

EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DE LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO 2018.

César Andrés Vélez del Hierro, MsC.

Máster universitario en Dirección de Dirección de Proyectos (Ecuador).
Director Académico de la Facultad de Turismo y Hotelería de la Universidad Espíritu Santo,
Ecuador.

cvelezh@uees.edu.ec

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Recibido: 26 de agosto de 2019.

Aceptado: 17 de septiembre de 2019.

RESUMEN

La Feria Internacional del Libro es un evento cultural el cual presenta autores nacionales e internacionales, además de exponer una amplia oferta literaria para los asistentes. En el año 2018 este evento tuvo lugar en el Centro de Convenciones de la ciudad de Guayaquil, siendo su cuarta edición, se estima que al evento asistieron aproximadamente 25.000 visitantes. En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo medir el nivel de satisfacción de los asistentes al evento y aportar con información relevante a las partes involucradas para el mejoramiento de futuras ediciones. La investigación se efectuó en el Centro de Convenciones de Guayaquil del 5 al 9 de septiembre del 2018 mediante la aplicación de cuestionarios a 413 visitantes. Entre las principales motivaciones destacan conseguir novedades y/o libros nuevos, buenos precios, asistir a un conversatorio o lanzamiento de un libro, acompañar a la familia y/o amigo. Respecto a la satisfacción se obtuvo que es alta en relación a variables como ubicación, servicio de registro, duración del evento e higiene del salón.

Palabras clave: satisfacción, motivación, Feria Internacional del Libro, Guayaquil, evento cultural.

ABSTRACT

The International Book Fair is a cultural event which presents national and international authors and exposes a wide literary offer for the attendants. This event took place on 2018 in the Center of Conventions of Guayaquil city, being this its fourth edition, it is estimated 25.000 visitors were present at the event. The purpose of this study is to measure International Book

Fair 2018 attendant's level of satisfaction to provide relevant information to the involved parts which will allow to improve the level of satisfaction of the attendants in future editions. The research was developed at Center of Conventions of the city from September 5 to September 9 of 2018 by through the application of questionnaires to 413 visitors. People motivations include to get book news, good prices, to attend a panel discussion or a book launch, to accompany family or friends. About satisfaction, people have a high level about location, registration service, duration of the event and hygiene.

Keywords: satisfaction, motivation, Book Fair, Guayaquil, cultural event

INTRODUCCIÓN

Hoy en día los eventos son acontecimientos de frecuente celebración en diversos destinos alrededor del mundo, cuyas cifras incrementan anualmente, haciendo que este mercado entre en un rápido crecimiento en la industria del turismo, siendo hoy en día uno de los rubros más fuertes de este sector (Kim, Duncan, & Chung, 2015).

Los eventos se caracterizan por efectuarse en ocasiones no habituales, impulsados por diversas motivaciones las cuales van desde culturales, ocio, entretenimiento, laborales e incluso personales. En este contexto, los eventos se desarrollan en determinadas fechas con la finalidad de celebrar, enseñar, comunicar a un grupo de personas con ayuda del contenido que provee el mismo (Herrero, 2018).

Cabe destacar que la existencia de motivaciones en los eventos es crucial ya que es el motor principal que impulsa a las personas a efectuar sus desplazamientos y hace posible la realización de un evento, dichas motivaciones van desde socializar experiencia, cultura, aprendizaje, ocio, curiosidad, entre otros (Rosas y Estrada, 2016).

Otro factor de relevancia en los eventos es la satisfacción, ya que es el eje principal sobre el cual se mueve un evento, se puede definir la satisfacción como "la respuesta del consumidor a la evaluación de la discrepancia percibida entre expectativas previas y el funcionamiento real del producto como percibido después de su consumo" (Oliver, 2014, p. 6).

La relevancia de la evaluación de la satisfacción de un evento radica en que los clientes están vinculados directamente al éxito del negocio ya que dicha evaluación permitirá a los organizadores del evento las herramientas necesarias para tomar medidas preventivas y

correctivas en futuros acontecimientos y a su vez permite “mejorar la calidad global del mismo, contribuyendo a mejorar la experiencia e imagen del turista sobre el destino” (Khadka & Maharjan, 2017, p. 58).

