



DOI: <https://doi.org/10.23857/dc.v9i3.3486>

Ciencias de la Salud
Artículo de Investigación

*La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales
turísticas*

The promotion of mice tourism in the development of tourism business activities

*A promoção do turismo de ratos no desenvolvimento de atividades empresariais
turísticas*

Luis Fernando Vasconez Alvarado ^I
luis.vasconez@uleam.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-0655-2503>

José Fernando Vásconez Macias ^{II}
fernandovasconez91@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6149-9579>

Correspondencia: luis.vasconez@uleam.edu.ec

***Recibido:** 04 de junio de 2023 ***Aceptado:** 12 de julio de 2023 * **Publicado:** 04 de agosto de 2023

- I. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.
- II. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

Resumen

Esta presente investigación tiene como objetivo, de analizar la promoción del turismo MICE en actividades empresariales turísticas, pues se supo por la fundamentación teórica que se aplicó en el artículo, que el turismo MICE representa millones de dólares, ya que esta rama del turismo la consume, personas con poder adquisitivo aceptable, que pueden gastar de forma moderada en los países que visitan, o porque las empresas que representan pagan todos los viáticos, también se tiene como antecedentes de ciudades de Europa y Latinoamérica, han aplicado de buena manera el turismo mice, y de ejemplo esta, que en el 2016 la capital de Ecuador realizó eventos que albergó más de 30.000 personas, pues, hay antecedentes de que si puede aplicar el turismo MICE y de una forma excelente. Por medio de la técnica de revisión de artículos publicados en revistas de diferentes tipos, que están involucradas en el turismo de reuniones, ya que se supieron manifestar que en ciertas partes a nivel mundial se debe aplicar más énfasis sobre el turismo MICE, de manera que para ellos se les haga de manera investigativa, metodológica y alcanzable estas actividades para darlas a conocer más y ponerlas en práctica, para contribución del desarrollo, ya que están consciente que esta clase de turismo sería muy rentable para cualquier, país, ciudad si se lo aplica de la forma adecuada, también supieron decir que la las actividades empresariales turísticas se dan en ciudades o en provincia más relevantes y grandes de una región, ya que si se tendría las condiciones para albergar eventos de gran magnitud solo es de organizarse.

Palabras Claves: turismo mice; investigación; actividades empresariales.

Abstract

The objective of this present investigation is to analyze the promotion of MICE tourism in tourism business activities, since it was learned from the theoretical foundation that was applied in the article, that MICE tourism represents millions of dollars, since this branch of tourism consumes it, people with acceptable purchasing power, who can spend moderately in the countries they visit, or because the companies they represent pay all the per diem, there is also a history of cities in Europe and Latin America, they have applied mice tourism in a good way, and this is an example, that in 2016 the capital of Ecuador held events that hosted more than 30,000 people, well, there is evidence that MICE tourism can be applied and in an excellent way. Through the technique of reviewing articles published in different types of magazines, which are involved in meeting tourism, since they were able to state that in certain parts of the world more emphasis should be applied to MICE tourism, so that for them

La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales turísticas

to do these activities in an investigative, methodological and achievable way to make them more known and put them into practice, for development contribution, since they are aware that this kind of tourism would be very profitable for any country, city if they were applied in the appropriate way, they also knew how to say that tourist business activities take place in the most relevant and large cities or provinces of a region, since if the conditions were to host large-scale events, it is only to organize.

Keywords: mice tourism; investigation; business activities.

Resumo

O objetivo desta presente investigação é analisar a promoção do turismo MICE nas atividades empresariais do turismo, uma vez que se aprendeu com a fundamentação teórica que foi aplicada no artigo, que o turismo MICE representa milhões de dólares, uma vez que este ramo do turismo o consome, pessoas com poder aquisitivo aceitável, que podem gastar moderadamente nos países que visitam, ou porque as empresas que representam pagam todas as diárias, também há um histórico de cidades da Europa e América Latina, eles aplicaram bem o turismo de ratos , e este é um exemplo, que em 2016 a capital do Equador realizou eventos que receberam mais de 30.000 pessoas, bem, há evidências de que o turismo MICE pode ser aplicado e de maneira excelente. Através da técnica de revisão de artigos publicados em diferentes tipos de revistas, que se dedicam ao turismo de encontro, pois puderam afirmar que em certas partes do mundo deveria ser dada mais ênfase ao turismo MICE, para que possam fazer essas atividades de forma investigativa, metodológica e exequível para torná-los mais conhecidos e colocá-los em prática, para contribuição do desenvolvimento, pois eles estão cientes de que este tipo de turismo seria muito lucrativo para qualquer país, cidade se fosse aplicado da maneira adequada, também souberam dizer que as atividades turísticas empresariais decorrem nas cidades ou províncias mais relevantes e grandes de uma região, pois se as condições fossem para acolher eventos de grande envergadura, é apenas para organizar.

