

FIDESUR, 2019



CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	4
2.1. Enfoque teórico conceptual	4
2.2. Importancia del turismo de reunión en el desarrollo del sector turístico	6
2.3. La estrategia del desarrollo del turismo de reunión y su vinculación al turismo de ocio	6
2.4. Metodologías, modelos e instrumentos para la evaluación de recintos de reuniones	8
3. PROPUESTA METODOLÓGICA PARA MEDIR EL DESEMPEÑO INTERNO Y VINCULACIÓN DE LOS RECINTOS DE REUNIÓN	13
3.1 Metodología e instrumentos	13
3.2 Método de análisis.....	14
3.3 Resultados esperados	14
4. RECOMENDACIONES	19
5. BIBLIOGRAFÍA	20
6. ANEXOS	23
Anexo 1	23
Anexo 2	24
Anexo 3	27

1. INTRODUCCIÓN

Este documento tiene por objetivo presentar una propuesta metodológica para la evaluación de los recintos receptores del turismo de reuniones en el Sur-Sureste de México, que defina estándares de servicio, infraestructura y de requerimientos tecnológicos que determinen el nivel de competitividad turística necesario ante los mercados actuales. En efecto, el turismo de reuniones es un segmento que juega un rol preponderante para el progreso económico de país (SECTUR, 2011). En el año 2010 el segmento de turismo de reuniones generó una derrama económica de 18.1 Millones de dólares, que corresponde el 18% de la demanda turística total en México. Bien que los destinos de reuniones cuentan con una oferta de servicios, infraestructura, y promoción, existen limitaciones para el progreso del segmento de turismo tales como atraer y retener a los agentes encargados de realizar los eventos de acuerdo a la vocación territorial del destino, además de la ausencia de políticas públicas que articulen a los actores del sector involucrados. Los destinos de la región Sur Sureste no son ajenos al problema de la falta de articulación de los servicios que constituyen los productos turísticos, misma que afecta en gran medida el desarrollo de la oferta turística y su consumo, lo cual se traduce en una baja frecuentación de turistas, reducida derrama económica, y en términos generales, bajo desarrollo socioeconómico. El sistema turístico funciona en la medida en que todos los actores contribuyen en la estructuración de la oferta turística. En este sentido, es posible incrementar la oferta del turismo de ocio a través del impulso del segmento de turismo de reuniones.

De acuerdo con SECTUR (2011) los turistas del segmento de turismo de reuniones gastan un 53% en comparación de los turistas de otros segmentos turísticos. Si los destinos de la región Sur Sureste son capaces de incrementar la afluencia de turista de reuniones, el turismo de ocio sería impactado en el consumo de sus productos. Estos turistas pueden ser atraídos a través de una importante oferta de eventos en los recintos siempre y cuando cuenten con las condiciones apropiadas. Es aquí donde cobra importancia el hecho de contar con una metodología que permita realizar una correcta evaluación de los recintos de reuniones con la finalidad de obtener indicadores útiles para la toma de decisiones en mejoras e innovación. La evaluación proporciona información de valor para poder elaborar estrategias que permitan desarrollar y mejorar la oferta turística de los distintos segmentos de turismo de un determinado destino.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Enfoque teórico conceptual

El turismo como actividad económica es importante por los beneficios económicos que genera a través del consumo de los turistas en un determinado destino. En efecto, los destinos turísticos para acceder al beneficio económico necesita atraer a los turistas mediante la oferta de atracciones tales como museos, parques de atracciones, festivales y eventos (UNWTO, 2014).

También pueden ofrecer diversos segmentos de turismo, y entre los más importantes están el ecoturismo, turismo cultural y el turismo de reuniones (Benur & Bramwell, 2015). El turismo de reuniones se caracteriza por motivar a los turistas a desplazarse hacia el destino para asistir a eventos como congresos y convenciones de diversas temáticas, principalmente actividades académicas, de negocios y profesionales (Cardona, 2014). Estos eventos se celebran en los recintos de reuniones del destino, donde para tener éxito, un buen funcionamiento del recinto es imprescindible, en efecto el desempeño de los recintos está en función de variables importantes tales como: infraestructura, tecnología, servicios, accesibilidad y clustering o vinculación.

De acuerdo a la teoría del producto turístico la infraestructura es uno de los componentes importantes en la preparación de la oferta turística (Caccomo & Solonandrasana, 2001). Así, la infraestructura se constituye en una de las variables a considerar en la evaluación de los recintos. Esta concierne a todo el equipamiento, que posee el recinto y que permite que los organizadores, los participantes y los turistas puedan realizar adecuadamente sus actividades (Wu & Weber, 2005). En los eventos de índole académico y de negocios, los participantes realizan actividades como talleres, presentaciones de proyectos, presentación de productos y diversas actividades más (UNWTO, 2014). Una infraestructura insuficiente, y en malas condiciones limita las actividades de los organizadores y el desarrollo de los eventos (Sangpikul & Kim, 2009). Pero la suficiencia y buen estado de infraestructura favorece el buen curso de las actividades planeadas por lo organizadores. No obstante, la infraestructura del recinto se complementa con las variables tecnología y servicios para el éxito de los eventos.

La tecnología facilita enormemente la realización de actividades como presentaciones de proyectos, productos, y reuniones entre empresarios, académicos entre otros agentes (UNWTO, 2011). Hoy en día, la manera en que se presentan los proyectos y productos han cambiado debido a los avances de la tecnología. Las presentaciones son más dinámicas y creativas (Roque, Salinas, López, & Herrera, 2017). El principal objetivo de los eventos de reuniones, consiste en compartir conocimientos de importantes académicos, empresarios, y conferencistas reconocidos a nivel mundial. Así, los empresarios de distintos países comparten sus productos y proyectos que están desarrollando (UNWTO, 2014). La tecnología permite realizar estas actividades de manera creativa, y comunicar de manera fácil la presentación de proyectos de investigación y las presentaciones de negocios, además, de resolver los problemas de tiempo y distancia. Las videoconferencias solucionaron el problema del tiempo y la distancia, dado que permiten que el evento continúe en su desarrollo aun cuando los conferencistas, y académicos de importancia mundial no asisten a un evento de manera física (Kauff & Schreer, 2002). La tecnología se convirtió en una necesidad al facilitar en gran medida muchas

actividades que se realizan dentro de los eventos y de las reuniones. Cabe destacar que la tecnología brinda importantes experiencias a los asistentes a eventos (Mistilis, Buhalis, & Gretzel, 2014), con las herramientas tecnológicas los organizadores de eventos, pueden tematizar el evento a través de la iluminación. Se pueden realizar actividades interactivas a través de dispositivos digitales. En hechos, la tecnología permite tener una mejor productividad y alcanzar los resultados esperados (Wu & Weber, 2005; UNWTO, 2014). Si bien la tecnología permite un mejor desempeño en el desarrollo de eventos, además todo recinto debe ofrecer servicios diversos.

Los servicios satisfacen las necesidades básicas de los asistentes y sirven de apoyo para realizar actividades en conjunto con la tecnología. Los principales servicios en los recintos de reuniones tienen que ver con alimentación, seguridad, suministros de agua y energía eléctrica. Sin embargo, muchos eventos necesitan un servicio de logística y personal de apoyo para realizar distintas tareas. En los eventos de reuniones y de negocios, los organizadores requieren de apoyo para establecerse dentro del recinto, instalar equipos para exhibir los productos o en su caso servicios (Baloglu & Love, 2005). Se puede decir, que un recinto sin los servicios necesarios no permite realizar a los organizadores sus diferentes encomiendas planeadas, y como consecuencia el evento se desarrollará con inconvenientes (Mistilis & Dwyer, 1999; UNWTO, 2014). Además de los servicios, tecnología, e infraestructura en el desempeño de los recintos de reunión, también es indispensable que estos, se vincule con el exterior, y formen parte de un clúster turístico que favorezca la experiencia de los asistentes a los eventos de reunión y destino, es decir la accesibilidad como atributo de los recintos.

