

Revista de Turismo,  
Patrimonio y Desarrollo

Confederación  
Panamericana de Escuelas  
de Hotelería, Gastronomía  
y Turismo (CONPEHT).

[www.conpeht-turpade.com](http://www.conpeht-turpade.com)

ISSN: 2448-6809

Publicación semestral

Número: 11

Octubre 2019/ Febrero  
2020

**Autores/Authors:**

Roberto Miquel Fuentes  
Rivera

**Correspondencia:**

[fuentes.rivera.rm@gmail.com](mailto:fuentes.rivera.rm@gmail.com)

## EVENTOS CIENTÍFICOS ITINERANTES Y SU IMPACTO EN EL TURISMO DE CIUDADES SEDES: EL CASO DE MACEIÓ, BRASIL.

*Itinerant scientific events and their impact on tourism in host cities:  
the case of Maceió, Brazil.*

ROBERTO MIQUEL FUENTES RIVERA

Universidade Nove de Julho. UNINOVE.

**Resumen:** El segmento turístico conocido internacionalmente como MICE que incluye las actividades relacionadas a la realización de reuniones y eventos, toma mayor relevancia en diversos países a raíz del impacto económico que este sector representa en sus economías. Como muestra, este trabajo tiene como objetivo identificar los elementos que contribuyen al sector turístico de ciudades sedes a través de la realización de eventos científicos. Para ello, fue considerada una institución brasileña responsable por la organización del principal congreso de ingeniería de producción del país y que lleva año con año a más de 2000 personas a diferentes ciudades de acuerdo con su edición. Fueron realizadas entrevistas y análisis de documentos con los organizadores y el Convention Visitor Bureau a fin de recolectar datos que contribuyesen a identificar el impacto generado por este evento a la estructura turística de la ciudad de Maceió como ciudad sede de la edición de 2018.

**Palabras claves:** Eventos científicos; ciudades sedes; impacto económico; reuniones, incentivos, congresos y exposiciones; MICE

**Abstract:** The tourist segment known internationally as MICE that includes the activities related to meetings and events, is becoming more relevant in several countries due to the economic impact that this sector represents in their economies. As a sample, this research aims to identify the elements that contribute to the tourism sector of host cities through the organization of scientific events. For this, the researchers selected a Brazilian institution responsible for the organization of the main conference on production engineering in the country that annually attracts over 2000 people to different cities in each edition. Interviews and analysis of documents were carried out with the organizers and the Convention Visitor Bureau in order to collect data that would help to identify the impact generated by this event on the tourist structure of the city of Maceió, host city for the 2018 edition.

**Key words:** Scientific events; host cities; economic impact; meetings, incentives, congresses and exhibitions; MICE

## 1. Introducción

La industria de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (*Meeting, Incentive, Congress and Exhibition* o MICE por su sigla en inglés) atrae un creciente número de participantes que visitan cada año diferentes ciudades sedes alrededor del mundo. De acuerdo con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA por su sigla en inglés), los Estados Unidos de América, Alemania y España fueron los países más buscados como destinos MICE en 2018, contando con 947, 642 y 595 eventos respectivamente. En relación a las ciudades sedes más buscadas, las 3 principales para este mismo año fueron París, Viena y Madrid (ICCA, 2019).

En Brasil, este segmento también ha ido en ascenso, encontrándose actualmente en la 17ª posición a nivel mundial, siendo el país número 1 en Latinoamérica en atraer este tipo de eventos, creciendo en 47% durante los últimos 18 años al recibir 124 eventos en el año 2000 y 233 en 2018, resultado de la inversión en infraestructura y equipos para el sector y los esfuerzos de promocionar el país como destino anfitrión de congresos y convenciones (ICCA, 2010; ICCA 2019; PMM *et al.*, 2016).

Para Whitfield (2007), las ciudades tienen la posibilidad de autopromocionarse dependiendo del prestigio del evento acogido. Sin embargo, la participación de los *Convention & Visitor Bureau* (CVB) en diversas ciudades, es indispensable para aumentar la visibilidad local como destino viable para la industria MICE y consiguientemente, estimular el flujo turístico. Ejemplo de ello, para la realización de este trabajo fue indispensable el apoyo del CVB de la ciudad de Maceió en Brasil, creado en 1997 con la finalidad de apoyar la captación y realización de eventos (PMM *et al.*, 2016).

De esta forma, es realizada una investigación con base en el estudio del principal evento científico en el área de la Ingeniería Industrial realizado en Brasil anualmente y su impacto económico en la ciudad sede para la edición realizada en 2018. Para obtener resultados más concretos, fueron considerados diferentes aspectos relacionados con los organizadores del evento, los participantes y la ciudad sede. En base a estos datos, se espera afirmar que la realización de eventos científicos itinerantes genera impactos económicos positivos en las ciudades anfitrionas; proposición que constituye la hipótesis de esta investigación.

## 2. Marco Teórico

### 2.1. Eventos científicos

La producción de cualquier tipo de eventos independientemente de su naturaleza, sean reuniones o conferencias, exposiciones, festivales, espectáculos de entretenimiento, celebraciones culturales, eventos privados o deportivos y otro tipo de eventos son parte del sector de servicios dentro de la economía de un país (Getz, 2005; Vargo & Lush, 2014). En Brasil, específicamente, es el sector que genera más empleos formales según datos del Ministerio de Industria, Comercio Exterior y Servicios (MDIC, 2017), como resultado del trabajo conjunto de una amplia red de diversos servicios que conforman este mercado (Ellert *et al.*, 2015).

