo elaborar un plan de gestión del turismo de reuniones para mejorar los servicios que se ofrece al visitante de Chiclayo.

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.

Existen antecedentes sobre otras ciudades en Ecuador que buscan en el turismo de reuniones una vía de desarrollo, como lo señala Quituisaca, Mayra (2012) y Calozuma, Keyla (2013); ambas proporcionaron a la investigación un panorama sobre los beneficios del turismo de reuniones, la necesidad de un análisis de oferta y demanda turística, los estándares mínimos necesarios para posicionar un destino como sede ideal para realizar reuniones o eventos. Así como la importancia de unificar esfuerzos entre el sector privado y el público, la constitución de un buro de convenciones para cada ciudad por tener una función estratégica de promoción.

Otro estudio importante para la investigación sobre el turismo de reuniones en Chiclayo, fue el realizado por García y Reto (2013), brinda un punto de partida sobre la oferta existente en Chiclayo, la falta de infraestructura para eventos más exigentes, los servicios no estandarizados e informales.

En el caso de la planificación estratégica del turismo se consideraron los aportes de Cienfuegos-Viera, C. (2012) y Fasabi, K. (2014); ambos estudios 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.

Por lo que el artículo tiene como **objetivo** elaborar un programa estratégico del plan de gestión del turismo de reuniones para la satisfacción del visitante de Chiclayo

II. Material y Método

Para determinar la muestra ideal de estudio se utilizó la técnica de carácter probabilístico, utilizando los arribos de huéspedes nacionales y extranjeros a los establecimientos de hospedaje colectivo desde el 2012 en el departamento de Lambayeque (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2016) y por medio del perfil del turista de Lambayeque (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015), permitieron obtener la muestra proyectada para el año 2016 de 350 encuestas que se realizaron en 3 eventos distintos de 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.

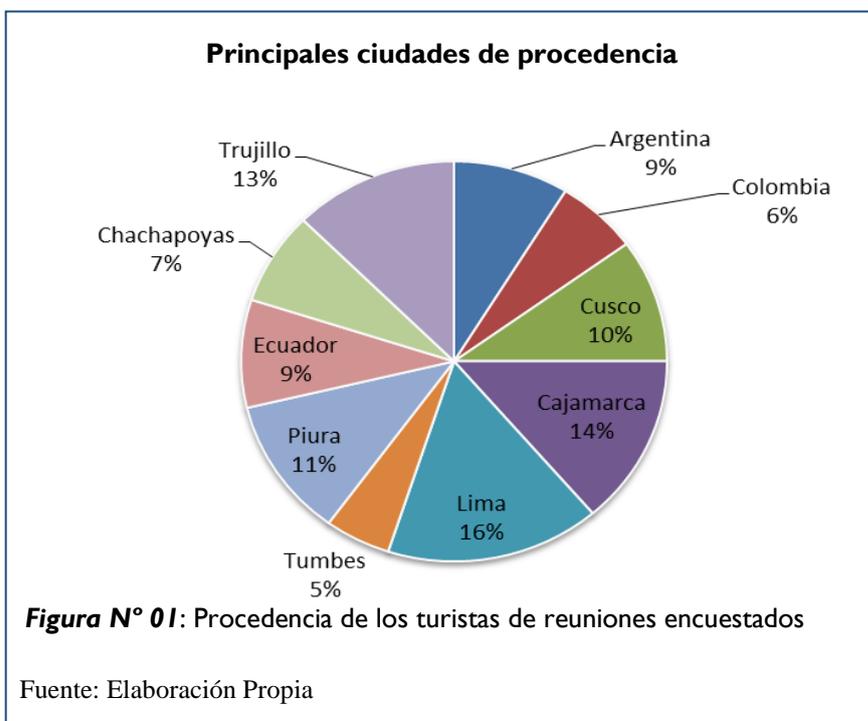
Los eventos fueron el I Congreso Internacional de Estomatología, el III Concurso de Investigación en Estomatología, realizados los días 15, 16 y 17 de junio en la Universidad Señor de Sipán. Y el II Congreso Nacional de Gerentes Públicos realizado el 24 de junio. Permitiendo obtener resultados sobre la percepción del turista que visita la ciudad de Chiclayo con motivo de asistir a una reunión, medir el grado de satisfacción del

turista con respecto a la organización, los servicios y la imagen de la ciudad. También se consideró importante aplicar una encuesta a dos especialistas en turismo para identificar las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades del turismo de reuniones mediante 10 ítems a responder. Las entrevistas se realizaron entre Julio y agosto del 2016.