La Feria del Libro es un evento cultural que tiene la finalidad de fomentar el hábito lector y a su vez instruir y formar a la población. Este evento se efectúa en diferentes ciudades del mundo, entre ellas, Buenos Aires, Guadalajara, Madrid, Lima, entre otros. Entre el contenido que el evento ofrece se encuentra la presentación de escritores locales y extranjeros, lanzamiento de obras, conversatorios, conferencias y una amplia exposición de oferta literaria (Guayaquil es mi destino, 2018).

La Feria Internacional del Libro en Guayaquil se realizó por primera vez en 2015, donde tuvo una gran acogida traducándose en aproximadamente la asistencia de 22.000 personas (El Comercio, 2016). En 2016 se estimó más de 25.000 asistentes (El Comercio, 2016). En 2017 se incrementó la cifra de asistentes superando los 28.000 (El Comercio, 2018). Para el 2018 se realizó su cuarta edición donde se estimó la presencia de más de 25.000 personas (El Universo, 2018).

La finalidad de la presente investigación es conocer las motivaciones que los asistentes tienen en este tipo de eventos; además, determinar el nivel de satisfacción que tienen sobre el evento en cuestión de logística. La información recolectada permite a las partes involucradas en la organización del evento tomar acciones preventivas, correctivas o de mejora para superar el nivel de satisfacción del evento, ya que las perspectivas de los visitantes son superiores en cada edición. A lo largo de la investigación se exponen la metodología, método y herramientas empleadas; así como los hallazgos relevantes encontrados y su posterior análisis.

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología aplicada en el presente estudio es mixta ya que combinan en una misma investigación las miradas cuantitativas y cualitativas en vistas de la realización de la fase empírica del estudio (Moscoso, 2017, p. 632), mediante la aplicación de encuestas para medir el nivel de satisfacción de los visitantes en la Feria Internacional del Libro efectuada en la ciudad de Guayaquil del 5 al 9 de septiembre del presente año.

La población objeto de estudio fueron personas mayores de 18 años, quienes fueron encuestados mientras permanecían en la sede del evento. Para realizar el levantamiento de información los encuestadores hicieron el uso de tablets y iPads, las cuales contenían el cuestionario a emplear. Para diseñar el cuestionario se usó la herramienta QuestionPro, un *web software survey*¹.

Para determinar el tamaño de la muestra se partió del hecho que la población es infinita debido a que no se ha podido documentar cifras oficiales que indiquen el número de visitantes a este evento. La bibliografía indica que en la población infinita no se conoce el tamaño y no se tiene la posibilidad de contar o construir un marco muestral (Carrillo, 2015, p. 10).

Tabla 1. Ficha de la investigación.

Población	Visitantes nacionales y extranjeros
Área geográfica	Feria Internacional del Libro, Guayaquil - Ecuador
Periodo de realización	Septiembre de 2018
Procedimiento	Muestreo por conveniencia
Nivel de confianza	95%
Margen de error	5%
Cuestionarios válidos	413

Fuente: Elaboración propia.

Objeto de estudio

La Feria Internacional del Libro es un evento de encuentro cultural entre escritores nacionales e internacionales y el público general, el cual tiene como objetivo incentivar la lectura para formar en personalidad y ciudadanía a los visitantes mediante el contenido que ofrece el evento (IV Feria Internacional del Libro, 2018).

En el 2018 la Feria Internacional del Libro contó con su cuarta edición, para la cual convocó a 48 autores nacionales y 14 extranjeros; además, brindó atracciones como la zona juvenil de la cual se desglosa segmentos como Frankenstein, El Principito, Música y Literatura y la Zona Cómic. También ofreció 4 concursos y 5 actividades culturales. Se estima la asistencia

¹ 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).

de aproximadamente 25.000 personas, entre ellos familias, clubes de lectura, universidades, colegios y escuelas (El Universo, 2018).

Herramienta de recolección de información y análisis de datos.