Palavras-chave: turismo de camundongos; investigação; atividades de negócio.

Introducción

En 2021, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron en todo el mundo cerca de 430 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que, si bien supuso un aumento con respecto al año anterior, se encuentra todavía muy lejos de las cifras registradas antes

La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales turísticas

del inicio de la pandemia de COVID-19. Aun así, la importancia global del sector sigue siendo evidente. Y es que la industria turística es responsable de la creación de más de 280 millones de empleos, entre directos e indirectos. Además, su aportación al PIB mundial superó los 5,8 billones de dólares estadounidenses en el último año, como hizo público el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés). La actividad generada por los sectores de la hostelería, las agencias de viaje, el transporte de pasajeros y del ocio en general consigue atraer, además, una importante inversión pública y de capital privado. (Arauz, 2022).

En concreto, una cuarta parte de los turistas de todo el mundo viaja por negocios. Una cifra significativa teniendo en cuenta que esto representa un total 280 millones de turistas que viajan para la realización de actividades laborales o profesionales, por la asistencia a reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares.

Se tiene como antecedentes lo importante que es el turismo MICE para el país de España que genera una cantidad exorbitantes de dinero, el turismo de negocios produce un impacto económico significativo. Según datos del Spain Convention Bureau, este turismo genera 7.000 millones de euros anuales en España. Para ser más exactos, el turista que viaja por motivos de trabajo alcanza a gastar hasta 206 euros diarios, mientras que el turista de sol y playa solo alcanza a gastar hasta 146 euros. Lo que supone que el turismo MICE genera un 30% más de ingresos que el turismo de ocio. (Ostelea, 2021).

Como se puede evidenciar, el turismo MICE, es muy rentable para países que lo saben aplicar, ya que estas naciones siempre tienen congresos de negocios, seminarios, o se crean eventos, para generar estas grandes cifras de divisas, porque con este turismo, aumenta la demanda turista en cuanto, la transportación, alojamiento, restaurantes y más. Por ende, la economía se va a mover significativamente.

Para alcanzar los objetivos de esta investigación, se realizó un estudio bibliográfico, donde se encontró información de tal relevancia de cómo es en realidad el turismo MICE, por lo tanto, este artículo como tal se acogió al enfoque cualitativo, que por medio de la técnica del focus group se pudo constatar la falta de conocimiento de esta rama del turismo, por lo que los expertos en turismo a la cual se le realizó esta herramienta, sugirieron, implementar talleres, seminarios respecto a esta temática.

Marco teórico

Turismo Mice

El turismo MICE, se define como un conjunto de corrientes turísticas, pues si se lo abarca en otros términos que tema bien tienen un rol sumamente importante dentro del turismo de reuniones, así como hoy en día en el marco de la globalización a la industria turística, el turismo de reuniones se lo conoce también como turismo mice, cuyas siglas en inglés significan, meetings, incentives, conferencies, and exhibitions, esta clase de turismo está vinculado con la realización de actividades, laborales, ocio, profesionales o asociativas, a través de la realización de negocios. (Valencia, Turismo de Reuniones:, 2017, pág. 5).

En términos generales el turismo de reunión o MICE, es un subsector del sector turístico, que agrupa una serie de desplazamientos motivados por alguna necesidad de tipo profesional. (Sánchez, 2008, pág. 9).

El turismo de reuniones se da como consecuencia de la necesidad de obtener e intercambiar informaciones, deliberar sobre problemas de interés común, así como nuevos protocolos en general en el ámbito mundial acerca de la ciencia, la cultura, educación, cooperación internacional... pero la cuestión que ahora nos ocupa es analizar quiénes generan este mercado, cuál es su estructura y sobre todo la influencia que ejercen en el resto de las variables de marketing. (Aguilar, 2008).

