

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

DISEÑO DE UN MANUAL DE EVENTO PARA LA ORGANIZACIÓN DE
EVENTOS “CONGRETUR”

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Nombre de la titulación:

Licenciado en Turismo

Presentado por:

ANGY LUNA PALADINES

ROSA BRAVO ESCALANTE

Guayaquil - Ecuador

Año: 2023

Dedicatorias

El presente proyecto se lo dedico principalmente a Dios, quien me dio la fuerza, sabiduría para culminar esta etapa de crecimiento. A mis padres Jorge Luna y Cecilia Paladines por su arduo trabajo, amor y comprensión durante todos estos años, quienes son un pilar fundamental en mi vida para lograr mis metas y convertirme en un ser humano de valor para la sociedad y de orgullo para ellos. Asimismo, a mi hermana Lilibeth por brindarme su apoyo incondicional en cada nueva etapa que comienzo. Finalmente, quiero agradecer a mis amigos y compañeros de trabajo, quienes en cada etapa de este proyecto me brindaron su apoyo mediante mensajes donde me daban palabras de aliento que me hacían confiar en mí y recordarme que nada es imposible y que cada obstáculo se lo puede vencer teniendo claro el objetivo de todo.

Angy Luna Paladines

A mi padre querido, Dr. Rodrigo Bravo Guevara, aunque no está físicamente presente, sus enseñanzas siguen guiándome día a día. Este logro es en tu honor, porque fue gracias a tu amor y dedicación que aprendí a nunca rendirme y sé que estás orgulloso de mí desde donde estás. A mi madre, quien con su fortaleza, sabiduría y amor incondicional me ha guiado en cada paso de mi vida. A mi querido esposo e hijas ya que su ayuda ha sido fundamental, han estado conmigo apoyándome, motivándome en el transcurso de mi carrera.

Rosa Bravo Escalante

Agradecimientos

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mis padres y amigos por su apoyo incondicional en el transcurso de los años por su amor y paciencia. A mi hermana por ser una fuente de inspiración y un ejemplo a seguir, por su comprensión y apoyo emocional al transcurso de mi vida académica como profesional, por alegrarse en mis éxitos y ayudarme en cada paso que dé en la vida. A mi pequeño Louis quien es la razón de superación de cada día y alegría en los momentos más desafiantes que se han presentado en el desarrollo del proyecto. Vuestro amor y amistad han sido fuente de fortaleza en todo este camino. Finalmente, a todos los docentes de mi carrera por su valiosa contribución a mi desarrollo académico y sus consejos en el ámbito profesional.

Angy Luna Paladines

Doy Gracias a Dios por darme la vida, por acompañarme a lo largo de mi carrera, por ser mi luz, sabiduría en mi camino y darme esa fortaleza para cumplir con mis objetivos. Agradezco a mi Esposo e hijas que son lo más sagrado que tengo en mi vida, ya que son mis principales motivadores y me han brindado ese respaldo incondicional para culminar esta etapa de mi vida. A mis profesores y compañeros de la carrera en especial al PhD. Mathias Pécot por haberme guiado en base a su experiencia y conocimiento fui orientada en el desarrollo de este trabajo.

Rosa Bravo Escalante

Declaración Expresa

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Angy Luna Paladines y Rosa Bravo Escalante damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Angy Luna Paladines



Rosa Bravo Escalante

Evaluadores

MATHIAS
MAX
CLAUDE
PECOT

Signature
numérique de
MATHIAS MAX
CLAUDE PECOT
Date : 2023.09.11
16:31:23 -05'00'

Ph. d Mathias Max Claude Pécot



Msc. Raizza Belén, Maquizaca Najera

Resumen

El CONGRETUR o Congreso de Turismo del Ecuador, ha buscado consolidarse a lo largo de los años como uno de los principales eventos académico-científicos enfocados en temas del sector turístico en la región. Sin embargo, la falta de directrices claras sobre cómo se debe planificar eventos en el país ha obstaculizado su objetivo. El propósito principal es la elaboración de un manual de eventos destinado a la planificación del CONGRETUR, con el fin de proporcionar pautas claras sobre los procesos que deben seguirse para concebir eventos exitosos. La metodología implementada es la del Design Thinking, compuesta por cinco etapas: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar, siendo claves para proponer soluciones centradas en el cliente. Para llevar a cabo cada fase, se emplearon técnicas de recopilación de información, como entrevistas semiestructuradas y en profundidad donde se logró identificar los elementos fundamentales para el éxito en la planificación de eventos y comprender los desafíos y oportunidades percibidos por la gestora del evento. Se llegó a la conclusión de que el manual se estructura en tres secciones: la visión funcional del manual, el CONGRETUR y los eventos en sí. Además, se implementa la tecnología para transformar el manual tradicional en un flipbook interactivo.

Palabras Claves: Manual de eventos, etapas de los eventos, Design Thinking, industria de eventos, CONGRETUR

Abstract

CONGRETUR, or the Ecuadorian Tourism Congress, has sought to consolidate itself over the years as one of the main academic-scientific events focused on tourism sector issues in the region. However, the lack of clear guidelines on how to plan events in the country has hindered its objective. The main purpose is the elaboration of an event manual for the planning of CONGRETUR, in order to provide clear guidelines on the processes to be followed to conceive successful events. The methodology implemented is that of Design Thinking, composed of five stages: empathize, define, ideate, prototype and evaluate, being key to propose solutions focused on the client. To carry out each phase, information gathering techniques were used, such as semi-structured and in-depth interviews where it was possible to identify the key elements for success in event planning and to understand the challenges and opportunities perceived by the event manager. It was concluded that the manual is structured in three sections: the functional vision of the manual, CONGRETUR and the events themselves. In addition, technology is implemented to transform the traditional manual into an interactive flipbook.

Keywords: event manual, event stages, Design Thinking, event industry, CONGRETUR

Índice General

Dedicatorias.....	
Agradecimientos	
Declaración Expresa	
Evaluadores.....	
Resumen	i
Abstract.....	ii
Índice General.....	iii
Índice de Figuras	vi
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Anexos	viii
Capítulo 1	1
1.1. Introducción	1
1.2. Descripción del Problema	2
1.3. Justificación del problema.....	3
1.4. Objetivos.....	4
1.4.1. Objetivo General.....	4
1.4.2. Objetivos Específicos.....	4
1.5. Marco Teórico	4
1.5.1. Eventos.....	5
1.5.2. Gestión de eventos	5

1.5.3.	Fases de la gestión de eventos	6
1.5.4.	Manual de evento	6
1.5.5.	Innovación en la industria de eventos en tiempos de incertidumbres.....	7
Capítulo 2	9
2.1.	Metodología.....	9
2.1.2.	Necesidad de información	10
2.1.3.	Descubrimiento y empatiza	10
2.1.4.	Analizar y definir criterios	13
2.1.5.	Idear y Prototipar.....	14
2.1.6.	Experimentar y Validar	15
2.1.7.	Criterios de Rigor y Ética.....	16
Capítulo 3	17
3.1.	Resultados.....	17
3.2.	El CONGRETUR y las mejoras.....	17
3.3.	Planificación eventos de éxito	18
3.4.	Factores diferenciadores	19
3.5.	Discusión de Resultado	20
3.6.	Propuesta	21
3.7.	Análisis Financiero.....	22
Capítulo 4	24
4.1.	Conclusiones	24

4.2. Recomendaciones:	25
Referencias	26
Anexos	30

Índice de Figuras

Figura 1: Metodología usada en el proyecto Resumida.....	9
Figura 2: Estructura de un mapa de actores.....	11
Figura 3: Preguntas que se enfoca el Mapa de Empatía	12
Figura 4: Estructura de un benchmarking.....	14
Figura 5: Agrupación entre los resultados	20

Índice de Tablas

Tabla 1: Tipos de innovación y eventos donde se acogieron.....	8
Tabla 2: Necesidad de Información del proyecto	10
Tabla 3: Actividades claves en las etapas de ventos	19
Tabla 4: Presupuesto del diseño del manual	23
Tabla 5: Codificación de entrevista a Javier Murillo	35
Tabla 6: Codificación de entrevista a Norma Bock	37
Tabla 7: Codificación de entrevista a Miguel Harraca	38
Tabla 8: Codificación de entrevista a Ángelo Calderón.....	39
Tabla 9: Codificación de entrevista MSC. Carla Ricaurte	41
Tabla 10: Codificación de entrevista a MSC. Sebastián Calle	43

Índice de Anexos

Anexo 1: Mapa de actores	30
Anexo 2: Mapa de empatía	30
Anexo 3: Entrevista semiestructurada	34
Anexo 4: Preguntas de entrevista profunda.....	36
Anexo 5: Entrevista a Norma Cristina Bock “Organizadora de eventos”	37
Anexo 6: Entrevista a Miguel Harraca	38
Anexo 7: Entrevista a Ángelo Calderón.....	39
Anexo 8: Entrevista MSC. Carla Ricaurte.....	40
Anexo 9: Entrevista a MSC. Sebastián Calle	42
Anexo 10: Benchmarking	44
Anexo 11: Árbol de Problema	46
Anexo 12: FODA.....	46
Anexo 13: Mood Board	47
Anexo 14: Mockup	47
Anexo 15: Matriz y entrevista para Feedback	48
Anexo 16: Prototipo final de proyecto.....	49
Anexo 17: Contenido del Prototipo del manual del Congretur	50
Anexo 18: Plantillas utilizadas dentro del prototipo del manual del Congretur	55
Anexo 19: Link del prototipo del manual.....	57

Capítulo 1

1.1. Introducción

La industria de evento ha ido creciendo más en comparación a las otras ramas del sector turístico en los últimos años. Según datos de la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales 2005 citado por Wright y Montesdeoca (2020), el turismo de eventos genera cinco veces más rentabilidad en el sector que el turismo de ocio y placer, convirtiéndose en una gran y atractiva oportunidad de negocios que permiten crear espacios para que los interesados del sector puedan conectar entre sí.

Para analizar esta problemática, es necesario mencionar que gran parte de los eventos de carácter educativos y profesionales relacionados con el turismo en Ecuador, no cuentan con patrones establecidos sobre cómo se deben organizar y planificar tomando en cuenta actividades y etapas que se deben seguir en el pre-evento, durante el evento y en el post evento.

En base a lo antes mencionado, este proyecto se enfoca en el diseño de un manual de eventos para el CONGRETUR, que sirvan como guía sobre las funciones y tareas que deben seguir para organizar eventos y así cumplir con su objetivo de consolidarse como un espacio de debate y discusión entre profesionales y estudiantes del área sobre temas relacionados al sector turístico en la región del Ecuador.

En el capítulo 1, se desarrollará la descripción y formulación del problema, tal como la justificación, los objetivos a alcanzar. Además, dentro de este apartado se muestra el marco teórico donde se revisan las bases teóricas de este proyecto tomando en cuenta cada uno de los subtemas establecidos.

En el capítulo 2, se detallará la metodología utilizada enfocada en el Design Thinking y sus técnicas de recolección como entrevistas y comparación de la literatura para obtener datos cualitativos que ayuden al desarrollo del mismo.

En el capítulo 3, se presentarán los resultados de la solución presentada para esta problemática. Asimismo, culminaremos este proyecto con la presentación de las respectivas conclusiones, recomendaciones que ayuden a la gestora de eventos en su planificación y organización de eventos para futuras ediciones.

1.2. Descripción del Problema

El Congreso de Turismo de Ecuador (CONGRETUR), es un evento creado por la gestora de evento Ecuador Conventions, con sede en la ciudad de Quito con la finalidad de crear un espacio de debate donde se encuentren los involucrados del sector turístico en el ámbito público, privado y académico quienes conocerán y tratarán sobre temas de tendencias, oportunidades y desafíos que han surgido en el turismo del mundo con el objetivo de poder aplicarlos en la realidad del sector turístico del Ecuador.

A través, de una exhausta revisión de la literatura en revistas científicas relacionadas con gestión de eventos, conferencias y noticias encontradas en la web sobre las 8 ediciones realizadas por el CONGRETUR hasta el momento, además, entrevistas con expertos en la industria de evento se ha podido comprender los problemas reales que han ido enfrentando esta industria en el Ecuador.

Una experta en la industria de eventos en Ecuador, Bock, nos indicó en la entrevista realizada por Bravo, “el mayor desafío que enfrenta la industria de eventos tiene relación con el inexistente desarrollo de un plan estandarizado para la captación de eventos de manera continua provocado por los cambios del sector público, lo que ha impedido que eventos como el CONGRETUR se puedan consolidar, comercializar y establecerse dentro del país como uno de los congresos más importante en el sector turístico de Ecuador.”

Por otra parte, los cambios provocados por el COVID-19 ha influenciado en gran medida la forma en como se ha ido planificando eventos en el mundo. De acuerdo, a un estudio desarrollado por la Escuela de Management en Turismo destaco que el 70% de los

participantes prefieren eventos cara a cara, ya que, los consideran como lugares físicos idóneos donde pueden crear una mejor red de contacto, en comparación al 30% de los participantes que no creen necesario un lugar físico para establecer relaciones profesionales de impacto, sino que dentro del evento existan ponentes y asistente de valor (OSTELEA, 2020).

En consideración a lo antes mencionado, la industria MICE en el Ecuador debe abordar nuevas tendencias como eventos que implementen la tecnología, den flexibilidad en la agenda, tengan delimitado los espacios adecuados a ocupar considerando la demanda de cada evento y el uso de medidas de seguridad para el desarrollo de eventos en la actualidad y los próximos años.

1.3. Justificación del problema

Los eventos desarrollados para el turismo MICE se han convertido en importantes contribuciones para el desarrollo urbano y atractivo de las ciudades. Por lo cual, el presente estudio pretende mostrar los criterios claves que deben aplicarse para el diseño del contenido de un manual de eventos para el CONGRETUR, donde se identifique las actividades o roles que se deben seguir durante las 3 etapas; pre-evento, durante evento y post evento para conseguir eventos de éxitos.

El desarrollo de este manual será de utilidad, ya que, permitirá agilizar los procesos que se deben llevar a cabo para crear eventos de éxitos, asimismo, reducir costos innecesarios que pueden ir surgiendo en la planificación de los mismos. Dicho fondo de ahorro generado por los costos reducidos podrá ser invertidos en otros aspectos como la promoción, comercialización con el fin de crear oportunidades laborales para los interesados en el sector turístico o afines.

Finalmente, se debe destacar que el proyecto tiene como propósito el cumplimiento de uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); el apartado 8 que trata “Promover

el crecimiento económico sostenible, inclusivo y sostenible, el empleo y productivo y trabajo decente para todos (OIT, 2023).