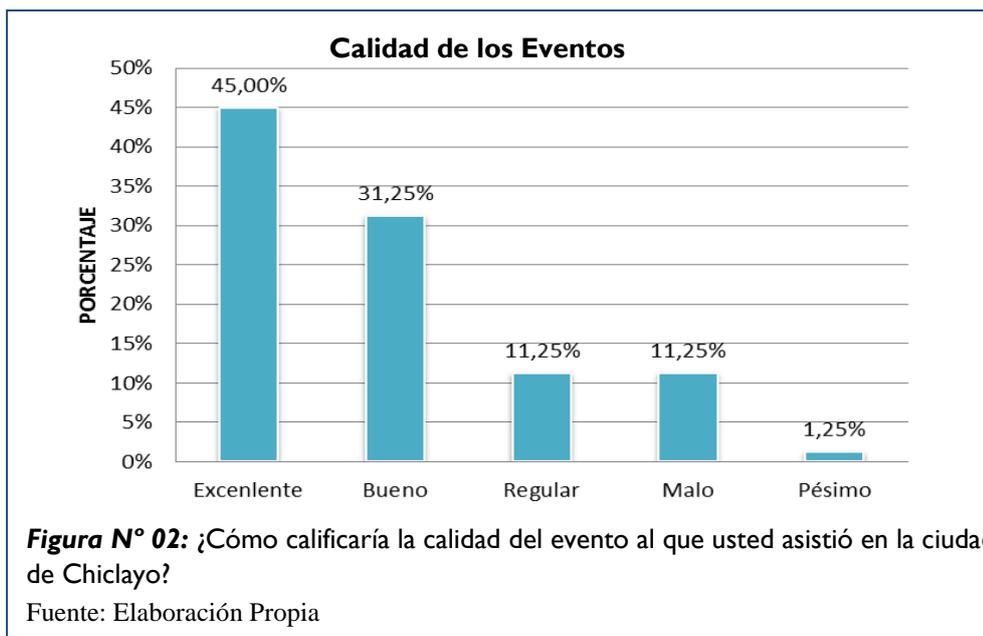
El enfoque de la investigación es de tipo Cuantitativo y Cualitativo, donde se emplearon métodos teóricos y empíricos, como la encuesta, entrevista y análisis de documentos. Las técnicas que se utilizaron fueron el análisis de documentos, la encuesta y la entrevista. Empleándose respectivamente las fichas de lectura, la hoja de encuesta y la guía de entrevista como instrumentos. La entrevista y encuesta fueron validados por tres expertos, y sometidos a un análisis de fiabilidad en el programa SPSS versión 2.0 Windows.

