

Evaluación de la satisfacción y los beneficios intangibles de los eventos científico-técnico. Caso de estudio: VII edición de CIETCUBA

Evaluation of satisfaction and intangible benefits of scientific-technical events. Case study: VII edition of CIETCUBA

- ¹ Joseph Herrera Olivera  <https://orcid.org/0009-0001-0174-9684>
Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba
- ² Ailim Sánchez Fernández  <https://orcid.org/0009-0009-5065-2326>
Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba
ailim931204@gmail.com



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 18/04/2025

Revisado: 11/05/2025

Aceptado: 30/06/2025

Publicado: 09/07/2025

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v4i3.71>

Cítese: Herrera Olivera, J., & Sánchez Fernández, A. (2025). Evaluación de la satisfacción y los beneficios intangibles de los eventos científico-técnico. Caso de estudio: VII edición de CIETCUBA. *Ciencia & Turismo*, 4(3), 64-92. <https://doi.org/10.33262/ct.v4i3.71>



CIENCIA & TURISMO, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://cienciadigital.org>
La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons AttributionNonCommercialNoDerivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Palabras claves:

eventos,
CIETCUBA,
satisfacción,
beneficios
intangibles,
acciones.

Keywords:

events,
CIETCUBA,
satisfaction,
intangible benefits,
actions.

Resumen

Los eventos científico técnicos son un medio para el cumplimiento de la misión de las instituciones de educación superior, razón que sustenta la Convención Internacional de Estudios Turísticos de Cuba (CIETCUBA), organizada por la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana. Su reto es satisfacer a sus participantes y obtener beneficios intangibles, orientación que condujo a la presente investigación cuyo objetivo es evaluar la satisfacción de sus actores a partir de los beneficios intangibles y que garantice el éxito para su séptima edición en 2024. Se utilizaron como métodos, cuestionarios al Comité Organizador y participantes, guía de observación y entrevistas puntuales antes, durante y después de la celebración de su recién concluida edición, cuyo diagnóstico arroja resultados satisfactorios de forma general en cuanto a satisfacción y beneficios intangibles; aunque existen brechas con el estado deseado. El análisis de las mismas, en contraste con el análisis bibliográfico realizado posibilitó definir seis objetivos y treinta y una acciones.

Abstract

Scientific-technical events are a means to fulfill the mission of higher education institutions, a reason that supports the International Convention of Tourism Studies of Cuba (CIETCUBA), organized by the Faculty of Tourism of the University of Havana. Its challenge is to satisfy its participants and obtain intangible benefits, an orientation that led to the present investigation whose objective is to evaluate the satisfaction of its actors based on the intangible benefits and to guarantee success for its seventh edition in 2024. They were used as methods, questionnaires to the Organizing Committee and participants, observation guide and specific interviews before, during and after the celebration of its recently concluded edition, whose diagnosis yields generally satisfactory results in terms of satisfaction and intangible benefits; although there are gaps with the desired state. Their analysis, in contrast to the bibliographic analysis carried out, made it possible to define six objectives and thirty-one actions.

1. Introducción

La celebración de eventos de diversa naturaleza parte desde la historia antigua con los Juegos Olímpicos, aunque (García, 2005) y (Peñaviva, 2002) definen como antecedente histórico el Congreso Internacional de Medicina, realizado en junio de 1681 y las Conferencias Internacionales de Münster y Osnabrücke en 1644 y 1648 como cónclaves científico y político gubernamentales respectivamente.

La relación entre eventos y turismo aparece desde el nacimiento del turismo contemporáneo, con la organización de un viaje de más de 500 personas para la participación a una reunión de Alcohólicos Anónimos, por Thomas Cook en 1841.

Hoy día, los eventos se han convertido en una motivación de viaje, que provoca cada año amplios flujos turísticos. Aun interrumpidos y afectados por la pandemia SARCOV 2, continuaron celebrándose de forma virtual y conformaron una base para el crecimiento de los eventos híbridos, o sea la combinación virtualidad – presencialidad.

Específicamente, en su tipología de eventos científico –técnicos, constituyen una plataforma para transferencia tecnológica, actualización de conocimientos, evaluación de investigaciones (Beim, 1998) entre otras, razones que los convierten en espacios a organizar por las instituciones de educación superior para el cumplimiento de su misión.

La Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana, por su parte, ha organizado seis ediciones de la Convención Internacional de Estudios Turísticos (CIETCUBA) en las cuales se abordan desde la perspectiva científica aspectos y fenómenos de la dinámica actividad turística.

La organización de eventos, sin embargo, no resulta una actividad sencilla. Confluyen en el proceso – con un amplio periodo de anticipación - como actores fundamentales los organizadores profesionales, no profesionales, y en el caso de los eventos internacionales, las agencias de viajes; combinan servicios turísticos y no turísticos y tratan de satisfacer las expectativas de los diferentes públicos que participan.

