

**CAPÍTULO 4: EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE ASISTENTES AL COMIC CON (GUAYAQUIL, ECUADOR) 2018**

**Autores:**

**Gianella Abigail Gutiérrez Zambrano, Ing.**

Coordinadora Proyecto de Investigación Observatorio Turístico de Guayaquil

Universidad Espíritu Santo, Ecuador.

[giagutierrez@uees.edu.ec](mailto:giagutierrez@uees.edu.ec)

**César Andrés Vélez Del Hierro, Mgrt.**

Director Académico de la Facultad de Turismo y Hotelería

Universidad Espíritu Santo, Ecuador.

**INTRODUCCIÓN**

Hoy en día es notorio el crecimiento de eventos culturales debido a la necesidad del turista de buscar sensaciones y experiencias nuevas, generalmente lejos de su lugar de residencia, lo que ha hecho que adquieran relevancia, los eventos de este tipo suelen ir desde conciertos, desfiles, obras de teatro, convenciones y a su vez causan un gran impacto en la economía a corto y largo plazo en el lugar donde este se desarrolle, dichos ingresos provienen de rubros como entretenimiento, alojamiento, restauración, transporte y compras (Gómez, Gálvez y Guzmán, 2017).

Cabe señalar que los eventos culturales son un importante motor de motivación en el turismo estimulando el crecimiento y desarrollo económico de un país, región, ciudad o localidad ya que generan/motivan desplazamientos en los turistas lo cual conlleva al consumo desde el momento en que éste decide viajar y por ende incrementa las divisas del lugar al cual acude (Marujo, 2015).

La motivación es un aspecto fundamental en el turismo y sus diferentes tipologías ya que impulsa a las personas a desplazarse para satisfacer las necesidades que preceden dicha motivación y así cumplir sus expectativas, dichas motivaciones en el

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

---

caso del turismo de eventos pueden ir desde el ocio, socialización, experiencia, participación, experimentar la cultura local o aprendizaje, incluso puede mostrarse motivado por la información provista por otras personas, la cual en general suele tener más valor para ellos que cualquier otra motivación (Herrera y Estrada, 2016).

A su vez, la satisfacción sobre los eventos y su posterior evaluación es otro aspecto relevante al igual que la motivación, debido a que evalúa el conjunto que engloba la prestación de servicios (Fernández & Nina, 2016). No obstante, su importancia está relacionado al área de planificación ya que permite a los organizadores obtener la percepción y satisfacción de los asistentes con la finalidad de poder mejorar futuras ediciones en aspectos como logística y contenido lo que “repercutirá favorablemente tanto en las posibilidades de repetición al mismo destino como en su predisposición a recomendar el mismo” (Rangel, Rivero y Martín, 2016, p. 421).

En los últimos años, los eventos/con convenciones de cultura pop se han convertido en un fenómeno popular debido a la gran audiencia que la *cultura geek*<sup>1</sup> le ha otorgado al trasladarse a la corriente principal, promoviendo nuevas tendencias hacia este tipo de eventos combinando la tecnología con la televisión, anime, manga, ciencia ficción, comics y videojuegos, siendo hoy en día el sexo femenino, el género que destaca demográficamente en estos eventos (Cooper, 2018).

Comic Con es un evento de índole internacional, de origen norteamericano que acoge a los fanáticos de los comics, videojuegos y animes, auspiciado por estudios de cine, editoriales y videojuegos, considerado uno de los más relevantes de la cultura pop a nivel mundial debido al amplio contenido que este ofrece a la audiencia que va desde atracciones inspiradas en comics, películas, conferencias, stands de famosos artistas gráficos e historietas, *cosplayers*<sup>2</sup> y exhibición/venta de figuras de acción (Guayaquil es mi destino, 2018). Es importante mencionar que este evento se relaciona a la

---

<sup>1</sup> Evoca un medio subcultural, androcéntrico y de alta tecnología, a menudo asociado con la informática (Erreguerena Albaiteiro, 2016).

<sup>2</sup> Participantes que usan disfraces, accesorios y trajes que representan un sujeto específico o una idea para crear una subcultura centrada en el juego de roles (Academia Ecuatoriana de la Lengua, 2017).

## **Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.**

---

economía de experiencia el cual mueve "\$4 mil millones en actividad económica solo en América del Norte" (Grate, 2017).