Para recolectar la información se utilizó un cuestionario elaborado con base en 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 53 preguntas las cuales están distribuidas en 6 secciones: sociodemográfico, gasto, motivación, nivel de satisfacción, hábitos lectores y comportamiento de consumo. Para el posterior análisis de los resultados se utilizó la misma herramienta en la cual se diseñó la encuesta, QuestionPro², la cual proyecta los datos ingresados ya tabulados para su posterior análisis.

Tabla 2. Contenido del cuestionario.

Segmento	Contenido
Sociodemográfico	Incluye variables como: sexo, edad, ocupación, nivel de instrucción, ocupación, nivel de ingresos y lugar de procedencia.
Gastos	Contiene los principales rubros en los que el visitante invierte como alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento, compras, otros.
Motivación	Evalúa las principales motivaciones que impulsan a las personas a asistir a este tipo de evento.
Satisfacción	Contiene 17 ítems que evalúan la logística y organización del evento.
Hábitos lectores	Evalúa las prácticas lectoras de los encuestados como la frecuencia de lectura, tipo de lectura, motivación, otros.

² Es una aplicación web que permite la creación y difusión de encuestas (QuestionPro, 2018).

Comportamiento de Consumo	Valora el material comprado por los asistentes, la cantidad, el tipo y la finalidad del consumo.
---------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Para evaluar la motivación y satisfacción se usó 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”.

Análisis de Resultados

Tabla 3. Datos sociodemográficos.

Género	Masculino	40,62%
	Femenino	59,38%
Edad	18 - 28	57,21%
	29 - 39	20,67%
	40 - 50	11,30%
	51 - 65	7,21%
	Más de 65	3,61%
Ocupación	Empleado a tiempo completo	41,35%
	Estudiante	33,41%
	Independiente	10,58%
	Empleado a tiempo parcial	5,77%
	Amo de casa	4,57%
	Desempleado	1,44%
	Retirado	2,88%
Nivel de instrucción	Educación universitaria	79,33%
	Educación secundaria	12,50%

	Postgrado/Master/PhD	7,69%
	Educación primaria	0,48%
Nivel de ingreso mensual	Menos de \$386	40,38%
	\$386 - \$686	21,63%
	\$687 - \$987	22,12%
	\$988 - \$1288	7,93%
	Más de \$1288	7,93%
¿Reside en Guayaquil?	Si	95,43%
	No	4,57%
País	Ecuador	84,21%
	Estados Unidos	5,26%
	Francia	5,26%
	Colombia	5,26%
Provincia	Guayas	36,84%
	El Oro	21,05%
	Los Ríos	10,53%
	Manabí	10,53%
	Pichincha	5,26%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Los datos sociodemográficos indican que el 59,38% de la población encuestada es femenina y el 40,62% restante es masculino, situados entre los 18 – 28 años de edad (57,21%), destacando que el 41,35% son empleados a tiempo completo y el 33,41% son estudiantes, donde predomina el nivel instrucción universitaria (79,33%) con ingresos mensuales inferiores a \$386 (40,38%). Se obtuvo que el 95,43% de los encuestados residen en la ciudad de Guayaquil y el 4,57 restante no, de este porcentaje restante provienen encuestados de provincias como Guayas, El Oro, Los Ríos, Manabí, Pichincha. Y países como Estados Unidos, Francia y Colombia.

Tabla 4. Características de la participación en el evento.

Participación en el evento	
Primera vez	57,21%

He asistido anteriormente	42,79%
Participa en el evento como	
Comprador o asistente	82,07%
Acompañante	13,33%
Expositor	3,22%
Otro	1,38%
Lo acompaña	
Familia	32,21%
Amigos	28,12%
Pareja	15,62%
Solo	18,51%
Compañeros de trabajo	5,53%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Como indica la tabla 4 el 57,21% de la muestra indicó que era la primera vez que asistían a este evento en calidad de comprador o asistente (82,07%), acompañados por la familia (32,21%) y amigos (28,12%).