La accesibilidad se constituye en una variable a considerar que hace énfasis en la facilidad con la cual los planificadores de reuniones y los turistas pueden llegar al destino, y trasladarse dentro de este (Opperman, 1996; Crouch & Louviere, 2014). Los recintos requieren de una localización estratégica que permita a los usuarios, tener fácil acceso a servicios tales como hoteles, restaurantes, atracciones, centros comerciales, entre otros (Wu & Weber, 2005), los turistas de reuniones como segmento tienen una importante capacidad de consumo (Abulibdeh & Zaidan, 2017; UNWTO, 2014). Entre el recinto y los hoteles puede existir una larga distancia que afecte negativamente la estancia de los consumidores con altos costos del transporte y sus horarios de actividad (Huo, 2014). Para los destinos de reuniones competitivos el acceso mediante los diferentes tipos de transporte es de suma importancia, sea por medio terrestre o aire (DiPietro, Breiter, Rompf, & Godlewska, 2008).

Todos los prestadores de servicios deben estar en alianzas para que los turistas puedan consumir con facilidad todos los servicios ofertados. En este sentido, los clústers turísticos son realmente importantes para estructurar la oferta turística en los destinos de reuniones (Ahmad & Daud, 2016; Bernini, 2009). Los recintos que poseen una infraestructura suficiente, así como la tecnología adecuada, los servicios, accesibilidad y clústers turísticos hacen que los eventos tengan un buen desempeño y sean exitosos. En la medida en que los constructos mencionados sean considerados por los planificadores en el desarrollo de los destinos de reuniones y el desempeño de los recintos, estos serán capaces de atender eventos reconocidos internacionalmente, satisfacer y brindar las mejores experiencias a los visitantes (Rozas & Sánchez, 2014).

2.2 Importancia del turismo de reunión en el desarrollo del sector turístico

En los últimos años el turismo de reuniones ha sido uno de los segmentos turísticos más importantes por las divisas que ha generado. En el ámbito internacional ha contribuido en gran medida en el desarrollo económico de los países que le apuestan a participar en dicho segmento turístico (UNWTO, 2014, Jones & Li, 2015). En el año 2006, Canadá obtuvo un total de 11.3 billones de dólares canadienses por impulsar al sector de turismo de reuniones (Meeting Professional Internacional Canada-MPI Fundation, 2009). En Inglaterra para el año 2010, el turismo de reuniones generó 5.6 billones de dólares (Oxford Economics, 2012).

En el año 2012 en Dinamarca, el segmento de reuniones generó un total de 15.3 billones de dólares. Para el año 2015, el segmento de reuniones de Italia generó un total de 27,996 millones de dólares (BistDenmark, 2012).

En México, en el año 2010 el segmento de turismo de reuniones generó una derrama económica de 18.1 millones de dólares, que corresponde el 18% de la demanda turística total en México, lo que pone de manifiesto cómo el turismo de reuniones es un segmento con mucho futuro en el país en lo que concierne al desarrollo turístico y económico. (SECTUR, 2011).

El segmento de turismo de reuniones en la industria turística de los destinos funciona con la realización de eventos de negocios, académicos y comerciales mayormente en temporadas no vacacionales (Bernini, 2009), y tiene como principal objetivo reunir a un conjunto de profesionistas, académicos, especialistas y turistas para intercambiar conocimientos, realizar negocios, exhibir productos y servicios novedosos (UNWTO, 2014). Es una forma de mostrar las nuevas tendencias en tecnologías, servicios, dialogar y debatir sobre una temática para que los actores puedan tomar decisiones (Sangpikul & Kim, 2009). El turismo de reuniones es un segmento relevante ya que contribuye en gran medida al desarrollo de la economía mundial y dentro de sus puntos positivos se encuentran los siguientes: sirven de apoyo para otros negocios, beneficia a las inversiones, se difunden conocimientos, genera empleo y fomenta el desarrollo profesional (Baloglu & Love, 2005).

2.3 La estrategia del desarrollo del turismo de reunión y su vinculación al turismo de ocio

La actividad del turismo es mayormente reconocida por los diversos productos turísticos de tipo cultural o alternativo que ofertan los destinos a los turistas. Sin embargo, se identifica que dichos tipos de productos turísticos son consumidos en temporadas vacacionales bien marcadas (Bernini, 2009). Estas temporadas vacacionales son las de marzo-abril, las vacaciones de verano que corresponden los meses de Junio-Julio, y temporada vacacional de navideña que corresponde el mes de diciembre-enero. Al analizar las temporadas vacacionales se puede determinar que en los meses mencionados es cuando los destinos presentan una mayor afluencia de turistas. Esto quiere decir, que en los destinos existen meses de muy baja frecuentación de turistas, lo que significa que los productos turísticos son consumidos en menor medida, y esto no genera una derrama económica que beneficie al desarrollo económico del destino.

Una de las problemáticas del sector turístico es la estacionalidad, es decir, que los productos turísticos del destino sólo se consumen por temporadas vacacionales (Jones & Li, 2015). Esto repercute en el desarrollo económico, ya que en el destino no existe un consumo significativo que genere derrama económica. Además, en los destinos sólo se generan empleos temporales que no son profesionalizados (Guzmán-Sala, 2008). Los empleos temporales afectan en la mejora de la calidad de vida de la población. La estacionalidad turística es un problema que muchos destinos necesitan resolver desarrollando e impulsando distintos segmentos turísticos (Darieux, do Amaral, & Lenzi, 2013).

El turismo de reuniones es un segmento del turismo que permite reducir la estacionalidad turística ya que los eventos de negocios, académicos, y ferias se realizan en temporadas no vacacionales (Bernini, 2009). Estos eventos pertenecientes al segmento de turismo de negocios son capaces de motivar a los turistas a viajar al destino. Esto significa que los destinos que impulsan el segmento de turismo de negocios presentan una afluencia de turistas durante casi todo el año (Cardona, 2014), y permite que exista un mayor consumo por parte de los turistas y por ende una derrama económica muy favorable. Los principales beneficios de impulsar al turismo de negocios, es que los turistas de este segmento representan la “gama alta” es decir, que los turistas de negocios a comparación del turista convencional posee una mayor capacidad de consumo (UNWTO, 2014). De hecho, la SECTUR (2011) identifica que los turistas del segmento de turismo de reuniones gastan un 53% más en comparación de los turistas de otros segmentos turísticos. Estos son en efecto profesionistas, académicos, empresarios, que viajan con los gastos pagados por las instituciones donde laboran (UNWTO, 2014). Esto es una oportunidad económica para los destinos, ya que los actores necesitan preparar una oferta turística que incluya productos turísticos culturales y de turismo alternativo para así aprovechar a los turistas de negocios que se encuentran en el destino (Bernini, 2009; Jones & Li, 2015). De esta manera, el turista de negocios puede permanecer en el destino un periodo de tiempo mayor, y así aumentar el consumo de los servicios y de los productos turísticos. Esto significa que la derrama económica se incrementará al doble contribuyendo a la generación de empleos, y al desarrollo económico (DiPietro, Breiter, Rompf, & Godlewska, 2008).