Los eventos científicos contribuyen directamente a ciertos sectores socioeconómicos de una región determinada. Para Rivera *et al.* (2019), es a través de ellos que se difunden resultados científicos de investigaciones realizadas en instituciones educativas e de investigación, fomentando así, al progreso de la ciencia y

desarrollo de un país. De igual forma, favorece a diversos sectores económicos, principalmente aquellos relacionados con los diferentes servicios a ser contratados para la realización de dichos eventos.

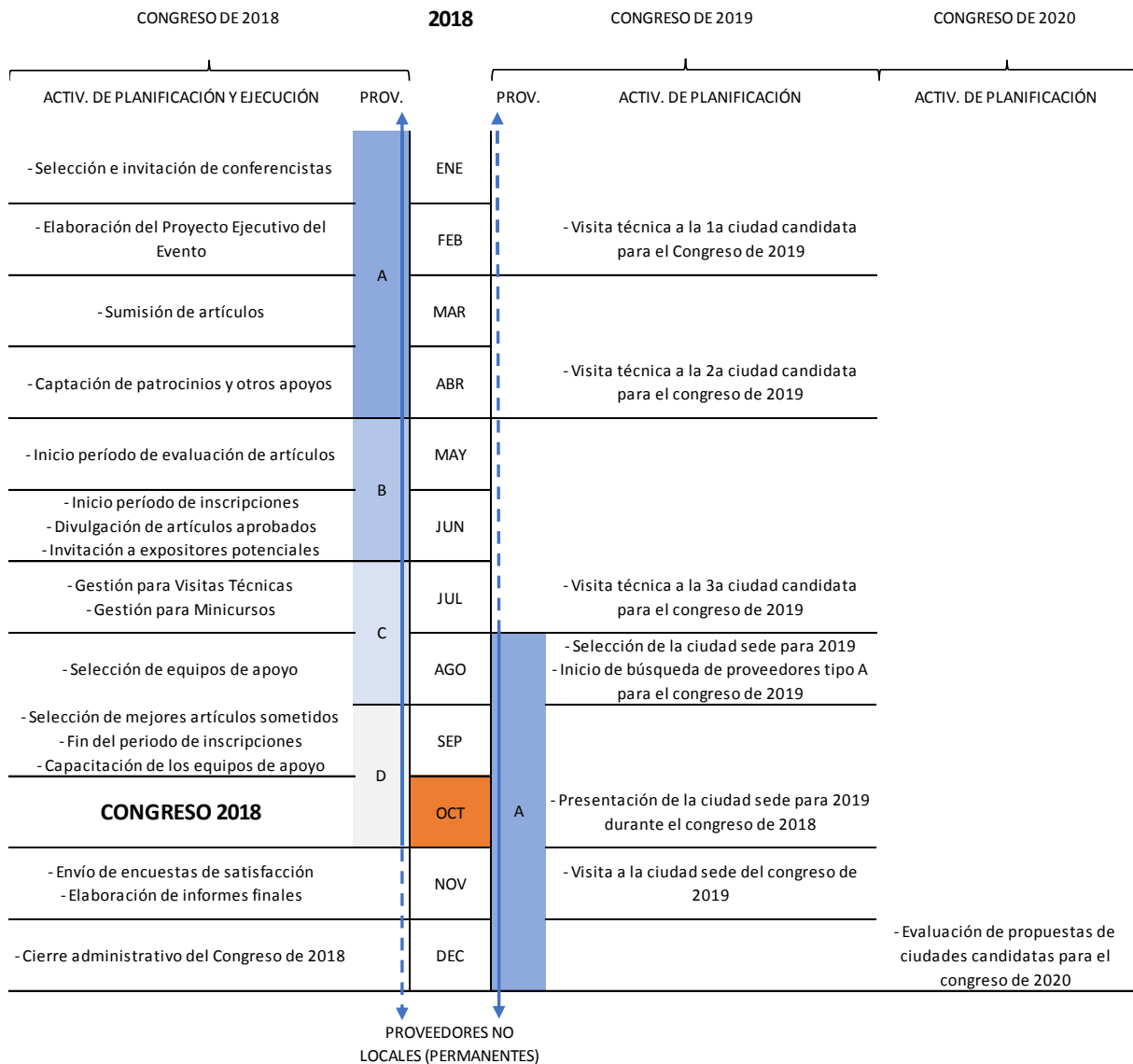
La importancia de los eventos científicos radica en el intercambio de conocimiento entre científicos, principalmente de forma interpersonal por medio de reuniones científicas y la participación en asociaciones académicas y profesionales que permiten discusiones críticas entre participantes (Witter & Souza, 2007; Targino, 2000). Getz (2012), por su parte, menciona que, por medio de estos eventos, se alcanza un nivel más alto de conectividad social.

A raíz de esto, los organizadores de eventos científicos tienen el compromiso de ofrecer a los participantes espacios confortables para promover el fortalecimiento de redes de relacionamiento que permitan vivenciar experiencias únicas, inspiradoras y creativas que fomenten la interacción entre congresistas como elemento intangible (Rivera *et al.*, 2019; Wei *et al.*, 2017).

## ***2.2. Estructura de eventos científicos***

Diversos factores deben ser considerados para la producción de eventos científicos, sin embargo, la mayoría de los aspectos a tomar en cuenta para su planificación y ejecución dependerán de los objetivos de cada institución organizadora, que, según Brown *et al.* (2015) deben ser evaluados de forma detallada, garantizando así el éxito del evento a partir de las perspectivas de todos sus *stakeholders*. Esta gestión es presentada por Rivera *et al.* (2019) por medio de una estructura compleja de un evento científico realizado cada año y de forma itinerante, en el cual, son incluidas las actividades a ser ejecutadas durante un año para la planificación y ejecución de 3 congresos (Figura 1).

Figura 1 – Actividades de planificación y ejecución de un evento científico.



Fuente: Adaptado de Rivera *et al.* (2019); Rivera (2019). [traducido por el autor].