Tabla 5. 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	99,04%	0,72%	0%	0,24%	0%	0%	0%	0%
Compras	28,85%	51,92%	11,30%	3,37%	1,68%	1,44%	0,72%	0,72%
Transporte a Guayaquil	93,51%	5,77%	0%	0%	0%	0%	0%	0,72%
Transporte local	29,09%	70,43%	0,48%	0%	0%	0%	0%	0%
Comidas y bebidas	43,51%	55,53%	0%	0,24%	0,48%	0%	0%	0,24%
Entretenimiento	81,97%	17,79%	0%	0,24%	0%	0%	0%	0%
Tours	99,28%	0,48%	0%	0%	0%	0%	0%	0,24%

El gasto corresponde

Solo yo	77,16%
Incluye a los acompañantes	22,84%

Fuente: Elaboración propia del levantamiento de información.

Se obtuvo que el gasto realizado por los visitantes en relación a su participación en el evento se distribuyó en rubros de compras (51,92%), transporte local (70,43%) y comidas y bebidas (55,53%) los cuales no superaban los \$40 por persona. Y rubros como hospedaje, transporte a Guayaquil, entretenimiento y tours evidenciaron no ser un gasto para los encuestados.

Tabla 6. Sobre las motivaciones de los asistentes al evento.

	1	2	3	4	5	N/A
Para conseguir novedades o libros nuevos	6,49%	4,33%	16,83%	33,65%	37,02%	1,68%
Para comprar libros a buenos precios	4,33%	7,45%	15,87%	31,73%	38,94%	1,68%
Para asistir a un conversatorio o al lanzamiento de un libro	18,27%	12,02%	14,18%	23,80%	24,52%	7,21%
Para acompañar a familiares y/ amigos	18,27%	7,93%	13,94%	18,27%	28,85%	12,74%
Para visitar Guayaquil antes o después del evento	25,00%	3,61%	10,82%	8,89%	6,49%	45,19%
Para conocer esta sede de eventos	23,08%	4,57%	12,50%	17,78%	16,59%	25,48%
Para socializar con otros asistentes	13,22%	9,13%	18,03%	30,05%	22,84%	6,73%
Para buscar nuevas oportunidades laborales o de inversión	36,06%	7,69%	12,02%	7,69%	6,25%	30,29%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

En relación a las motivaciones, los asistentes indicaron que conseguir novedades o libros nuevos (37,02%), comprar libros a buenos precios (38,94%), asistir a un conversatorio o lanzamiento de libro (24,52%), acompañar a familiares y/o amigos (28,85%). No obstante,

visitar Guayaquil antes o después del evento (45,19%), conocer la sede del evento (25,48%), y buscar nuevas oportunidades laborales o de inversión (36,06) indicaron no ser una motivación para los encuestados.

Tabla 7. Variables evaluadas para la satisfacción de los asistentes en el evento.

	1	2	3	4	5	N/A
Promoción del evento	5,33%	8,23%	26,63%	32,69%	27,12%	0%
Información recibida	5,08%	6,54%	24,21%	44,55%	19,61%	0%
Ubicación	1,21%	1,45%	11,62%	24,7%	61,02%	0%
Servicio de registro	1,45%	2,18%	9,69%	25,42%	54,72%	6,54%
Costo de la entrada	10,90%	9,44%	16,22%	24,46%	35,11%	3,87%
Atención al cliente	0,48%	1,21%	11,38%	36,80%	48,91%	1,21%
Disposición de stands	0,97%	2,91%	16,71%	42,13%	37,29%	0%
Cantidad y variedad de ponentes y actividades	1,94%	2,42%	21,55%	37,77%	35,59%	0,73%
Puntualidad	0,73%	1,69%	10,17%	26,15%	49,15%	12,11%
Duración del evento	0,73%	1,69%	11,86%	26,15%	58,60%	0,97%
Seguridad	1,21%	1,69%	19,85%	28,81%	47,94%	0,48%
Higiene	0,97%	1,94%	8,23%	28,57%	60,29%	0%
Acústica	2,18%	6,05%	16,95%	37,05%	30,75%	7,02%
Costo de los servicios recibidos	17,19%	4,84%	17,68%	26,63%	22,03%	11,62%
Alimentos y bebidas	3,39%	6,54%	29,06%	20,10%	14,77%	26,15%
Oferta literaria	1,21%	2,66%	16,71%	44,07%	34,62%	0,73%
Precio de los libros	2,18%	5,81%	23,49%	41,16%	25,67%	1,69%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Correspondiente a la satisfacción sobre el evento los asistentes indicaron un alto nivel de complacencia en variables como ubicación (61,02%), servicio de registro (54,72%), duración del evento (58,60%), higiene (60,29%) las cuales destacaron con más del 50%. Por otro lado, alimentos y bebidas (29,06%) registró un nivel medio de satisfacción.