Desde el punto de vista de la comunicación los públicos internos, estarían conformados por aquellos inmersos en la “producción” del evento y los externos en los participantes (a los cuales tienen que atraer), la comunidad en que se desarrollan, etc. Sin embargo, específicamente en la actividad se definen a los primeros como ‘actores’ y a los segundos como participantes en sentido general (delegados, ponentes, acompañantes, etc.) básicamente.

Otro reto a la organización de eventos y en especial los periódicos, o sea que se celebran anual, bianual o trianualmente, es la necesidad de superarse en cada edición, obteniendo a la vez beneficios tangibles e intangibles para cada una de las partes.

Mientras que los beneficios tangibles son “expresados en indicadores cuantitativos y objetivos, que implicarían directa o indirectamente la generación de ingresos o disminución de costos (con su consecuente margen de utilidades para ambos casos) para entidades del sector estatal y no estatal de la ciudad sede del evento” (Sánchez, 2019), la identificación y valoración de los beneficios intangibles de los eventos exige un tratamiento cualitativo.

La satisfacción de los actores y los participantes en CIETCUBA 2023 estará dada a partir del grado de cumplimiento de las expectativas en torno a beneficios tangibles e intangibles, donde los últimos adquieren una dimensión estratégica, toda vez que “en eventos de múltiples ediciones, ocurre un proceso de tangibilización de este beneficio, que impactará positivamente en los resultados de gestión de todos los actores. El nivel de satisfacción de hoy, tributará teóricamente en el volumen de participantes de mañana, amén de impactos negativos del entorno” (Sánchez, 2019).

Sánchez y Olivera (2020) establecen la relación entre eventos científico-técnicos, comunicación y la actual Sociedad del Conocimiento, la diferenciación existente entre los beneficios esperados por cada uno de los actores y los participantes y la orientación estratégica de los intangibles.

Por una parte, indagaciones exploratorias indican que no existe estudio alguno relacionado con la gestión de CIETCUBA. Por otra, atendiendo a la naturaleza del evento como científico técnico, su carácter periódico y su requerida visión hacia el futuro, hacia su próxima edición, se requiere establecer líneas de acción con anticipación suficiente.

Los argumentos anteriormente expresados que se relacionan con los problemas profesionales de la carrera de Licenciatura en Turismo, recogidos en su plan, referidos a la satisfacción de todos los actores del turismo, el perfeccionamiento de los sistemas de gestión de las actividades turísticas y el mejoramiento continuo de la calidad, (Ministerio de Educación Superior, 2016) fundamentan la necesidad de evaluar la satisfacción y beneficios intangibles de los eventos científico técnico tomando como caso de estudio CIETCUBA 2023.

La importancia de los resultados radica en que apoyan la toma de decisiones a lo largo del proceso de gestión del evento, orientado hacia el cliente, hacia la efectividad del evento y hacia el cumplimiento de objetivos institucionales por ser este un evento científico universitario, por una parte; mientras que por otra la relación existente entre los estudios y gestión de eventos y los estudios y gestión turística definen el turismo de eventos como la creación de un espacio para los gestores de eventos y para el desarrollo de destinos (Getz, 2008), objetivo expuesto en los Lineamientos de la Política Social del Partido y la Revolución.

Expectativas, satisfacción y beneficios los eventos: eventistas y actores

De forma general, se denominarán eventistas a todos aquellos participantes – no organizadores – independientemente de su categoría (delegado, ponente, acompañante); y actores a los vinculados a su organización o prestatarios de servicios básicos para su celebración (sedes, alojamiento)

El evento valorado como un producto y a la vez una empresa (Delgado, González, & Morales, 2021), es realmente intangible y crea valor de forma directa al cliente corporativo, institucional o individual al determinar la satisfacción de sus necesidades comunicativas (Olivera & Pérez, 2006), en primer orden, dado que todos aquellos que impliquen desplazamiento tendrán que atender a la realización de consumos turísticos como información, transportación, alojamiento, restauración y entretenimiento. (Fuster Lareau, 1999). Aparecen así expectativas con relación al evento por parte de los eventistas y de las organizaciones que intervienen en su gestión.

Según el diccionario de la lengua española, expectativa es “la esperanza de realizar algo, posibilidad razonable de que algo suceda” (RAE, s/a), y es un término asociado directamente a los temas de Calidad y Marketing, para la identificación y medición de la misma, fundamento del diseño y realización del servicio acorde, el logro de la satisfacción de los clientes y su aprovechamiento como oportunidad de mejora.