Para la elaboración de una oferta de turismo alternativo y cultural durante las temporadas no vacacionales es necesario un trabajo de equipo entre el gobierno y los empresarios. De hecho, el desarrollo de la actividad turística requiere de la participación de todos los actores, es decir autoridades gubernamentales, empresarios, organizaciones no gubernamentales, la comunidad local, y la comunidad científica y académica. Boisier (1997) define al desarrollo territorial como un proceso complejo de carácter social, el cual requiere de ser dinamizado por uno o varios agentes, es decir, gobierno y actores del territorio. Los actores deben adaptarse a través de estrategias y líneas de acción de tal manera que estas actividades se impulsen de manera constante a través de políticas públicas (Pecqueur, 2013). En este contexto, el gobierno necesita establecer líneas de acción con la finalidad que los servicios de hospedaje, restaurantes, transporte, atracciones turísticas tengan convenios y alianzas estratégicas para ofertar los servicios turísticos integrados o en paquetes (Elliott, 1997).

El impulso del segmento de turismo de reuniones es una oportunidad para los destinos del Sur Sureste de México para neutralizar la estacionalidad de la frecuentación turística. Para lograr esto, es de vital importancia que en los destinos se habiliten los recintos de reuniones, se promuevan los eventos, y los empresarios en conjunto con el gobierno y los demás actores participen en la preparación de una oferta turística integral de productos de turismo alternativo y cultural. Por tanto, urge hacer un diagnóstico de los destinos de reuniones y una adecuada evaluación de los recintos de negocios para poder determinar cuáles son sus carencias y debilidades, y poder aprovechar las oportunidades del mercado turístico en lo concerniente a los otros segmentos, poniendo atención en las posibles amenazas que se pudieran presentar.

2.4 Metodologías, modelos e instrumentos para la evaluación de recintos de reuniones

En investigación la medición del desempeño de los recintos de reuniones es una actividad compleja, ya que en primera instancia se tiene que determinar que es lo que se necesita medir y como medirlo. Hay que saber a qué personas se les aplicarán el instrumento elaborado o en su caso quien evaluará el recinto. La comunidad científica ha contribuido con un conjunto de investigaciones para evaluar el desempeño de recintos de reuniones utilizando diversas técnicas para medir el desempeño. Por ejemplo Crouch & Ritchie (1997) y Sangpikul & Kim (2009) realizaron una discusión científica sobre los principales requerimientos de los destinos de reuniones para ser competitivos. Ellos sostienen que los recintos requieren de los siguientes elementos: accesibilidad, servicios, apoyo a la organización, facilidades de hospedaje e infraestructura, recurso humano, cooperación, y estabilidad política. En estos elementos se puede identificar al recurso humano, como parte de los servicios que ofrece un recinto en el apoyo para la organización de un evento, a diferencia del hospedaje que está relacionado mayormente en los servicios del destino, más no del recinto. De manera particular en el recinto se requiere tomar en cuenta la accesibilidad, es decir, su localización estratégica y su cercanía a los servicios no sólo de hospedaje, sino también de restaurantes y transporte. Finalmente, la estabilidad política y la cooperación se relacionan, en el sentido de que un gobierno que considere relevante la actividad turística establecerá los medios necesarios para que todas las empresas establezcan alianzas estratégicas y cooperación. A partir de éstas contribuciones teóricas de varios investigadores, se puede entonces afirmar que las variables consideradas en el desempeño de los recintos de reuniones son las siguientes: accesibilidad, servicios del recinto, infraestructura y clúster turístico.

Existen investigaciones cuantitativas realizadas por investigadores como: Opperman (1996) quien aplicó encuestas a 600 organizadores de eventos; Baloglu & Love (2003-2005) quienes aplicaron 583 encuestas a organizadores de eventos; Huo (2014) aplicó encuestas igualmente a 150 organizadores de eventos. Entre las variables que estos investigadores consideraron revelantes en el estudio de los recintos fueron los siguientes: facilidades e infraestructura; oferta de servicios hoteleros, restaurantero, de transporte y de atracciones; accesibilidad, imagen del destino; facilidad de organizar eventos en el recinto; y costos de los servicios. De la misma manera como el primer grupo de investigadores quienes realizaron investigaciones cualitativa, se pueden identificar elementos que no están muy relacionados para medir el desempeño de los recintos.

Por ejemplo, el conjunto de servicios hotelero, restaurantero, transporte y de atracciones están más relacionados con los servicios del destino, mientras que la facilidad de organizar eventos esta relacionado con la infraestructura y los servicios que ofrecen los recintos. Por su parte la imagen del destino es un elemento que en gran medida puede influir en la elección del destino pero que no influye en el desempeño del recinto, es decir, es un factor ajeno al recinto.

Finalmente, el elemento de los costos puede ser un factor determinante, no obstante, se tiene que tener en cuenta que las inversiones realizadas en el segmento de turismo de negocio son altas, y que los agentes como empresarios y funcionarios poseen una importante capacidad económica. Así, los elementos que se pueden tomar en cuenta para medir el desempeño son en efecto: Accesibilidad, Servicios e Infraestructura.

Otro grupo de investigadores realizaron investigaciones de tipo mixta, es decir, cualitativo y cuantitativa. Crouch & Louviere (2004) realizaron entrevistas a 25 organizadores de eventos y aplicaron 650 encuestas de igual manera a organizadores de eventos; Wu & Weber (2005) aplicaron 168 encuestas y entrevistas. En sus estudios se observan las siguientes variables como: accesibilidad, oferta de servicios de restaurantes, servicios públicos, servicios del recinto, apoyo a la organización de eventos e infraestructura. Los investigadores tomaron en cuenta servicios que estan relacionados con el destino, como los servicios turísticos de hospedaje, restaurantes, servicios públicos. Así mismo, el apoyo a la organización de evento está relacionado con los servicios del recinto. En base a las aportaciones de estos autores, se determinan como relevantes las variables: la infraestructura, servicios del recinto, accesibilidad, y la tecnología, ésta ultima agregada por Wu & Weber (2005) como elemento también relevante.

Tabla 1. Principales modelos de evaluación, competitividad y desempeño de destino de reuniones.

Metodología de análisis	Variables consideradas	Objetivo	Producto	Autores
Cuantitativo tipo escala likert. La muestra se constituyo de 600 organizadores de eventos	Facilidades e infraestructura del recinto, oferta hotelera, oferta restaurantera, oferta de transporte, accesibilidad, imagen del destino	Analizar la percepción de los organizadores de eventos sobre los destinos turísticos de Estados Unidos y Canadá	Modelo de competitividad de destino de turismo de reuniones	Oppermann (1996)
Cualitativa y descriptiva (revisión de literatura)	Accesibilidad, servicios, apoyo en la organización de eventos en el recinto, facilidades de hospedaje, infraestructura	Determinar cuáles son los principales factores que inciden en la elección de un destino de convenciones	Modelo de competitividad de destino de turismo de reuniones	Crouch & Ritchie (1997)
Cuantitativa. Se aplicó un cuestionario tipo escala likert a organizadores de eventos. La muestra esta constituida por 583 organizadores de eventos. El cuestionario esta basado bajo la metodología importancia de desempeño de análisis (Importance-Performance Analysis [IPA]).	Capacidad de carga del recinto, facilidad organización de eventos, capacidad de hospedaje, accesibilidad, infraestructura, oferta de atracciones, oferta de restaurantes, oferta de transporte	Determinar las preferencias de los organizadores de eventos sobre el destino de Las Vegas en Estados Unidos	Principales atributos para determinar las preferencias de los organizadores de eventos	Baloglu & Love (2003)
Cuantitativa. Se aplicó un cuestionario tipo escala likert a organizadores de eventos. La muestra seleccionada fue de 583 profesionales organizadores de eventos.	Accesibilidad, servicios, oferta de hospedaje, facilidad de organizar eventos en el recinto	Determinar los factores que indican en la elección de los destinos de reuniones por los organizadores de eventos de las ciudades de Las Vegas, Chicago, Dallas, Atlanta y Orlando	Principales debilidades, y fortalezas de los destinos de turismo de reuniones (Modelo de competitividad)	Baloglu & Love (2005)
Cualitativo y cuantitativo. Se aplicaron entrevistas con preguntas a profundidad a 25 organizadores de eventos. Las entrevistas se	Accesibilidad, servicios, apoyo en la organización de eventos en el recinto, facilidades de hospedaje,	Identificar los principales atributos que influyen en la elección de los recintos por	Modelo de competitividad de destino de turismo de reuniones	Crouch & Louviere (2004)