III. Resultados

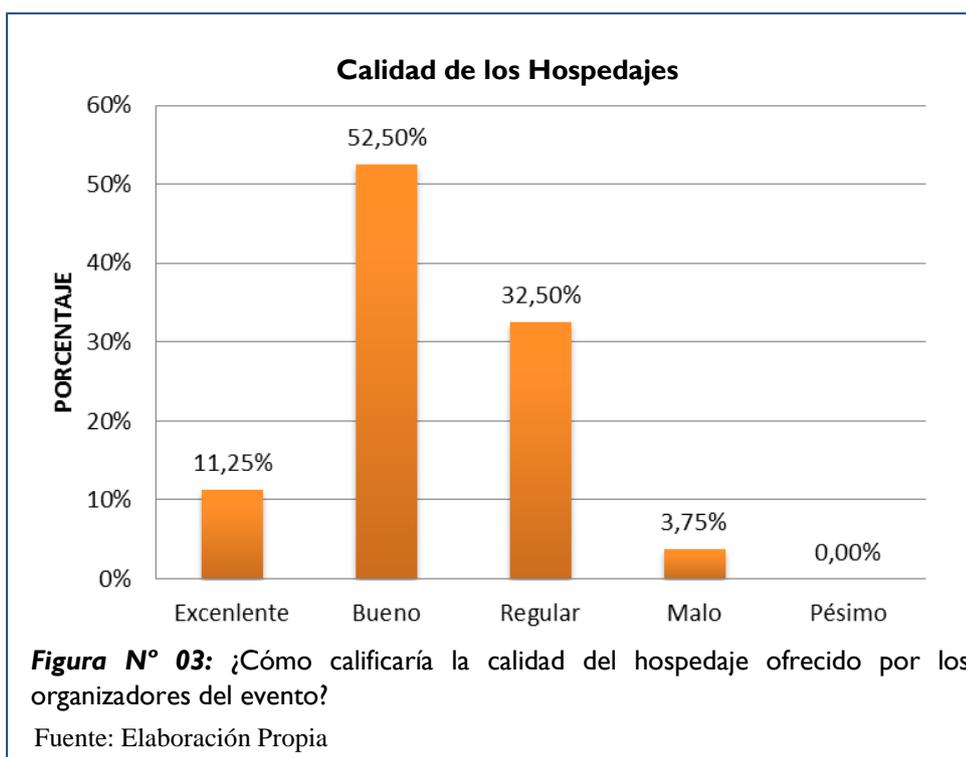
Con los resultados obtenidos se busca determinar la percepción del turista que visita la ciudad de Chiclayo con motivo de asistir a una reunión, utilizando figuras gráficas que facilitan la comprensión a las preguntas planteadas.



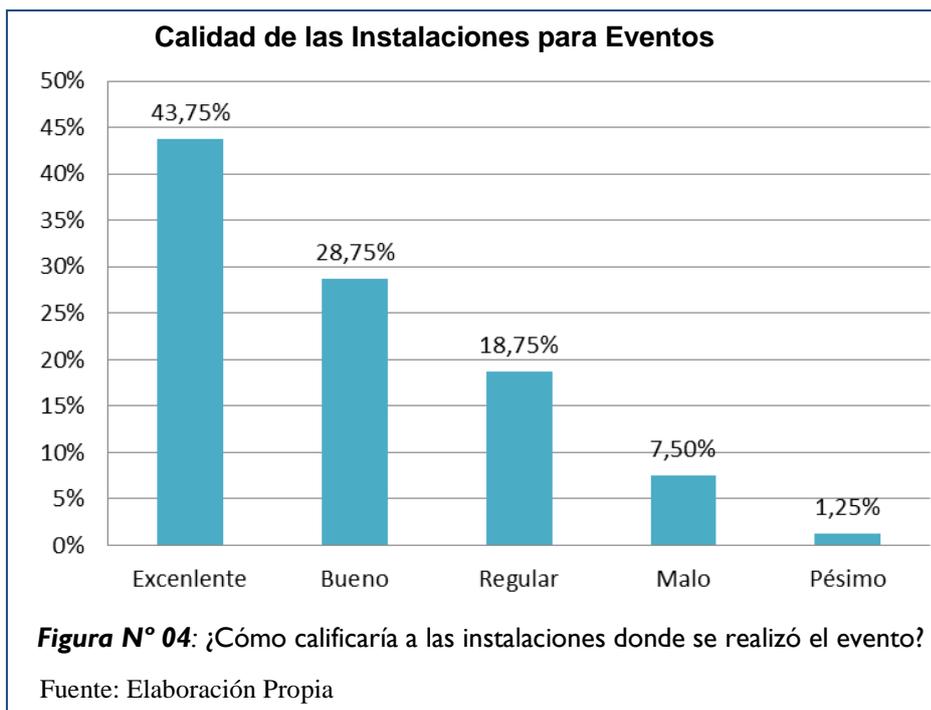
La procedencia de los turistas encuestados corresponde en su mayoría a las ciudades cercanas a la ciudad, como Cajamarca con 14%, Trujillo con 13%, Piura con 11%, Tumbes con 5%, Chachapoyas con 7% y Lima con 16% de participación. Los turistas internacionales fueron delegaciones de Argentina con 9%, Colombia con 6% y Ecuador con 9% de participantes. A la pregunta ¿Cómo calificaría la calidad del evento al que usted asistió en la ciudad de Chiclayo?, 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.