El propósito de esta investigación es determinar las principales motivaciones que estimula a las personas a visitar el Comic Con de la ciudad de Guayaquil; además, evaluar el nivel de satisfacción en relación a variables de logística y contenido del evento con la finalidad de brindar información relevante y de interés a los actores involucrados en su organización ya que esto permitirá segmentar o categorizar a los asistentes para adaptar el contenido del evento y por ende elevar el nivel de satisfacción, además se considera relevante la información obtenida ya que aporta a futuras investigaciones que estudian eventos con este tipo de temática (Yürük, Akyol, & Şimşek, 2017).

A lo largo del presente documento se expone la metodología, método y herramientas aplicadas, posteriormente se expone el análisis de los resultados obtenidos mediante las encuestas, los cuales evidencia la motivación y nivel satisfacción de la audiencia sobre el evento objeto de estudio. Además de brindar un perfil sociodemográfico para complementar la investigación.

Entre los principales resultados obtenidos se destaca que el adquirir conocimiento e información, conocer la sede del evento y socializar con otros asistentes son las principales motivaciones que el público tiene para concurrir a este acontecimiento. Respecto a la satisfacción se obtuvo que esta es alta, con un promedio de 4,4 sobre 5 en relación a variables como la ubicación, atención al cliente, duración del evento, disposición de los stands seguridad e higiene. Cabe mencionar que, ninguna de las variables sobre logística expuestas en el segmento de satisfacción fue calificada de manera negativa.

### **4.1 Objeto de estudio**

Comic Con es un evento fundado en 1970 en San Diego sur de California, con la finalidad de promover el aprecio por los comics y sus diversas formas de expresión ya

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

---

que se considera un gran aporte al arte y cultura. Posteriormente se dio acogida a animés, películas y personajes de fantasía y ciencia ficción. La primera edición contó con la asistencia de más de 300 personas y su duración fue de tres días, a su vez la marca del evento se ha extendido en otros países, incluido Ecuador (Comic - Con: International San Diego , 2018).

Comic Con en Ecuador, contó con su primera edición en 2016 con un estimado de más de 20.500 mil visitantes, 35 mil en 2017 y este año va por su tercera edición con un estimado de 20.500 personas, siendo sede la ciudad de Guayaquil. El evento se llevó a cabo en el Centro de Convenciones cuyo contenido consta de atracciones, escenario para realizar conferencias, presentaciones musicales, exposición de ilustradores de importantes editoriales como Marvel, Disney, DC Comics y puntos de venta de artículos relacionados a la temática del evento (El Universo, 2017).

### 4.2 Metodología

La metodología empleada en la presente investigación es mixta ya que se basa “en el empleo simultáneo de métodos cualitativos y cuantitativos” (Moscoso, 2017, pág. 635). Y se basó en la realización de un trabajo de campo mediante el uso de encuestas para conocer el nivel de satisfacción de los asistentes al Comic Con 2018, realizada del 10 al 12 de agosto del año 2018 en el Centro de Convenciones de Guayaquil.

Para la presente investigación la población objeto de estudio fueron visitantes mayores de 18 años, quienes fueron encuestados mientras permanecían en la sede del evento. Cabe destacar que el cuestionario se diseñó con la herramienta QuestionPro que es un *web software survey*<sup>3</sup> y el levantamiento de información se efectuó haciendo uso de tablets y iPads.

---

<sup>3</sup> Es una aplicación que se utiliza para recopilar comentarios de una muestra específica a través de un método asistido por computadora, que se presenta de diferentes maneras (Finances Online, 2018).

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

---

Se aplicaron 390 encuestas, siendo este el tamaño de la muestra donde se utilizó la población infinita la cual “se reconoce cuando el tamaño de la población no es posible definirlo en forma precisa” (Arias-Gómez, Villasís-Keever, & Miranda-Novales, 2016, pág. 203). Debido a que no se ha podido documentar un estudio oficial que determine el número de visitantes. El estudio contó con un margen de error de 5%, un nivel de confianza del 95% y una varianza del 50%.

Tabla 9. *Ficha de la investigación*

Población	Visitantes nacionales y extranjeros
Área geográfica	Comis Con Ecuador 2018, Guayaquil - Ecuador
Periodo de realización	Agosto de 2018
Procedimiento	Muestreo por conveniencia
Nivel de confianza	95%
Margen de error	5%
Cuestionarios válidos	390

Fuente: Elaboración propia

### 4.3 Herramienta de recolección de información y análisis de datos

Para recolectar la información se utilizó un cuestionario elaborado en base a trabajos previos (Scott, 1996); (Hanqin, 1999); (Yolal, Cetinel, & Uysal, 2009); (Egresi & Kara, 2014); (Kim, Duncan, & Chung, 2015) fundamentados en estudios de satisfacción y motivación de asistentes a eventos culturales.