realizaron bajo la teoría de utilidad aleatoria (Ramdon Utility theory [RUT]). Además se aplicaron 650 encuestas a organizadores de eventos	infraestructura	parte de los organizadores de eventos así como la aplicación del modelado de elección establecido para la utilidad de cada atributo de elección.		
Cuantitativo y cualitativo. Se aplicaron un total de 168 encuestas tipo escala likert y cuestionarios.	Accesibilidad, oferta restaurantera, servicios y facilidades del recinto, servicios públicos, tecnología	Analizar la percepción de los organizadores de eventos sobre los recintos de de Hong Kong	Determinates de la competitividad de los destinos de turismo de reuniones	Wu & Weber (2005)
Cualitativo. Se realizó una discusión científica sobre los determinantes de la competitividad de los destinos de reuniones	Infraestructura, recurso humano, cooperación entre las instituciones, estabilidad política	Analizar la industria de turismo de reuniones de Tailandia a manera de proponer estrategias de mejora	Modelo de competitividad de destino de reuniones	Sangpikul & Kim (2009)
Cuantitativo. Se aplicaron encuestas y la muestra se constituye de 150 organizadores de eventos	Accesibilidad, servicios y facilidades del recinto, costos de los servicios	Determinar los factores que inciden en la elección y coneptos claves para la gestión de los destinos de reuniones	Modelo de competitividad de destino de reuniones	Huo (2014)

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con las aportaciones de la comunidad científica es posible llegar a la conclusión que las variables para el análisis de los recintos de reuniones a tomar en cuenta para su mejor desempeño son: infraestructura, tecnología, servicios del recinto, accesibilidad y clúster turístico. Con estas variables se han hechos mediciones bajo distintos enfoques. Los investigadores mencionados han aplicado dos encuestas a los organizadores de eventos, en primera para identificar los atributos del destino y en segunda para medir el desempeño del recinto. Para la medición de los atributos del destino los investigadores consideraron la siguiente escala tipo likert que va desde 1=Poco importante hasta 5=muy importante. Los principales investigadores que usaron esta escala fueron Oppermann (1996), Baloglu & Love (2003-2005). Estos investigadores analizaron sólo la importancia de los atributos que requieren tener los destinos. Por otra parte, para la medición del desempeño de los recintos de reuniones los investigadores como Wu & Weber (2005), Oppermann (1996), Baloglu & Love (2003-2005), aplicaron la encuesta con la escala tipo likert 1=pobre a 5=excelente, la cuál permite identificar el desempeño de cada elemento del recinto de reuniones. Por ejemplo, en los servicios se puede determinar si es pobre el desempeño o si es excelente. De esta manera se puede determinar el desempeño de los recintos como un constructo de gran valía para la evaluación de los recintos de reuniones, mismo que según la comunidad científica considera las variables: infraestructura, tecnología servicios del recinto, accesibilidad y clúster turístico.

3. PROPUESTA METODOLÓGICA PARA MEDIR EL DESEMPEÑO INTERNO Y VINCULACIÓN DE LOS RECINTOS DE REUNIONES

A continuación, se presenta la metodología y cuatro instrumentos, mismos que fueron sometidos a validación de contenido mediante un método racional, juicio de expertos y validez de respuesta. Los instrumentos fueron diseñados para determinar el nivel de competitividad de los recintos de reuniones, ante los retos y desafíos de los mercados actuales. La metodología propone el análisis de los recintos a través de las siguientes variables de mediciones tales como: infraestructura, tecnología, servicios, accesibilidad y clustering o vinculación con los prestadores de servicios.

3.1 Metodología e instrumentos

Para medir la competitividad de los recintos de reuniones se propone una metodología mixta, en la cual la información sobre las condiciones de los recintos de reuniones será recopilada mediante técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, mismas que serán replicadas en cada uno de los recintos a evaluar. Entre las técnicas cualitativas se sugiere la observación directa y entrevistas semi-estructuradas en grupos focales de 6 a 8 participantes, tales como organizadores de eventos o bien personal administrativo de cada recinto. Al finalizar la sesión de los grupos focales los participantes deberán contestar un cuestionario de evaluación de los recintos, que tiene como finalidad el acopio de información complementaria, la cual servirá para compararla con la información procesada de los resultados obtenidos de la aplicación de las técnicas cualitativas. Los instrumentos utilizados durante el proceso de investigación cualitativa son los siguientes: FS-1, FS-2 y FS-3 (ver anexos). Es recomendable realizar videograbaciones en este proceso, o por lo menos grabaciones de audio. No se descarta un ejercicio de cartografía participativa a pesar de contar hoy en día con herramientas como *google maps* que permite ubicar los recintos de reunión y la distancia al centro de la ciudad destino.

Se utilizará también la encuesta, que es una herramienta de apoyo en la investigación cuantitativa, misma que permitirá obtener valores de desempeño de los recintos. Es posible considerar una muestra no probabilística por conveniencia para aplicar un cuestionario, que incluya al personal de los prestadores de servicios turísticos y dependencias del sector, tales como hoteles, proveedores de servicios de banquetes, empresas de transporte turístico y funcionarios de dependencia del turismo. Una de las ventajas que ofrece este tipo de muestra por conveniencia es la optimización de los recursos económicos para realizar un determinado estudio (Tamayo, 2001). El tamaño mínimo de la muestra será de 150 sujetos por cada recinto, lo que permitirá contar con una muestra poblacional de 3000 sujetos en total en la región Sur Sureste.

Con ésta metodología, no solo se podrían obtener resultados cuantitativos sobre el desempeño de los recintos en lo particular, sino también de forma global un análisis comparativo robusto. El instrumento a utilizar es el FS-4, el cual presenta datos generales del recinto tales como: a) Tipo de industria turística b) Ciudad, c) Estado, d) Género del encuestado, e) ocupación. Contiene cinco dimensiones para ser consideradas en estudios cuantitativos con muestreo probabilístico y no probabilístico para la evaluación de los recintos de reuniones, conforme a la literatura científica.

Las mediciones se realizan mediante las siguientes variables: infraestructura, tecnología, servicios, accesibilidad y clustering. El cuestionario tiene un total de 41 ítems para responder con opciones de respuestas en escala tipo Likert: 1= Muy pobre, 2= Pobre, 3= Regular, 4= Bueno, 5= Excelente.