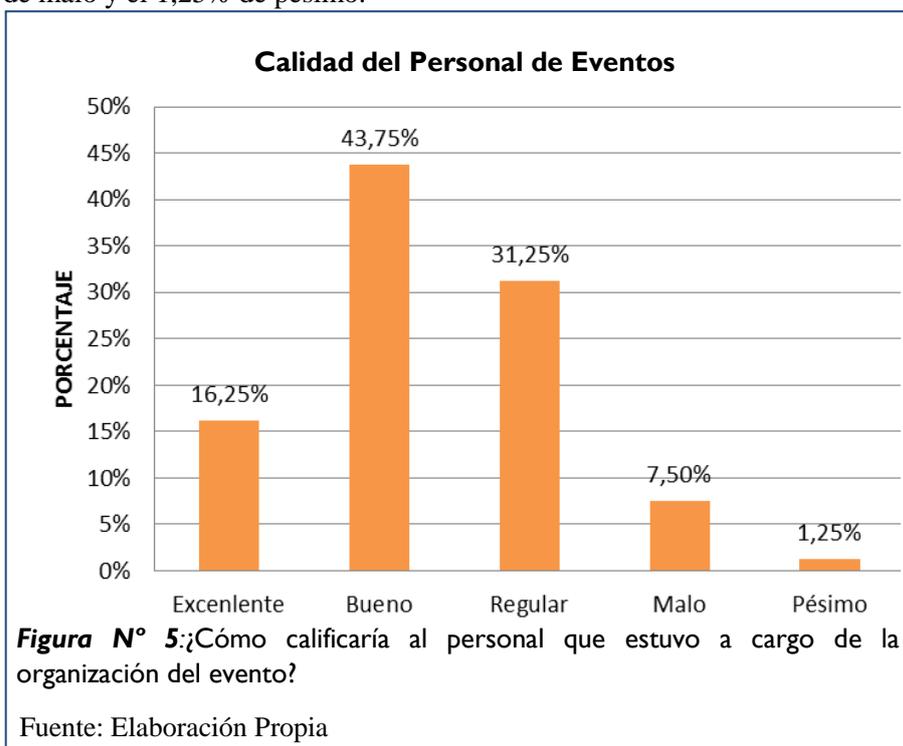
Con respecto a ¿Cómo calificaría la calidad del hospedaje ofrecido por los organizadores del evento? un 11,25% de los encuestados consideraron que el hospedaje ofrecido fue excelente, un 52,50% lo considera bueno, el 32,5% lo consideró regular, el 3,75% malo y nadie consideró que fuera pésimo.