La encuesta aplicada consta de 51 preguntas las cuales están distribuidas en 5 segmentos: sociodemográfico, gasto, motivación, nivel de satisfacción y sobre el contenido del evento.

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

---

Tabla 1. *Contenido del cuestionario*

Segmento	
Sociodemográfico	Contiene variables básicas como sexo, edad, ocupación, nivel de instrucción, ocupación, nivel de ingresos y lugar de procedencia.
Gastos	Abarca la estimación aproximada en los rubros que el turista invierte como alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento, compras, entre otros.
Motivación	Hace referencia a los factores que impulsan al asistente a acudir al evento.
Satisfacción	Incluye 15 <i>ítems</i> relacionados a la logística del evento.
Sobre el contenido del evento	Evalúa las atracciones más destacadas del evento.

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que la evaluación de los ítems se hizo usando la escala de Likert de satisfacción de 5 puntos siendo “1= estoy totalmente en desacuerdo”, “2= estoy parcialmente en desacuerdo”, “3= ni en de acuerdo ni en desacuerdo”, “4= estoy parcialmente de acuerdo” y “5= estoy totalmente de acuerdo”.

Para el análisis e interpretación de los resultados se empleó como herramienta QuestionPro, el cual proyecta los datos tabulados, para su posterior interpretación.

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

---

### 4.4 Resultados

A continuación, se presentan los resultados más relevantes obtenidos mediante el levantamiento de información:

Tabla 1. *Datos sociodemográficos*

<b>Género</b>	Masculino	61,42%
	Femenino	38,58%
<b>Edad</b>	18 - 28	67,26%
	29 - 39	22,84%
	40 - 50	8,38%
	51 - 65	0,76%
	Más de 65	0,76%
<b>Ocupación</b>	Empleado a tiempo completo	43,40%
	Estudiante	41,37%
	Independiente	8,63%
	Empleado a tiempo parcial	3,55%
	Amo de casa	2,28%
	Desempleado	0,51%
	Retirado	0,25%
<b>Nivel de instrucción</b>	Educación universitaria	78,17%
	Educación secundaria	18,78%
	Postgrado/Master/PhD	2,79%
	Educación primaria	0,25%
<b>Nivel de ingreso mensual</b>	Menos de \$386	45,43%
	\$386 - \$686	20,81%
	\$687 - \$987	21,07%

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

	\$988 - \$1288	4,57%
	Más de \$1288	6,09%
	No deseo responder	2,03%
<b>¿Reside en Guayaquil?</b>	Si	93,40%
	No	6,60%
<b>Provincia</b>	Pichincha	28,00%
	Azuay	12,00%
	Chimborazo	12,00%
	Tungurahua	12,00%
	Otros (Santa Elena, Manabí, Guayas, Galápagos, Esmeraldas)	36,00%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Como indica la tabla 1 correspondiente a los datos sociodemográficos se obtuvo que el 61,42% de los encuestados corresponden al género masculino y el 38,58% restante pertenecen al femenino, respecto a la edad destacaron personas que oscilan entre los 18 - 28 años de edad (67,26%), correspondiente a la ocupación de los encuestados se obtuvo que estos en su mayoría se sitúan entre los empleados a tiempo completo (43,4%) y estudiantes (41,37%) destacando el nivel de educación universitaria con un 78,17% e ingresos mensuales inferiores a \$386 USD (45,43%). En relación al lugar de residencia de los encuestados destacó que el 93,40% habitan en Guayaquil y el porcentaje restante (6,60%) residen en provincias como Pichincha, Azuay, Chimborazo y Tungurahua.