3.2 Método de análisis

Los datos obtenidos de los grupos focales en la investigación de los recintos de reunión serán analizados mediante los métodos: Análisis clásico de contenido y del discurso. El análisis clásico de contenido implica la creación de pequeñas porciones de datos sobre las respuestas obtenidas de las entrevistas las cuales serán codificadas. Es necesario no solo contar con información sobre la frecuencia de cada código, sino que también la complementen con una copiosa descripción de cada código, lo cual creará una modalidad mixta de análisis de contenido. También se empleará el análisis del discurso como método de análisis que consiste en seleccionar segmentos representativos o componentes del uso del idioma y luego analizarlas en detalle para estudiar cómo versiones de elementos tales como sociedad, comunidad, instituciones, experiencias y eventos surgen en el discurso (Phillips & Jorgensen, 2002). Al examinar las palabras y frases es posible determinar cómo las personas proporcionan información valiosa por sus experiencias de lugares o acontecimientos.

Es posible hacer recuentos descriptivos de las categorías para obtener información muy útil en los grupos focales (Carey, 1995; Kidd & Marshall, 2000; Morgan, 1993, 1997; Silverman, 1985), los cuales al contextualizarlo proporcionan información más completa que la que se obtiene únicamente mediante el uso de datos cualitativos (Sandelowski, 2001). En este sentido, el instrumento FS-3 ayudará en las conclusiones fundamentadas en los métodos cualitativos mencionados. Respecto a los métodos cuantitativos se recomienda el análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach, el análisis factorial, y el análisis de contingencia y correlación. Estos métodos ayudarán a validar los constructos utilizados y determinar la interrelación de las variables entre sí. Los datos serán analizados con el software SPSS, y la competitividad de los recintos será determinada en función de los valores promedios obtenidos como resultados que pueden ser concluyentes.

3.3 Resultados esperados

Los resultados a obtener con la metodología cualitativa se relacionan con información cualitativa de los atributos actuales de cada recinto en las cinco dimensiones propuestas, de tal manera que se pueda concluir si los recintos de reuniones cuentan con todos los componentes para un competitivo funcionamiento. Se espera obtener resultados de cada uno de ellos sobre su desempeño y análisis comparativos por factores, ciudad, estado, etc. También se consideraran análisis sobre el nivel de vinculación de los recintos con los principales actores en lo concerniente a la preparación de una oferta turística integral.

Por parte de la metodología cuantitativa se espera obtener resultados que permitan conocer principalmente cual es el nivel de desempeño de los recintos de reunión por cada destino, entidad y en la región Sur Sureste, mediante el cálculo de una serie de valores promedios para múltiples análisis comparativos. Es importante identificar los bajos, intermedios y altos puntajes de los recintos considerando las diferentes dimensiones y los ítems en lo específico. Los resultados deben mostrar los puntajes que se presente de manera regular, que se esperaría fueran bajos. Los resultados deben permitir el análisis del desempeño de los recintos de reuniones a través de matrices, incluyendo un FODA para identificar sus fortalezas y debilidades.

- 1) Matriz de competitividad por recinto la cual deberá mostrar las 5 variables con sus diferentes ítems y sus niveles de competitividad expresados del 1 al 5 obtenidos en la evaluación.

Matriz de competitividad de recinto de reuniones		
Nombre del recinto: Centro de convenciones Tabasco 2000		
Factores	Valor	Competitividad
Infraestructura	3	Regular
Espacios públicos amplios	2	Pobre
Estacionamiento suficiente	5	Excelente
Salas de reuniones y conferencias	3	Regular
Diseño interior moderno	3	Regular
Diseño exterior moderno	2	Pobre
Área de servicios de alimentos y bebidas	2	Pobre
Sanitarios ocupados	4	Bien
Bodegas con suficiente espacio	4	Bien
Vestidores equipados	5	Excelente
Instalaciones para personas discapacitadas	1	Muy pobre
Tecnología	2	Pobre
Conexión a internet	2	Pobre
Pantallas LED	1	Muy pobre
Pantallas de interiores	1	Muy pobre
Pantalla de exteriores	5	Excelente
Sistema de iluminación automatizado	5	Excelente
Proyectores	2	Pobre
proyectores Holograficos 3D	2	Pobre
Sistema de tecnologías de video conferencias	1	Muy pobre
Sistema de iluminación	2	Pobre
Servicios del recinto	4	Bien
Servicios de alimentos y bebidas	2	Pobre
Personal de apoyo para la organización de eventos	5	Excelente
Servicios de logística	3	Regular
Servicio de vigilancia	3	Regular
Servicio de agua potable	5	Excelente
Servicio de energía eléctrica	5	Excelente
Total	3	Regular

Fuente: Elaboración propia

- 2) Matriz competitividad recintos-variables: Esta matriz permite analizar y comparar los resultados obtenidos entre los recintos a manera de identificar el nivel de competitividad de cada recinto en cada variable.

Matriz de competitividad de los recintos de reuniones del sur sureste mexicano

Recintos	Infraestructura	Tecnología	Servicios
Recinto 1	3	3	3
Recinto 2	3	3	3
Recinto 3	3	3	3
Total	3	3	3

Nota: 1= Muy pobre, 2= Pobre, 3= Regular, 4= Bien, 5= Excelente

Fuente: Elaboración propia

La matriz de la capacidad instalada de todos los recintos permite identificar la competitividad de los recintos de acuerdo con una ponderación general por cada factor o variable de la capacidad instalada. Estos resultados nos mostrarán un panorama de la situación actual de la competitividad de los recintos.

- 3) Matriz por factor e ítem de la capacidad instalada de los recintos: Esta matriz permite analizar y comparar los Recintos de reuniones de manera más específica ya que incluye cada factor o variable e ítems.

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD DETALLADA DE LOS RECINTOS DE REUNIONES			
Factores de competitividad	Recinto 1	Recinto 2	Recinto 3
	Infraestructura	3	3
Espacios públicos amplios	3	3	3
Estacionamiento suficiente	3	3	3
Salas de reuniones y conferencias	3	3	3
Diseño interior moderno	3	3	3
Diseño exterior moderno	3	3	3
Área de servicios de alimentos y bebidas	3	3	3
Sanitarios ocupados	3	3	3
Bodegas con suficiente espacio	3	3	3
Vestidores equipados	3	3	3
Instalaciones para personas discapacitadas	3	3	3
Tecnología	3	3	3
Conexión a internet	3	3	3
Pantallas LED	3	3	3
Pantallas de interiores	3	3	3

Pantalla de exteriores	3	3	3
Sistema de iluminación automatizado	3	3	3
Proyectores	3	3	3
proyectores Holográficos 3D	3	3	3
Sistema de tecnologías de video conferencias	3	3	3
Sistema de iluminación	3	3	3
Servicios del recinto	3	3	3
Servicios de alimentos y bebidas	3	3	3
Personal de apoyo para la organización de eventos	3	3	3
Servicios de logística	3	3	3
Servicio de vigilancia	3	3	3
Servicio de agua potable	3	3	3
Servicio de energía eléctrica	3	3	3
Total	3	3	3

Fuente: Elaboración propia

- 4) Matriz de competitividad de recintos por Estado: Esta matriz permite analizar y comparar los recintos de reuniones de acuerdo a los Estados donde se localizan.