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Diseñar un manual de eventos para el “CONGRETUR”, mediante el análisis de los criterios que son clave para la organización y planificación de eventos de éxitos, que permita la comercialización y comunicación de sus servicios a sus clientes para las próximas ediciones.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Analizar las necesidades de información sobre oportunidades y desafíos de la gestora de eventos, a través de entrevistas con expertos de la industria en el Ecuador y participantes del CONGRETUR en las últimas ediciones.
2. Determinar las secciones que se implementarán en la estructura del manual de eventos.
3. Evaluar los resultados obtenidos de la validación del contenido y diseño visual del manual de eventos para la identificación de los criterios de mejoras que satisfagan la necesidad del cliente.
4. Elaborar un presupuesto financiero donde la gestora de evento tenga un visión global y clara de los costos que conlleva la elaboración del manual de eventos.

1.5. Marco Teórico

En esta sección, se pretende dar a conocer los elementos principales y fundamentos académicos en el que se especifica el siguiente proyecto.

1.5.1. Eventos

Los eventos han experimentado una evolución significativa a lo largo de los años, logrando adaptarse a los cambios en la sociedad desarrollando tres criterios claves para mantener su relevancia, los cuales se relacionan primero con preservar la autenticidad, es decir, mantener sus valores, tradiciones y elementos distintivos en el transcurso del tiempo, segundo, fomentar la innovación para mejorar la eficiencia y experiencia de los usuarios y por último, establecer una conexión entre participantes y organizadores, al crear oportunidades donde los asistentes pueden conectar con el evento y entre sí al incluir actividades como espacio de discusión (Séraphin Icono & Jarraud, 2021).

Por otra parte, los eventos tienen la capacidad de desarrollar espacios que generen un sentido de pertenencia a un grupo en particular y crear oportunidades económicas, además, promover la educación mediante talleres y conferencias. Asimismo, fomentar la cohesión comunitaria al juntar a personas con interés en común y brindarle un espacio para su interacción social (Chalip & Green, 2015).

1.5.2. Gestión de eventos

La gestión de eventos es un amplio campo que toma en cuenta la planificación, organización y ejecución de eventos de diferente carácter desde conferencias hasta bodas y ferias comerciales. Además, es una disciplina reciente que se enfoca en la investigación, diseño, coordinación y evaluación de un evento tomando en cuenta otros factores como la administración, coordinación, mercadeo, normativas y riesgo en la gerencia competitiva (Farfán & Pelekais, 2014). Sin embargo, la gestión también se enfoca en reunir un grupo de personas que tienen como propósitos temas académicos, celebración y negocios donde los futuros profesionales podrán contar con espacios donde compartirán sus saberes científicos y recibir retroalimentación que les permita mejorar en sus investigaciones (Goldblatt, 2003).

Autores como Alarico (2006) también definen a la gestión de eventos como la aplicación de principios administrativos, funciones y técnicas a las organizaciones gestoras de eventos, a

través de una red tecnológica con el afán de alcanzar objetivos comunicativos que permiten el correcto funcionamiento de los eventos.

Por otra parte, la definición que se ha utilizado con mayor frecuencia dentro de la industria de eventos del sector turístico sobre la gestión de eventos es la de O. Alvarado (2009), quien indica que trata sobre la forma en que han evolucionado las ceremonias, dejando de ser una práctica reconocedora para la burguesía y posicionarse en la actualidad como un elemento clave en la expansión en áreas académicas y organizacionales.

1.5.3. Fases de la gestión de eventos

El éxito de los eventos se enfoca en el seguimiento de las etapas que se deben incurrir enfocadas en tres procesos la planificación, ejecución y la evaluación del evento.

Para el director de eventos Community Update, José Ospina (2019) indica que para aliviar el estrés que involucra crear eventos se debe seguir las 3 etapas de los eventos, el pre-evento donde se enfoca en la planificación que incurre en determinar la razón del evento, público, objetivo, presupuesto, programación. Por otra parte, se encuentra el evento donde se ejecuta todo lo que se haya determinado en la primera etapa y se verifique que salga de acorde a lo planificado y, por último, el post evento, donde se realiza una evaluación de todo lo que ha sucedido en el evento y sirva para mejorar de las próximas ediciones de este.

1.5.4. Manual de evento

El éxito de los eventos requiere de una planificación y coordinación efectiva, por lo cual, un manual de evento se desarrolla como una herramienta que proporciona pautas y protocolos claros para ejecutar los diversos aspectos que conlleva un evento y así, minimizar errores (Department of Local Government, Sport and Cultural Industries, Government of Western Australia, 2020). Sin embargo, el contenido y la estructura dentro del manual puede variar de acuerdo con el alcance del evento y naturaleza de este, pero su proceso de organización es la misma (Wates, Wales, & Thompson, 2008).

1.5.5. Innovación en la industria de eventos en tiempos de incertidumbres.

Muchas empresas del sector turístico a raíz de lo provocado por el COVID-19 han cambiado su objetivo de aumentar ganancias y sobresalir entre sus competidores para convertirse en empresas resilientes. (Sigala, 2020).

Al convertirse en empresas resilientes les permite desarrollar la capacidad para adaptarse a su entorno y a cualquier circunstancia nueva, es decir, afrontar los desafíos futuros con soluciones innovadoras relacionadas con la necesidad de surgimiento del evento (Supardi & Hadi, 2020).

De acuerdo a la literatura se establece diversos tipos y clasificaciones de innovación que han sido usados en los eventos y han resultado de éxito en tiempos de incertidumbre (Dragin-Jense, y otros, 2022)

La innovación sostenible en eventos se refiere a la creación de soluciones, productos, servicios o prácticas que toma en cuenta los aspectos sociales, económicos y ambientales del desarrollo sostenible. Esta innovación no solo se enfoca en los avances tecnológicos, sino también en el cambio en la cultura empresarial, procesos, sistema de comercialización y modelos de negocios, además, enfoque en el diseño (Marques Kneipp, Maffini Gomes, Schoproni Bichueti, Frizzo, & Perlin, 2019).

La innovación adaptable consiste en adaptar el sistema que se maneja a la situación actual para reducir el riesgo de falla tomando en cuenta los factores externos e internos y tener conciencia que las cosas están evolucionando y no siempre pasan como nosotros esperamos (Dragin-Jense, y otros, 2022).

La innovación transformadora refleja lo que podría funcionar o no en un índice determinado (Corbisiero & Mónaco, 2021).

Tabla 1: Tipos de innovación y eventos donde se acogieron

Eventos	Innovación sostenible	Innovación adaptativa	Innovación transformadora
Steinkjer Festival	Transmitido en vivo Festival.	Artistas presentes en el sitio para la transmisión. Comida y bebida festiva “paquetes” para la venta, lo que permite audiencias para crear “minifestivales” en casa.	Producción con calidad de película de streams como herramienta de marketing. Mayor integración con lugares más pequeños en Comunidad.
Run alone Denmark	Creó una carrera virtual durante el período más largo de confinamiento.	Estudio online con anfitriones. Colaboró con otros corredores. Redes para crear evento.	(Nuevo) desarrollo de la comunidad: nuevo sitio web y reserva Plataforma. Desarrollo de aplicaciones para el usuario con creación.
Drive-in football	Retransmitido un partido de fútbol al aire libre.	Viaje en caravana de coches entre las dos ciudades del club para aficionados. Retribuir a los fanáticos: atracción de medios globales y construcción de marca.	Diseñó una nueva experiencia para que los aficionados al fútbol disfruten juntos de una experiencia global (segura).
Bergen international festival	Festival transmitido	Transición de un mes de festival completamente físico a digital en 2020.	Lanzamiento híbrido del evento en 2021. Las actuaciones digitales se diseñaron y ejecutaron teniendo en cuenta las cámaras. Nuevo sistema de ticket de reserva desarrollado: mercado geográfico ampliado. El público local podría reservar actuaciones privadas en áreas públicas. Arte enviado a lugares atípicos de la ciudad.

Nota: Datos tomados de Gragin-Jense, y otros (2022)

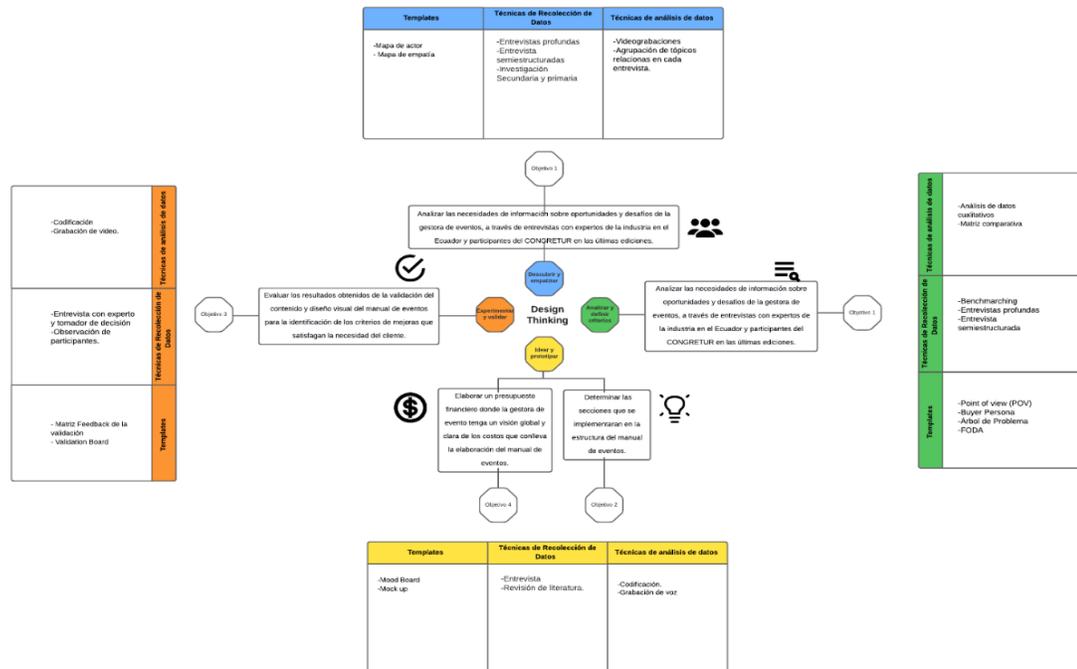
Capítulo 2

2.1. Metodología

En este capítulo se expusieron las técnicas y metodologías aplicadas para la ejecución de este proyecto, el cual, se enfoca en la metodología de Design Thinking. Thomas Lockwood define el “Design Thinking”, como un proceso de innovación centrado en las personas, que pone énfasis en la observación, colaboración, aprendizaje rápido, visualización de las ideas, prototipado del concepto y análisis del negocio concurrente influenciando en la innovación y la estrategia de negocios enfocadas en cuatro etapas: Descubrir y Empatiza, Analizar y Definir criterios, Idear y Prototipar, finalmente, Experimentar y Validar (Pelta Resano, 2013).

A continuación, se muestra el proceso de Design Thinking utilizado en el desarrollo de este proyecto (Ver ilustración 1).

Figura 1: Metodología usada en el proyecto Resumida



Nota: Elaboración propia de los actores

2.1.2. Necesidad de información

La necesidad de información de este proyecto se relaciona con los tres primeros objetivos específicos, de los cuales, buscaban obtener datos que permitan desarrollar una propuesta que satisfaga la problemática que se ha identificado previamente. (Ver Tabla 2)

Tabla 2: *Necesidad de Información del proyecto*

Objetivos específicos de investigación	Necesidad de Información
Analizar las necesidades de información sobre oportunidades y desafíos de la gestora de eventos, a través de entrevistas con expertos de la industria en el Ecuador y participantes del CONGRETUR en las últimas ediciones.	Identificar factores que determinen las oportunidades de mejoras y retos dentro de la industria evento.
Determinar las secciones que se implementaran en la estructura del manual de eventos.	Conocer cuál es la estructura idónea para logra eventos de éxitos.
Evaluar los resultados obtenidos de la validación del contenido y diseño visual del manual de eventos para la identificación de los criterios de mejoras que satisfagan la necesidad del cliente.	Identificar que realmente el cliente prioriza en el momento de crear el manual.

Fuente: *Elaboración propia de los actores*

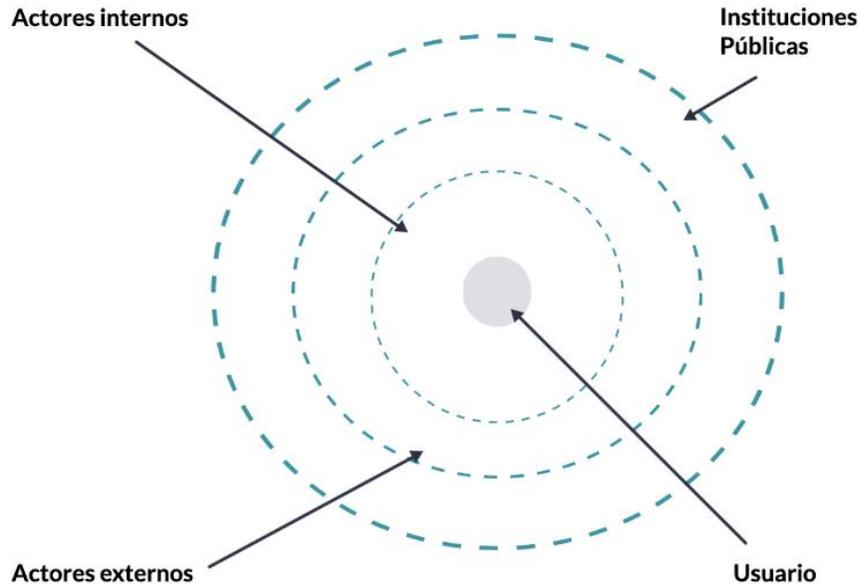
2.1.3. Descubrimiento y empatiza

En esta primera etapa, se enfoca en observar y comprender al cliente con relación a sus necesidades físicas y emocionales, así mismo, al escuchar con empatía permite entender cómo ve el mundo desde su propia mirada (Muñoz & Villegas, 2021). En base a esto, el primer objetivo específico tiene relación con esta fase, donde se buscó identificar los retos y

oportunidades de la industria de eventos del Ecuador desde la perspectiva de la gestora de evento y otros usuarios claves.

Entre las técnicas de recolección utilizada para esta primera fase fueron entrevistas semiestructurada a actores claves, quienes fueron identificados mediante la herramienta de mapa de actores (Ver Anexo 6.1), lo cual, permite determinar que personas u organizaciones son importante a tomar en cuenta para la planificación, ejecución y evaluación de una propuesta (Comunidad Design Thinking en Español, s.f.).

Figura 2: Estructura de un mapa de actores



Fuente: (*Design Thinking España, s.f.*)

Dichas entrevistas fueron realizadas al tomador de decisión, es decir, al gerente de Ecuador Convention, participantes de ediciones pasadas, como ha expertos de la industria de eventos, el cuestionario contaba con preguntas enfocadas en conocer a la gestora e industria de eventos desde sus perspectivas (Ver Anexo 6.3).