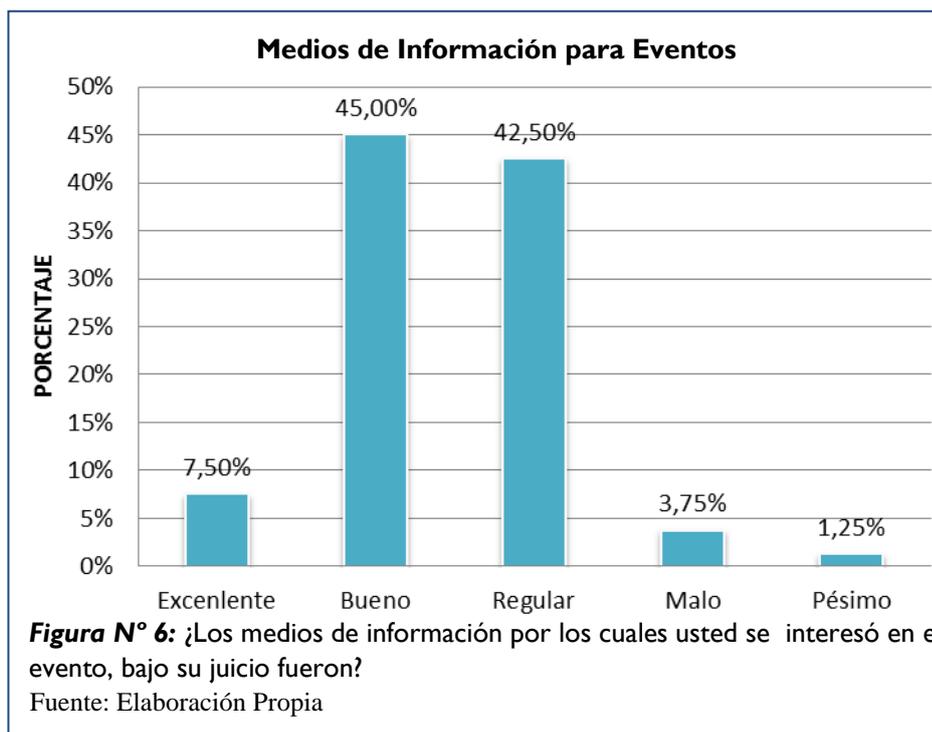
También se consideró preguntar sobre la calidad de las instalaciones donde se realizó el evento. El 43,75% de los encuestados consideró como excelente, el 28,75% bueno, el 18,75% de regular, el 7,50% de malo y el 1,25% de pésimo.



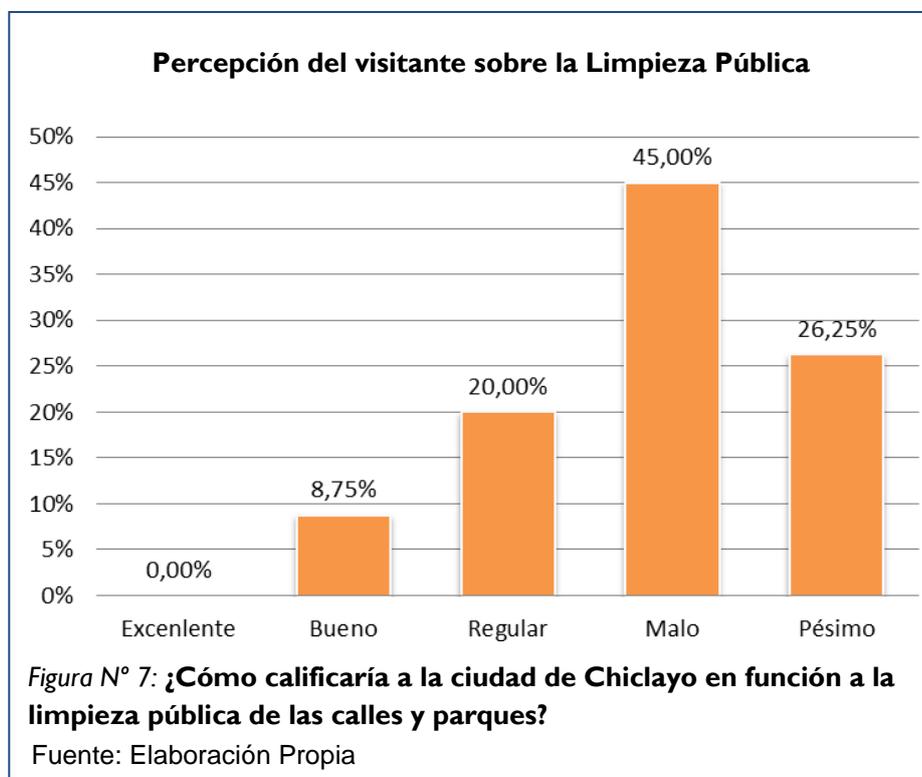
A la pregunta ¿Cómo calificaría al personal que estuvo a cargo de la organización del evento? el 16,25% lo calificó de excelente, el 43,75% de bueno, el 31,25% de regular, el 7,50% de malo y el 1,25% de pésimo.