Matriz de competitividad de los recintos de reuniones por Estado

Estados	Recintos	Infraestructura	Tecnología	Servicios
Estado 1	Recinto 1	3	3	3
	Recinto 2	3	3	3
	Recinto 3	3	3	3
	Promedio	3		
Estado 2	Recinto 4	3	3	3
	Recinto 5	3	3	3
	Recinto 6	3	3	3
	Promedio	3		
	Total	3	3	3

Fuente: Elaboración propia

La matriz de competitividad de recintos por Estado permite identificar las fortalezas y debilidades, y visualizar las oportunidades en cada Entidad. Lo que permitirá tomar decisiones respecto a la formulación de políticas públicas con apego a las necesidades de sector turístico de reuniones por cada Estado.

Finalmente, se propone elaborar una matriz FODA de acuerdo con el análisis de los resultados analizados en las matrices mencionadas. La elaboración del análisis FODA es posible realizarla considerando como fortalezas y/o debilidades las variables infraestructura, tecnología, servicios, accesibilidad y clustering que con variables del mercado como amenazas y oportunidades, se puedan formular las estrategias a implementar. Las estrategias formuladas permitirán una adecuada toma de decisiones para el desarrollo de líneas de acciones que permitan a los destinos y sus respectivos recintos ser competitivos a mediano y largo plazo.

4. RECOMENDACIONES

Tomando en consideración que se necesita contar con información precisa sobre el estado de los recintos de reunión y la manera como estos facilitan el desarrollo tanto del turismo de reunión como del turismo de ocio, se recomienda una metodología mixta la cual permitirá una evaluación integral y completa de los recintos. Respecto a la metodología cualitativa, los grupos focales no deben exceder en tiempo más de dos horas y los criterios de selección de los participantes deben acatados para efecto contar con las personas que puedan facilitar mediante las entrevistas la información requerida. Se recomienda que el instrumento FS-3 sea llenado por los participantes al terminar el tiempo estipulado en los grupos focales. El instrumento FS-1 que será utilizado en la observación directa, debe ser aplicado por una persona competente quien corroborará que los recintos tengan lo estipulado en el documento. Con respecto a la metodología cuantitativa se recomienda utilizar una muestra de 150 personas que laboren en los distintos subsectores del turismo. Se recomienda obtener el alfa de cronbach, y hacer por lo menos un análisis factorial exploratorio que permita darle certitud a las variables, y los resultados obtenidos tengan la confiabilidad necesaria.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Abulibdeh, A., & Zaidan, E. (2017). Empirical Analysis of the Cross-Cultural Information Searching and Travel Behaviour of Business Travelers: A Case of Study of MICE Travelers to Qatar in the Middle East. *Applied Geography*, 152-162.
- Ahmad, J., & Daud, N. (2016). Determining Innovative Tourism Event Professional Competency for Convention and Exhibitions Industry: A Preliminary Study. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 69-75.
- Baloglu, S., & Love, C. (2003). Association Meetings Planners' Perceived Performance of Las Vegas. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 13-27.
- Baloglu, S., & Love, C. (2005). Association Meetings Planners' Perceptions and Intentions for Five Major US Convention Cities: The Structured and Unstructured Images. *Tourism Management*, 743-752.
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism Product Development and Product Diversification in Destinations. *Tourism Management*, 213-224.
- Bernini, C. (2009). Convention Industry and Destination Clusters: Evidence from Italy. *Tourism Management*, 878-889.
- BistDenmark. (2012). *The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark*. Copenhagen: VisitDenmark.
- Boisier, S. (1997). El Vuelo de un Cometa. Una Metáfora para una Teoría del Desarrollo Territorial. *Estudios Regionales*, 41-79.
- Caccomo, J. L., & Solonandrasana, B. (2001). *Innovations dans l'industrie touristique*. Paris: Harmattan.
- Cardona, J. R. (2014). La Estacionalidad Turística e sus Potenciales Impactos. *Rosa dos Ventos*, 446-468.
- Carey, M. (1995). Comment Concerns in the analysis of focus group data. *Qualitative Health Research*, 5, 487-495.
- Carlsen, J. (1999). A Review of MICE Industry Evaluation and Research in Asia and Australia 1988-1998. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 51-66.
- Crouch, G. I., & Ritchie, B. (1997). Convention Site Selection Research. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 49-69.
- Crouch, G., & Louviere, J. (2004). The Determinants of Convention Site Selection: A Logistic Choice Model from Experimental Data. *Journal of Travel Research*, 118-130.
- Darieux, F. Z., do Amaral, S. L., & Lenzi, F. L. (2013). Superando la Estacionalidad Turística Planificación y Gerenciamiento de Eventos y Comunicación Integrada de Marketing. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 1214-1231.

- DiPietro, R. B., Breiter, D., Rompf, P., & Godlewska, M. (2008). An Exploratory Study of Differences among Meetin and Exhibition Planners in their Destination Selection Criteria. *Journal of Convention & Event Tourism*, 258-276.
- Elliott, J. (1997). *Tourism: Politics and Public Sector Management*. London: Routledge.
- Ely, P. A. (2013). Selling Mexico: Marketing and Tourism Values. *Tourism Management Perspectives*, 80-89.
- Guzmán-Sala, A. (2008). El Empleo y la Formación de los Recursos Humanos en el Sector Turístico Mexicano. *Hitos de Ciencias Económico Admnsitativas*, 17-25.
- Guzmán-Sala, A., Mayo-Castro, A., & Pérez-Sánchez, B. (2012). *Turismo: Enfoque Global*. Villahermosa, Tabasco, México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Huo, Y. (2014). Meetings Planners' Perception of Convention Destination Attributes: Empirical Evidence from Six Major Asian Convention Cities. *The Journal of Business Inquiry*, 70-80.
- Jafari, J. (1979). The Tourism Market Basket of Good and Services. *Tourism Recreation Research*, 1-8.
- Jones, C., & Li, S. (2015). The Economic Importance of Meetings and Conferences: A Satellite Account Approach. *Annals of Tourism Research*, 117-133.
- Kauff, P., & Schreer, O. (2002). An Innmersive 3D Video-Conferencing System Using Sahred Virtual Team User Environments. *Proceedings of the 4th International Conference on Collaborative Virtual* (pág. 9). Bon Germany: ACM.
- Kidd, P., & Marshall, M. (2000). Getting the focus and the group. Enhancing analytical rigor in focus group research. *Qualitative Health Research*, 10, 293-308 .
- Meeting Professional Internacional Canada-MPI Foundation. (2009). *Canadian Economic Impact Study (CEIS) 2007-2008*. Canadá: Maritz Research.
- Mistilis, N., & Dwyer, L. (1999). Information Technology and Service Standars in MICE Tourism. *Journal of Convention and Exhibition Management* , 55-64.
- Mistilis, N., Buhalis, D., & Gretzel, U. (2014). Future eDestination Marketing: Perspective of an Australian Tourism Stakeholder Network. *Journal of Travel Research*, 778-790.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Thousand, CA, EE. UU.: Sage.
- Opperman, M. (1996). Convention Destination Images: Analysis of Association Meeting Planner' Perceptions. *Tourism Management*, 175-182.
- Oxford Economics. (2012). *The Economic Impact of the UK Exhibition Industry*. UK: Oxford Economics.
- Pecqueur, B. (2013). Territorial Development: A New Approach to Development Process for the Economies of Developing Countries. *INTERthesis*, 8-32.