De acuerdo con los autores, para iniciar la fase de planificación, es necesario distribuir los *stakeholders* del segmento de proveedores en 4 categorías según el tiempo estimado de contratación, como mostrado en la Tabla 1.

*Tabla 1 – Periodo recomendado para la contratación de proveedores de eventos científicos anuales*

<b>Tipo</b>	<b>Período estimado para contratación</b>	<b>Ejemplo de Proveedores</b>
A	Más de 6 meses antes del inicio del evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Convention Bureau</i></li> <li>- Hotel</li> <li>- Centro de Convenciones</li> <li>- Agencias de viajes</li> <li>- Apoyos locales (universidades, institutos, etc.)</li> </ul>
B	De 4 a 5 meses antes del inicio del evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>A&amp;B</i> (Alimentos y bebidas)</li> <li>- Servicios de montaje</li> <li>- Actividades Sociales</li> </ul>
C	De 2 a 3 meses antes del inicio del evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos audiovisuales</li> <li>- Material Gráfico</li> <li>- Traducción simultanea</li> <li>- Señalización</li> <li>- Servicios de transporte</li> <li>- Servicios de limpieza</li> <li>- Servicios de seguridad</li> </ul>
D	Hasta 1 mes antes del inicio o durante el evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Papelería; etc.</li> </ul>

Fuente: Adaptado de Rivera (2019) [traducido por el autor].

Según los autores, los proveedores tipo A son aquellos que requerirán de un plan estratégico más complejo para la prestación de servicios o son claves para la contratación de las categorías subsecuentes como es el caso de las oficinas del CVB de la ciudad sede.

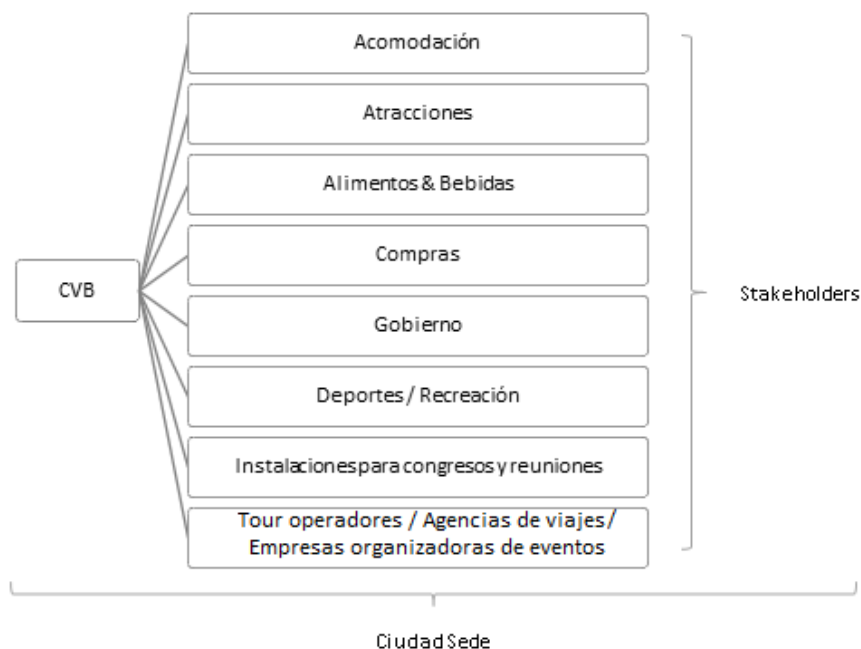
### **2.3. Ciudades sedes y turismo de eventos**

La importancia de inspeccionar una ciudad candidata a ser sede de un evento es mencionada por Boo y Kim (2019), afirmando que los organizadores deben considerar en primer lugar las necesidades de los asistentes conforme su perfil. Estos autores listan diversos aspectos a ser considerados durante una evaluación previa, como por ejemplo verificar opciones de entretenimiento que incluyan actividades recreativas o al aire libre, compras y visitas a atracciones cercanas, evaluar la facilidad de movilización de la zona como el servicio de transporte desde/hacia los aeropuertos cercanos, la distancia desde el Centro de Convenciones (CC) y hoteles, disponibilidad de taxis en las cercanías, seguridad, tarifas de habitaciones de hotel, limpieza de la ciudad, hospitalidad de la ciudad, etc.

Por lo tanto, la selección de ciudades sede para la producción de eventos científicos es el resultado de un proceso de evaluación de diversos factores que contribuirán al cumplimiento de los objetivos propuestos por el comité organizador. De esta forma, esta decisión estratégica repercutirá en decisiones subsecuentes que intervendrán en los procesos de planificación y ejecución del evento (Rivera, 2019). Para Slack *et al.* (2015) esta decisión tiene efectos en los costos de producción, así como en la habilidad de servir a los clientes. Sin embargo, Jaimangal-Jones, Fry e Haven-Tang (2018) mencionan que la ciudad escogida, puede llegar a ser un elemento motivador, y, por lo tanto, la cantidad de congresistas puede verse afectada de forma directa por este factor.

Después de haber seleccionado la ciudad idónea para la realización del evento, considerar el respaldo de la oficina del CVB es indispensable para establecer un vínculo directo con proveedores turísticos locales afiliados (Alford, 1998). La Figura 2 muestra la interrelación entre los CVB y sus *stakeholders* más comunes.

Figura 2 – Interrelación entre el CVB y sus *stakeholders*



Fuente: Adaptado de Beldona *et al.* (2003). [traducido por el autor].