Por una parte, aparece la calidad como “satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores” (Morales & Hernández, 2004) mientras que por otra “La doble meta del marketing es atraer nuevos clientes mediante la promesa de un valor superior y conservar a los actuales mediante la entrega de satisfacción” (Armstrong & Kotler, 2013). La satisfacción del cliente será “la sensación de placer o decepción de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado percibido de un producto frente a sus expectativas” (Armstrong & Kotler, 2013) ...” Viene determinada por la forma en que el producto satisface las expectativas del cliente con ese producto”. (Kotler, Bowen, Makens, García, & Flores, 2011).

La satisfacción es valorada como un concepto más amplio que la calidad, pues mientras que la calidad del servicio se enfoca en sus dimensiones y es un componente de la satisfacción (Zeithmal, Bitner y Gremler, 2009 citado por Zárrega, Molina, & Corona, 2018), “la satisfacción es la respuesta de la realización del consumidor, es una característica del producto o servicio, o el producto o servicio en sí, proporciona un nivel placentero de realización relacionado con el consumo, y es susceptible al cambio” (Bolton y Drew, 1991 citado por Zárrega, Molina, & Corona, 2018).

Lo expuesto anteriormente fundamenta la necesidad de explorar las expectativas y satisfacción de los eventistas en cuanto al producto integral que comprende el evento en sí y los servicios a él asociados.

Por otra parte, se han identificado los beneficios de los eventos como fuente de información para la innovación y la generación del conocimiento; difusión de conocimientos científicos, técnicos, culturales; promoción de intercambios; creación de nuevos grupos o redes; capacidad asociativa; conocimiento social; fuente de recursos; generación de empleos; intercambio empresarial y comercial; elevación del nivel profesional y de servicios, entre otros; que pueden ser clasificados en:

- Tangibles (expresados en indicadores cuantitativos y objetivos, que implicarían directa o indirectamente la generación de ingresos o disminución de costos); operativos o tácticos.
- Intangibles (resultantes por la mejora del capital humano, estructural y relacional de los actores fundamentales del evento, o sea que favorece la creación y flujo del conocimiento, la capacidad de innovación, los canales de distribución, la accesibilidad al mercado, la imagen de marca, la lealtad y captación de clientes y las alianzas estratégicas); estratégicos. (Sánchez, 2019).

De esta forma, los eventistas valoran los beneficios intangibles, partir de su nivel de satisfacción en sentido general, mientras que los actores puede obtener además de estos, tangibles; como se esboza en el Anexo 1, en el contexto de los eventos científico técnicos; aunque el mayor beneficiario en sentido general es el territorio a partir de la redistribución y diversificación de los ingresos, la potencialidad de atraer a los eventistas como turistas de otras modalidades y fortalecer su imagen.

La complejidad de los estudios radica en que los beneficios intangibles, son de difícil medición a corto plazo y son justamente los que sustentan los beneficios tangibles futuro, que se aprecia en la relación entre conocimiento, capital humano, innovación y volumen de clientes, fidelidad e ingresos.

El carácter periódico de los eventos científico técnicos implica un reto porque el valor aumentado de hoy es el valor esperado del mañana, incrementa o amplía las expectativas y establece su nivel de comparación con la edición anterior y exige de los organizadores un mayor detalle en los procesos organizativos (antes del evento) y control (durante y después del evento), bajo el riesgo de comprometer los beneficios futuros.

Caracterización de la Convención Internacional de Estudios Turísticos, CIETCUBA

La opción estratégica del desarrollo del turismo fue la respuesta del país ante la situación económica derivada de la caída del campo socialista y la pérdida con ello de proveedores y mercados. Se creó de esta forma el Ministerio de Turismo en 1994, y su sistema de

entidades, el cual comprendía el Sistema de Formación para el Turismo, con presencia en casi todos los territorios del país.

Este Sistema se incorporó junto a Cubanacán S.A. a la organización del Congreso Internacional de Profesionales de Turismo (CIPTUR) cuya última edición se realizó en el año 1996. (Información verbal brindada por Dra. Zoila Ulacia Oviedo y la MSc. Rebeca Olivera Elosegui, profesoras de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana).

Aún sin formación de pregrado, existía el Centro de Estudios Turísticos (CETUR) adscrito a la Facultad de Contabilidad y Finanzas de la Universidad de La Habana, el cual desplegaba investigaciones científicas y formación de postgrado.

La dinámica de la actividad turística, el crecimiento de la misma en Cuba y con ello las necesidades de personal calificado y especializado fundamentan el diseño y aparición de la Licenciatura de Turismo en el 2008 y posteriormente el surgimiento de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

Este desarrollo evidenció la inexistencia de espacios necesarios de intercambio científico en el país, en una actividad en crecimiento y cambio en el mundo e incidida por muchas disciplinas, lo cual fundamentó el surgimiento en 2010 de la Convención Internacional de Estudios Turísticos CIETCUBA.

CIETCUBA es un evento científico técnico de diseño propio, considerando como tal “aquellos generados por organismos, instituciones, asociaciones con temáticas novedosas o atractivas para atraer participantes nacionales y extranjeros” (Rodríguez, 2001).