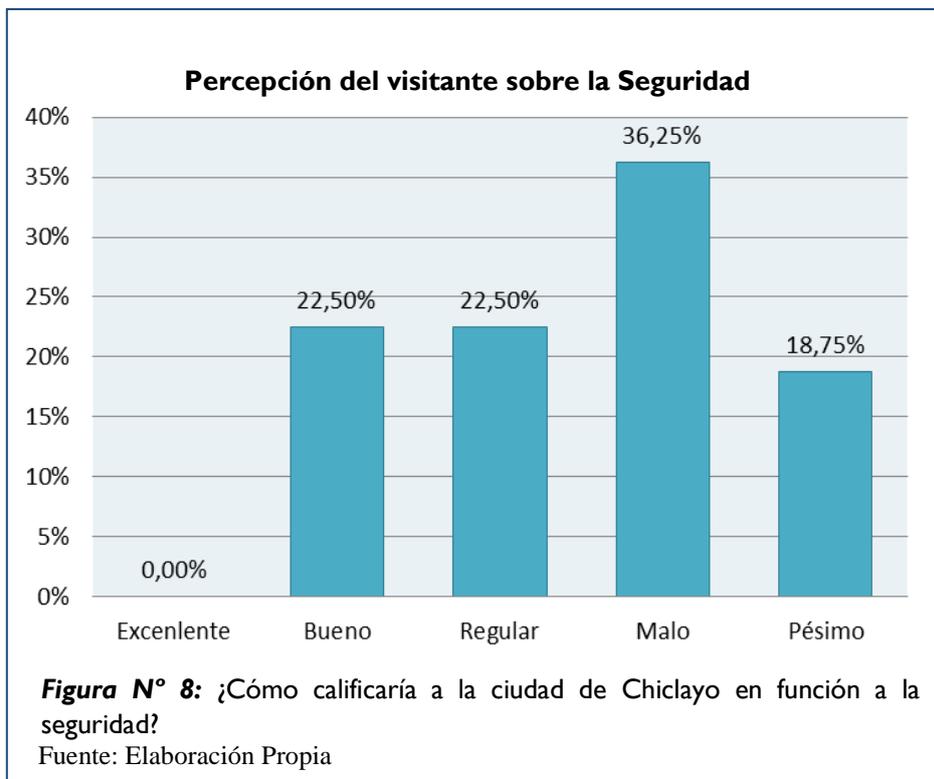
Sobre los medios de información por los cuales los encuestados se interesaron del evento, el 7,50% calificó de excelente los medios de información por los que se enteró del evento, el 45% lo calificó de bueno, el 42,5% de regular, el 3,75% de malo, y el 1,25% de pésimo.



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



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



Y a la pregunta ¿cómo calificaría los atractivos turísticos en la ciudad de Chiclayo?, calificaron como excelente 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.

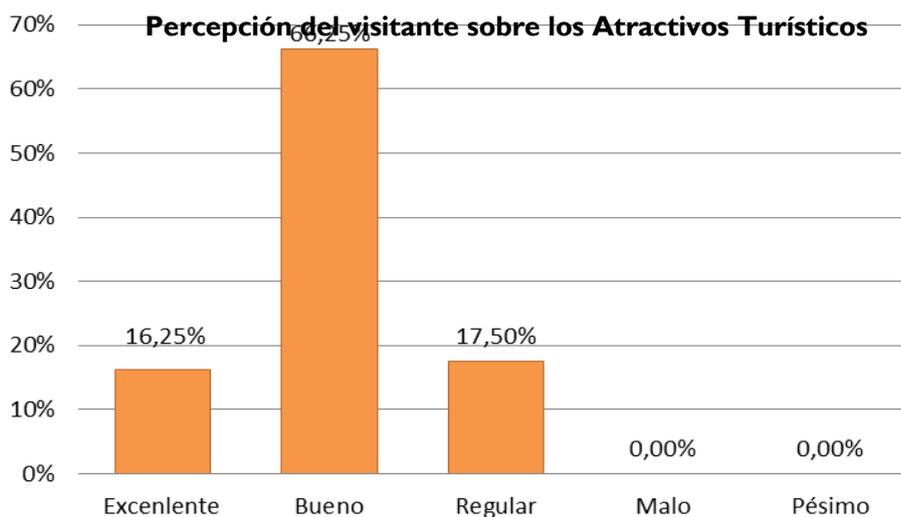


Figura N° 9: ¿Cómo calificaría los atractivos turísticos en la ciudad de Chiclayo?
Fuente: Elaboración Propia