Los CVB son una pieza clave para la industria MICE (Ford *et al.*, 2012). Diversos autores mencionan la importancia de estas instituciones por medio de la definición de sus objetivos. Para Wang (2008), el aumento de la visibilidad del área local como destino viable para reuniones, congresos y otros eventos, es el objetivo principal que comparten las entidades públicas y privadas que conforman la estructura de las oficinas de los CVB. Gartrell (1998) matiza que los CVB tienen dos objetivos principales: 1) promover el destino y atraer la organización de eventos creando una imagen positiva de los servicios locales, proporcionando información técnica y verificando la viabilidad de un evento; y 2) apoyar el desarrollo del turismo local facilitando la coordinación entre agentes de viajes y turismo y el sector público, brindando servicios y capacitación a empresas locales.

A pesar de que cada CVB puede contar con una red flexible en cuanto a la naturaleza de sus afiliados, la mayoría de los estudios identifica a cuatro *stakeholders* considerados como relevantes para conformar una adecuada gestión: el gobierno local; hoteles y empresas turísticas; accionistas/afiliados y los clientes del CVB (Ford & Peeper, 2008). Esta interrelación entre *stakeholders* resulta en la combinación de recursos e intercambio de experiencias para el desarrollo de nuevos servicios que por sí solos no podrían ofrecer, alianzas que son reconocidas como esenciales para el marketing turístico (Maurer, 2010; Presenza & Cipollina, 2010).

Por su parte, las instalaciones para la realización del evento, constituye otro factor indispensable a ser evaluado. Aunque algunos hoteles ofrecen una estructura

adecuada, algunas investigaciones apuntan que las ciudades que cuentan con CC tienen mejores oportunidades para atraer visitantes (Benur & Bramwell, 2015; Boo & Kim, 2019). Muchas ciudades inclusive continúan invirtiendo en instalaciones para atraer convenciones regionales, nacionales e internacionales, con base en la creencia que la construcción de mejores y más grandes CC es lo que más importa (Sanders, 2014). Sin embargo, otros autores hacen referencia a otros factores que pueden ejercer una mayor influencia en la selección de los organizadores. Citan entre estos factores: las características del CC (capacidad instalada, número de salas y baños, señalización direccional y la proximidad del hotel al CC), servicios (limpieza, mantenimiento y amabilidad del personal), alimentos y bebidas, precios y oportunidades de negocios y redes (Crouch *et al.*, 2019; Choi, 2005; Breiter y Milman, 2006; Severt *et al.*, 2007).

Por tanto, una ciudad para ser considerada sede debe poseer redes complejas de compañías con enfoque en la planificación y suministro de bienes y servicios para atraer inversiones relacionadas a la industria MICE, como alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, agencias de viajes, operaciones turísticas y atracciones comerciales (Haugland *et al.*, 2011); estructura que satisficiera las actividades turísticas derivadas de las reuniones de interés profesional, de asociaciones, instituciones de carácter comercial, promocional, técnico, científico y social que conlleva el turismo de negocios y eventos (Mtur, 2019).

Para el Ministerio de Turismo (Mtur, 2019), este segmento se caracteriza por la transversalidad y alta rentabilidad, ya que el perfil de este turista presenta un promedio mayor en los gastos efectuados en las ciudades sedes gastando cuatro veces más que el turista de ocio; de hecho, el gasto promedio diario de un turista de eventos en Brasil es de US\$304,67, mientras que el del turista de ocio gira en torno de US\$73,77 (EMBRATUR, 2014). Los congresos en su mayoría son itinerantes, por lo cual se desplazan de una ciudad a otra en cada edición, siendo una excelente oportunidad para ser atraídos por medio de los CVB. (PMM *et al.*, 2016).

### **3. Metodología**

Este trabajo, en cuanto a la metodología de su investigación, considera un enfoque cualitativo de carácter inductivo, en el cual, a partir de un fenómeno dado, es posible encontrar similitudes en otro, permitiendo entender procesos y experiencias, partiendo de hechos particulares para obtener conclusiones generales (Hernández Sampieri *et al.*, 2010).

En cuanto al método, esta investigación se fundamenta en un estudio de caso, en el cual es analizada una institución brasileña responsable por la difusión e intercambio de conocimiento e informaciones a través de eventos científicos. Esta entidad cuenta con una amplia red de socios entre profesores, investigadores, estudiantes, profesionales, instituciones educativas, privadas y no gubernamentales que actúan directa o indirectamente en el área de la ingeniería industrial en Brasil. Reúne cada año aproximadamente a 2000 personas en el Congreso Brasileño de Ingeniería Industrial (ENEGEP, en su sigla en portugués), realizado de forma itinerante en diferentes ciudades de Brasil a cada edición.

Para este trabajo, son considerados los resultados obtenidos en el evento de 2018, realizado en la ciudad de Maceió, capital del estado de Alagoas ubicado en la región noreste del país. Por lo tanto, algunas estrategias de triangulación de datos (Yin, 2001), fueron utilizadas, al emplear fuentes para recolección enfocada por medio de

análisis de documentos e informes del CVB de la ciudad sede de aquella edición, entrevistas semiestructuradas realizadas junto a la coordinación responsable de la gestión de eventos científicos de la institución, y el análisis del informe final del congreso, el cual permitió el acceso a la información referente a los costos, gastos y beneficios de producción, así como conocer el perfil de los participantes. Estos datos que, al ser confrontados con estudios previos realizados por el CVB, permitieron identificar su impacto en la economía de la ciudad sede durante el evento.