Su clasificación como convención se aparta de la definición realizada por Nodal (2008) “Evento formal con base jurídica, al cual asisten los que tienen un derecho adquirido, con el fin de analizar situaciones de su propio interés”. Tal y como se expuso anteriormente en el presente trabajo las tipologías pueden variar y en el contexto cubano en la actualidad una convención es un evento, alrededor de un tema general, que puede comprender acción académica, científica y comercial, conformarse a partir de múltiples eventos de variada tipología que se orientan a temas más específicos.

Las dos primeras ediciones de CIETCUBA, (2010, 2012) se celebraron en el Palacio de las Convenciones y cuentan con esta institución como co-organizador, razón que justifica en su estructura, la realización de un Taller de Eventos, junto con los Simposios de Entidades de Hospitalidad y Estudios de Turismo y Viajes. (Información verbal brindada por MSc. Daikel Abreu Rodríguez, Vicedecano de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana)

En el período comprendido entre 2012 y 2016 aparecieron un conjunto de incidentes de orden administrativo en la Universidad de La Habana que pospusieron la celebración del

evento (Información verbal brindada por Dra.C. Lisandra Torres Hechevarría, Decana de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana) ; celebrándose la tercera edición en Cayo Santamaría.

La IV Edición, se realizó en el Memories Solymar en Varadero, bajo el lema “Sostenibilidad, competitividad e innovación en los sectores de viajes, destinos y hospitalidad”

En el año 2019 se celebra por primera vez un Taller Nacional en el Jardín Botánico Nacional previo a la Convención y como fuente de la misma, para esta fue pospuesta por el impacto de la COVID – 19 para el año 2021, transfiriéndose así el evento a los años impares.

La V Edición de CIETCUBA, celebrada en la Universidad de La Habana presenta como novedad su carácter híbrido, el Encuentro Internacional de Estudiantes (EIET) y los Talleres de Innovación e Inclusión, dadas la actualidad de los temas, las investigaciones en torno a los mismos y la importancia que el país otorgaba a ellos.

Para la celebración del evento Saber UH de la Universidad de La Habana (2023), se determina que el evento referente a la formación turística, se inserte en el mismo por lo que no forma parte de la VI Edición de CIETCUBA, que se conforma como aparece en el Anexo 2.

La VI Edición de CIETCUBA se celebró entre los días 25 y 28 de Octubre de 2023, se inauguró en la Universidad de La Habana y continuó en Ciénaga de Zapata. La estructura general del mismo, y su Comité Organizador se muestran en los Anexos 2 y 3. Como Organizador Profesional – Agencia de Viajes, actuó Belraysa Tours & Travel Group SA, agencia radicada en Panamá y orientada al turismo cubano en cuanto a turismo y salud; MICE y viajes recreativos (<http://www.belraysatours.com>); representada en Cuba por Havanatur, Grupo Internacional de turoperadores y agencias de viajes, definido como el especialista de Cuba por más de cuatro décadas.

Funcionó como alojamiento y sede el Hotel Playa Girón en Ciénaga de Zapata, perteneciente a la OSDE Cubanacán Hoteles, con categoría dos estrellas, y una planta de 282 habitaciones y 197 casas. (<https://www.centraldereservas.com>).

En esta edición se utilizó para la gestión del evento la plataforma Indico, alojada en <https://eventos.uh.cu>.

En las últimas dos ediciones ha actuado como patrocinador la Fundación Hans Seidel (Anexo 4) y como colaborador para los servicios financieros la Fundación Universitaria Innovación y Desarrollo de la Universidad de La Habana (Anexo 5). El Anexo 4, presenta además otros patrocinadores de esta edición.

Como instituciones vinculadas en cuanto a su objeto al tema del evento, actuaron como auspiciadores la Universidad de La Habana (fomento de la investigación científica) y el Ministerio de Turismo, organismo encargado por el Estado para la actividad turística.

Al cierre de esta edición se lanzó la convocatoria para la próxima a celebrar en el 2024, con el objetivo de retomar la celebración los años pares.

2. Metodología

Caracterización de la investigación

La presente investigación, es una investigación mixta, con enfoque cuantitativo y cualitativo al orientarse la indagación a la secuencia de cuestionamientos de qué se quiere, en qué grado se obtuvo y cómo mejorar los resultados. Puede considerarse una investigación de caso al tratar una situación técnicamente distintiva en la cual hay muchas más variables de interés que datos observacionales, (Yin citado por Yacuzzi, s/a) atendiendo a la unicidad de cada evento; aplicada porque se orienta a resolver problemas prácticos (Hernández, Fernández, & Baptista, 1998) y proyectiva al diseñar propuestas (Hurtado de Barrera, 2000), coherente con el objetivo general.