La sostenibilidad de la oferta específica es un camino que el sector MICE ya conoce, puesto que lleva años trabajando en la producción de eventos sostenibles desde los tres puntos de vista mencionados anteriormente: medioambiental, económico y social, aunque esta vertiente de sus eventos no siempre trasciende al resto de la sociedad, pero sí sus beneficios, siguiendo esta línea de sostenibilidad en su lado social, el fomento de nuestro patrimonio y su conservación ha de ser una prioridad, pero no únicamente desde un punto de vista cultural, sino también desde un punto de vista económico y productivo, ya que debemos de dotar de nuevos usos a nuestro patrimonio para no hacerlo gravoso a las instituciones públicas y propietarios.. (Pereira, 2021, pág. 3).

Importancia del turismo mice

El turismo MICE, está adquiriendo mucha importancia en la economía de muchos países, siendo una oportunidad para diversificar la oferta del turismo y de este modo ser completado a la actividad turística de la ciudad o provincia en cuestión. (Morillo Velarde, 2016, pág. 2).

El Turismo de Negocios es un segmento turístico altamente rentable, de gran importancia para el desarrollo socioeconómico de las localidades, puesto que regula la característica estacionalidad de la

La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales turísticas

demanda turística, incrementa la ocupación en temporadas bajas, eleva la estadía promedio y contribuye a mejorar el gasto promedio de los visitantes, impulsa la creación y desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas, además de apoyar la generación y distribución del ingreso por turismo en zonas específicas. (Lopera, 2016, pág. 1).

Beneficios de tener turismo mice en una ciudad

En cuestión de la demanda, el turismo de reuniones o mice, se destaca por fomentar una imagen positiva en el destino donde se lleve el evento y así contribuir al marketing en general, y por el lado de la oferta que, al realizar diversos eventos, congresos, convenciones, ferias entre otros, ya que estos ayudan que los destinos no sufran de temporadas bajas es decir que tenga visitas de turista todo el año. Otros de los beneficios del turismo mice, es que genera un impacto enorme en el destino turístico donde se realice el evento, puesto que la organización moviliza varios servicios, servicios que la mayoría son pagados por parte de la organización, y esto conlleva que el turismo pueda destinar más presupuesto en servicios extras, por consiguiente otro beneficio que hay que destacar también es de, captar grandes congresos, internacionales, en los que acuden personajes destacados a nivel global, pues da paso que el destino sea reconocido y se posicione al nivel mundial, claro está también influyen de mucho los medios de comunicación y la forma en la que se valla dando el congreso, para que esto suceda el destino turístico debe mejorar su imagen, de esta manera resulta más fácil vender y poder conseguir que el país o la ciudad sea elegido por las organizaciones. (Martínez, 2021, pág. 28).

Como se puede analizar el turismo mice, genera enormes beneficios, si en Manabí se decidiera a implementarlo, tanto en mundo empresarial, las personas que se dediquen a cualquier trabajo para subsistir crecerían enormemente, ya está clases de visitante que les interesa estos congresos que intervienen estrellas mundiales, siempre tendría la excusas para asistir, y claro está que el destino se repotenciaría de una manera exponencial.

Desafíos que deben enfrentar un país en el segmento MICE

De buenas a primeras no se puede implementar esta clase de turismo ya que conlleva muchas exigencias, pero en esta investigación se resaltarán 10, para que un país que quiera acogerse al turismo mice por lo menos estas deben que cumplirlas.

1. Crear sus propias diferencias que los distingas de los viajes y del turismo en sí.
2. Establecer modelos universales de impacto económico: la industria deberá ofrecer una relación entre calidad y precio, así mismo las partes interesadas ya que necesitan tener pruebas de los beneficios económicos

La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales turísticas

3. Demostrar relevancia y valor: demostrar que las reuniones no son un problema económico, sino más bien son parte vital de la solución y oportunidad de crecimiento económico, para los países que lo realizan.
4. Pensar y actuar estratégicamente: evaluar las necesidades, anticipar los retos venideros y enfrentarlos con medidas apropiadas.
5. Aumentar la agilidad y flexibilidad: los espacios públicos en lo que se realizan las reuniones deben ser flexibles en cuanto los servicios que ofrezcan.
6. Personalizar y profundizar la apariencia del aprendizaje: tomar en cuenta los principios de aprendizaje, durante las jornadas de los eventos y activar a un más la participación en conjunto con la audiencia.
7. Experimentar modelos de negocios y flujos de ingresos: pensar en los eventos de negocios como plataformas de lanzamiento para la generación continua de ingresos.
8. Adoptar un pensamiento de cadena de valor: fomentar a colaboración entre todas las partes involucradas, ya sean planificadores y proveedores.
9. Adquirir y retener y desarrollar talento y adoptar la diversidad: las carreras del segmento de las reuniones deben ser vistas como estimulante y gratificantes para atraer a la próxima generación.
10. Desarrollar líderes y gerentes del mañana del turismo de reuniones o mice: en las próximas décadas la mayoría de líderes tendrán éxitos a través de la innovación y la experimentación debido a las tendencias tecnológicas que ya se viven y que han facilitado el acceso de información y planificación de manera mucho más ágil. (Valencia, Turismo de Reuniones, 2017).
- 11.