Esta información fue recopilada durante el segundo trimestre de 2019, periodo en el cual las actividades post evento por parte de los organizadores habían sido finalizadas, y, por otro lado, el informe anual 2018 del CVB había sido publicado; los datos monetarios son reflejados en US Dólares (US\$) conforme la tasa de cambio cotizada en octubre de 2018, periodo en el cual fue realizado el evento y que equivale a R\$3.72 (reales brasileños) por US\$1.00 (dólares) según el portal de inversión en acciones de la bolsa de valores de Brasil (ADVFN Brasil, 2019)

Es importante tener en cuenta que, al considerar el método cualitativo para la realización de esta investigación, los resultados obtenidos no deben ser generalizados (Malhotra, 2006). Apenas se pretende evidenciar la importancia de los eventos científicos y su impacto en la economía, principalmente en los sectores relacionados al turismo de las ciudades sedes.

## **4. Resultados**

### ***4.1. Aporte de los organizadores***

El ENEGEP es, según sus organizadores, el congreso más importante en el área de ingeniería industrial de América Latina, no apenas por la cantidad de participantes a cada edición, más por el volumen significativo de producción científica a cada edición y la participación de exponentes de renombre a nivel nacional e internacional (ABEPRO, 2019). Es por esta razón que es un evento científico muy solicitado por diversos CVB.

La 38ª edición celebrada en 2018 fue realizada en la ciudad costera de Maceió, específicamente en el Centro Cultural y de Convenciones Ruth Cardoso, como resultado de una serie de visitas técnicas en la cual fueron evaluados diversos aspectos principalmente estructurales que atenderían la demanda de por lo menos 12 salas de diversos tamaños para uso simultaneo por 4 días de evento y una sala principal con capacidad de por lo menos 2000 personas para la apertura y clausura del congreso.

Con base en la cadena de valor definida por Michael Porter (1985) como un modelo de análisis de actividades específicas que las organizaciones realizan para crear valor y ventajas competitivas para sus clientes, el CVB de la ciudad de Maceió menciona las principales actividades relacionadas a la producción de eventos científicos, que incluyen diversas variables como lo muestra la Figura 3.



Figura 3 – Principales actividades para la realización de eventos.

Espacio	Infraestructura y equipo	Alimentos y bebidas
Alojamiento	Transporte local	Escenografía y decoración
Marketing y comunicación	Conferencistas y artistas	Subcontrataciones

Fuente: PMM *et al.* (2016). [traducido por el autor].

Para PMM *et al.* (2016) la recaudación monetaria derivada de la contratación de los servicios anteriores es indispensable para medir el impacto económico de los eventos a ser realizados en la ciudad de Maceió. De esta forma, se presenta en la Figura 4 la inversión local realizada por el Congreso Brasileño de Ingeniería Industrial en su edición de 2018.

Figura 4 – Servicios contratados por el ENEGEP en la ciudad sede

SERVICIO	INVERSIÓN POR EVENTO	INVERSIÓN PROMEDIO / DÍA
Centro de Convenciones	\$ 24,235.45	\$ 6,058.86
Infraestructura y equipo	\$ 17,682.80	\$ 4,420.70
Alimentos y bebidas	\$ 36,873.39	\$ 9,218.35
Hospedaje	\$ 16,161.29	\$ 4,040.32
Transporte local	\$ 4,205.83	\$ 1,051.46
Escenografía y decoración	\$ 9,333.33	\$ 2,333.33
Marketing y comunicación	\$ 3,363.49	\$ 840.87
Conferencistas y artistas	\$ 6,129.03	\$ 1,532.26
Subcontrataciones	\$ 15,294.42	\$ 3,823.60
<b>Total</b>	<b>\$ 133,279.03</b>	<b>\$ 33,319.76</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ABEPRO (2018).

Si bien los datos anteriores no reflejan los costos totales destinados a la producción del evento éstos reflejan el alto nivel de inversión, con la que este nicho en poco tiempo puede llegar a contribuir a la economía de las ciudades sedes. Los valores obtenidos acompañan un estudio realizado por el CVB, el cual estima la cantidad de US\$114,036.73 referente a la inversión total realizada en el segmento de eventos, lo que equivale a US\$28,509.18 por día considerando un promedio de 4 días de duración de cada evento (PMM *et al.*, 2016).

## 4.2. Aporte de los congresistas

Adicional a la inversión realizada por la organización del evento, el aporte de los participantes es de igual importancia para la economía de la ciudad sede. El Congreso Brasileño de Ingeniería Industrial en 2018, contó con la participación de 1,934 congresistas de los cuales 1,080 eran alumnos de graduación, 720 graduados (alumnos de posgraduación y/o profesionales), 94 participantes relacionados a actividades de organización, staff y apoyo local y 40 expositores (ABEPRO, 2018).

Para una efectiva distribución de la inversión efectuada por los congresistas, PMM *et al.* (2016) recomiendan categorizar a los participantes en dos grupos: residentes, segmento que en 2016 alcanzó una participación de 17% en eventos realizados en la ciudad; y no residentes o turistas, con una participación del 83% para el mismo año. Estas categorías permiten estimar de una forma más precisa el gasto promedio realizado por cada individuo, durante su participación al evento.

Otra variable para considerar en esta etapa es el periodo de estadía en la ciudad sede de cada participante. En términos generales, PMM *et al.* (2016) informa que, independientemente de la duración del evento (promedio de 4 días), el 7% permanece por un máximo de dos días, siendo que el 41% permanece de 3 a 4 días y el 33% de los congresistas permanece entre 5 y 6 días. Por lo tanto, es posible identificar que una parte considerable de los participantes en congresos utiliza parte de su estadía para realizar actividades extracurriculares principalmente relacionadas al turismo local, en periodos previos o posteriores al evento.

Por otra parte, de acuerdo con la distribución entre residentes y no residentes, es mencionado que las estadías corresponden en promedio a 3.70 y 5.34 días respectivamente, con un promedio de gasto por día de US\$12.40 para el primer grupo y US\$118.59 para el segundo (PMM *et al.*, 2016). Recopilando las informaciones anteriores, es presentada en la Tabla 2 con base a los datos del evento en estudio.