Se utilizó el procedimiento de análisis síntesis a lo largo de toda la investigación y los siguientes métodos:

- La medición: Los métodos estadísticos descriptivos posibilitaron analizar la información por el programa SPSS 21 y el método escalar permitió la codificación y procesamiento de elementos cualitativos, utilizándose escalas de Likert como detalla:

Tabla 1

Escalas de Likert utilizadas

Ítem	1	2	3	4	5
Expectativa y Obtención de beneficios intangibles	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Nivel de Satisfacción Evaluación actividad en sesiones	Totalmente insatisfecho Nunca	Insatisfecho A veces	Medianamente Satisfecho Generalmente	Satisfecho Siempre	Muy Satisfecho Efecto Wow
Desempeño Comité Organizador	1 Nada adecuado	2 Adecuado		3 Muy Adecuado	

- Las encuestas: Los cuestionarios constituyeron un importante medio para la captación de información, mientras que las entrevistas fueron solo puntuales.
- La observación: Se utilizó la observación no participante, seleccionando el escenario de la ejecución del evento, con el objetivo de evaluar actividades y servicios in situ.
- Análisis bibliográfico y documental: Posibilitó los fundamentos teóricos y el establecimiento de relaciones entre los conceptos fundamentales en el contexto de la gestión de eventos, así como la determinación de variables e indicadores y el diseño de instrumentos (Cuestionarios, Guía de observación).

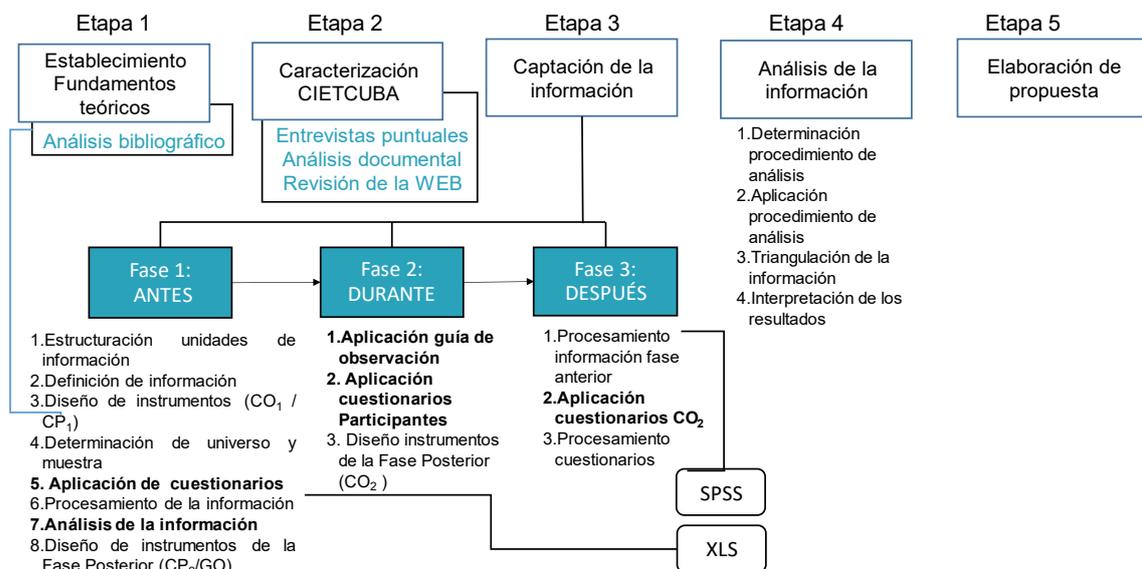
En la investigación se limitaron a los actores al Comité Organizador, Científico y a los participantes a los presenciales.

Trayectoria Metodológica

Para el cumplimiento del objetivo propuesto se diseñó una metodología por etapas, fases y pasos como se muestra en la figura 1.

Figura 1

Metodología por etapas, fases y pasos. Fuente: Elaboración propia



3. Resultados y Discusión

De la aplicación de los instrumentos

La información obtenida se organiza en cuanto a satisfacción y beneficios, considerando las fases definidas de la gestión del evento: antes, durante y posterior al mismo; aunque en esta última solo se incorporan las valoraciones del trabajo del Comité Organizador.