Estrategias para consolidar el turismo MICE en Ecuador

El principal objetivo del ministerio de turismo es que en el 2025 el Ecuador sea reconocido como un destino de congresos reuniones y eventos, con una tasa de crecimiento anual, y sostenible de asistente del 5% y que se pueda ingresar al top 5 de los destinos mice en América Latina. Según mariano Proaño asesor ministerial y encargado de presentar la estrategia mice Ecuador, ya que este tipo de turismo involucra a todos los sectores, por ello se trabajar de forma articulada entre el sector público para hacer un país un destino de reuniones.

La promoción del turismo MICE en el desarrollo en actividades empresariales turísticas

Dentro de la estrategia se realizarán acciones de como asistir a ferias y eventos especializados MICE (presentaciones de destino), Acompañamiento para postulación y captación de eventos, Capacitación del sector, participación de todos los sectores productivos, promotores/embajadores, campañas de promoción especializada, entre otras acciones.

En la actualidad el Ministerio de Turismo ha identificado a las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta como los destinos en los que más se realizan eventos y convenciones, por ello es necesario preparar a los sectores productivos para brindar servicios de calidad a los visitantes.

En el evento también participó el experto en turismo MICE, Miguel Harraca, quien precisó las ventajas que han obtenido los países al potenciar el turismo MICE y cómo eso aportó a su economía. En la presentación de la Estrategia también se desarrolló un foro en el que participaron representantes de la empresa privada y la academia que se mostraron interesadas en potenciar este tipo de turismo en el país.

Anualmente el turismo MICE mueve en el mundo alrededor de 900 mil millones de dólares anualmente y genera el 24% del gasto turístico total mundial. (Ministerio de Turismo, 2020).

Método

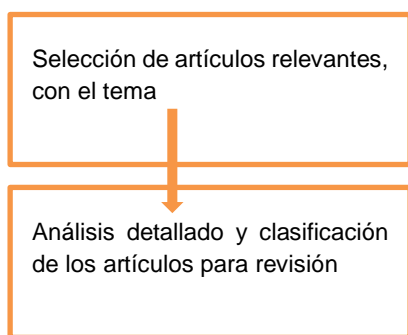
Para la elaboración de la presente investigación, se recolecto información mediante a una exploración medianamente automatizada, el motor de búsqueda que ayudo a buscar la información fue Google académico y Books, y por medio de este motor, de búsqueda se procedió a recolectar información mediante revistas científicas como Scielo, Redalyc, también tesis de grados y doctorales, que permitieron que la información sea confiable para la realización del artículo en cuestión, en relación con las palabras claves, se tiene la siguientes: turismos de reuniones, congresos, eventos, turismo MICE, y de negocios, Keywords: *tourism for meetings, congresses, events, MICE tourism, and business*, estas palabras claves tanto en español como ingles permitieron que la búsqueda sea más llevadera y poder asi tener notas relevantes para esta investigacion.

en cuanto la realización del artículo se lo llevo en varias etapas, ya que el profesor indica cada clase de cómo hay q hacer el respectivo artículo, la primera etapa, se la realizo a mediados del mes de octubre, la segunda etapa desde 1 al 5 de noviembre, hasta que concluya el semestre.