Tabla 2. *Características de la participación en el evento*

<b>Participación en el evento</b>	
Primera vez	46,95%
He asistido anteriormente	53,05%
<b>Participa en el evento como</b>	
Comprador	45,22%

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

Asistente	47,13%
Acompañante	4,31%
Expositor	2,87%
Otro (participante, youtuber)	0,48%
<b>Lo acompaña</b>	
Familia	42,97%
Amigos	32,74%
Pareja	12,53%
Solo	9,72%
Compañeros de trabajo	2,05%
<b>Indique el tipo de entrada adquirida</b>	
General (\$12)	91,00%
Comic Con (\$120)	4,37%
VIP (\$50)	2,06%
Súper VIP (\$75)	1,54%
N/A (Expositor)	1,03%
<b>Personas que lo acompañan en este viaje que no asisten al evento</b>	
No	61,86%
Si	6,44%
<b>Número de personas que lo acompañan</b>	
1	38,46%
2 – 3	42,31%
4 – 5	15,38%
Más de 5	3,85%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Como refleja la tabla 2 el 53,05% de los asistentes indicaron que han participado en las anteriores ediciones del Comic Con Ecuador en calidad de asistente (47,13%) o

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

comprador (45,22%) acompañados en su mayoría por la familia (42,97%), amigos (32,74%) y adquirieron entrada general (91%), la cual tiene un costo de \$12. A su vez, el 61,86% manifestó que no hubo personas que lo acompañan en el viaje que no hayan asistido al evento, cabe destacar que el número de personas oscilan entre 2 – 3 (42,31%) y 1 persona (38,46%).

Tabla 3. *Sobre el gasto*

Estimación de gastos en relación a la participación en el evento								
	No gasta	Menos de \$40	\$40 - \$60	\$61 - \$80	\$81 - \$100	\$101 - \$120	\$121 - \$140	Más de \$140
Hospedaje	14,13%	58,7%	17,39%	3,26%	3,62%	0,36%	0,36%	2,37%
Compras	87,61%	10,55%	0,46%	0%	0,46%	0%	0%	0,92%
Transporte a Guayaquil	45,33%	52,80%	1,87%	0%	0%	0%	0%	0%
Transporte local	18,29%	75,10%	4,28%	1,56%	0,78%	0%	0%	0%
Comidas y bebidas	71,72%	21,72%	4,51%	0,82%	0,41%	0,82%	0%	0%
Entretenimiento	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Tours	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>El gasto corresponde</b>								
Solo yo				82,15%				
Incluye a los acompañantes				17,85%				

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Correspondiente al gasto hecho por los asistentes en relación a su participación en el Comic Con se indicó que la inversión de los mismos se limitó a los rubros de hospedaje (58,70%), transporte a Guayaquil (52,80%) y transporte local (75,10%) donde el rango

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

de inversión era inferior a \$40 por persona y los rubros entretenimiento y tours fueron los únicos los cuales no refirieron gasto alguno ya que el 100% de la muestra indicó que no invirtió en las mismas.

Tabla 4. *Sobre las motivaciones de los asistentes al evento*

	1	2	3	4	5	N/A
Para adquirir nueva información y conocimiento	16,92%	3,59%	20,26%	28,72%	25,13%	5,38%
Para mejorar mi imagen profesional	18,97%	7,95%	11,79%	16,41%	10,00%	34,87%
Para visitar Guayaquil antes o después del evento	29,74%	8,72%	20,00%	10,26%	14,10%	17,18%
Para conocer esta sede de eventos	18,97%	6,67%	17,44%	14,62%	31,79%	10,51%
Para socializar con otros asistentes	5,15%	7,22%	19,07%	21,65%	45,62%	1,29%
Para buscar nuevas oportunidades laborales o de inversión	19,23%	10,77%	13,59%	8,97%	4,62%	42,82%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Como refleja la tabla 4 sobre las motivaciones de los asistentes destacaron que estas fueron socializar con otros asistentes (45,62%), conocer la sede del evento (31,79%)

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

y adquirir información y conocimiento (28,72%), siendo no considerada como una motivación visitar la ciudad de Guayaquil antes o después del evento.

Tabla 5. Variables evaluadas para la satisfacción de los asistentes en el evento

	1	2	3	4	5	N/A
Promoción del evento	2,31%	3,60%	12,34 %	34,70 %	43,44 %	3,60%
Información recibida	1,03%	2,57%	21,34 %	37,02 %	35,48 %	2,57%
Ubicación	0,51%	1,03%	7,97%	29,05 %	61,44 %	0%
Servicio de registro	1,80%	2,31%	15,17 %	32,13 %	48,33 %	0,26%
Costo de la entrada	3,34%	6,43%	22,37 %	28,53 %	38,56 %	0,77%
Atención al cliente	0,51%	3,60%	10,03 %	33,42 %	51,93 %	0,51%
Disposición de stands	1,54%	1,54%	11,05 %	30,85 %	55,01 %	0%
Cantidad y variedad de ponentes y actividades	1,54%	5,40%	16,20 %	28,79 %	48,07 %	0%
Puntualidad	2,06%	5,66%	8,48%	22,37 %	49,10 %	12,34 %
Duración del evento	0,51%	1,54%	6,17%	23,14 %	67,87 %	0,77%
Seguridad	0,51%	3,60%	18,25 %	24,42 %	53,21 %	43,21 %