Acerca de la satisfacción

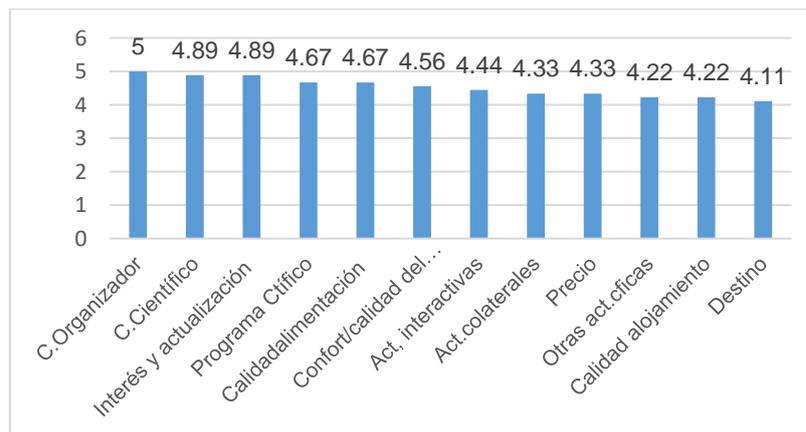
Fase 1. Antes del Evento

Se obtuvo un nivel de respuesta del 64.2% del Comité Organizador. Aunque la mayoría de los encuestados forman parte del mismo por primera vez, poseen en sentido general experiencia en este rol; otorgándole la máxima valoración al desempeño del Comité Organizador para la satisfacción de los participantes, y en específico el 88,9% de ellos al Comité Científico.

Según los criterios obtenidos, el aspecto de mayor impacto en la satisfacción de los eventistas es el desempeño del Comité Organizador y el menor el destino, aunque todos muestran valores superiores a “Alto”.

Figura 2

Impacto percibido por el Comité Organizador en la satisfacción de los eventistas



Aparecen otros criterios como lo fundamental que es para el desempeño del evento, contar con un equipo profesional y soporte tecnológico para los eventos híbridos y virtuales, así como una organización positiva y dinámica.

Los criterios de los participantes en cuanto al impacto a la satisfacción se muestran por variable en la figura siguiente.

Figura 3

Impacto en el nivel de satisfacción de los participantes por variable.

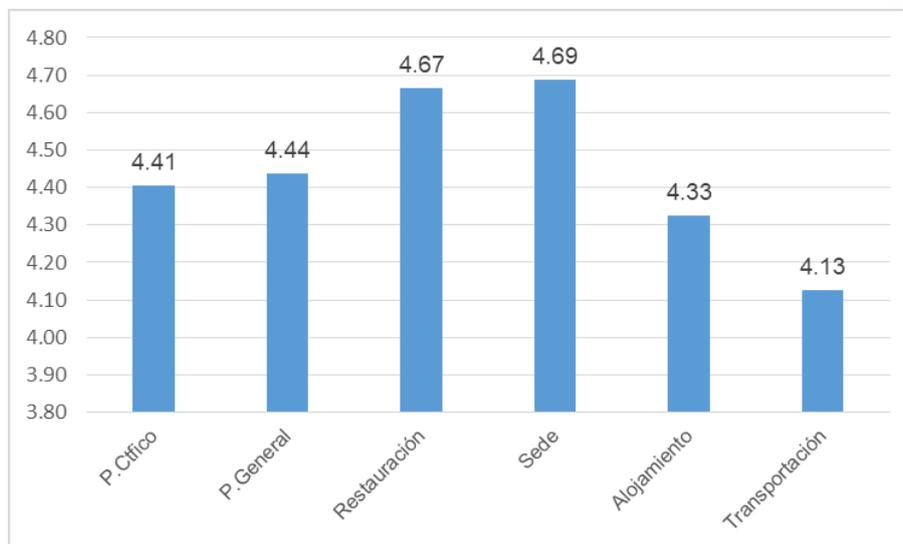


Tabla 2

Indicadores relevantes por variable para la satisfacción de los eventistas

Variable	Indicador	
	Más importante	Menos Importante
Programa Científico	Novedad de las presentaciones (4,63)	Posibilidad de intercambio (4,25)
Programa General	Actividades colaterales o complementarias (4,63)	Posibilidad de espacios de intercambio general (4,25)
Restauración	Puntualidad de los servicios, Calidad de las elaboraciones y Ambiente agradable (4,75)	Temperatura de los alimentos (4,38)
Sede	Audio, Clima y Medios audiovisuales (4,88)	Amplitud de los salones, acorde su aforo (4,38)
Alojamiento	Limpieza e higiene de las habitaciones, Amabilidad del personal (4,38)	Infraestructura cuidada (4,25)
Transportación	Puntualidad (4,00)	Limpieza y confort del ómnibus (4,25)

No existen diferencias considerables en la valoración realizada del impacto en la satisfacción de los indicadores por el Comité Organizador y los participantes, al resultar la desviación promedio en 0,24 y 0,21 respectivamente; aunque son jerarquizadas de forma diferente. El Comité Organizador, sitúa (además de su desempeño) el interés y la

actualización y el Programa Científico en los primeros lugares; mientras que para los participantes los aspectos más importantes son la restauración y la sede.