Con la finalidad de comprender a profundidad la información obtenida se procedió a analizar los datos alcanzado para la elaboración de un mapa de empatía, el cual, es una herramienta que permite identificar y desglosar las emociones y sentimientos tanto interno como externo de los actores, enfocado en cuatro preguntas (Ver Anexo 6.2).

Se debe mencionar, que la dinámica de esta herramienta finaliza con la identificación de las principales características benéficas y los puntos de dolor que se estima tener si el problema o situación es resuelto (Rosas Madrigal, Ruíz González, Martínez Hernández, Cantú Rodríguez, & Enríquez de León, 2018).

Figura 3: Preguntas que se enfoca el Mapa de Empatía



Fuente: (Gitnux, 2023)

2.1.4. Analizar y definir criterios

En esta segunda fase, se enfoca en analizar la información obtenida en la etapa de descubrimiento para definir la problemática que vamos a tratar de resolver. Dicha problemática puede ser identificada a través de lluvias de ideas o investigación secundaria realizada.

Entre las técnicas utilizadas en esta fase se encuentran entrevistas a profundidad, en la cual, se tiene una guía de cuestionario donde se plasma todos los tópicos que se desean abordar a lo largo del encuentro, el cual, puede ser virtual o presencial (Robles, 2011).

Dicha entrevista fue llevada a cabo de manera virtual por la plataforma zoom a expertos de la industria de eventos a nivel nacional como internacional, que cuentan con experiencia en el desarrollo de eventos de congresos académicos y eventos diversos.

El cuestionario estaba diseñado por 7 preguntas enfocadas en conocer su experiencia en los eventos, desafíos que han enfrentado en el transcurso de los años, cómo lo han logrado vencer y pautas que sirven para crear eventos (Ver Anexo 6.4).

Asimismo, otra herramienta que nos permitió entender a la industria y a los congresos similares al CONGRETUR fue el benchmarking, el cual consiste en un estudio ha profundidad sobre los competidores para comprender las estrategias y mejores prácticas a utiliza, permitiendo que una organización reproduzca o adapte algunas de las acciones para atraer clientes o mejorar (Pursell, 2021).

En relación con nuestro proyecto se definió sus posibles competidor, las cuales, son CIT y CIDE y las variables a comparar enfocadas en la sostenibilidad, presupuesto, aliados, estrategias, innovación, espacio de difusión y debate, estructura interna y por último la certificación que da cada competidor (Ver Anexo 6.5).

Figura 4: Estructura de un benchmarking

COMPETENCIA	FB	IG	LINKEDIN	YOUTUBE	PINTEREST	TIKTOK
TÚ						
COMPETENCIA 1						
COMPETENCIA 2						
COMPETENCIA 3						

Fuente: (Mañez, s.f.)

En esta etapa de análisis y definición de criterios fue de utilidad la elaboración de un árbol de problema, herramienta que permitió el cumplimiento del primer objetivo específico del proyecto, donde se determina a cada elemento problemático por medio de una perspectiva correspondiente a una causa o consecuencias (Abreu, 2012), con la finalidad de identificar un problema que englobe al resto de los elementos, entendiendo así el patrón de comportamiento de los problemas (Ver Anexo 6.6).

Por último, se realizó un análisis FODA de toda la información recopilada de la revisión de la literatura y de la investigación del Gerente del CONGRETUR donde fue expresado de cómo está constituido su empresa, indicando sus fortalezas y oportunidades y mejorando sus debilidades y sus amenazas (Ver Anexo 6.7).

2.1.5. Idear y Prototipar

En esta tercera etapa, se procedió a realizar un pre-diseño sobre la posible solución para nuestro proyecto, la cual guarda relación con el segundo objetivo específico que se enfoca en establecer las pautas que deben seguir un evento para conseguir éxito.

Se debe mencionar que, el prototipaje es un conjunto de ideas generadas a raíz de la información obtenida de la primera etapa de descubrimiento y la segunda etapa de análisis, en el cual, se busca satisfacer la necesidad identificada del cliente (Muñoz & Villegas, 2021).

Para el desarrollo de esta fase se utilizaron dos herramientas enfocadas en la parte visual del proyecto. En primer lugar, un Mood Board, el cual, es un mecanismo que nos permite definir planes o lluvias de ideas, pero a través de imágenes o gráficas sin la necesidad de utilizar texto convirtiéndose en una guía visual sobre lo que sería la solución o producto del proyecto, para esto debemos tener claro la idea de lo que queremos mostrar, así como los valores que se quiere transmitir a través de las imágenes (Miro, s.f.) (Ver anexo 6.8).

Por último, se diseñó un Mock up adaptado a nuestra solución del proyecto para ser presentado al cliente antes de ser pasado el diseño a uno de alta resolución (Ver anexo 6.9).

2.1.6. Experimentar y Validar

En esta última etapa, se puso a prueba nuestra solución con los diferentes actores claves previamente identificados en el mapa de actores, para que sean ellos quienes den sus retroalimentaciones sobre qué puntos se debe mejorar de la solución o mantener de acorde a su experiencia y necesidad del proyecto (Muñoz & Villegas, 2021). Por lo cual, nuestro último objetivo específico guarda relación con esta etapa.

Para esta fase se utilizó una matriz Feedback de validación, donde nuestro cliente tuvo su primera interacción con nuestra solución, y esto nos permitió identificar los elementos a mejorar y reducir la posibilidad de fallo o no guste y así aumentar la posibilidad de éxito de nuestro proyecto final (Ver anexo 6.10).

2.1.7. Criterios de Rigor y Ética

El rigor en nuestro proyecto implica la aplicación de un enfoque sólido y sistemático de la metodología en las etapas de la investigación. Esto se enfoca en la recopilación precisa de datos, análisis de los objetivos y la presentación imparcial de los resultados, por lo cual, el tener claro los criterios de rigor garantiza que los hallazgos que nosotros presentamos en este proyecto sean confiables y que los resultados como conclusiones presentadas tienen un respaldo de evidencias sólida.

Por otro lado, la ética se enfoca en la conducta moral y responsable de los investigadores, donde ellos deben tener claro los principios de integridad, honestidad y transparencia. En relación con nuestro proyecto, nosotros como investigadores hemos tenido el consentimiento informado de los participantes a los que hemos entrevistados a lo largo del desarrollo del proyecto.

Asimismo, la confidencialidad de los datos sensibles que se nos ha brindado, para evitar cualquier forma de plagio que afecte la credibilidad de nuestro proyecto. Por último, la ética también se enfoca en la forma en que se cita y reconocen las fuentes bibliográficas utilizadas como referencia para este proyecto.

Capítulo 3

3.1. Resultados

Una vez aplicada, codificada y analizadas la información obtenida de las técnicas utilizadas como entrevistas semiestructuras y a profundidad donde se pudo conocer la perspectiva de los actores claves que influye tanto en diseño del manual como en su contenido, debido a la experiencia que tienen en la industria de eventos, ya sea como participantes o como gestores de evento. En base a esto se presenta los resultados que se pudo identificar en relación con los tres objetivos específicos del proyecto.

3.2. EI CONGRETUR y las mejoras

Desde su inicio, el CONGRETUR se ha enfocado en diseñar eventos que aporte valor científico al sector turístico. En el transcurso de sus ediciones han realizados modificaciones en la forma en que desarrollan los congresos.

En las entrevistas realizadas para obtener información en relación con el objetivo 1 se resalta que para el gerente de Ecuador Convention, Ing. Jorge Mullo: "Es fundamental que CONGRETUR se consolide en el sector turístico. Es esencial que la empresa pueda comercializar su producto de manera efectiva, proporcionando a sus clientes pautas claras sobre el desarrollo de eventos atractivos y visuales."

Por otra parte, a lo largo de las 8 ediciones que han realizado enfocado en el sector turístico han surgido por parte de los asistentes y ponentes de ediciones pasadas retroalimentación enfocada en mejorar la calidad y el conocimiento del evento.

Entre las sugerencias que se destacan de las entrevistas realizadas a estos actores claves, se encuentran; creación de espacios de discusión después de las exposiciones, la definición de estándares para la selección de ponencias, un seguimiento posterior al evento y una promoción más atractiva y armoniosa.

3.3. Planificación eventos de éxito

Para lograr eventos de éxitos sin tomar en cuenta el tipo de eventos es necesario tener la base de una buena planificación y establecer una ruta a seguir para conseguir el reconocimiento de este.

En la actualidad, las gestoras de eventos se guían por tres etapas para conseguir su objetivo, las cuales, son el pre-evento donde se presenta las pautas claras sobre lo que va a tratar y necesita para el evento, el durante el evento donde se ven reflejado los momentos de verdad y todo debe salir de acuerdo con lo establecido en la primera etapa y por último el post evento donde se pide señalar las mejoras o lo destacado para usar para futuras ediciones.

Con el análisis que se realizó de las entrevistas a profundidad desarrolladas para obtener información en relación con el segundo y tercer objetivo específico a expertos de la industria de eventos, como son Norma Cristina Bock directora de eventos MBA, Miguel Harraca presidente de la asociación latinoamericana y el caribe, Ángel Calderón director provincial de Turismo del Guayas y Carla Hidalgo organizadora de eventos académicos para ESPOL, se determinó las actividades que se deben incluir dentro del diseño de nuestra propuesta, ya que, en base a sus experiencia son claves para el correcto desarrollo de las tres etapas de eventos definida anteriormente.

A continuación, se presenta un resumen sobre las actividades que se deben incurrir en cada etapa:

Tabla 3: *Actividades claves en las etapas de ventos*

ETAPAS DE EVENTOS	ACTIVIDADES CLAVES
Pre evento	<ul style="list-style-type: none">• Si es un nuevo evento se debe establecer desde cero, pero al ser un evento con varias ediciones el antes debe comenzar con los puntos de mejoras que se han identificado antes.• Definir los comités que pueden incurrir en el evento.• Definir la sede del evento.• Conceptualización del evento.• Presupuestos y recursos a utilizar.
Evento	<ul style="list-style-type: none">• Organización de logística.• Manejo de los tiempos y programas.• Recepción de los ponente y participantes.• Registro visual del evento para medios de difusión.
Post evento	<ul style="list-style-type: none">• El flashback en esta etapa debe ser todos los involucrados en el evento desde los asistentes, ponente, clientes y colaboradores.• Diseño de memorias para futuras ediciones.• Envío de Certificaciones y cartas de agradecimientos a los ponentes.

Fuente: *Elaboración propia.*

3.4. Factores diferenciadores

La industria de eventos en Ecuador al transcurso de los años se ha ido maximizando. Sin embargo, hasta el momento no existe una correcta preparación del personal encargado de la organización de evento, provocando que al ejecutar un evento no se digas las etapas correspondientes haciendo que no se encuentren preparados para posibles problemas.

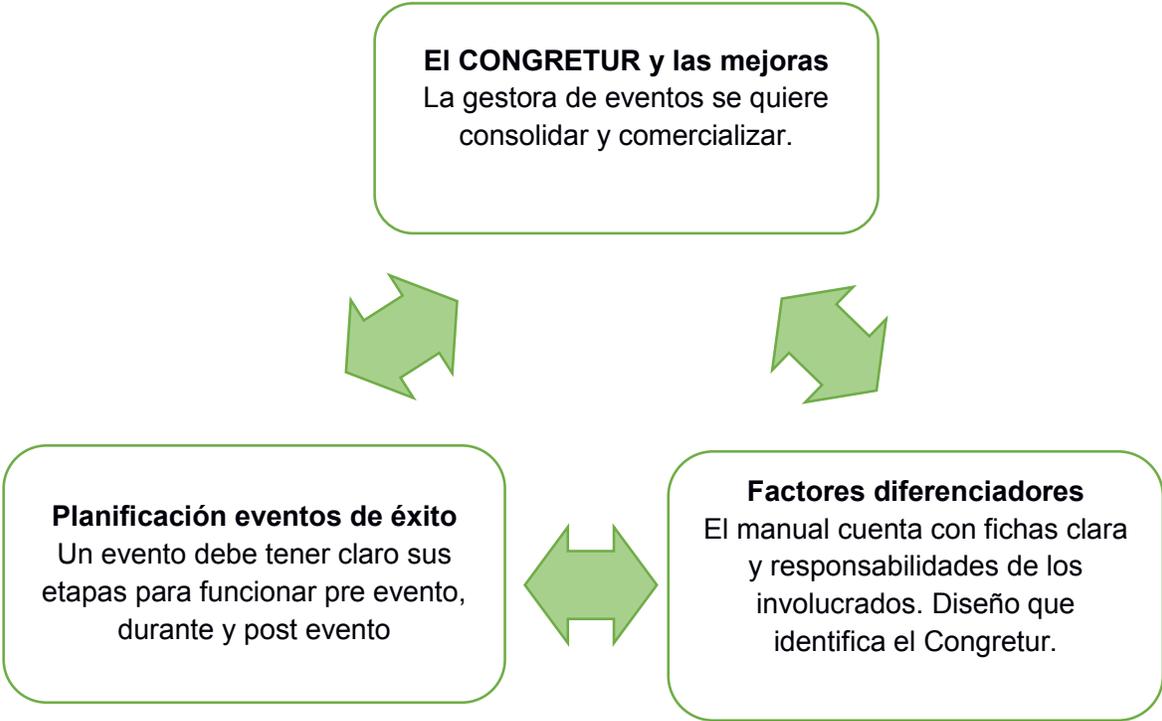
En base a lo mencionado, se debe destacar que los factores que diferencia nuestra propuesta se enfocan en utilizar un diseño visual único, el cual, permite que la audiencia

distinga al congreso de otros eventos, reflejando la identidad de la marca. Por otra parte, el contar con fichas técnicas y claras sobre actividades o funciones del evento, que en la actualidad no se encuentran o utilizan dentro de las organizaciones de evento en Ecuador.

Además, que dichas plantillas pueden ser adaptadas de acuerdo con la necesidad u objetivo de los eventos que se desarrolle. Por lo cual, el tener estos factores diferenciadores permite que nuestra solución sea un recurso valioso y único para la gestora de evento Ecuador Convention para eventos del CONGRETUR.

3.5. Discusión de Resultado

Figura 5: Agrupación entre los resultados



Fuente: *Elaboración Propia*

Estos resultados ayudaron a entender que apartados son claves de incorporar en nuestra propuesta para el diseño de un manual de eventos para el CONGRETUR, tomando en cuenta los parámetros globales ya establecidos sobre cómo debe ser la división de las etapas del evento y su relación con el proceso, es decir, primera etapa Pre-evento – Planificación y organización, segunda etapa durante el Evento- Ejecución, tercera etapa Post Evento- Evaluación y Retroalimentación

Asimismo, en la cuestión del diseño visual del manual debe estar acorde a una línea grafica para que permita a los asistentes y ponente identificar que se trata de este evento y finalmente que el contenido que se proporciona sea atractivo y fácil para entender al momento de ser revisado por personal que se encuentra colaborando en la industria de eventos sin tener una preparación profesional.