- Phillips, L. J., & Jorgensen, M. W. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. Thousand, CA, EE. UU.: Sage.
- Roque, R. V., Salinas, J. M., López, A., & Herrera, J. A. (2017). La Tecnología: Una Herramienta de Apoyo para PYMES y Emprendedores desde el Entorno Universitario. *Ciecia Ergo-Sum*, 75-82.
- Rozas, P., & Sánchez, R. (2014). *Desarrollo de Infraestructura y Crecimiento Económico: Revisión Conceptual*. Santiago de Chile: ILPES, CEPAL.
- Sandelowski, M. (2001). Real qualitative researchers don't count: The use of numbers in qualitative research. *Research in Nursing and Health*, 24, 230-240.
- Sangpikul, A., & Kim, S. (2009). An Overview and Identification of Barriers Affecting the Meeting and Convention Industry in Thailand. *Journal of Convention & Event Tourism*, 185-210.
- SECTUR. (2011). *La Relevancia Económica de las Reuniones en México*. México: SECTUR-CESTUR.
- Silverman, D. (1985). *Qualitative methodology and sociology*: . Aldershot, Reino Unido: Gower.
- UNWTO. (2011). *Tecnología y Turismo*. España: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2014). *Informe Global Sobre la Industria de Reuniones*. Madrid España: World Tourism Organization.
- Wu, A., & Weber, K. (2005). Convention Center Facilities, Attributes and Services: The Delegates' Perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 399-410.

6. ANEXOS

Anexo 1

INSTRUMENTO:
FS-1



Control de inventario y valoración de los atributos y desempeño de los recintos

Datos del recinto							
Nombre del recinto:				Fecha:			
Responsable:							
Dirección:				Ciudad destino:			
Infraestructura	Descripción	MP	P	R	B	E	Observaciones
	Espacios públicos amplios						
	Estacionamiento suficiente						
	Salas de reuniones y conferencias						
	Diseño interior moderno						
	Diseño exterior moderno						
	Area de servicio de alimentos y bebidas						
	Sanitarios equipados						
	Bodegas con suficiente espacio						
	Vestidores equipados						
Instalaciones para personas discapacitadas							
Tecnología	Descripción	MP	P	R	B	E	Observaciones
	Conexión de internet						
	Pantallas LED						
	Pantalla de interiores						
	Pantalla de exteriores						
	Sistema de iluminación automatizado						
	Proyectores						
	Proyctores Holográficos 3D						
	Sistema de tecnologías de Video conferencia						
Sistema de iluminación							
Servicios del recinto	Descripción	MP	P	R	B	E	Observaciones
	Servicios de alimentos y bebidas						
	Personal de apoyo para la organización de eventos						
	Servicios de logística						
	Servicio de vigilancia						
	Servicio de agua potable						
Servicio de energía eléctrica							

Simbología: MP= Muy pobre, P= Pobre, R= Regular, B= Bien, E= Excelente.

Anexo 2

INSTRUMENTO:
FS-2



Guía de entrevistas semi-estructuradas para la evaluación de la competitividad de los recintos de reuniones bajo un enfoque cualitativo

Tiene como finalidad recopilar datos sobre el desempeño del recinto de reuniones. La opinión de los participantes es importante para su evaluación. Se recomienda hacer las entrevistas de preferencia a los organizadores de eventos quienes pueden dar su opinión y experiencia detallada sobre el desempeño del recinto.

OBSERVACIÓN: para aplicarse a organizadores de eventos y/o personal administrativo de recintos

Datos del recinto

Nombre del recinto: _____

Ciudad: _____ Estado: _____

A continuación, se presentan una serie de preguntas dirigida a los participantes seleccionados para los grupos focales, mismas que están agrupadas por dimensiones tales como: infraestructura, tecnología y servicios del recinto, accesibilidad y *clustering*. Cada organizador de evento como participante tiene que responder en función de su experiencia y percepción sobre la situación actual del recinto. Este deberá tomar el tiempo necesario para responder para efecto que proporcione respuestas completas.

1. Sobre la infraestructura del recinto

- ¿Cuál es su opinión sobre las condiciones de la infraestructura del recinto?
- ¿Cuál es la capacidad de las instalaciones del recinto?
- ¿Cuáles son las limitantes que tiene el recinto con relación a la infraestructura?
- ¿De qué manera el equipamiento de la infraestructura facilita la realización de actividades?
- ¿Cuál es el atractivo del diseño exterior del recinto? ¿Qué aspectos del diseño exterior del recinto considera usted que se tienen que mejorar y por qué?
- ¿Cómo considera usted el espacio de almacenamiento en las bodegas?
- ¿Si es el caso, qué tan equipados se encuentran los vestidores para su correcto funcionamiento?
- ¿Cuáles medidas se han implementado para dar servicio a las personas con discapacidad? Y si no se han hecho ¿Por qué?

INSTRUMENTO:
FS-2



2. Sobre la tecnología del recinto

- ¿Cuál es su opinión sobre la tecnología que posee el recinto para la realización de eventos relevantes de corte nacional o internacional?
- ¿Cuál ha sido su experiencia sobre el uso de los instrumentos tecnológicos del recinto? ¿Le ha permitido realizar presentaciones y actividades de manera dinámica?
- ¿Cuál es la capacidad en el recinto para realizar reuniones mediante video conferencias?
- ¿Cuáles son las limitantes que presenta el recinto referente a herramientas tecnológicas?
- ¿Cómo los instrumentos tecnológicos del recinto pueden abastecer las necesidades de las actividades que allí se realizan?
- ¿Cómo describiría el sistema de iluminación para la ambientación de espacios del recinto?
- ¿Cómo puede describir la accesibilidad a internet?

3. Sobre los servicios del recinto

- ¿Cómo puede calificar los servicios de alimentos y bebidas que ofrece el recinto? ¿Qué aspecto mejoraría de este servicio?
- ¿Cuenta el recinto con la variedad de alimentos y bebidas para los diferentes tipos de asistente?
- ¿Cuál ha sido su experiencia sobre el apoyo que le ha brindado el personal de organización con el que cuenta el recinto? ¿En qué medida usted opina que el personal del recinto está capacitado?
- ¿Cómo percibe el servicio de vigilancia con el que cuenta el recinto?
- ¿Cómo cataloga usted el sistema de seguridad del recinto?
- ¿Cómo es el servicio de agua potable del recinto? ¿abastece todo el recinto?
- ¿De qué manera el servicio de energía eléctrica lo ha limitado en sus actividades del evento en el recinto?
- En caso de alguna problemática, ¿el recinto cuenta con una planta de energía interna?

4. Accesibilidad del recinto (localización y transporte)

- ¿Qué tan estratégica considera la ubicación del recinto?
- ¿Cuál es su opinión respecto a las unidades de transporte? ¿Son suficientes para atender la demanda de asistentes en el recinto?

INSTRUMENTO:
FS-2



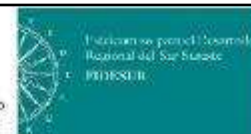
- Ha adquirido o conoce de ofertas de rutas nacionales o internacionales a través aerolíneas para acceder al recinto.
- ¿Cómo considera el costo de transporte para acceder al recinto? ¿Por qué?
- ¿Cómo los señalamientos en calles y avenidas para guiar a los turistas al recinto pueden contribuir a su accesibilidad?
- ¿Con qué frecuencia se oferta en el servicio aéreo rutas nacionales e internacionales?