Tabla 2 – Distribución de los participantes del ENEGEP 2018

CATEGORIA	PARTICIPANTES	VALOR PROMÉDIO/DÍA	DÍAS	TOTAL DE GASTOS
Residentes	143	\$ 12.40	3.70	\$ 6,560.84
No residente	1791	\$ 118.59	5.34	\$ 1,134,187.64
Total	1934	-	-	\$ 1,140,748.48

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ABEPRO (2018).

La distribución anterior se obtuvo a través de los reportes emitidos por el sistema de inscripción y registro, en el cual se solicitaron datos generales, académicos y de domicilio de cada participante. De esta forma, es posible destacar la importancia para el turismo local de los participantes no residentes, que, por su condición, hacen uso extenso de la infraestructura turística de la ciudad, al demandar servicios de alojamiento, alimentación, transporte, compras y entretenimiento (PMM *et al.*, 2016). Para esta categoría, el CVB menciona que no se incluyen en esta estimativa, los gastos referentes a pasajes aéreas o terrestres hasta la ciudad sede por no estimar el aporte de este tipo de gastos a la economía total. Esta misma fuente también identificó que, en lo referente al uso de servicios de alojamiento en la ciudad de Maceió para el sector de

eventos, el 72% de los congresistas buscan hospedarse en hoteles, el 11% hacen uso de posadas o hostels, el 9% prefieren rentar un apartamento y finalmente el 5% de los participantes en promedio hacen uso de la casa de familiares o amigos. Para el 66% de la muestra estudiada, la decisión depende de la ubicación del lugar de alojamiento en relación a la cercanía del CC o lugar de realización del evento.

#### **4.3. Impacto económico del Congreso Brasileño de Ingeniería Industrial en 2018.**

Como mencionado anteriormente, para determinar un resultado más preciso del impacto económico resultante del segmento de eventos, deben ser consideradas las contrataciones de servicios locales y los gastos estimados de los participantes tanto residentes como no residentes. De esta forma, se presentan los resultados para este trabajo en la Tabla 3.

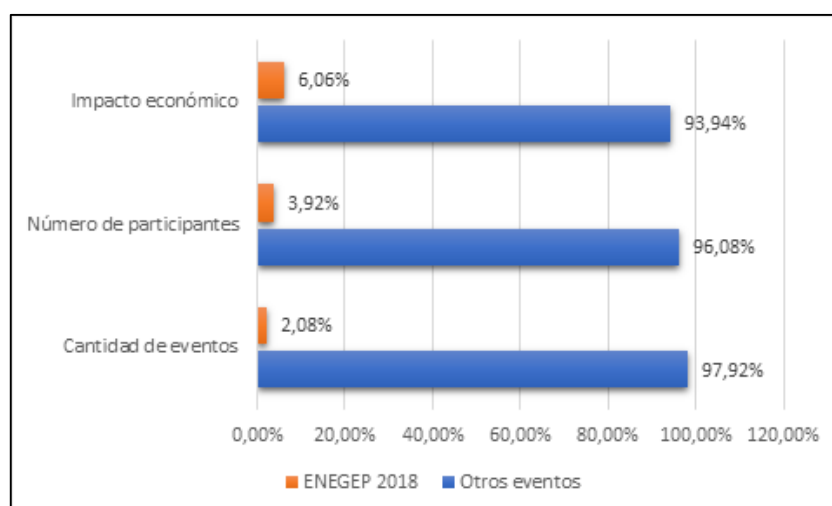
*Tabla 3 – Aporte monetario de la realización del ENEGEP 2018 en la ciudad de Maceió.*

<b>TIPO DE GASTO</b>	<b>VALOR EM US\$</b>
Aporte de los Organizadores	\$ 133,279.03
Aporte de los participantes	\$ 1,140,148.48
<b>Total</b>	<b>\$ 1,273,427.51</b>

Fuente: Elaboración propia.

Así, es mostrado el impacto en cuanto a valores monetarios invertidos con la realización del Congreso Brasileño de Ingeniería Industrial. Sin embargo, al ser comparados con los datos globales difundidos en el informe anual del CVB de Maceió para 2018, se obtienen resultados más amplios en cuanto a la contribución general del evento al considerar que para ese año fueron realizados 48 eventos en la ciudad con la participación de 49,330 congresistas, lo que generó un impacto económico de US\$18,817,204.30 (MC&VB, 2018). El Gráfico 1 muestra la representación de los datos anteriores.

Gráfico 1 – Contribución del ENEGEP a la ciudad sede en la edición 2018.



Datos:

EVENTO	CANTIDAD DE EVENTOS		NUMERO DE PARTICIPANTES		IMPACTO ECONÓMICO	
Otros eventos	47	97.92%	47,396	96.08%	\$ 17,676,455.82	93.94%
ENEGEP 2018	1	2.08%	1,934	3.92%	\$ 1,140,748.48	6.06%
Total	48	100%	49,330	100%	\$ 18,817,204.30	100%

Fuente: Elaboración propia.

A pesar de que el ENEGEP representó apenas el 2.08% en la participación en el segmento de eventos en la ciudad de Maceió para 2018, este resultado muestra la importancia de los eventos científicos en la economía de las ciudades sedes, al impactar directamente sus recursos turísticos por medio de la participación de un alto número de visitantes en un periodo determinado.