3.6. Propuesta

Para concluir con nuestro proyecto presentamos el prototipo final, el cual, se enfoca en un manual de eventos con pautas claras para el CONGRETUR, dicho manual se podrá usar de manera física por la gestora de eventos para mostrar a sus clientes en reuniones insitu y de manera digital al tomar la forma de un flipbook creado en las plataformas Heyzine o Flipsnack, en el que el cliente tendrá acceso a toda la información al solo dar un clic.

Este flipbook estará incluido en la página oficial de Ecuador Convention en la sección de CONGRETUR.

El manual se compone de tres secciones principales, cada una de ellas aborda subtemas que guardan relación con la razón de ser del manual, dar a conocer al congreso y la planificación y ejecución de eventos en referencia al CONGRETUR:

Parte 1 Visión Funcional: En esta sección se presenta una introducción y el objetivo del manual y la importancia de los mismos en la industria de eventos.

Parte 2 CONGRETUR: Aquí se da a conocer un poco de la historia del congreso con su cultura organizacional y equipo de trabajo como sus aliados, además, de las ediciones que han realizado con sus elementos destacados.

Parte 3 Eventos: en esta sección se centra en mostrar los tipos de eventos que se pueden incluir en el congreso, los comités que son necesarios de acorde a cada evento, además, de la división de las etapas de eventos con sus actividades a realizar y sus plantillas para obtener información de la misma.

Es decir, en la primera etapa de post evento se resalta los siguientes temas elaboración del brief, presupuesto, elección de la sede, recursos a usar, programa e imagen y promoción del evento.

En la segunda etapa de evento se establece los siguientes temas montaje, registro, actos de inauguración y clausura, como tipos de eventos sociales a realizar. Por último, en la etapa de post evento, se toma en cuenta realizar evaluaciones todos los participantes del evento, es decir, cliente, asistente y ponente para conocer su percepción del mismo y los puntos de mejoras, esto servirá para la elaboración de la memoria del evento que se utiliza para las próximas ediciones.

Y se culmina con un apartado donde se muestra que se puede incorporar la tecnología mediante juegos en líneas en Kahoot, códigos QR para dar las encuestas de evaluación a los participantes y el usar plataformas de videoconferencia para transmitir el evento.

3.7. Análisis Financiero

A continuación, se presenta el presupuesto que servirá como guía para que se entienda los gastos que se deben incurrir para la elaboración del manual que podrán usar como guía en sus próximas ediciones. Estos valores están sujeto a cambios dependiendo de la contratación que desee hacer el tomador de decisión.

Tabla 4: *Presupuesto del diseño del manual*

Descripción	Unidades	Precio	Precio
Elaboración del diseño del manual (ilustración)	Si el manual supera el total de 50 página.	\$600	
	Si es un manual menor a 50 páginas.		\$250
Desarrollo para subir en la página	1	\$600	\$600
Plataforma Flipsnack para hacer el manual en forma de Flickbook y tener el dominio.	1 por año	\$207,50	\$207,50
Total		\$1407,5	\$1057,5

Fuente: *Elaboración propia*

Capítulo 4

4.1. Conclusiones

Una vez realizado las respectivas entrevistas a expertos y participantes en la industria de eventos, además, la revisión de la literatura se concluye que el CONGRETUR es un evento de Ecuador Convention que hasta el momento no cuenta con un plan claro para la captación de eventos de manera continua, ya que, en el país no existe como tal un manual sobre cómo se debe realizar eventos sino que todo funciona de manera experimental, lo que ha impedido ha cierto eventos a consolidarse, comercializarse y establecer entre los principales congresos que reúne al sector turístico.

Con respecto al primer objetivo específico, mediante las entrevistas se pudo identificar cual es la situación de la gestora de evento como los desafíos que enfrenta la industria de eventos, lo cual, se puede destacar que esta industria debe tener claro cuáles son las etapas y procesos para seguir para conseguir el éxito que buscan.

En relación con el segundo objetivo específico, se pudo evidenciar e identificar la problemática central y las causas de esta tomando en cuenta tanto los patrones externos como internos que afectan a la gestora de evento. De igual forma, en relación con el último objetivo específico, pudimos identificar que para la gestora de evento Ecuador Convention era de relevancia contar con un manual que se pueda adoptar a sus próximas ediciones y que sea visualmente atractivo, además, que se apague a la esencia que está construyendo a la gestora con relación a la línea grafica que han ido desarrollando en el último año.

Finalmente, con el fin de obtener eventos de éxitos es importante que se desarrollen una buena planificación y establecer una ruta a seguir el cual se recomienda usar el Manual de Eventos elaborado , donde los gestores de eventos se guíen con las tres etapas para conseguir su objetivo, las cuales, son el Pre evento donde se presenta las pautas claras sobre lo que va a tratan el evento, Durante el evento donde se ven reflejado los momentos de verdad y todo

debe salir de acuerdo a lo establecido en la primera etapa y finalmente el post evento donde se pide señalar las mejoras para usar en las futuras ediciones.

4.2. Recomendaciones:

Entre las recomendaciones que proponemos se encuentran:

- Continuar con el desarrollo del manual, ya que a pesar de que el manual sigue pautas claras para conseguir eventos de éxitos, al ser una industria cambiante se recomienda que se actualice en base a las nuevas tendencias que van surgiendo en el transcurso de los años.
- Las plantillas que proporcionamos en cada etapa pueden ser modificadas para adaptarlas a las necesidades y objetivo de cada edición.
- Se recomienda que la gestora de evento Ecuador Convention, utilice el manual que proponemos para que pueda convertirse en una referente en la organización de eventos académicos turístico en el Ecuador.
- De manera general, se recomienda que la industria de eventos en Ecuador se prepare de manera profesional para desarrollar eventos y no solo basarse en la experiencia para denominarse gestora de evento, cuando no se tiene una preparación profesional previa.

Referencias

- Design Thinking España. (s.f.). *Diseño de productos y servicios. Formación en innovación y Design Thinking*. Obtenido de Mapa de actores: La herramienta de diseño ideal para visualizar las relaciones entre stakeholders: <https://xn--designthinkingespaad4b.com/mapa-de-actores-diseno-de-servicios>
- Abreu, J. L. (2012). La Formulación de los Antecedentes del Problema de Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 163-168. Obtenido de <http://www.spentamexico.org/v7-n1/7%281%29163-168.pdf>
- Alarico, C. (2006). *Gerencia de eventos especiales*. Venezuela: Panapo.
- Chalip, L., & Green, C. (2015). M., Chalip, L., & Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. *Journal of Convention & Event Tourism*.
- Comunidad Design Thinking en Español. (s.f.). *Design Thinking*. Obtenido de Mapa de actores-Stakeholders: <https://www.designthinking.services/herramientas-design-thinking/mapa-de-actores-stakeholders/>
- Corbisiero, F., & Mónaco, S. (2021). Post-pandemic tourism resilience: changes in Italians' travel behavior and the possible responses of tourist cities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 401-417. doi:<https://doi.org/10.1108/WHATT-01-2021-0011>
- Department of Local Government, Sport and Cultural Industries, Government of Western Australia. (2020). *EVENT MANAGEMENT GUIDE Event Management*. Obtenido de OMI: <https://www.omi.wa.gov.au/resources-and-statistics/publications/publication/event-management-planning-guide>
- Dragin-Jense, C., Kwiatkowski, G., Hannevik, V., Ossowska, L., Janiszewska, D., Kloskowski, D., & Strzelecka, M. (2022). Event innovation in times of uncertainty. *International Journal of Event and Festival Management*, 387-405. doi:<https://doi.org/10.1108/IJEFM-07-2021-0063>

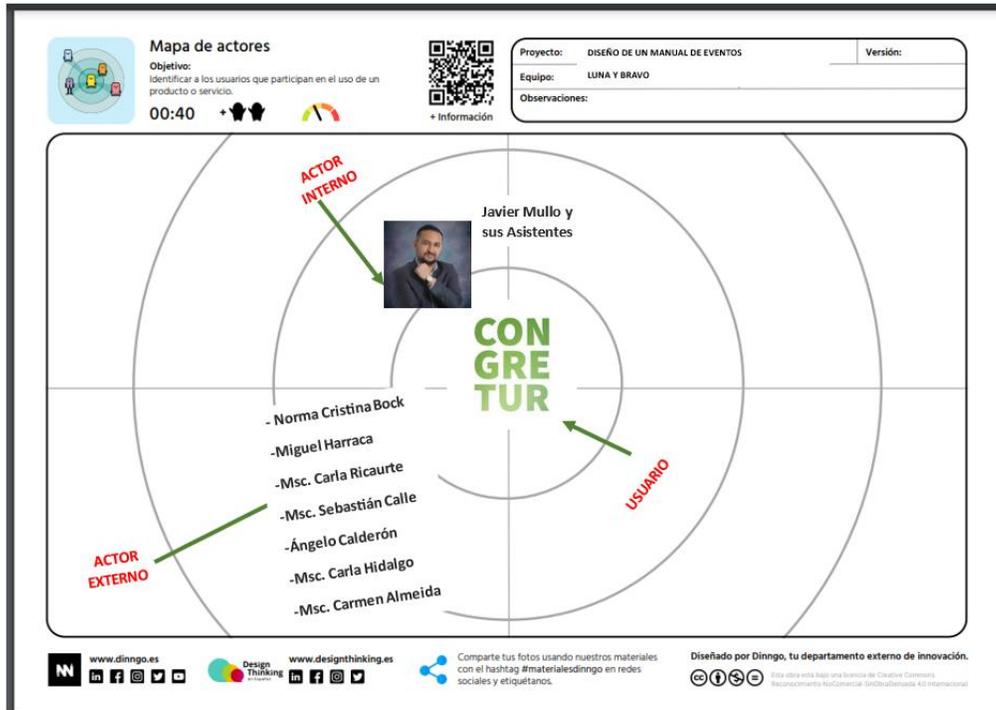
- Farfán, C., & Pelekais, C. (2014). *La gerencia de eventos desde una perspectiva de la planificación estratégica en las universidades privadas del Municipio Maracaibo*. Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, Maracaibo. Obtenido de <http://ojs.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/1707/3823>
- Gitnux. (2023). *GITNUXBLOG*. Obtenido de ¿Qué es un mapa de empatía, cómo crearlo y ejemplos?: <https://blog.gitnux.com/es/mapa-de-empatia-ejemplos/>
- Goldblatt, J. (2003). *Administración de eventos en las relaciones públicas*. Fontanella.
- Mañez, R. (s.f.). *rubén mañez*. Obtenido de Benchmarking en Social Media: ¿Qué es y cómo hacerlo?: <https://rubenmanez.com/benchmarking-en-social-media-que-es-y-como-hacerlo/>
- Marques Kneipp, J., Maffini Gomes, C., Schoproni Bichueti, R., Frizzo, K., & Perlin, A. P. (2019). Sustainable innovation practices and their relationship with the performance of industrial companies. *Revista de Gestão*, 94-111. doi:<https://doi.org/10.1108/REG-01-2018-0005>
- Miro. (s.f.). *Miro*. Obtenido de Moodboards: <https://miro.com/es/moodboard/que-es-moodboard/>
- Muñoz, M., & Villegas, E. (2021). La metodología Design Thinking para la innovación y centrada en la persona. En D. Autores: Eloy López Meneses (coord. Cobos Sanchiz, L. Molina García, A. Jaén Martínez, & A. Martín Padilla, *Claves para la innovación pedagógica ante los nuevos retos. Respuestas en la vanguardia de la práctica educativa*. (págs. 866-877). Octaedro. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/348657912_La_metodologia_Design_Thinking_para_la_innovacion_y_centrada_en_la_persona
- OIT. (2023). *Objetivo #8: Trabajo decente y crecimiento económico OIT*. Obtenido de Organización internacional de Trabajo: <https://www.ilo.org/global/topics/sdg-2030/goal-8/lang--es/index.htm>

- Ospina Reina, J. M. (2019). *LinkedIn*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/las-tres-etapas-para-realizar-un-excelente-evento-ospina-reina>
- OSTELEA. (17 de Noviembre de 2020). *OSTELEA*. Obtenido de Blog turismo: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/organizacion-de-eventos/retos-en-organizacion-de-eventos>
- Otero Alvarado, M. T. (2009). *Protocolo y organización de eventos*. Barcelona: UOC.
- Pelta Resano, R. (2013). Design Thinking. *Tendencias en la teoría y la metodología del diseño*. Universidad Oberta de Catalunya. Obtenido de https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/75946/4/Design%20Thinking.%20Tendencias%20en%20la%20teor%C3%ADa%20y%20la%20metodolog%C3%ADa%20del%20dise%C3%B1o_M%C3%B3dulo%204_Design%20thinking.pdf
- Pursell, S. (2021). *Hubspot*. Obtenido de ¿Qué es el benchmarking y qué tipos existen? (incluye ejemplos): <https://blog.hubspot.es/marketing/benchmarking>
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. *SciELO - Scientific Electronic Library Online*, 39-49. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592011000300004&lng=es&tlng=es
- Rosas Madrigal, G., Ruíz González, S., Martínez Hernández, N., Cantú Rodríguez, M., & Enríquez de León, A. (2018). Manual de Design Thinking. Monterrey: Universidad Tecnológica Santa Catarina. Obtenido de http://www.utsc.edu.mx/vidaEstudiantil/pdf/pdf_pades/manual_design_thinking.pdf
- Séraphinlcono, H., & Jarraud, N. (2021). COVID-19: Impacts and perspectives for religious tourism events. The case of Lourdes Pilgrimages. *Journal of Convention & Event Tourism*. doi:<https://doi.org/10.1080/15470148.2021.1906810>

- Sigala, M. (2020). "Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research". *Journal of Business Research*, 312-321. doi:10.1016/j.jbusres.2020.06.015
- Supardi, S., & Hadi, S. (2020). New Perspective on the Resilience of SMEs Proactive, Adaptive, Reactive from Business Turbulence: A Systematic Review. *Journal of Xi'an University of Architecture and Technology*, 1265-1275. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/341294514_New_Perspective_on_the_Resilience_of_SMEs_Proactive_Adaptive_Reactive_from_Business_Turbulence_A_Systematic_Review
- Wates, N., Wales, T. P., & Thompson, J. (2008). *The Community Planning Event Manual*. London: Earthscan. Obtenido de https://library.uniteddiversity.coop/REconomy_Resource_Pack/Community_Assets_and_Development/The_Community_Planning_Event_Manual-How_to_use_Collaborative.pdf
- Wright Garzón, M. R., & Montesdeoca Carrasco, M. F. (2020). Impacto de Eventos Innovadores para la Dinamización del Turismo. *INNOVA*. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1437/1745>

Anexos

Anexo 1: Mapa de actores



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 2: Mapa de empatía

Cuatro preguntas claves:

¿Qué piensa y siente?