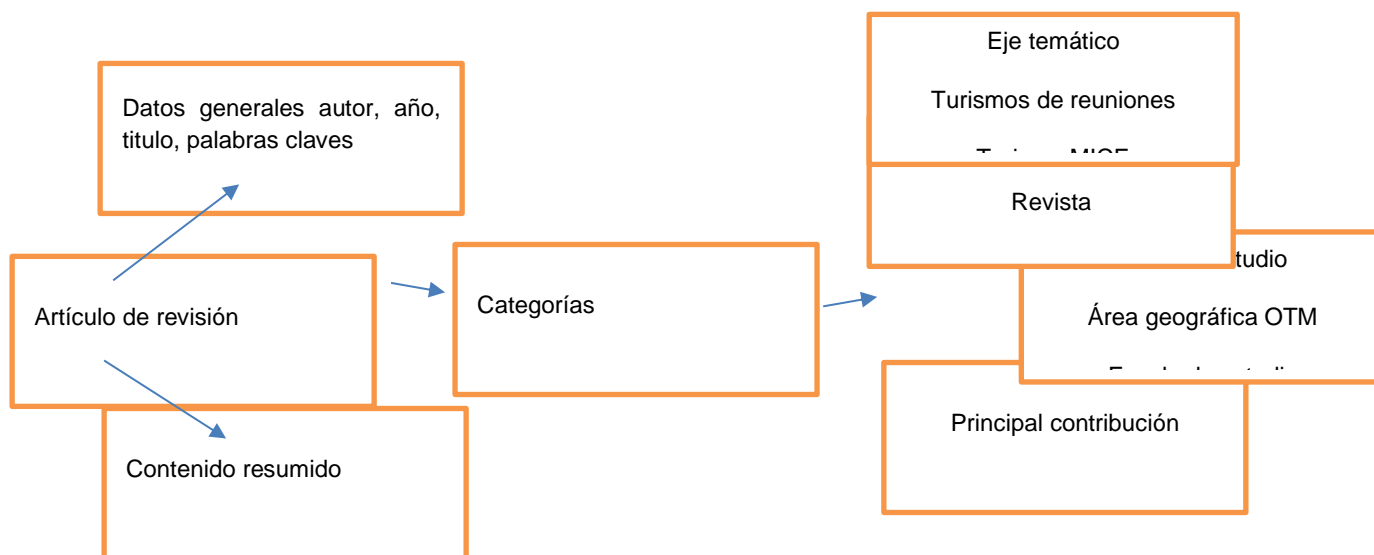
Ejecución de palabras claves
en motores de búsqueda

Aplicación de criterios de
inclusión e exclusión para el
filtrado de los resultados de
búsquedas

La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales turísticas



En esta investigación bibliográfica cualitativa, se procedió a mostrar en una matriz las fases, que permitieron, hacer este trabajo de una forma correcta y ordenada.



Esta investigación empleó una técnica de análisis de contenido, con el establecimiento de categorías y la medición de frecuencias de casos, para poder así desarrollar información descriptiva, sobre el contenido de los artículos revisados, a través de análisis en términos de la temática planteada.

Resultados

El turismo MICE, proporcionó resultados de acuerdo con las categorías establecidas, puesto que sugiere líneas de investigación de interés para desarrollar estudios específicos para que contribuyan al estado de conocimiento de esta modalidad.

Año de publicación	Cantidad
2008	2

La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales turísticas

2016	1
2017	3
2020	1
2021	4
2022	1
Subtotal	12

Como se puede apreciar en la tabla, se pone en manifiesto que, a lo largo de los años 2000, el turismo MICE, ha tomado gran notoriedad, por ende, muchos escritores de revistas de sitios web, hablan de esta temática, y de lo importante que es a nivel mundial, ya que genera un gran impacto económico. Para todos los países que apliquen este sistema de turismo.

Autor	Cantidad	Eje temático
Aguilar Sánchez (2008)	2	Turismo de reuniones
Arauz (2022)	1	Turismo MICE
Valencia (2017)	2	Turismo de reuniones
Ecuador travel (2021)	1	Turismo MICE
García (2017)	1	Turismo de reuniones
Lopera (2016)	1	Turismo de reuniones
Martines (2016)	1	Turismo de reuniones
Morrillo Valverde (2016)	1	Turismo MICE
Pereira	1	Turismo MICE

En esta tabla se refleja, la clasificación de los estudios revisados desde el eje temático desarrollado, donde se muestra el autor, año la cantidad de citas y el tema que consulto.

Discusión

La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales turísticas

El artículo de revisión es un estudio bibliográfico en el que se recopila, analiza, sintetiza y discute la información publicada sobre un tema, que pueden incluir un examen crítico del estado de los conocimientos reportados en la literatura.

Resulta obvio que los artículos de revisión preferidos por los usuarios son aquellos que fueron escritos por especialistas de reconocida trayectoria en el tema, sobre todo cuando éstos se emplean como orientación para nuevos trabajos. Sin embargo, para ser considerado un autor competente de artículos de revisión, no sólo se necesita experiencia teórica y práctica en dicho tema, sino, también, conocer los métodos más eficientes de búsqueda y recuperación de la información y ser capaz de conseguir una buena redacción técnica que le permita hacer llegar a los lectores los conocimientos que quiere transmitir. (Brugueras, 2008).