Resultados de la entrevista a expertos

La entrevista se realizó al Mg. Oscar Quispe Laura, Director de Turismo y Artesanía de Lambayeque, realizada el 13 de julio del 2016. Y a la Lic. Katia Mercedes Gamarra Leguía, Gerente General de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Lambayeque, entrevista realizada el 09 de Agosto del 2016.

Se consultó sobre si se conoce algún plan de gestión estratégico de turismo de reuniones para la región de Lambayeque, respondiendo que no existe alguno específico sobre el turismo de reuniones para la región. Sobre el tema de turismo de reuniones para Chiclayo, los expertos comentaron que es un segmento que está teniendo un dinamismo muy importante sobre todo para el sector empresarial en general, la mayor cantidad de empresas a nivel nacional y también a nivel internacional desarrollan eventos, seminarios, congresos y reuniones de su fuerza de venta, de sus vendedores o potenciales clientes. Es por ello que lo considera un interesante a desarrollar. Sobre el profesional de turismo y si se encuentra capacitado para el turismo de reuniones, respondieron que aunque no existe una formación específica en esta tipología de turismo si se cuenta con talleres y cursos en algunas universidad sobre la organización de eventos.

Con respecto a la imagen, identidad o marca de la ciudad de Chiclayo el Mg. Oscar Quispe comento que actualmente no existe una marca turística, y 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 se está 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. En el caso de la creación de un Buro de Convenciones en Chiclayo, aunque se tiene pensado impulsar un centro de convenciones, no se tiene un plan formal para la creación de organismo especializado en promover a Chiclayo en el turismo de reuniones. Consideran importante trabajar con las entidades público y privadas como una necesidad del sector empresarial en general para desarrollar este tipo de turismo.

Con respecto a las fortalezas que tiene la ciudad, los expertos coincidieron que la posición geoestratégica de Chiclayo es un elemento fundamental, su planta turística regular con auditorios de una envergadura aceptable, hoteles de una importante categoría, la apertura de los vuelos internacionales, las obras de infraestructura como el proyecto del terminal marítimo regional y el proyecto Olmos. Sus recursos gastronómicos, culturales y museos. Las debilidades señaladas fueron la gestión de la ciudad, aunque se haya mejorada en algo la limpieza, falta de adecuación de algunos espacios recreativos, mejorar el ornato para convertir a Chiclayo en una ciudad moderna que atraiga precisamente el desarrollo eventos acompañado del desarrollo de una mejor planta turística., Sobre las oportunidades y amenazas es importante revisar la capacidad de los auditorios, alojamiento, alimentación y paquetes turísticos para los asistentes a reuniones.

IV. Discusión

En la discusión de los resultados y elaboración de la propuesta de plan de gestión para el turismo de reuniones en la ciudad de Chiclayo se revisaron 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).La propuesta 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.

El estudio realizado es pertinente y viable, lo cual fue corroborado mediante criterio de expertos y análisis de fiabilidad de Alfa de Crombach.

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

Fuente: Elaboración propia de Fiabilidad.

Sobre la calidad del evento, permite conocer el nivel de la calidad de los eventos ofrecidos en la ciudad, donde influye en la percepción del participante aspectos como la organización, calidad de los expositores, cumplimiento de horarios, ambientación del evento, etc. Todos estos elementos son importantes para estandarizar ciertos criterios de calidad para organizaciones de reuniones futuras. De igual forma la calidad de los hospedajes recomendados por la organización del evento fue aceptable por los visitantes, siendo importante que los organizadores se aseguren de proporcionar alternativas de hospedaje que garanticen calidad y buen servicio. La calidad de las instalaciones para eventos, se aprecia con satisfacción con respecto a la infraestructura que se ofrece, siendo uno de los factores más importantes para ser sede para reuniones. El personal que trabaja de eventos debe reunir los requisitos y calidad para el buen desempeño de la reunión.