- Hay muchas cosas por implementar en el manual, existe una gran oportunidad de mejora.
- Cada año el Congretur evoluciona y estará mucho mejor posicionada de lo que está actualmente.
- Debe de trabajar en conjunto el Congretur con diferentes marcas para su promoción.
- Utilizar los respectivos indicadores para realizar congresos
- Indicadores variables por el tipo evento.

- Reconocer que debe vender en un espacio de desarrollo de investigaciones en el Ecuador.
- Debe tener incentivos avanzados como espacio de discusión donde presenten investigaciones y ayudar a otros.
- Espacio para publicar sus investigaciones incluyendo estudiantes y profesores que se dedican a la consultoría y después a la investigación.
- Mejorar el marketing de la empresa.
- Tiempos de respuestas al escoger los ponentes.
- Sistematizar cada fase del manual.
- Características de eventos híbridas.
- Generar espacios de Networking.
- Generar un manual con agregados de valor.

¿Que ve?

- Las academias, industria turística y las OGD se ven interesados con la reactivación del Congretur.
- Las Universidades como la de Santa Elena están realizando congresos por su propia cuenta.
- Dinámica establecida en cada una de sus ediciones
- Normativas para un buen evento.
- Sin estándar de análisis en cuanto a la revisión y selección de trabajos que se presentan.
- La gente paga por ver los conferencistas magistrales.
- Manejo de tiempos al momento de exponer.
- Seleccionar los Quino speakers Nacionales e Internacionales de acuerdo al congreso.

- Desarrollar un congreso que se dedique tanto a la industria como a la investigación.
- Feedback de los Magistrales para los que recién empiezan en las investigaciones.
- Filtro por parte de Congretur tanto para estudiantes como ponentes.
- Costeo de evento por igual y tener las reglas claras para todos.
- Manual de funciones con los perfiles adecuados: previo, durante y después del evento.
- Modelo de evaluador de expositores.

¿Qué dice y hace?

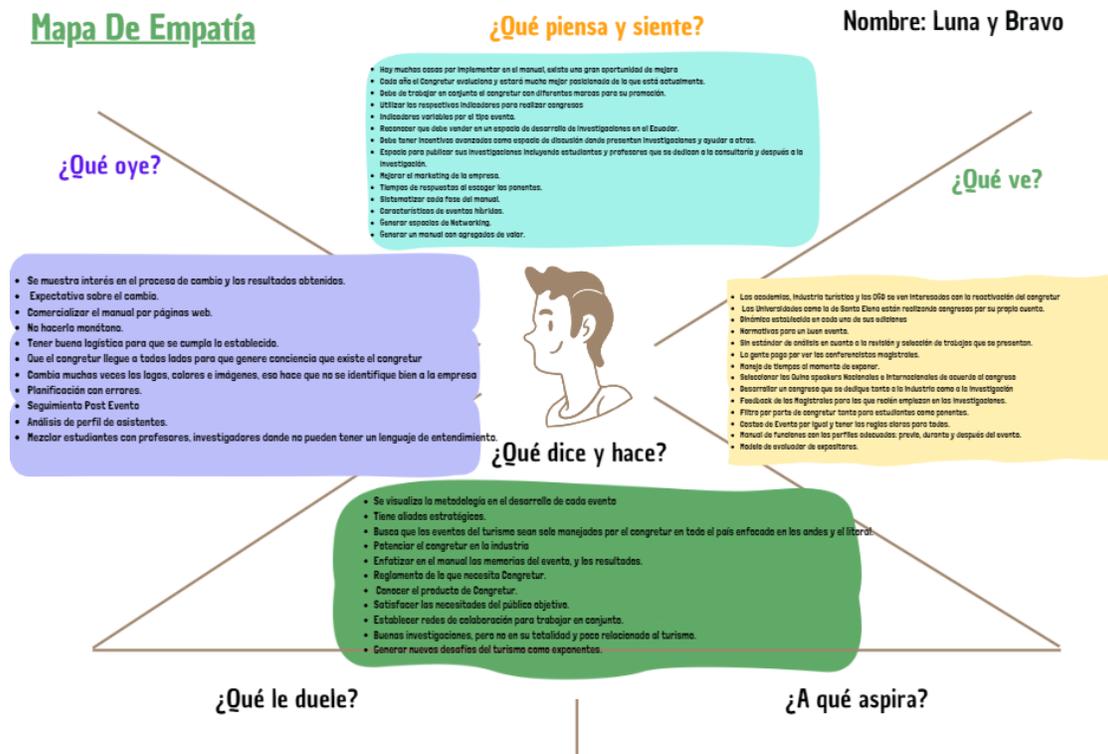
- Se visualiza la metodología en el desarrollo de cada evento.
- Tiene aliados estratégicos.
- Busca que los eventos del turismo sean solo manejados por el Congretur en todo el país enfocado en los Andes y el Litoral.
- Potenciar el Congretur en la industria
- Enfatizar en el manual las memorias del evento, y los resultados.
- Reglamento de lo que necesita Congretur.
- Conocer el producto de Congretur.
- Satisfacer las necesidades del público objetivo.
- Establecer redes de colaboración para trabajar en conjunto.
- Buenas investigaciones, pero no en su totalidad y poco relacionado al turismo.
- Generar nuevos desafíos del turismo como exponentes.

¿Qué oye?

- Se muestra interés en el proceso de cambio y los resultados obtenidos.
- Expectativa sobre el cambio.
- Comercializar el manual por páginas web.
- No hacerlo monótono.

- Tener buena logística para que se cumpla lo establecido.
- Que el Congretur llegue a todos lados para que genere conciencia que existe.
- Cambia muchas veces los logos, colores e imágenes, eso hace que no se identifique bien a la empresa
- Planificación con errores.
- Seguimiento Post Evento
- Análisis de perfil de asistentes.

Mezclar estudiantes con profesores, investigadores donde no pueden tener un lenguaje de entendimiento.



Fuente: *Elaboración propia de las autoras*

Anexo 3: Entrevista semiestructurada

Para la elaboración de estas entrevistas se realizaron varias actividades:

- Selección de entrevistados.
- Se Elaboró 7 preguntas abiertas.
- Estructura de la entrevista.
- Se Definió la plataforma (ZOOM) en la que se hará la entrevista.
- Se elaboró preguntas.
- Presentación y Cierre de la investigación.



Fuente: *Elaboración propia de las autoras*

Tabla 5: Codificación de entrevista a Javier Murillo

El manual del Congretur necesita más adelante ser comercializado de una forma tal en la que si una ciudad o una Universidad quieren tener el control, quieren hacer el congreso.	Manual comercializado
Como amenazas hay muchos de eventos, y no hay de eventos que se organizan en función de turismo. Ahora mismo, por ejemplo, en la península de Santa Elena se está desarrollando un Congreso de turismo.	Organización en función del turismo
Todos los actores turísticos esperan al Congretur para que ahí puedan presentar sus investigaciones, puedan presentar sus proyectos, puedan unirse todos los actores turísticos, entonces queremos de que todas las universidades del Ecuador tengan conocimiento de un Congreso de turismo en el país.	Actores turísticos
Cada edición ha tenido una metodología diferente.	Metodología
Cualquier empresa que compre o quiera el manual del Congretur no se le complique demasiado porque tiene una metodología estructurada.	Metodología
Con el Comité Científico del Congreso, es decir, que hay un grupo de profesionales detrás de todo esto que te revisan, que te ayudan a orientar la temática y lógicamente, de acuerdo con las tendencias que el turismo va cambiando cada año. No, entonces tú sabes que cada 28 de septiembre se celebra el Día Mundial del Turismo y ahí el de La OMT saca a nuevas tendencias, entonces, en función de eso, nosotros también proyectamos mucho.Cuál es la realidad del destino, cuál es la realidad de la Universidad.	Tendencias en el turismo

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 4: Preguntas de entrevista profunda

TEMA: “Diseño de un manual de evento para la reactivación y organización del evento CONGRETUR”.

ENTREVISTA A EXPERTO DE LA INDUSTRIA DE EVENTOS/PREGUNTAS

Objetivo 1: Identificar las prácticas más convenientes para la planificación de eventos turísticos a nivel nacional e internacional (consejos e información)

Preguntas

- ¿Cuáles son los principales elementos que deben considerarse al planificar un evento turístico exitoso, además que usted considere que son relevantes para usar?
- ¿Qué información específica debe proporcionarse en el manual para garantizar la organización y ejecución exitosa de un evento turístico?
- ¿Qué etapas y actividades son importantes considerar durante el desarrollo del manual para eventos?

Objetivo 2: Recopilar ejemplos de casos de éxito y lecciones aprendidas en la industria que sean una guía para nosotras en la elaboración del manual entendiendo la realidad de la industria de evento desde primera mano.

- ¿Cuál es su experiencia en la organización de eventos turísticos? ¿Podrías proporcionar algunos ejemplos destacados?
- ¿Cuáles son los desafíos más comunes que enfrentan los organizadores de eventos turísticos y cómo se pueden superar?
- En base a su experiencia en esta industria, ¿Cómo se puede medir el éxito de un evento turístico? ¿Qué indicadores clave de rendimiento (KPIs) utilizan comúnmente o qué otros indicadores?

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 5: Entrevista a Norma Cristina Bock “Organizadora de eventos”



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Tabla 6: Codificación de entrevista a Norma Bock

No se continúa con el plan para la captación de eventos, es decir, no es continuo.	No hay plan de capacitación de eventos
Es importante mencionarte que para tener un evento tienes que hacer un trabajo durísimo de comercialización. Y eso significa que tienes que haber promoción.	Promoción del evento
La continuidad para comercializar, y eso es para mí lo más importante en esta industria.	Comercialización
Eso a lo macro y a lo micro. Hablando de empresas profesionales, nos hace falta en prepararnos más en este sector en este segmento.	No hay plan de capacitación de eventos

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 6: Entrevista a Miguel Harraca



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Tabla 7: Codificación de entrevista a Miguel Harraca

Determinar si ese Congreso va a tener un fin de inscripción o no, o sea, todos los condiciona el objetivo.	Objetivo Específico
Indicador para un congreso corporativo, no es igual que en un indicador para un congreso asociativo, el asociativo, vuelvo a decir todo lo que tiene que ver con las profesiones.	Indicadores para un congreso
El durante es tener una buena organización logística para que todo lo que está planteado desde antes, hacer en un programa se cumpla, ¿no? Y eso tiene que ver con tener un dominio absoluto de la sede donde se hace de los horarios de todos los proveedores contratados de todos los prestadores de servicios, inclusive si hubiese hotelería, transportación, comidas, alimentos.	Logística
Grabar algunos vídeos muy cortitos de 30, 40 segundos de cada 1 de los speakers, no en el momento que están hablando, sino posterior para que dejen un mensaje para que de alguna manera se construya una historia hablada. Entonces de esa manera yo puedo decir, bueno, me resultó muy grato venir.	Memorias del evento

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 7: Entrevista a Ángel Calderón



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Tabla 8: Codificación de entrevista a Ángel Calderón

Coordinación logística, que, si bien es cierto, eran para 50 personas que es un número muy grande como el que se tuvo hace poco, que fue en la posición de la perfecta.	Logística
Hay que considerar varias cosas de la planificación, desde la conceptualización del evento.	Planificación
Es un congreso que aporta de manera científica académica al desarrollo del sector.	Comité científico
Tienes que generar las 3 etapas clave, que es la planificación.	Etapas del evento
La del pre evento antes, durante y después. Exacto el PREVENTO durante el post evento no son las etapas que tenemos que tener claras que debe tener un evento, pero en cada una de ellas tenemos que generar valores diferenciadores.	Etapas del evento
Tener la oportunidad de demostrar toda la ciudad a los	Actividades extracurriculares

expositores, invitados entre otros.

No hay todavía un mercado claro. De que la gente pueda aportar a eventos turísticos como congresos sobre turismo es simposio sobre turismo, seminario sobre turismo. Ya si nosotros abrimos el espectro ahí puede ser que se consideren, pero si alguien quiere invertir en un congreso con una temática específica, las empresas no lo ven rentable.

Organización en función del turismo

A mí me ha servido mucho el tema de la generación de momentos de experiencias.

Memorias del evento

Cuál fue su experiencia o qué te pareció más apropiada durante el evento. O sea, yo creo que ahí hay que generar encuestas de satisfacción. Esas encuestas de satisfacción son las que te indicarán o te medirán el nivel de satisfacción del evento y tiene que ser algo breve, algo que pueda la gente responderte rápidamente porque a veces vemos encuestas de una o dos hojas y eso la gente lo satura. Uno quiere rápido salir.