Tabla 8. Hábitos lectores.

Frecuencia de lectura

	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Rara vez	Nunca
Libros	41,16%	33,66%	22,03%	2,91%	0,24%
Periódicos	14,53%	30,51%	33,41%	13,80%	7,75%
Revistas	9,44%	21,79%	39,71%	21,07%	7,99%
Historietas	10,90%	13,56%	18,64%	23,24%	33,66%

Motivaciones de lectura

Para informarme	26,58%
Por estudios	12,53%
Por motivos laborales	9,37%
Por diversión / entretenimiento	32,79%
Por cultura	17,86%
Otro	0,87%

Tipo de contenido

Religión	5,33%
Sociedad	12,91%
Autoayuda	6,15%
Política	11,37%
Poesía	11,99%
Romántica	13,93%
Literatura	24,90%
Otro (ficción, infantiles, novelas, investigación)	13,42%

Fuente: Elaboración propia del levantamiento de información.

Como indica la tabla 8, respecto a los hábitos lectores se obtuvo que el 41,16% de los encuestados leen libros con mucha frecuencia, periódicos (33,41%) y revistas (39,71%) ocasionalmente y nunca leen historietas (33,66%). Entre sus motivaciones predominaron la diversión / entretenimiento (32,79%) e informarse (26,58%) siendo el género de preferencia la literatura (24,90%).

Tabla 9. Hábitos de consumo.

Compras durante su visita			
Si	64,41%	No	35,59%
Cantidad de material comprado			
1 – 2	56,83%	2 – 3	26,62%

4 – 5	10,79%	Más de 5	5,76%
Tipo de material			
Libros y/o revistas para gusto personal	89,69%	Libros y/o revistas para el trabajo	5,15%
Libros y/o revistas para la escuela/universidad	3,44%	Otro	1,72%
Inversión realizada			
Menos de \$10	7,25%	\$10 - \$20	23,19%
\$21 - \$30	27,17%	\$31 - \$40	18,12%
\$41 - \$50	9,42%	Más de \$50	14,86%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

Como refleja la tabla 9 el 64,41% de la muestra indicó hacer compras durante su visita al evento, las cuales oscilaban entre 1 – 2 productos (56,83%) adquiridos para gusto personal (89,69%), lo que llevó a una inversión ubicada entre los \$21 – \$30 (27,17%).

Tabla 10. Duración de la visita.

Duración de la visita	
Media hora	1,94%
1 hora	14,77%
2 horas	42,62%
3 horas	21,07%
Más de 3 horas	19,61%

Fuente: Elaboración propia a partir del levantamiento de información.

En lo que respecta a la duración de la visita de los encuestados, destacó que la misma duraba hasta 2 horas (42,62%).

Tabla 11. Calificación del evento.

Feria Internacional del Libro	
	4,34

Fuente: Levantamiento de información. Elaboración propia.

Al evaluar la satisfacción general de la Feria Internacional del Libro por parte de los asistentes, se obtuvo una media de 4,34 sobre 5. Lo cual evidencia un alto nivel de satisfacción hacia el evento objeto de estudio.

Tabla 12. Repetición de visita a futura edición del evento.

Disposición a participar en una futura edición de la feria del libro	
Si	97,34%
No	2,66%

Fuente: Levantamiento de información. Elaboración propia.