De igual manera, sobre los medios de información del evento se evidencia que cada evento tiene un público con objetivos específico, lo que facilita la promoción con los medios de información utilizados. Aun cuando aún hay deficiencias en cuanto a la limpieza de la ciudad y la seguridad ciudadana, que son aspectos negativos que hay que continuar trabajando.

Todos los datos obtenidos de la investigación, encuesta y entrevistas al Mg. Oscar Quispe y a la Lic. Katia Gamarra permitió construir una matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee la ciudad de Chiclayo con respecto al turismo de reuniones. Lo que permite corroborar que la cercanía de las ciudades nacionales mencionadas es una oportunidad para Chiclayo para promover este tipo de turismo en el ámbito nacional.

Por ello, se plantea la organización del Buró de convenciones y 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.

Tabla N° 1:

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.• Falta de una imagen de marca ciudad• Falta de acciones coordinadas entre el sector público y sector privado	<ul style="list-style-type: none">• Un crecimiento sin preocupación con políticas turísticas sostenibles.• La proximidad a otros destinos complementarios son competencia para Chiclayo.• Épocas de fenómeno del Niño donde la ciudad colapsa por el deterioro de las calles.• Incremento de la delincuencia

Fuente: Elaboración Propia

Todo esto permitió fundamentar el aporte práctico mediante la propuesta de lineamientos de políticas turísticas para reuniones, objetivos y estrategias. Estructurados en base a lo propuesto 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).

La propuesta tiene el objetivo de 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. El plan propuesto contiene cuatro líneas estratégicas y objetivos resumidos en la Tabla N° 2.

Tabla N° 2

Programas estratégicos del plan de gestión del turismo de reuniones de Chiclayo

LÍNEA ESTRATÉGICA	OBJETIVOS	ACCIONES
<p align="center">1° Planificación y Gestión del turismo de reuniones</p>	<p>Estudio de la oferta y la demanda para identificar las necesidades y potencialidades reales.</p> <p>Desarrollar una oferta turística sostenible considerando el impacto económico, social y ambiental del turismo de reuniones.</p> <p>Gestionar la oferta turística en su modalidad de turismo de reuniones en la ciudad.</p> <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"> • 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. • Gestionar políticas que promuevan eventos responsables y sostenibles, reduciendo al máximo la huella ecológica. • Fomento de la calidad mediante programas de capacitación y concientización. • Mejora de la infraestructura y servicios básicos para el turismo de reuniones. • Creación de un Buró de convenciones de la ciudad de Chiclayo. • Establecer alianzas entre entidades del sector público y privado.
<p align="center">2° 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 align="center">3° 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.

	Desarrollar un Plan de promoción turístico del destino.	<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.
4º Desarrollo profesional y cultural del sector	Desarrollo de una cultura de calidad del sector de turismo de reuniones en la ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar una cultura de calidad en el sector mediante talleres diseñados por el buró de convenciones. • Realizar campañas de sensibilización sobre la atención al turista en la ciudad. • • 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.

5. 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.

6. Referencias

- 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.
- Carrizo, A., & Vieira, A. (2009). Turismo de eventos: Desafíos 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.
- Fasabi, K. (2014). *“Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su desarrollo turístico sostenible”*. Lima.
- Flamarich, M., & Duro, J. A. (2011). *Turismo de Negocios en España: análisis y perspectivas*. España: Papers de Turisme.
- García, G., & Reto, A. L. (2013). *Viabilidad para la Creación de un Centro de Convenciones en la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo.
- Gobierno Regional de Lambayeque. (2010). *PERTUR Lambayeque 2020*. Chiclayo.
- Gobierno Regional de Lambayeque. (16 de Setiembre de 2015). *Directorio de Servicios Turísticos*. Revisado el 10 de Mayo de 2016, de www.regionlambayeque.gob.pe/web/tema/detalle/11862?pass=MTMwNA.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (15 de julio de 2016). *PENTUR 2025*.
- 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.
- 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).