## 5. Conclusiones y Recomendaciones

De acuerdo con los organizadores, la mayoría de los suministros utilizados en la producción del Congreso Brasileño de Ingeniería Industrial en 2018 fueron contratados en la ciudad sede, principalmente para incentivar el desarrollo económico local. Sin embargo, la contratación de proveedores locales también resulta en ventajas competitivas para las instituciones organizadoras. Gabriela Olivato, coordinadora general del ENEGEP, menciona que la contratación de empresas locales, por ejemplo, disminuye los costos derivados por servicios de transporte de materiales hasta las ciudades sedes, factor que posteriormente contribuirá a la disminución de los niveles de emisiones de carbono emitidos por la realización del evento (G. Olivato, comunicación personal, mayo de 2019). Por lo tanto, este tipo de políticas construyen una imagen más amigable de las instituciones organizadoras, al estar comprometidas de alguna forma con el bienestar social.

De cualquier forma, para garantizar el éxito de un evento científico independientemente de la ciudad sede seleccionada, el proceso de toma de decisiones para la contratación de suministros, sean estos locales o no, resulta de una evaluación rigurosa de pros y contras durante el periodo de planificación. Rivera *et al.* (2019) mencionan que uno de los factores de mayor impacto durante la realización de este tipo

de eventos es, efectivamente, la disponibilidad de infraestructuras adecuadas a precios competitivos, principalmente la relacionada con la contratación del espacio físico para la realización del evento y los costos de alojamiento.

En relación a la afluencia de congresistas, son diversos los factores que influyen en la decisión de participar en un evento. PMM *et al.* (2016) mencionan que la principal razón es el evento en sí, ya que diversos participantes son fieles a eventos determinados y apenas dependerán de la temática o el contenido para tomar una decisión de participación independientemente del lugar donde será realizado. Sin embargo, también es mencionado que antes del interés de realizar *networking* durante un evento, son más relevantes las opciones turísticas que ofrece la ciudad sede. Por tanto, es posible confirmar que la decisión de realizar el Congreso Brasileño de Ingeniería Industrial – ENEGEP 2018 en una ciudad atractiva como Maceió contribuyó al número final de participantes del evento. Por otro lado, como mostrado anteriormente, la ciudad de Maceió se vio beneficiada al acoger en menos de una semana a más de 2000 personas (incluidos los acompañantes) durante un periodo considerado como temporada baja en la región noreste del país, y que representó una inversión monetaria de US\$1,140,748.48; datos que confirman la proposición de este trabajo.

Para investigaciones futuras sobre la estrecha relación entre actividades derivadas de la industria MICE y el turismo en ciudades sedes, se recomienda un análisis más específico que dependerá del objeto de estudio, por ejemplo, desde el punto de vista de los participantes: estudiantes, profesionales, médicos, etc.; del punto de vista de los organizadores: instituciones especializadas en la organización de eventos, universidades, profesores o rectores, profesionales del área del evento específico (ej. médicos, abogados, ingenieros) etc.; o, desde el punto de vista de la ciudad sede: búsqueda de hoteles, atractivos turísticos más visitados, etc. De esta forma, se tendrá una visión holística que servirá como base para el proceso de toma de decisión por parte de los interesados.

## AGRADECIMIENTOS

A la Asociación Brasileña de Ingeniería Industrial (ABEPRO en su sigla en portugués) y al Convention Center & Visitor Bureau (CC&VB) de la ciudad de Maceió.

## BIBLIOGRAFIA

ADVFN Brasil: Portal de investimentos em ações da bolsa de valores do Brasil, com cotações da Bovespa e BM&F. (2019). *Cotação do Dólar em Outubro de 2018*. Disponible en: <https://br.advfn.com/moeda/dolar/2018/10>

ALFORD, P. “Positioning the destination product: Can regional tourist boards learn from private sector practice?”. En: *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 1998, vol.7, núm. 2, p. 53–68

(ABEPRO) Associação Brasileira de Engenharia de Produção, 2019. Disponible en: <http://portal.abepro.org.br/enegep/>

(ABEPRO) Associação Brasileira de Engenharia de Produção. *Relatório final do Encontro Nacional de Engenharia de Produção - ENEGEP 2018*. Rio de Janeiro, 2018.

BELDONA, S.; MORRISON, A. M.; ANDERSON, D. J. "Information exchange between convention and visitor bureaus and hotels in destination marketing". En: *Journal of Convention & Exhibition Management*. 2003, vol. 5, núm. 1, p. 41–56

BENUR, A.M.; BRAMWELL, B. "Tourism product development and product diversification in destinations". En: *Tourism Management*. 2015, vol. 50, p. 213–224

BOO, S.; KIM, M. "Tourists' online reviews of convention centers". En: *Journal of Convention & Event Tourism*. 2019, p. 1-28

BOO, S.; KIM, M. "The influence of convention center performance on hotel room nights". En: *Journal of Travel Research*. 2010, vol. 49, núm. 3, p. 297–309

BREITER, D.; MILMAN, A. "Attendees' needs and service priorities in a large convention center: Application of the importance–performance theory". En: *Tourism Management*. 2006, vol. 27, núm. 6, p. 1364–1370

BROWN, S.; GETZ, D.; PETERSON, R.; WALLSTAM, M. "Event evaluation: definitions, concepts and a state of the art review". En: *International Journal of Event and Festival Management*. 2015, vol. 6, núm. 2, p. 135-157

CHOI, J.J. "Factors influencing state association planners' overall satisfaction with a convention experience". En: *Journal of Convention & Event Tourism*. 2005, vol. 6, núm. 4, p. 65–80

CROUCH, G.; CHIAPPA, G.; PERDUE, R. "International convention tourism: A choice modelling experiment of host city competition". En: *Tourism Management*. 2019, vol. 71, p. 530-542

CROUCH, G.; RITCHIE, J. "Convention site selection research: A review, conceptual model, and propositional framework". En: *Journal of Convention & Exhibition Management*. 1998, vol. 1, núm. 1, p. 49–69

ELLERT, G.; SCHAFMEISTER, G.; WAWRZINEK, D.; GASSNER, H. "Expect the unexpected. New perspectives on uncertainty management and value logics in event management". En: *International Journal of Event and Festival Management*. 2015, vol. 6, núm. 1, p. 54-72

(EMBRATUR) Empresa Brasileira de Turismo. *Pesquisa de Impactos Econômicos dos Eventos Internacionais Realizados no Brasil*, 2019. Disponible en: <https://bit.ly/2Ldppp9>

FORD, R.C.; PEEPER, W.C. *Managing destination marketing organizations: The roles, tasks, and responsibilities of the convention and visitors bureau executive*. 2008, Orlando, FL.