Fase 2. Durante el evento

Los resultados de la Guía de Observación apuntan a que:

- No se cumplieron los horarios de inicio y terminación de las sesiones de forma estricta, aunque se logró el debate y el intercambio, siendo este aspecto el de mayor concordancia en todos los eventos.
- El peor evento en cuanto al cumplimiento de los horarios fue el VI Simposio de Estudios de Turismo y Viajes, lo que se vincula a la realización de las actividades según programa, que es el aspecto que más difiere entre los eventos.
- El descanso de los eventistas es el elemento mejor evaluado del alojamiento, y existen criterios diferentes en cuanto a la facilidad del traslado a los locales.
- Las actividades de restauración no incidieron negativamente en el desarrollo de las sesiones científicas.
- La sede obtiene una evaluación media en cuanto a lo adecuado de los locales para la comunicación y el servicio a conferenciantes y ponentes no se observa como consistente, (existió a veces).

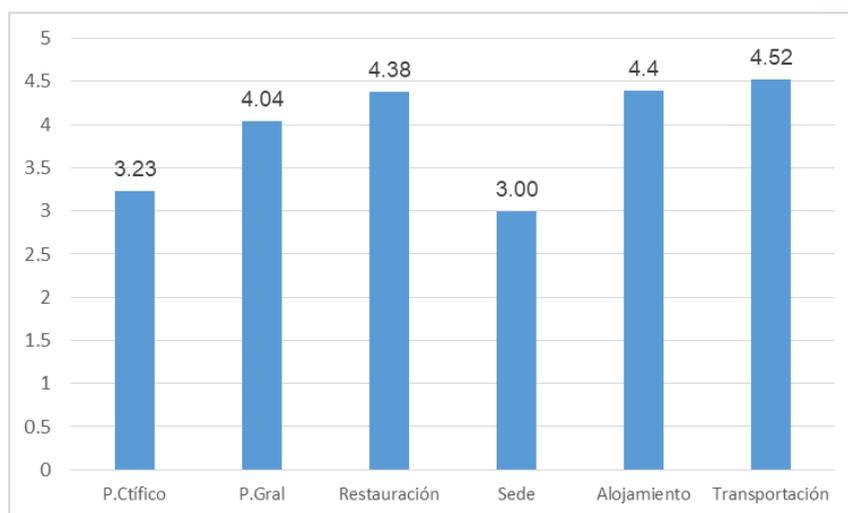
El alojamiento supera las expectativas, destacándose el confort de las cabañas y el trato del personal.

Los cuestionarios de satisfacción aplicados muestran que:

- La participación en la Convención está dada básicamente por docentes y estudiantes, siendo muy inferior la presencia de empresarios y funcionarios; situándose en los dos primeros la categoría de ponentes y existiendo un equilibrio entre primera asistencia y repitentes.
- La Convención centra la mayor participación en el Simposio de Turismo y Viajes, aunque existe una alta movilidad entre los eventos (67,2%).
- De las variables cuestionadas, la mejor evaluada es la transportación y la peor el Programa Científico.

Figura 4

Evaluación del nivel de satisfacción de participantes por variable



Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas SPSS 21

Las principales fuentes de satisfacción se localizan en el intercambio con especialistas, el conocimiento, las actividades complementarias, la calidad de las presentaciones, la novedad de las temáticas, el hotel tanto por sus servicios como por su personal y el disfrute del entorno natural.

Las principales fuentes de insatisfacción se centran en incumplimiento del Programa Científico, el programa sobrecargado, la carencia de tiempo libre y la climatización de los salones.

Aparecen criterios en cuanto a la sede relacionados por la disponibilidad a tiempo de los medios y el fluido eléctrico.

Un análisis por indicadores presenta:

Tabla 3

Indicadores de mayor incidencia en la satisfacción de los eventistas

Variable	Indicador	
	Mejor valorado	Peor valorado
Programa Científico	Posibilidad de intercambio (3,75)	Cumplimiento del horario (2,21)
Programa General	Actividades colaterales o complementarias (4,27)	Posibilidad de espacios de intercambio general (3.81)

Tabla 3

Indicadores de mayor incidencia en la satisfacción de los eventistas (continuación)

Variable	Indicador	
	Mejor valorado	Mejor valorado
Restauración	Amabilidad del servicio (4,70)	Temperatura de los alimentos (4,12)
Sede	Clima (3,31)	Comodidad del mobiliario (2,69)
Alojamiento	Amabilidad del personal (4,75)	Limpieza e higiene de áreas comunes (4,33)
Transportación	Limpieza y confort del ómnibus (4,66)	Puntualidad (4,39)

Se destaca que de los peor valorados solo dos (Cumplimiento del horario en Programa Científico y Comodidad del mobiliario en sede) no alcanzan el nivel de medianamente satisfecho (inferior a 3), toda vez que uno (Posibilidad de espacios de intercambio general de Programa General) supera con creces este nivel, y los restantes muestran valores de satisfacción (igual a 4 o superiores).