5. Clustering del recinto

- ¿Cuáles son los convenios que existen con los que ofertan diferentes líneas de transporte? ¿Podría mencionar alguno de ellos?
- ¿Cómo califica la calidad ofrece el servicio de restaurantes que proveen este servicio al recinto?
- ¿Cuáles son los tipos de hospedaje con las que tiene convenio el recinto?
- ¿Cuáles son los servicios que incluye el convenio de hospedaje?
- ¿Por qué considera que las atracciones turísticas ofertadas por el recinto son las mejores?
- A su criterio, ¿existe una buena relación entre los prestadores de servicios turísticos del destino y el gobierno? ¿Qué tan importante es?

Anexo 3

**INSTRUMENTO:
FS-3**



Evaluación de la competitividad de los recintos de reuniones bajo un enfoque cualitativo (Instrumento complementario)

El siguiente cuestionario tiene la finalidad de recopilar datos sobre el desempeño del Recinto de reuniones. Su participación es fundamental para lograrlo. Le agradecemos su honesta y sincera opinión sobre las temáticas abordadas. Gracias por su tiempo.

Datos del Recinto

Nombre del recinto: _____
 Ciudad: _____
 Estado: _____
 Nombre del participante: _____ Sexo: M () H ()
 Perfil del participante: Organizador de evento () Personal administrativo del recinto ()
 Correo electrónico del entrevistado: _____

A continuación, se le presentan una serie de preguntas sobre infraestructura, tecnología y servicios del recinto. Responda de acuerdo a la siguiente escala, según su percepción y situación actual del recinto.

MUY POBRE	1
POBRE	2
REGULAR	3
BUENO	4
EXCELENTE	5

Infraestructura del recinto	Escala tipo Likert				
	1	2	3	4	5
Espacio público y de circulación adecuado al número de asistentes					
Estacionamientos capaces de atender la demanda de vehículos					
Diseño interior moderno					
Diseño interior atractivo					
Diseño exterior moderno					
Diseño exterior atractivo					
Área de alimentos y bebidas adecuada a la demanda de los asistentes					
Sanitarios apropiados para atender a los asistentes					
Bodegas con suficiente espacio de almacenamiento					
Vestidores con el equipamiento necesario					
Accesos para turistas con discapacidad					

**INSTRUMENTO:
FS-3**



Tecnología del recinto	1	2	3	4	5
Acceso gratuito a internet del recinto					
Internet de calidad en la navegación					
Pantallas LED de alta resolución					
Pantallas de interiores proveen imágenes de alta resolución					
Pantallas de exteriores proveen imágenes de alta resolución					
Sistema de iluminación automatizada que facilita las actividades de los organizadores					
Sistema de iluminación automatizada funcional					
Proyectores de calidad para proyectar					
Proyectores holográficos 3D para mejor experiencia en video.					
Sistemas para conferencias con el equipamiento necesario					
Sistema de iluminación ambiental que permite tematizar los espacios.					
Servicios del recinto	1	2	3	4	5
Servicios de alimentos y bebidas adecuados					
Servicios de logística que facilita las actividades de los organizadores					
Servicio de vigilancia que provee seguridad en el recinto					
Personal de apoyo y ayuda para la realización de los eventos					
Personal capacitado					
Servicio de agua en las áreas del recinto					
Planta eléctrica proporciona/almacena energía ante cualquier problemática					
Servicio de energía eléctrica distribuido en todas las áreas de los recintos					
Servicio de energía eléctrica funcional para distintos equipos eléctricos y tecnológicos					
Accesibilidad del recinto (localización y transporte)	1	2	3	4	5
El recinto se localiza estratégicamente en el destino					
El transporte terrestre del destino puede atender adecuadamente a los asistentes del recinto					
El transporte aéreo oferta diversas rutas nacionales o internacionales					
El costo de servicio de transporte es accesible					
La señalización de las calles y avenidas guían adecuadamente a los turistas					
Clustering del recinto	1	2	3	4	5
El recinto tiene convenios con diversos establecimientos de transporte					
El recinto tiene convenios con diversos establecimientos de restaurantes					
El recinto tiene convenio con diversos establecimientos de hospedaje					
El recinto tiene convenio con diversas atracciones turísticas					
Las iniciativas que realiza las oficinas de turismo local permiten la articulación de todos los actores del sector					

Anexo 4

INSTRUMENTO:
FS-4



Evaluación de la competitividad de los recintos de reuniones

El siguiente cuestionario tiene la finalidad de recopilar datos sobre el desempeño del recinto de reuniones. Su participación es fundamental para lograrlo. Le agradecemos su honesta y sincera opinión sobre las temáticas abordadas. Gracias por su tiempo.

Datos generales

Tipo de industria turística: Hotelería () Servicios banquetes () Transporte turístico () Organización de eventos () Gobierno ()

Ciudad: _____ Estado: _____

Género: M () H () Ocupación: _____

A continuación, se le presentan una serie de preguntas sobre infraestructura, tecnología y servicios del recinto. Responda de acuerdo a la siguiente escala, según su percepción sobre la situación actual del recinto.

MUY POBRE	1
POBRE	2
REGULAR	3
BUENO	4
EXCELENTE	5

Infraestructura del recinto	Escala tipo Likert				
	1	2	3	4	5
Espacio público y de circulación adecuado al número de asistentes					
Estacionamientos capaces de atender la demanda de vehículos					
Diseño interior moderno					
Diseño interior atractivo					
Diseño exterior moderno					
Diseño exterior atractivo					
Área de alimentos y bebidas adecuada a la demanda de los asistentes					
Sanitarios apropiados para atender a los asistentes					
Bodegas con suficiente espacio de almacenamiento					
Vestidores con el equipamiento necesario					
Accesos para turistas con discapacidad					

**INSTRUMENTO:
FS-4**



Tecnología del recinto	1	2	3	4	5
Acceso gratuito a internet del recinto					
Internet de calidad en la navegación					
Pantallas LED de alta resolución					
Pantallas de interiores proveen imágenes de alta resolución					
Pantallas de exteriores proveen imágenes de alta resolución					
Sistema de iluminación automatizada que facilita las actividades de los organizadores					
Sistema de iluminación automatizada funcional					
Proyectores de calidad para proyectar					
Proyectores holográficos 3D para mejor experiencia en video.					
Sistemas para conferencias con el equipamiento necesario					
Sistema de iluminación ambiental que permite tematizar los espacios.					
Servicios del recinto	1	2	3	4	5
Servicios de alimentos y bebidas adecuados					
Servicios de logística que facilita las actividades de los organizadores					
Servicio de vigilancia que provee seguridad en el recinto					
Personal de apoyo y ayuda para la realización de los eventos					
Personal capacitado					
Servicio de agua en las áreas del recinto					
Planta eléctrica proporciona/almacena energía ante cualquier problemática					
Servicio de energía eléctrica distribuido en todas las áreas de los recintos					
Servicio de energía eléctrica funcional para distintos equipos eléctricos y tecnológicos					
Accesibilidad del recinto (localización y transporte)	1	2	3	4	5
El recinto se localiza estratégicamente en el destino					
El transporte terrestre del destino puede atender adecuadamente a los asistentes del recinto					
El transporte aéreo oferta diversas rutas nacionales o internacionales					
El costo de servicio de transporte es accesible					
La señalización de las calles y avenidas guían adecuadamente a los turistas					
Clustering del recinto	1	2	3	4	5
El recinto tiene convenios con diversos establecimientos de transporte					
El recinto tiene convenios con diversos establecimientos de restaurantes					
El recinto tiene convenio con diversos establecimientos de hospedaje					
El recinto tiene convenio con diversas atracciones turísticas					
Las iniciativas que realiza las oficinas de turismo local permiten la articulación de todos los actores del sector					