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

Higiene	0,77%	3,34%	14,65 %	29,56 %	51,67 %	51,67 %
Acústica	3,86%	3,60%	15,17 %	33,93 %	43,44 %	0%
Costo de los servicios recibidos	9,25%	14,40 %	23,39 %	26,74 %	25,96 %	0,26%
Alimentos y bebidas	7,22%	10,57 %	23,20 %	32,99 %	23,71 %	2,32%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

En relación a la satisfacción sobre los servicios del evento, los encuestados presentaron un alto nivel de satisfacción en los 15 *ítems* que fueron sometidos a evaluación, entre ellos destacan con más del 50% la ubicación (61,44%), atención al cliente (51,93%), disposición de stands (55,01%), duración del evento (67,87%), seguridad (53,21%) e higiene (51,67%).

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

Tabla 6. Sobre el contenido del evento

<b>Atracciones que planea visitar o visitó en el evento</b>	
Batimóvil ochentero	26,81%
Batimóvil acróbata	13,77%
Batimóvil de la Liga de la Justicia	14,09%
Batimoto	11,46%
Experiencia Jurásica	17,35%
Concurso cosplayer	10,73%
Otro	5,78%
<b>Su atracción favorita</b>	
Batimóvil ochentero	31,23%
Batimóvil acróbata	12,07%
Batimóvil de la Liga de la Justicia	12,07%
Batimoto	6,56%
Experiencia Jurásica	13,39%
Concurso cosplayer	11,81%
Otro	12,86%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Como indica la tabla 6, en relación al contenido del evento, los encuestados señalaron que el Batimóvil ochentero (26,81%) y Experiencia Jurásica (13,39%) eran dos de las atracciones que planeaban visitar o visitaron y a su vez el 31,23% indicó que el Batimóvil ochentero esta fue la atracción favorita del acontecimiento.

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

---

Tabla 7. *Sobre la calificación del evento*

<b>Calificación del evento</b>
4,4 / 5

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Al momento de evaluar la satisfacción general del evento por parte de los asistentes, se obtuvo una media de 4,4 sobre 5, lo cual refleja un nivel alto de complacencia, cabe puntualizar que la calificación abarca aspectos de logística y contenido.

Tabla 8. *Sobre la participación en eventos de este tipo*

<b>Disposición a volver participar en este evento</b>	
Si	97,69%
No	2,31%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Respecto a la disposición de los asistentes en participar nuevamente en este evento temático se obtuvo que el 97% de los asistentes encuestados; es decir, de 390 personas, 378 están dispuestas a repetir la experiencia.

### CONCLUSIONES

Entre las motivaciones que impulsan a los asistentes del Comic Con destacan el adquirir conocimiento y nueva información, conocer la sede del evento y socializar con otros asistentes, la cual fue la variable que tuvo mayor calificación. Entre las menos valoradas destacó que visitar Guayaquil antes o después del evento no era considerada como una motivación por los encuestados.

Correspondiente a la satisfacción del congreso es alta, teniendo como resultado una media de 4,4/5. Variables como ubicación, atención al cliente, disposición de stands, duración del evento, seguridad e higiene destacaron entre las 15 sometidas a calificación, teniendo más del 50% puntuación. Se recalca que ninguna variable evidenció bajo nivel de satisfacción.

Como recomendación principal se menciona la puntualidad y el cumplimiento de los términos y condiciones que cada tipo de entrada tiene ya que la principal manifestación de los asistentes fue que no percibieron relación acorde entre el precio pagado y el servicio adquirido. Referente a precios de los productos ofertados se sugiere regularlos ya que los encuestados percibieron una notable alza en los precios, lo cual limitó su consumo ya que tenían que destinar el dinero a otros rubros como transporte y alimentación. A su vez ofrecer variedad de productos ya que la oferta era muy repetitiva; es decir, no había variedad.

Se recomienda a los organizadores del evento distribuir señalética ya que para el visitante es más cómodo tener conocimiento de la distribución del lugar. Por otro lado, correspondiente al contenido del evento se sugiere mejorar el mismo aumentando el número de conferencistas, cosplayers y diversificar los atractivos ya que no se percibió variedad.