Haciendo referencia a la disposición de los asistentes en participar nuevamente en esta feria, el 97% manifestó que sí; es decir, de las 413 personas encuestadas, 400 están dispuestas a asistir a una próxima edición del evento. Lo cual manifiesta un alto nivel de satisfacción.

CONCLUSIONES

Con base en los resultados obtenidos respecto a los hábitos lectores de los encuestados se concluye que el material que más se lee son los libros y el periódico, en su mayoría por entretenimiento e información, siendo el género de preferencia la literatura. En relación a los hábitos de consumo dentro de la feria se obtuvo que la mayor parte de los visitantes adquirieron material para gusto personal, dichas adquisiciones se sitúan entre los \$21 - \$30 USD.

En lo que corresponde a las motivaciones están: conseguir novedades y/o libros nuevos, a buenos precios, asistir al conversatorio o lanzamiento de un libro, acompañar a la familia y/o amigo. Por otro lado, no son consideradas motivaciones el visitar la ciudad antes o después del evento, conocer la sede del evento y el buscar oportunidades laborales.

En lo que corresponde a la satisfacción del evento se obtuvo que hubo un grado nivel de complacencia en variables como la ubicación, servicio de registro, duración del evento e higiene del salón, cabe destacar que estas fueron valoradas con más del 50%. No obstante, el ítem alimentos y bebidas evidenció un nivel de satisfacción medio. Por último, se destaca el alto puntaje que los asistentes dieron al evento el cual fue de 4,34/5, lo cual evidenció la complacencia del público sobre el evento. Finalmente, 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.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carrillo, A. L. (Septiembre de 2015). *Población y Muestra*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Mexico :
<http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- 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 Comercio. (29 de Agosto de 2016). *Feria Internacional del Libro de Guayaquil prevé 50 actividades*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/feria-internacional-libro-guayaquil-johnmaxwellcoetzee.html>
- El Comercio. (12 de Septiembre de 2016). *La Feria del Libro de Guayaquil recibe a más de 25 000 visitantes*. Obtenido de El Comercio:
<https://www.elcomercio.com/tendencias/asistencia-feriainternacional-libro-guayaquil-visitantes.html>
- El Comercio. (4 de Septiembre de 2018). *Feria del Libro de Guayaquil abre este 5 de septiembre con 60 stands editoriales*. Obtenido de El Comercio:
<https://www.elcomercio.com/tendencias/feriadellibro-guayaquil-stands-editoriales-jovenes.html>
- El Universo. (9 de Septiembre de 2018). *Más de 25.000 visitantes tuvo la Feria Internacional del Libro de Guayaquil*. Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/09/09/nota/6946697/mas-25000-visitantes-tuvo-feria-internacional-libro>
- 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/>

- Guayaquil es mi destino. (Septiembre de 2018). *Feria Internacional del Libro*. Obtenido de Guayaquil es mi destino: <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/feria-libro>
- Hanqin, Z. Q. (1999). An analysis of mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong . *Tourism Management*, 20(5), 587-594.
- Herrero, D. C. (2018). Análisis de la calidad percibida y satisfacción de participantes en eventos deportivos. In *Catálogo de investigación joven en Extremadura: Volumen II* (pp. 66-70). Servicio de Publicaciones.
- IV Feria Internacional del Libro. (Septiembre de 2018). *Sobre la Feria*. Obtenido de IV Feria Internacional del Libro: <http://www.libroguayaquil.com/>
- Khadka , K., & Maharjan, S. (Noviembre de 2017). *Customer satisfaction and customer loyalty: Case Trivsel Städtjänster (Trivsel siivouspalvelut)*. Obtenido de Centria University of Applied Sciences: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/139650/khadka_kabu%20%20and%20%20maharjan_%20soniya.pdf?sequence=1
- 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.
- 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.
- Moscoso, J. N. (2017). Los métodos mixtos en la investigación en educación: hacia un uso reflexivo. *Cadernos de Pesquisa*, 47(164), 632-649.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- QuestionPro. (2018). *Funciones: QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/es/features/>
- 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.