Encuestas de satisfacción

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 8: Entrevista MSC. Carla Ricaurte



Fuente: Elaboración propia de las autoras

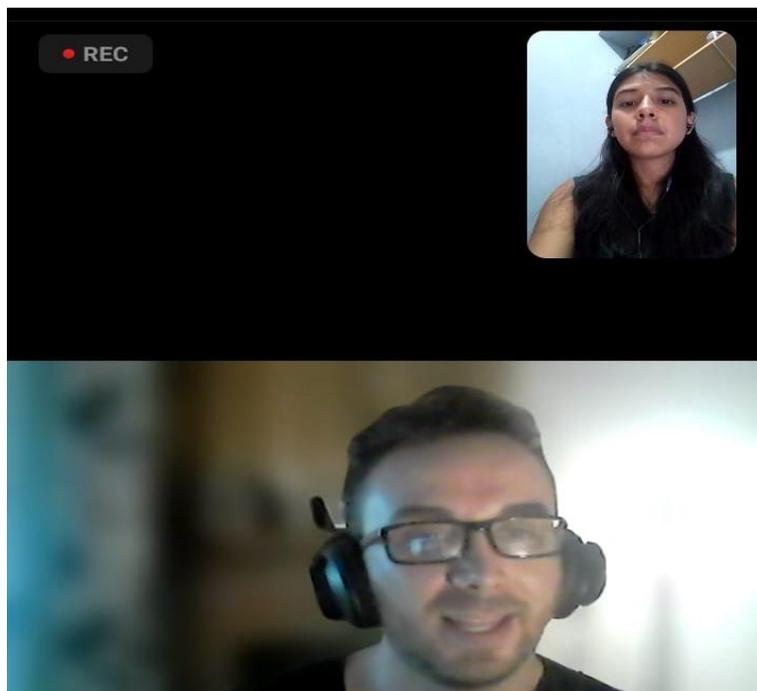
Tabla 9: Codificación de entrevista MSC. Carla Ricaurte

<p>El Congretur es una empresa privada en este caso no generalmente los congresos académicos de turismo no los organiza la empresa privada, sino la Academia. ¿Entonces, desde ese punto de vista, ya es un congreso, o sea, generalmente en los congresos académicos los organiza la Academia, o sea, las universidades, ¿verdad? Y ya los congresos profesionales o tienen otro nombre.</p>	<p>Organizador de eventos</p>
<p>Cuando en los congresos son académicos o son de investigación, tiene que haber un comité científico, entonces generalmente la Universidad que atiende el Congreso organiza ese comité científico, la Universidad anfitriona del Congreso académico organiza ese comité científico, pero aquí, como el anfitrión del Congreso, es una empresa.</p>	<p>Comité académico</p>
<p>Este lo que hace esta empresa es buscar un socio para que haga de comité científico y ese socio está en las universidades.</p>	<p>Comité científico</p>
<p>No tenía estándares de análisis del trabajo científico que se está presentando. Sí, no había ningún estándar, es decir, que llegan los trabajos científicos uno paga y el Congretur acepta.</p>	<p>No hay estándares de análisis</p>
<p>Entonces una de las cosas que ayudé a hacer en el año pasado fue establecer los estándares mínimos que necesita un artículo científico para que sea aceptado en el Congreso.</p>	<p>Aceptación de artículos</p>
<p>Ahora como parte de la Reditus, establecimos, qué exactamente íbamos al evaluar cada artículo. Ahora esto fue un primer paso personalmente.</p>	<p>Evaluación de artículos</p>
<p>El Congretur debe tratar de no solo ser no un congreso perfecto, sino venderse como un espacio para cooperación, de ayuda mutua para desarrollar mejor investigación en el Ecuador.</p>	<p>Comercialización</p>
<p>¿La gente por qué va o por qué paga para ir a un congreso por algo que se llama los Quino speaker? El Quino speaker son los conferencistas magistrales, entonces yo pago bueno para presentar mi trabajo y que me den retroalimentación, pero también porque quiero ver hablar a esta gente que es lo mejor en su ámbito.</p>	<p>Quino Speakers</p>
<p>Otra cosa que hay que mejorar es esta selección de Quino speaker y tiene que ser una muy buena relación entre gente internacional y gente nacional, pero quizás no es gente de la industria, sino gente de la Academia porque se supone que es un Congreso de investigación.</p>	<p>Selección de Quino Speakers</p>
<p>Al Congretur, como que le falta identidad, porque si es Congreso</p>	

académico quizás no está sirviendo las necesidades de la gente de la Academia.	Falta de identidad
Que le interesa mucho a la gente. Es tener un espacio para publicar, o sea, no solo hablar, sino que también hay una publicación escrita.	Espacio para publicar
Establecer relaciones, pero la principal es que los investigadores como tal vayan a exponer cada uno de sus nuevos descubrimientos con las tendencias o los retos que tienen para el turismo, tanto a nivel nacional o su experiencia a nivel internacional, que sirva como inspiración.	Establecer relaciones
El Congretur yo lo veo un poquito menos organizado en ese sentido, o sea, a mí no me queda tan claro qué es, sí, quizás esta comunicación de en el CIT Mí me queda clarísimo, es Academia, es industria.	Falta de organización
Como que no hay una imagen que te diga, Congretur no, claro, no hay una imagen establecida.	Falta de identidad

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 9: Entrevista a MSC. Sebastián Calle



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Tabla 10: Codificación de entrevista a MSC. Sebastián Calle

<p>Los tiempos de respuesta en los procesos de escoger a los ponentes. Normalmente los congresos son como darse horror, explotaron en respuesta a quienes fueron escogidos como ponentes. Demás, en este caso no, en este caso sí el tiempo de respuesta fue bastante rápido.</p>	<p>Selección de Quino Speakers</p>
<p>Y hay que manejar mejor la organización del evento en esa modalidad, porque ahorita cómo va la convivencia, todos los eventos van a ir por ese lado van a hacer.</p>	<p>Organización de eventos</p>
<p>Sí nos hubiera gustado tener un espacio de conexión Networking en el que yo pueda juntarme con todas las personas que investigan en planificación</p>	<p>Conexión Networking</p>
<p>Hay planificación, pero con muchos errores y no con el tiempo necesario ni tampoco ha sido un modelo de perfección de eventos. Es un poquito responder a los requerimientos que hay ahorita en el en el lugar o que las personas tienen.</p>	<p>Mejorar Planificación</p>
<p>Tampoco se hizo un análisis del perfil de los asistentes, creo que fue muy genérico y se cae en errores graves.</p>	<p>No hay estándares de análisis</p>
<p>Mezclar estudiantes con profesores y profesores con investigadores sin que puedan tener un entorno en el que puedan conversar de una manera articulada y un lenguaje académico de discusión académica podría traer problemas.</p>	<p>Espacio de discusión</p>
<p>La misma Universidad se nos daba la oportunidad de hacer actividades extracurriculares, pues se acaba el Congreso a las 6 y nos llevaban a conocer o estar en espacios públicos de la ciudad de Bogotá, inclusive ellos mismos nos generaban actividades típicas como danza exposiciones gastronómicas.</p>	<p>Actividades extracurriculares</p>
<p>El del Congreso de investigación turística de España en las Islas Baleares, algo que me llamó mucho, mucho la atención allá fue que todo lo trabajaron a través de una aplicación móvil.</p>	<p>Aplicación móvil</p>
<p>En la aplicación móvil tenía todo, tenía la información de las ponencias, la información del ponente, los datos de contacto del ponente, las redes sociales, sobre todo en Link del ponente, para poderle seguir o hacerle alguna consulta extra.</p>	<p>Aplicación móvil</p>

Sistematizar los pasos de cada fase del evento.	Logística
Evento en forma Híbrida.	Eventos Híbridos
Manual de funciones de cada persona que va a colaborar previo, durante y después del evento.	Logística
Formatos de como medir la satisfacción.	Encuestas de satisfacción
Las bases deben ser siempre básicas de un evento son el pre-evento, el evento y el post evento, algunos lo llaman planificación, operación y ejecución como ustedes lo quieren, pero en la etapa de planificación hay que comenzar a identificar.	Etapas del evento
En la parte del evento o ejecución del evento. Ahí sí debo tener claro cuáles van a ser mis condiciones de trabajo. Cuáles son las funciones de cada comisión, cómo voy a distribuir el trabajo, cuáles son las horas que voy a ejecutar para cada 1 de los trabajos, como voy a costear exacta y la parte del post de evento siempre, sí o sí, tiene que estar una evaluación del servicio o una evaluación del evento.	Logística
Podemos utilizar un modelo de calificación o de evaluación de cada expositor o exposición y de cada zona de trabajo de cada área de trabajo que te pueden evaluar el continente que se puedan evaluar las actividades de animación que te puedan evaluar el sitio ciertamente estructura fueron.	Encuestas de satisfacción

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 10: Benchmarking

Se realiza el benchmarking a través de los sitios web, recogiendo funcionalidades claves, bajo las cuales se evalúan en cada característica. A partir de la evaluación se utilizó 2 colores; verde y rojo para la segmentación, donde el color verde son aquellos competidores que cuentan con las características indicadas en la matriz.

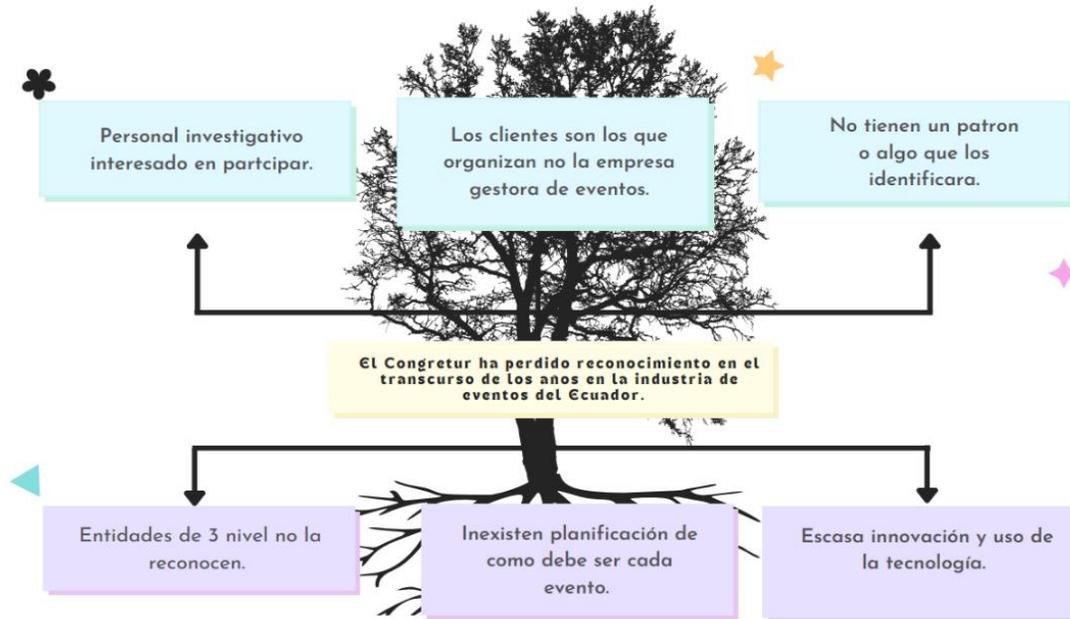
- El CIT, CIDE Y CONGRETUR tienen color verde en la categoría de la sostenibilidad porque cada una de estas empresas se basan en realizar eventos basados en la Sostenibilidad.

- El CIT no cuenta con un presupuesto establecido como el CIDE y el Congretur.
- Los Aliados en esta industria debe de ser uno de los principales temas importantes, así como cuenta el CIT y el Congretur, y que el CIDE no tiene buenos Aliados.
- Las Estrategias para lograr un evento de éxito lo tiene el CIT y el Congretur, y en este caso el CIDE no cuenta una estrategia establecida.
- La Innovación es fundamental en la industria y las 3 empresas cuentan esta característica.
- Espacio de Difusión y Debate cuenta el CIDE y el Congretur en cada uno de sus eventos y que no lo tiene el CITE.
- EL CITE cuenta con una estructura interna y el CIDE y Congretur no lo tiene establecido.
- Las 2 empresas de la competencia cuentan con certificaciones de sus eventos al igual que el Congretur.



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 11: Árbol de Problema



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 12: FODA

Matriz FODA o matriz DAFO

Objetivo:
Realizar un autoanálisis para plantear posibles nuevas estrategias, a partir de la fotografía del momento actual.

00:40

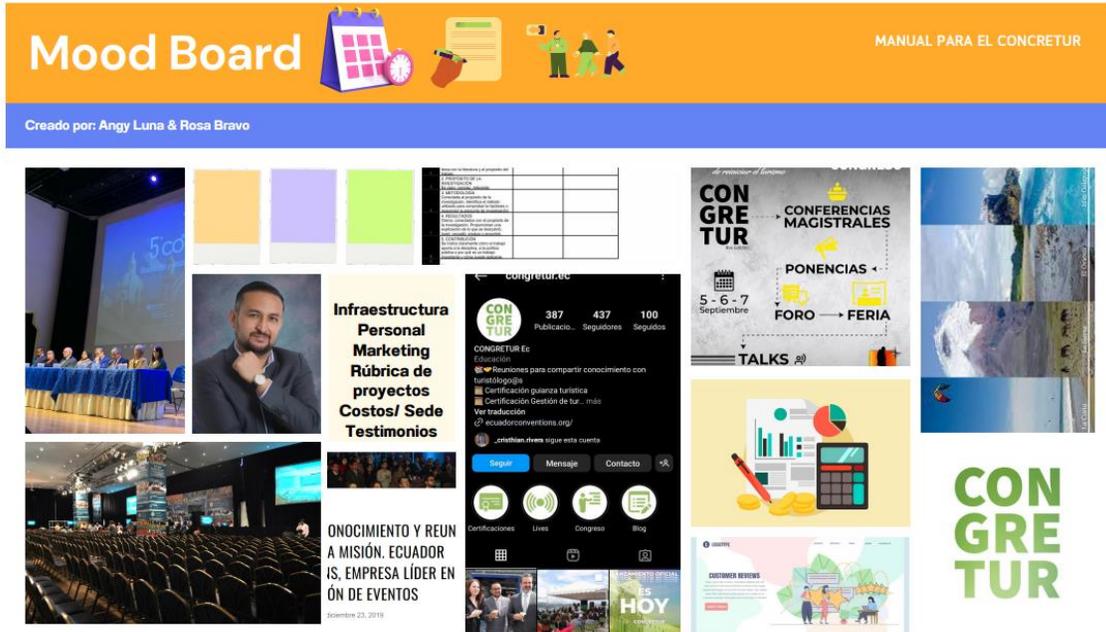
+ Información

Proyecto: Diseño de un manual de evento para la reactivación y organización del evento CONCRETUR.		Versión:
Equipo: Angy Luna y Rocca Bravo	Fecha:	
Observaciones:		

<p>Fortalezas <small>Características y habilidades favorables propias.</small></p> <ul style="list-style-type: none"> • Organización reconocida. • Recurso humano capaz. • Variedad de <u>Sponsor</u>. 	<p>Oportunidades <small>Factores externos favorables.</small></p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo colaborativo entre el sector público y privado. • Conocimiento sobre los cambios de la industria en general. • Nuevas formas de hacer eventos, ya que permiten llegar a más
<p>Debilidades <small>Carencias y limitaciones propias.</small></p> <ul style="list-style-type: none"> • Limitación de presupuesto. • Que posibles clientes que apuntan no definido. • Misión y Visión no clara. 	<p>Amenazas <small>Factores externos desfavorables.</small></p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia. • Ecuador no hay conocimiento claro sobre los eventos. • Cambio en el sector público impide la comercialización.