FORD, R.C.; WANG, Y.; VESTAL, A. "Power asymmetries in tourism distribution networks". En: *Annals of Tourism Research*. 2012, vol. 39, núm. 2, p. 755–779.

GARTRELL, R.B. *Destination marketing for convention and visitor bureau*". 1998, Iowa: Kendall Hunt Publishing.

GETZ, D. *Event Management and Event Tourism*. (2a ed.). Cognizant Communication, New York. 2005.

GETZ, D. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxon: Routledge. 2012.

HAUGLAND, S.A.; GRONSETH, H.N.B.O.; AARSTAD, J. “Development of tourism destinations: An integrated multilevel perspective”. En: *Annals of Tourism Research*. 2011, vol. 38, núm. 1, p. 268–290

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C.; BAPTISTA LUCIO, P. *Metodología de la investigación*. (5a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill, 2010.

(ICCA) International Congress and Convention Association. *ICCA Statistics Report – The International Association Meeting Market 2000-2009*, 2010. Disponible en: <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1130>

(ICCA) International Congress and Convention Association. *ICCA publishes 2018 city and country rankings by estimated total number of participants*, 2019. Disponible en: <https://www.iccaworld.org/npps/story.cfm?nppage=1100291>

JAIMANGAL-JONES, D.; FRY, J.; HAVEN-TANG, C. “Exploring industry priorities regarding customer satisfaction and implications for event evaluation”. En: *International Journal of Event and Festival Management*. 2018, vol. 9, núm. 1, p. 51-66

(MC&VB) Maceió Convention & Visitor Bureau. *Relatório Maceió Convention 2018*, 2019. Disponible en: <https://bit.ly/2J7tdpl>

MALHOTRA, N. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada* (4a ed.). Porto Alegre: Bookman. 2006.

MAURER, I. “How to build trust in inter-organizational projects: The impact of project staffing and project rewards on the formation of trust, knowledge acquisition and product innovation”. En: *International Journal of Project Management*. 2010, vol. 28, núm. 7, p. 629–637.

Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. *A importância do Setor Terciário*, 2019. Disponible en: <<https://goo.gl/MS4xQI>>

(MTur) Ministério do Turismo do Brasil, 2019. Disponible en: <http://www.turismo.gov.br/>

PORTER, M.E. *Competitive advantage: creating and sustaining competitive performance*. New York: Free Press, 1985.

(PMM) Prefeitura Municipal de Maceió; Maceió Convention & Visitor Bureau (MC&VB); Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS). *Análise do Turismo de Negócios e Eventos em Maceió*. 2016. Disponible en: <<http://www.maceioconvention.com.br/pesquisas/page/2/>>

PRESENZA, A.; CIPOLLINA, M. “Analysing tourism stakeholders networks”. En: *Tourism Review*. 2010, vol. 65, núm. 4, p. 17–30

RIVERA, R.M.F. “Framework para a gestão de eventos científicos com base na aplicação da metodologia Lean Thinking”. Dissertação de mestrado, Universidade Nove de Julho - UNINOVE, São Paulo, SP, Brasil, 2019.

RIVERA, R.M.F.; VANALLE, R.M.; VIEIRA Jr., M. “Proposta de um sistema de gerenciamento da cadeia de suprimentos na gestão de eventos científicos itinerantes”. En: *Revista Exacta*. 2019, vol. 17, núm. 2, p. 135-146

SANDERS, H. *Convention center follies: Politics, power, and public investments in American cities*, 2014.

SEVERT, D.; WANG, Y.; CHEN, P.-J.; BREITER, D. “Examining the motivation, perceived performance, and behavioral intentions of convention attendees: Evidence from a regional conference”. En: *Tourism Management*. 2007, vol. 28, núm. 2, p. 399–408

SLACK, N.; BRANDON-JONES, A.; JOHNSTON, R. *Administração da produção* (4ª ed.). Atlas. São Paulo, 2015.

TARGINO, M.G.A. “Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. En: *Informação & Sociedade: Estudos*. 2000, vol. 10, núm. 2, p. 37-85

VARGO, S.L.; LUSCH, R.F. *Service-Dominant Logic: Premises, perspectives, possibilities*. Cambridge University Press, 2014.

YIN, R. *Estudo de caso: planejamento e métodos* (4a ed.). Porto Alegre: Editora Bookman, 2001.

WANG, Y. “Collaborative destination marketing: Roles and strategies of convention and visitors bureaus. En: *Journal of Vacation Marketing*. 2008, vol. 14, núm. 3, p. 191–209

WEI, W.; MIAO, L.; CAI, L.; ADLER, H. “Modeling event attendees' experiences during customer-customer encounters (CCEs). En: *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2017, vol. 29, núm. 8, p. 2085-2102

WHITFIELD, J. E. “Why build purpose-built conference venues? Forecasting new build”. En: *Journal of Retail & Leisure Property*. 2007, vol. 6, núm. 1, p. 47–60

WITTER, G.; SOUZA, J. “British psychophysiology society annual meeting - 2005: análise da produção”. En: *Ciência da Informação*. 2007, vol. 36, núm. 2, p. 85-91