El sector del turismo de negocios sin duda es trascendental, nuevos destinos se encuentran apostando por el segmento MICE, ya que no es sola una vía para romper la estacionalidad turística, sino también dinamizar la economía, crear fuentes de empleo más estables y competir con otros destinos turísticos más completos.

Conclusiones

Después de haber consultado bibliográficamente a profundidad acerca de lo que es el turismo MICE, y ver antecedentes de propuestas, para aplicar esta clase de turismo en países y ciudades a nivel mundial, con base a lo expuesto, se ha logrado tener una visión más amplia para continuar y fortalecer la idea de que Manabí se acoja, al turismo MICE y que sea el sector empresarial la pieza clave para que tiempo determinado este objetivo se cumpla.

Esta investigación busca promover que el turismo MICE se haga fuerte, ya que se desembocaría a tener una excelente imagen a nivel nacional, e internacional, que esta clase de turismo prácticamente ponen a cualquier ciudad en el radial del mundo entero.

Europa y Latinoamérica poseen lugares para albergar eventos masivos, pero el detalle está en adecuarlos, para proyectar buena imagen, organización, y por supuesto tener capital humano capacitado para poder atender a diversas nacionalidades.

Referencias

- Aguilar, J. (2008). *MARKETING EN EL TURISMO DE NEGOCIO: ANÁLISIS DE EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA EN EL TURISMO DE REUNIONES*. Redalyc, 30. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5235/523552803005.pdf>
- Arauz, A. (17 de Noviembre de 2022). *es.statista.com*. Obtenido de <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicOverview>
- Ecuador Travel. (2021). *Ecuador Travel*. Obtenido de <https://ecuador.travel/press-mice/2021/07/02/ecuador-reactiva-su-industria-con-todo-tipo-de-eventos/>
- García, D. M. (2017). “*CAMPAÑA TURÍSTICA PARA PROMOVER EL TURISMO DE CONGRESOS & EVENTOS EN CONJUNTO CON EL TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*”. Guayaquil: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/128774/D-101206.pdf>
- Hurtado, V. J. (2020). *Propuesta para la creación de un Bureau de Convenciones en la ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad de Cuenca. Obtenido de [file:///C:/Users/fernando/Downloads/Trabajo-de-Titulaci%C3%B3n%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/fernando/Downloads/Trabajo-de-Titulaci%C3%B3n%20(2).pdf)
- Lopera, C. P. (2016). *TURISMO DE REUNIONES Y EVENTOS*. politecnicojic., 16. Obtenido de <https://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-interseccion/interseccion-03/pdf/turismo-reuniones-eventos.pdf>
- Martínez, N. H. (2021). *El turismo de reuniones como aporte al desarrollo local. Caso: ciudad de Manta provincia de Manabí*. Manta: ESPE. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/23378/1/T-ESPE-044160.PDF>
- Ministerio de Turismo. (3 de Marzo de 2020). *Ministerio de Turismo.gob*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/mintur-socializo-su-estrategia-para-promover-el-turismo-mice/>
- Morillo Velarde, M. M. (2016). *TÍTULO: EL TURISMO MICE. ANÁLISIS DEL TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE CARTAGENA*. Cartagena: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA. Obtenido de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5700/tfm-mu%C3%B1tur.pdf?sequence=1>
- Ostelea. (21 de Enero de 2021). *ostelea.com*. Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/organizacion-de-eventos/influencia-del-turismo-mice-y-las-caracteristicas-que-lo-definen>
-

La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales turísticas

- Pereira, L. M. (2021). EL MOLINO COMO APUESTA INNOVADORA ANTE EL TURISMO MICE: UNA PROPUESTA BALEAR. Eumed, 14. Obtenido de <https://www.eumed.net/uploads/articulos/4c90c2288e7a71a9ac3687b963e5aae5.pdf>
- Sánchez, J. A. (2008). MARKETING EN EL TURISMO DE NEGOCIO: ANÁLISIS DE EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA EN EL TURISMO DE REUNIONES. Redalyc, 30. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5235/523552803005.pdf>
- Valencia, K. N. (2017). Turismo de Reuniones. Dirección de Turismo Sostenible (DTS), 31. Obtenido de http://www.acs-aec.org/sites/default/files/turismo_de_reuniones_june_2017.pdf
- Valencia, K. N. (2017). Turismo de Reuniones: ASOCIACION DE ESTADOS, 31. Obtenido de http://www.acs-aec.org/sites/default/files/turismo_de_reuniones_june_2017.pdf

©2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).