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 13: Mood Board



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 14: Mockup

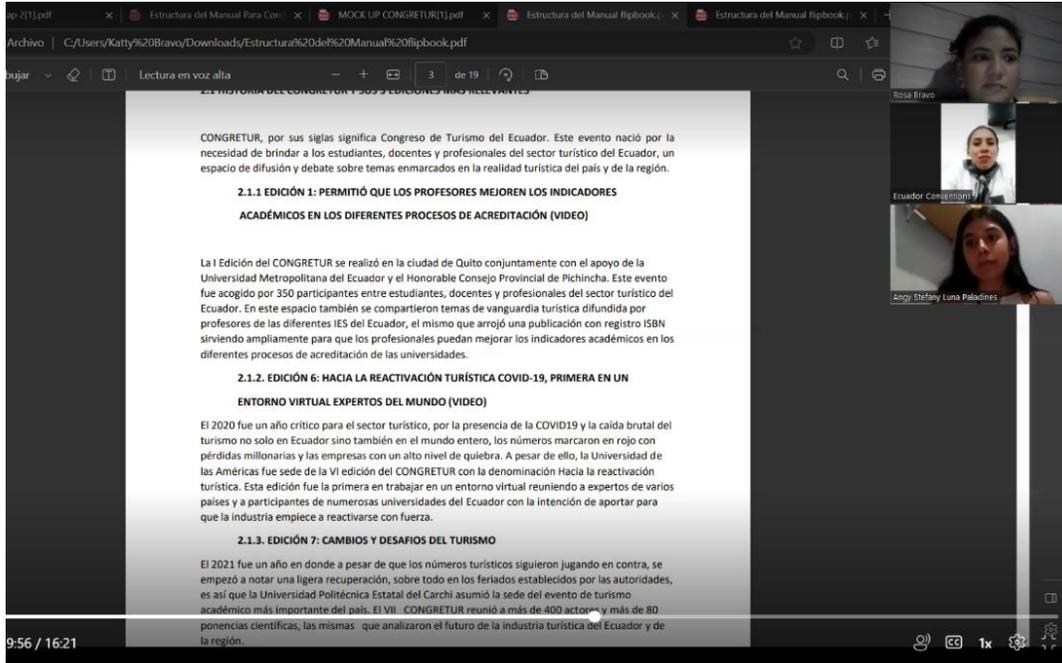




Fuente: Elaboración propia de las autoras

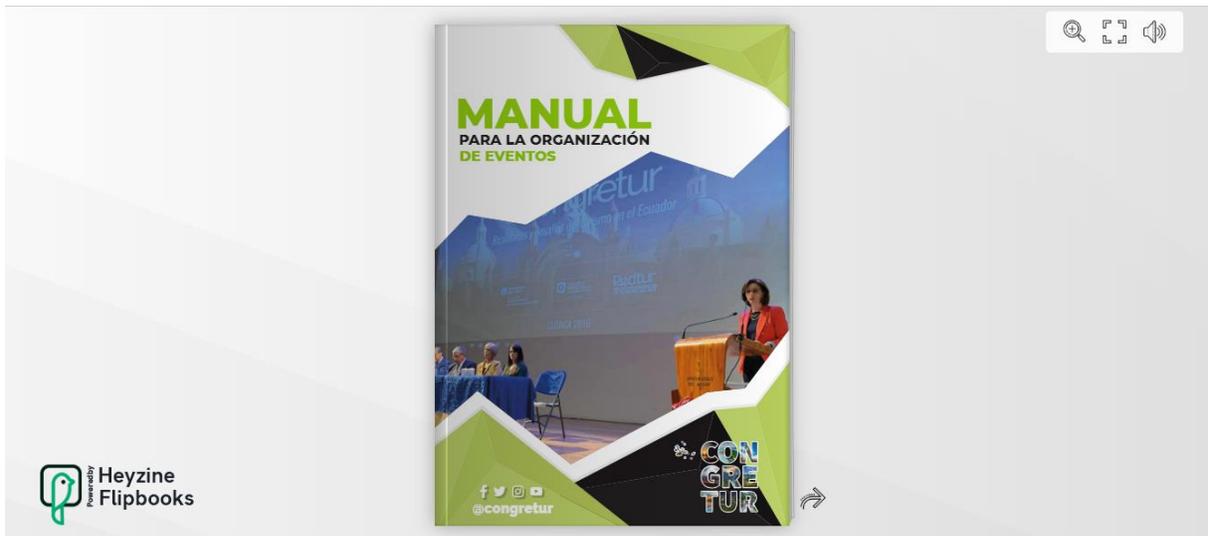
Anexo 15: Matriz y entrevista para Feedback

	<p>Apuntes de Testeo Objetivo: Recopilar toda la información de las técnicas de testeo.</p> <p>00:40 + 👤👤👤 🌈</p>	<p>+ Información</p>	<table border="1"> <tr> <td>Proyecto:</td> <td>DISEÑO DE UN MANUAL DE EVENTOS</td> <td>Versión:</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Equipo:</td> <td>LUNA Y BRAVO</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Observaciones:</td> <td colspan="3"></td> </tr> </table>	Proyecto:	DISEÑO DE UN MANUAL DE EVENTOS	Versión:		Equipo:	LUNA Y BRAVO			Observaciones:			
Proyecto:	DISEÑO DE UN MANUAL DE EVENTOS	Versión:													
Equipo:	LUNA Y BRAVO														
Observaciones:															
<p> ¿Qué funciona?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para el diseño del Manual 	<p> ¿Qué se puede mejorar?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la línea grafica • Usar fuente <u>Monerrart</u> que usa la empresa • Cambio de Logo establecido por el diseñador gráfico de la empresa • Usar fondo de naturaleza, bajando la <u>opacidad</u> para que se vea mas sutil 														
<p> ¿Qué preguntas nos hacen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • En que nos basamos para realizar el diseño de la portada. • Por que elegimos los colores negro verde. 	<p> ¿Qué ideas nos proponen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usar líneas orgánicas • Jerarquía tipo grafica de lo que desea proyectar el concretur. • Texturas tipográfico y efectos • Colores verdes y blanco 														



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 16: Prototipo final de proyecto



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 17: Contenido del Prototipo del manual del Congretur



CONGRE TUR

SOBRE NOSOTROS

CONGRE TUR por sus siglas significa Congreso de Turismo del Ecuador. Este evento nació por la necesidad de brindar a los estudiantes, docentes y profesionales del sector turístico del Ecuador, un espacio de difusión y debate sobre temas enmarcados en la realidad turística del país y de la región.

Dirigido a: Profesionales, actores turísticos y de áreas afines que tengan el interés de presentar trabajos de investigación y/o se desempeñen como profesionales investigadores, directores de proyectos turísticos, gerentes empresariales, gestores turísticos de Ecuador y el mundo, expertos de diversas disciplinas que participen en proyectos de investigación.

Estudiantes y egresados de pregrado y posgrado relacionadas con los diferentes temas del congreso y profesores de los diferentes centros universitarios del Ecuador.

Alcance académico y de investigación
Enfocado en 3 líneas de investigación:

- 1- Gestión de los recursos naturales para el turismo sustentable.
- 2- Gestión de los recursos culturales para el turismo sustentable.
- 3- Gestión del territorio para el turismo sustentable.

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CONGRE TUR

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

EQUIPO DE TRABAJO



Francisco Javier Mullo Sosa 01
Organizador profesional de congresos, ferias, y actividades Educativas (Educación y turismo internacional)



Carolina Parreño Carzón 02
Directora comercial



Angeles Parreño Carzón 03
Maestría y licenciada (Marketing, PMS, Bilingüe)



Rita Sosa Egúez 04
Agente Junta de congresos

NUESTRA FILOSOFÍA

01

VALORES

- Resiliencia creativa
- Liderazgo inteligente
- Innovación
- Ética
- Justicia

02

VISION

Se basa en la organización profesional de congresos y en la industria PMS, para el turismo sustentable e internacional.

03

MISSION

Reunir al mundo a través del conocimiento.

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CONGRE TUR

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

ALIADOS





UMET
UNIVERSIDAD METROPOLITANA



UEA
UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA



UPEC



UNIVERSIDAD DEL AZUAY



wda



PREFECTURA CHIMBORAZO



S.O.R.G.
WWW.CENTRODELMUNDO.ORG

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

EDICIONES



El Congreso de Turismo del Ecuador

CONGRETUR

FOUR WORLDS IN ONE PLACE

EDICIONES CONGRETUR

2015 I EDICIÓN ●●●

La I Edición del CONGRETUR se realizó en la ciudad de Quito conjuntamente con el apoyo de la Universidad Metropolitana del Ecuador y el Honorable Consejo Provincial de Pichincha en este espacio-tiempo se compartieron temas de gran relevancia abordados por profesionales de las diferentes E.U. del Ecuador.

2016 II EDICIÓN ●●●

II Edición del CONGRETUR se realizó en el 2016 en las instalaciones de la UPSE en la provincia de Santa Elena. La participación de estudiantes y profesionales en el CONGRETUR ayudó a generar varias mesas de trabajo y presentaciones de proyectos estudiantiles.

2017 III EDICIÓN ●●●

III Edición del CONGRETUR se la desarrolló en la hermosa provincia caecanítica en el 2017 en la Universidad Estatal Amaluza promovió con especial énfasis, la cooperación entre las regiones del Ecuador y estas países de América Latina, el intercambio de experiencias turísticas y de desarrollo de destinos turísticos así como las prácticas sostenibles dentro de la sociedad y la transformación de conocimiento.

2018 IV EDICIÓN ●●●

La IV Edición reunió al menos 500 participantes con la clara intención de analizar el impacto que se ha provocado el desarrollo del turismo en el Ecuador, para ello, la Universidad Central del Ecuador fue la sede de este evento, generando un libro de actas y obteniendo la publicación científica a través de la revista 360°/360°.

El Congreso de Turismo del Ecuador

El Congreso de Turismo del Ecuador

CONGRETUR

2019 V EDICIÓN ●●●

En el año 2019 la Universidad del Azuay fue el escenario de la V Edición de CONGRETUR, en lo mismo se realizó una jornada de Conferencias magistrales y ponencias así como también la exhibición de que estos especialistas turísticos sean parte de la feria turística que permitió conocer los productos que el sector ecuatoriano produce y distribuye a lo largo y ancho del país.

2020 VI EDICIÓN ●●●

Durante el año 2020, el mundo entero sufrió un cambio radical en todas las actividades productivas, en dicho año la presencia de COVID obligó a que la presencialidad y la digitalización se convierten en el principal desafío para lograr transformar el mundo y acelerar los procesos productivos de la industria.

2021 VII EDICIÓN ●●●

Para el 2021, la Universidad Politécnica Estatal del Cacha, tuvo la honra y el honor de ser la VI Edición de CONGRETUR en esta edición fueron parte de 400 participantes en modalidad virtual, quienes exploraron a través de temáticas involucradas con COVID y la transformación del futuro mundial.

2022 VIII EDICIÓN ●●●

En el año 2022 en donde CONGRETUR celebra su octava edición en el Auditorio del Consejo Provincial de Chimborazo como parte del ENTUR, esta edición se realizó de manera presencial luego de la decisión de todo el sector turístico en la hermosa ciudad de Baboay, esta edición tuvo el aval académico de la Universidad Técnica de Machala.

El Congreso de Turismo del Ecuador

EVENTOS

El Congreso de Turismo del Ecuador

CONGRETUR

TIPOS DE EVENTOS

CONGRESOS

Duración: Promedio de 3 a 5 días.
 -Confrontación entre un grupo de personas de una misma especialidad.
 -Se presentan ponentes expertos a nivel nacional o internacional.
 -Su programación incluye actividades recreativas y turísticas.

SEMINARIOS

Duración: Promedio entre 50 minutos a 3 horas.
 -Se componen de 3 partes: Fase de exposición (presentada o moderador que habla sobre temas más recientes), Fase de discusión (resumen, sesión y evaluación de trabajo) y por último la Fase de conclusión o recomendación.

CONFERENCIA

Duración: Promedio de 45 minutos a 3 horas.
 -Exposición de un experto, donde utiliza su metodología teórica para presentar los resultados de su propia investigación.

TALLERES

Duración: Depende de la temática del taller puede durar de 1 a 2 horas.
 -Práctico para que los asistentes experimenten, compartan y construyan sus estudios (autodidactas).
 -Se debe dar al cliente una certificación y la copia de estos.



El Congreso de Turismo del Ecuador

CONGRE TUR

4 IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA
En esta sección se hace una verificación que todo lo planeado en la etapa 1 del evento se este cumpliendo, esta verificación se la puede realizar mediante dos herramientas haciendo un check list de actividades y tiempo en una hoja de ruta.

5 CLAUSURA DEL EVENTO
Se realiza la despedida del evento que puede ser realizado en la sede o en un launch o cena, es cuestión de como haya decidido las autoridades.

6 REALIZACIÓN DE EVENTO SOCIAL
Los eventos sociales se pueden realizar en cualquier momento del desarrollo del evento, dichos actos deben estar destinados tanto a ponentes como participantes, ya que es la línea roja donde pueden establecer conexiones.
Actividades gastronómicas: Cena de gala o banquetes.
Recordatorios turísticos: Tour por ruta de atractivos, artesanía y naturaleza.
Representaciones musicales: conciertos, fiestas, recitales.

El Congreso de Turismo del Ecuador

El Congreso de Turismo del Ecuador

CONGRE TUR

POST EVENTO

Encuesta de evaluación para recolectar información de las personas que asistieron al evento y trabajar con la gestora para entender el éxito y mejoras que podría tener para futuras ediciones. Estas pueden ser enviadas por correo electrónico o ser visualizadas al escanear un código QR ubicado en las puertas de la ceremonia.

01 EVALUACIÓN PARA ASISTENTE
En esta encuesta pueden recibir la expectativa que tuvieron con la realidad del evento.

02 EVALUACIÓN PARA PONENTES
En este formulario se podrá determinar la recepción de sus presentaciones en el evento.

03 EVALUACIÓN PARA LOS CLIENTES
Se evaluará la habilidad de planificación, dirección, ejecución, comunicación y desarrollo que desarrolló el evento, además de evaluar el trabajo realizado del equipo organizativo.

El Congreso de Turismo del Ecuador

El Congreso de Turismo del Ecuador

CONGRE TUR

MEMORIAS
Después de realizar un evento es importante analizar y evaluar las acciones que se tomaron para crear las memorias donde se coloca información del evento realizado, lo mejor y lo que hay que mejorar, además documentación fotográfica del mismo que sirva de referencia a los organizadores y participantes para otras ediciones.

CERTIFICACIONES
Los certificados serán emitidos para todas aquellas personas que han cumplido con la inscripción correctamente en este evento, el envío se generará al correo electrónico de los usuarios registrados. Al culminar el acto, este tendrá una relevancia de 40 horas académicas que serán avaladas por la Senecyt.

El Congreso de Turismo del Ecuador

El Congreso de Turismo del Ecuador

CONGRE TUR

VIRTUALIDAD EN LOS EVENTOS

BENEFICIOS
Permite tener una mayor cantidad de asistentes y ponentes, ya que no existe problema con la movilidad.
 Reduce costo en presupuesto.
 Mayor difusión del evento.

PLATAFORMA A USAR
La plataforma a usar más recomendable es Zoom, donde el uso Zoom Web Portal permite que se trabaje en directo la reunión o una red social en caso de ser necesario.

ENGAGEMENT
Para aumentar el interés y la comunicación con los asistentes se implementa:
Preguntas y respuestas en vivo: Donde el asistente se envía parte de los diálogos que se dan en el momento, para esto se puede usar la app Mentimeter.
Encuestas: Donde los usuarios que asistieron colocaron su retroalimentación para poder evaluar que tan atractivos cobijaron a las puntas requeridas por los ponentes. Para esto se puede usar app Kahoot! y Quizizz.