Se sugiere continuar con este tipo de investigación para poder contrastar la evolución del nivel de satisfacción y perfil de los asistentes en este tipo de eventos.

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

---

### REFERENCIAS

Academia Ecuatoriana de la Lengua. (19 de Abril de 2017). *Cosplay* . Obtenido de Academia Ecuatoriana de la Lengua: Correspondiente de la Real Española: <http://www.academiaecuatorianadelalengua.org/glossary/cosplay/>

Arias, J., Villasís, M. Á. y Miranda, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia de Mexico*, 63(2).

Comic - Con: International San Diego . (Agosto de 2018). *About Comic - Con International*. Obtenido de Comic - Con: International San Diego : <https://www.comic-con.org/about>

Cooper, A. (Agosto de 2018). *Pop Culture conventions*. Obtenido de Stageandscreen: <https://www.stageandscreen.travel/industry-insights/pop-culture-conventions>

Egresi, I., & Kara, F. (2014). Motives of tourists attending small-scale events: the case of three local festivals and events in Istanbul, Turkey. *GeoJournal of Tourism and Geosities*, 2, 93-110.

El Universo. (27 de Agosto de 2017). *Incrementa el público el último día de la Comic Con Ecuador 2017*. Obtenido de El Universo : <https://www.eluniverso.com/tendencias/2017/08/27/nota/6352852/incrementa-publico-ultimo-dia-comic-ecuador-2017>

Erreguerena Albaiteiro, M. J. (2016). Los geeks, los héroes de la hipermodernidad. *El Cotidiano*(195).

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

---

Fernández, G. M. y Nina, V. D. (2016). Medición de la Satisfacción del Cliente en Organizaciones no Lucrativas de Cooperación al Desarrollo. *Ciencia Administrativa*(1), 168-188.

Finances Online. (1 de Septiembre de 2018). *What Is Survey Software? A Comprehensive Guide to Benefits, Features, Types, Pricing and More*. Obtenido de Finances Online: <https://financesonline.com/survey-software-comprehensive-guide-benefits-features-types-pricing/>

Gómez, G., Gálvez, J., P., C. y Guzmán, T. L. (2017). Análisis del turismo en festivales culturales. Estudio del caso: Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro. *International journal of scientific management and tourism*, 3(2), 121-130.

Grate, R. (27 de Julio de 2017). *Update: Behind the Mask: What Fans Want at Fandom Conventions*. Obtenido de Eventbrite: <https://www.eventbrite.com/blog/ds00-fan-conventions-behind-the-mask/>

Guayaquil es mi destino. (Julio de 2018). *Comic Con Ecuador*. Obtenido de Guayaquil es mi destino: <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/comiccon>

Hanqin, Z. Q. (1999). An analysis of mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20(5), 587-594.

Kim, Y. H., Duncan, J., & Chung, B. W. (2015). Involvement, satisfaction, perceived value, and revisit intention: a case study of a food festival. *Journal of Culinary Science & Technology*, 13(2), 133-158.

Marujo, N. (2015). Eventos culturales y motivaciones de los turistas: La Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira-Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(1), 40-55.

## Medición de la Calidad en Turismo y Hospitalidad. Propuestas y Experiencias.

---

- Moscoso, J. N. (2017). Los métodos mixtos en la investigación en educación: hacia un uso reflexivo. *Cadernos de Pesquisa*, 47(164), 632-649.
- Rangel, C. R., Rivero, M. S., & Martín, J. M. (2016). Análisis de los factores sociodemográficos que determinan la valoración de eventos turísticos culturales: una aplicación al festival de teatro clásico de Mérida. *International journal of scientific management and tourism*, 2(2), 415-437.
- Rosas, L. E. y Estrada, D. I. (Diciembre de 2016). *Motivaciones y satisfacciones de los turistas en eventos culturales" Corona Capital" Ciudad de México*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Mexico: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/65110/TESIS%20FESTIVAL%20CORONA%20CAPITAL..pdf?sequence=1>
- Scott, D. (1996). A comparison of visitors' motivations to attend three urban festivals. *Festival Management and Event Tourism*, 3(3), 121-128.
- Yolal, M., Cetinel, F., & Uysal, M. (2009). An examination of festival motivation and perceived benefit relationship: Eskisehir International Festival. *Journal of Convention and Event Tourism*, 10(4), 276-291.
- Yürük, P., Akyol, A., & Şimşek, G. G. (2017). Analyzing the effects of social impacts of events on satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 60, 367-378.