El Congreso de Turismo del Ecuador

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 18: Plantillas utilizadas dentro del prototipo del manual del Congretur

CON GRE TUR

PLANTILLA PARA LA SELECCIÓN DE LA SEDE

Fecha: [Fecha de la reunión o decato]

Aunto: Selección de la sede para el evento

Estado: [Nombre del comité o persona responsable]

Estado: [Nombre del comité o persona responsable]

Espere que le encuentre bien. Estamos en una etapa emocionante de selección del lugar para nuestro próximo Congreso. A continuación, preparamos una plantilla que puede servir como guía para evaluar y seleccionar.

Criterios de Selección:

- Accesibilidad y ubicación**
 - Proximidad a aeropuertos, estaciones de tren o metro, terminal de autobuses.
 - Conexiones eficientes de transporte público.
 - Facilidad de acceso desde diferentes zonas geográficas.
- Capacidad de espacio:**
 - Capacidad adecuada para dar cabida a los asistentes invitados.
 - Espacios adaptables para conferencias, talleres y actividades externas.
- Infraestructura tecnológica:**
 - Equipos audiovisuales de alta calidad.
 - Conectividad a Internet estable y de alta velocidad.
- Alcance:**
 - Opciones de alojamiento cercanas y variadas para diferentes presupuestos.
- Instalaciones de comedor:**
 - Restaurante y opciones de comida en la cercana o dentro del recinto.
- Recursos e instalaciones:**
 - Acceso a atractivos turísticos y culturales para enriquecer la experiencia de los asistentes.
- Presupuesto:**
 - Acceso a atractivos turísticos y culturales para enriquecer la experiencia de los asistentes.
- Soporte local:**
 - Disponibilidad de personal local para asistencia logística.
- Reputación y Experiencia:**
 - Historial de organización exitosa de eventos similares.

Proceso de evaluación:

- Recogida de propuestas de espacios interesados.
- Evaluación de propuestas en base a los criterios mencionados.
- Posibles visitas a los sedes finalistas para evaluar personalmente la infraestructura.
- Análisis de costos y beneficios para cada opción.
- Discusión y toma de decisiones por parte del comité organizador.

Por favor, tómese el tiempo necesario. Aprecio su dedicación.

Atentamente:
[Su nombre] [Su cargo] [Su información de contacto]

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CON GRE TUR

PLANTILLA PARA LA ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO

Esta variables pueden ser usadas en su totalidad o combinadas dependiendo del objetivo de la edición del evento.

Nombre del evento:

Fecha del evento:

Ubicación del evento:

Resumen del presupuesto:

- Ingresos**

Tipos de ingresos	Fórmula
Tarifa de inscripción	(Número de participantes) x [Cantidad] = [Total]
Patrocinio	Ingresos totales por patrocinio (Suma de los montos del patrocinio)
Fuentes de financiamiento	Ingresos totales de financiación (Suma de los montos de financiación)
Ingresos varios (esponsor)	Total de ingresos varios (Suma de los montos de ingresos varios)
Total de ingresos	Ingresos totales (Suma de todas las fuentes de ingresos)
- Costos**

Elementos o categorías	Cantidad	Costo Unitario	Total
Sede y Logística			
1. Alquiler del lugar			
2. Seguro audiovisual			
3. Simuladores y decoraciones			
4. Otros gastos relacionados al lugar			
Costos totales de sede y logística			
Speaker o invitados			
1. Honorarios de los speakers			
2. Viáticos y alojamiento para speakers			
3. Obsequios e honorarios para oradores			
Costos totales de speaker o invitados			
Marketing y promoción			
1. Impresión de material de marketing			
2. Patrocinio online (Facebook, Radio Social)			
3. Diseño y branding (video publico, etc.)			
Costos totales de marketing y promoción			
Catering y refrigerios			
1. Comida para los participantes			
2. Bebidas y Snacks			
3. Consideraciones dietéticas especiales			
Costos totales de catering y refrigerios			

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CON GRE TUR

Elementos o categorías	Cantidad	Costo Unitario	Total
Administrativa y varios			
1. Personal del evento			
2. Seguro o Seguro de Seguro			
3. Fondo de Contingencia			
Total administrativo y varios			
Costos Totales (Suma de todos los categorías de gastos: sede, catering, marketing, catering)			

3. Resumen del presupuesto

Ingresos totales - Costos totales = [Saldo presupuesto neto]

Si el saldo presupuesto neto es **positivo**, es posible que NO se requiera financiamiento adicional.

Si el saldo presupuesto neto es **negativo**, es posible que se requiera financiamiento adicional.

4. Notas y apuntes

Personal de contacto:

Teléfono: **Email:**

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CON GRE TUR

PLANTILLA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA ACADÉMICO

Esta plantilla puede ser modificada según el objetivo de la edición o desarrollo.

Fecha(s) del evento: [Fecha de inicio] - [Fin]

Día 1

Tema: [Tema del día]

Hora: [Hora de inicio] - [Hora de finalización]

Registro y Bienvenida: [Hora de inicio + 30 min]

Registro y distribución.
[Discurso de bienvenida del [Chair principal/Organizador del evento]

Sesión inaugural: [Hora de inicio + 30 minutos] - [Hora de finalización]

Ponente: [Discurso principal]

Tema: [Tema principal]

Sesión de preguntas y respuestas: [Hora de finalización 15 minutos]

Pausa para el café: [Hora de finalización] - [Hora de finalización + 15 minutos]

Panel de discusión: [Inicio del panel de discusión] [Hora de finalización + 15 minutos] - [Hora de finalización + 1 hora]

Moderador: [Nombre del moderador]

Panelistas: [Nombres y afiliaciones de los panelistas]

Discusión sobre: [Temas de discusión]

Preguntas y respuestas de la audiencia: [Hora de finalización + 10 minutos]

Pausa para el almuerzo: [Hora de finalización + 1 hora] - [Hora de finalización + 2 horas]

Talleres Prácticos: [Hora de finalización + 2 horas] - [Hora de finalización + 4 horas]

Taller 1: [Inicio del taller]

Facilitador: [Nombre del facilitador]

Taller:

Facilitador: [Nombre del facilitador]

Sesión de Networking: [Hora de finalización + 4 horas] - [Hora de finalización + 4 horas + 30 min]

Establecimiento informal e intercambio de ideas.

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CON GRE TUR

PARA LA ELABORACIÓN DE LA IMAGEN DE PROMOCIÓN DEL EVENTO

Crea una identidad gráfica cohesiva y eficaz para eventos académicos en el campo del turismo. Implica una planificación cuidadosa y atención al detalle. Aquí hay algunos elementos específicos a considerar:

- 1. Tema y Concepto:**
Concéntrate por detrás del tema del evento académico. Este tema guiará toda la identidad gráfica. Considere los conceptos, ideas y metáforas visuales clave asociadas con el tema.
- 2. Paleta de colores:**
Elige una paleta de colores que se alinee con el tema y enfoque las emociones deseadas. Considere la posibilidad de utilizar colores asociados con el futuro, como tonos tierra, azules (agua y cielo) y acentos vibrantes para representar diversas culturas y destinos del Ecuador.
- 3. Tipografía:**
Selecciona un conjunto de fuentes que reflejen el tono del evento. Para eventos académicos, opta por fuentes claras y legibles para todo el texto, y considera usar una combinación de fuentes para los títulos, subtítulos y el cuerpo del texto para crear una jerarquía visual.
- 4. Logotipo o estilema:**
Crea un logotipo o estilema único que encapsule la esencia del evento. Esto puede incluir símbolos icónicos relacionados con el futuro, la educación o el enfoque del evento.
- 5. Elementos visuales:**
Incorpore elementos visuales relevantes que resuman con el tema, como imágenes de puntos de referencia, mapas, gráficos estadísticos o personas involucradas en actividades académicas o relacionadas con el futuro.
- 6. Fotografía e imágenes:**
Utilice imágenes de alta calidad que se alineen con el propósito del evento. Incluya imágenes de destinos turísticos populares, experiencias culturales y entornos académicos.
- 7. Gráficos e íconos:**
Desarrolle gráficos e íconos personalizados que integren diferentes aspectos del futuro y la academia, como mapas de viaje, entornos de aprendizaje, iconos culturales y temas de investigación.

El evento será difundido por sus redes sociales.






"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CON GRE TUR

PLANTILLA DE TIPOS DE MONTAJE PARA EVENTOS



Montaje Imperial

Las sillas se distribuyen en torno a una mesa con un ancho no mayor a 120 centímetros. Esta propuesta es ideal para reuniones, cenas de empresa y juntas de negocios.



Montaje Auditorio

Sillas colocadas una al lado de otra y en hileras orientadas al frente del escenario principal. Esta propuesta es ideal para conferencias, seminarios, reuniones de carácter informativo, exposiciones, conciertos, obras teatrales.



Montaje Escuela

Recomendado en eventos donde los asistentes van o toman apuntes y son de larga duración como talleres. Las sillas y mesas están orientadas hacia el presentador.



Montaje de Hermandad

Las sillas y mesas son ubicadas para formar una U. Esta propuesta es ideal para asambleas, reuniones y debates.



Montaje Cóctel

Se utilizan mesas altas para eventos enfocados en actos sociales como inauguraciones.



Montaje Mesa Redonda

Mesas forman un cuadrado con espacio libre en medio. Esta propuesta es ideal para juntas, grupos de trabajo, debates.






"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CON GRE TUR

PLANTILLA PARA LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA DEL EVENTO

Memoria de evento: (Nombre del evento)

Fecha: (Fecha del evento)

Ubicación: (Lugar del evento)

Resumen ejecutivo

En esta sección, proporcione una descripción concisa de los aspectos más destacados y los logros del evento.

- 1. Introducción:**
Cree una breve introducción al evento, enfatizando su importancia.
- 2. Organización y planificación:**
Detalle cómo se planificó y organizó el evento. Incluya detalles sobre el equipo organizador, las responsabilidades de cada miembro, el proceso de selección del lugar, el desarrollo del programa, la logística y cualquier otro aspecto pertinente.
- 3. Programa y actos:**
Presente un cronograma detallado del evento, que abarque sesiones, charlas, talleres, actividades recreativas y cualquier otro componente crucial. Resalte a los ponentes y los temas tratados en el evento, además, una pequeña reseña de los ponentes.
- 4. Participantes:**
Proporcione información sobre la cantidad de asistentes y de dónde provinieron (perfil del cliente).
- 5. Actividades clave:**
Destaque las actividades que tuvieron un impacto notable en el evento. Esto podría incluir discursos memorables, etc.
- 6. Resultados y logros:**
Detalle los resultados alcanzados en relación con los objetivos establecidos. Esto puede implicar datos cuantitativos como cifras de asistencia, cifras de recaudación de fondos (si corresponde), cobertura de los medios, así como aspectos cualitativos como comentarios positivos recibidos.
- 7. Desafíos y lecciones aprendidas:**
Discuta los desafíos enfrentados durante la organización o ejecución del evento y cómo se abordaron. Resalte las lecciones aprendidas que podrían ser beneficiosas para las futuras ediciones del evento.
- 8. Conclusiones:**
Proporcione una sección de conclusiones que resuma el evento y sus principales logros. Puede expresar gratitud a los patrocinadores, colaboradores, oradores y asistentes, así como describir cualquier posible esfuerzo futuro relacionado con el evento.
- 9. Anexos:**
Incluya cualquier material complementario que pueda mejorar el informe, como fotografías del evento, programas impresos, materiales promocionales, extracto de discursos importantes y así.
- 10. Información de Contacto:**
Ofrezca datos de contacto para consultas o seguimientos relacionados con el reporte del evento.






"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CON GRE TUR

EVALUACIÓN PARA EL CLIENTE

La presente encuesta pretende recolectar información de importancia sobre algunos aspectos del evento (nombre del evento). Marque con un círculo (O) o con una equis (x), la opción que desee.

Valoración:
 1= Deficiente
 2= Regular
 3= Bueno
 4= Muy bueno
 5= Excelente

Nombre del organizador:

Item	Valoración				
1. ¿Es responsable?	1	2	3	4	5
2. ¿Es organizado?	1	2	3	4	5
3. ¿Sabe delegar tareas?	1	2	3	4	5
4. ¿Es comunicativo?	1	2	3	4	5
5. ¿Es productivo o proactivo?	1	2	3	4	5
6. ¿Soluciona problemas rápido y efectivamente?	1	2	3	4	5

Sugerencias y recomendaciones






"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CON GRE TUR

EVALUACIÓN PARA LOS ASISTENTES

La presente encuesta pretende recolectar información de importancia sobre algunos aspectos del evento (nombre del evento). Marque con un círculo (O) o con una equis (x), la opción que desees.

Valoración:
 1= Deficiente
 2= Regular
 3= Bueno
 4= Muy bueno
 5= Excelente

Item	Valoración				
1. ¿Cubrió sus expectativas?	1	2	3	4	5
2. ¿Hubo buena organización?	1	2	3	4	5
3. ¿Fue bien atendido?	1	2	3	4	5
4. ¿El material de apoyo fue apropiado?	1	2	3	4	5
5. ¿Empezó a tiempo?	1	2	3	4	5

Ambiente	Valoración				
1. ¿Las sillas eran cómodas?	1	2	3	4	5
2. ¿La iluminación fue adecuada?	1	2	3	4	5
3. ¿La temperatura era agradable?	1	2	3	4	5
4. ¿Se sintió usted cómodo?	1	2	3	4	5
5. ¿Le gusto la decoración?	1	2	3	4	5
6. ¿La solución fue de su agrado?	1	2	3	4	5

Sugerencias y recomendaciones

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

CON GRE TUR

EVALUACIÓN PARA PONENTES

La presente encuesta pretende recolectar información de importancia sobre algunos aspectos del evento (nombre del evento). Marque con un círculo (O) o con una equis (x), la opción que desees.

Valoración:
 1= Deficiente
 2= Regular
 3= Bueno
 4= Muy bueno
 5= Excelente

Nombre del Ponente:

Nombre:

Teléfono:

Email:

Item	Valoración				
1. ¿Obtuvo a tiempo los equipos que solicitó?	1	2	3	4	5
2. ¿Fue atendido adecuadamente?	1	2	3	4	5
3. ¿La sala fue apropiada?	1	2	3	4	5
4. ¿El tiempo/espacio que le asignaron fue adecuado?	1	2	3	4	5
5. ¿Logró cumplir sus objetivos?	1	2	3	4	5

Sugerencias y recomendaciones

"El Congreso de Turismo del Ecuador"

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Anexo 19: Link del prototipo del manual

<https://heyzine.com/flip-book/e7dffe4a9b.html>