El resumen cuantitativo por indicadores expresa, que se obtiene niveles de satisfacción en más del 90% de ellos.

Tabla 4

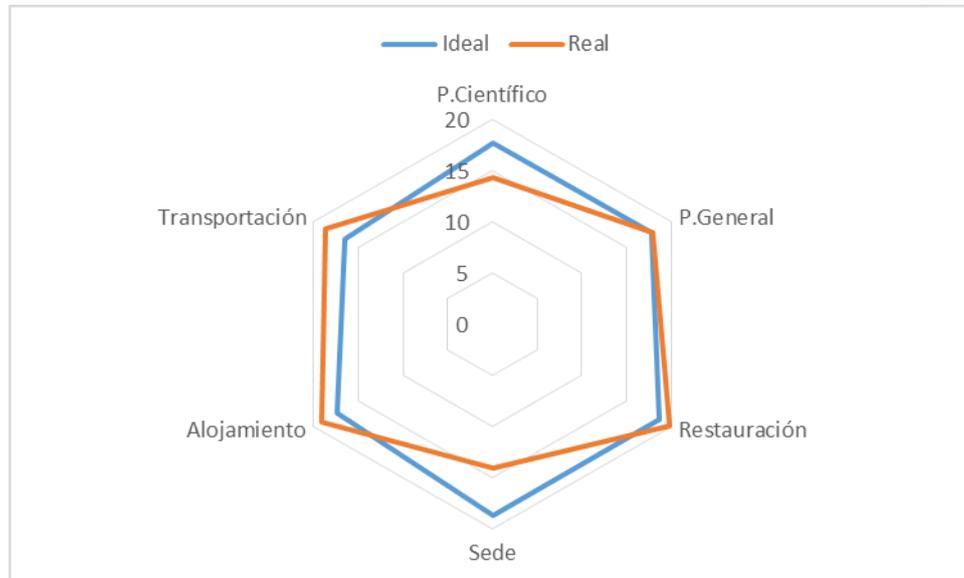
Resumen de evaluación por indicadores

Variables	Total	De ellos							
		Muy Alto		Satisfecho		Medio		Insatisfecho	
		Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%
Programa Científico	4			2	50	1	25	1	25
Programa General	2			2	100				
Restauración	6	2	50	4	100				
Sede	4					4	100		
Alojamiento	5	1	25	4	100				
Transportación	2	1	25	1	25				
Total	23	4	17,39	13	74,75	5	6,69	1	4,34

La comparación de la satisfacción obtenida por los participantes con el ideal (Valor 4 – Satisfecho * Importancia) se aprecia en la figura siguiente:

Figura 5

Evaluación del nivel de satisfacción de participantes por variable



Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas SPSS 21

Aparecen brechas de satisfacción en cuanto al Programa Científico y la sede; mientras que la transportación, el alojamiento y la restauración superan el ideal. El Programa General obtiene una valoración ligeramente superior a lo esperado.

Estos resultados se fundamentan a partir de que los indicadores de la restauración y la sede que son los aspectos valorados como más importantes para la satisfacción de los participantes y presentan en su totalidad una evaluación positiva o negativa respectivamente, mientras que el alojamiento se comporta de forma similar a la restauración.

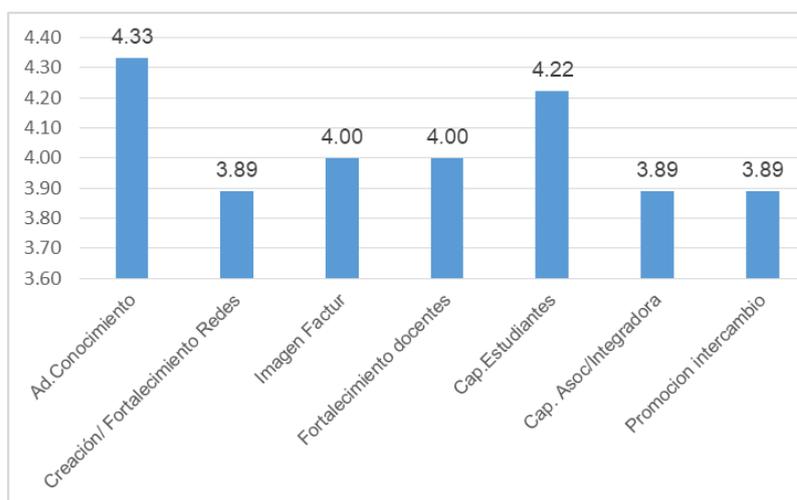
Acerca de los beneficios intangibles

Fase 1. Antes del Evento

El Comité Organizador, en cuanto a las expectativas respecto a la obtención de beneficios intangibles, visualiza dos de ellos superior a ‘Alto’, mientras los restantes se aproximan a este valor.

Figura 6

Expectativas del Comité Organizador en cuanto a obtención de beneficios intangibles

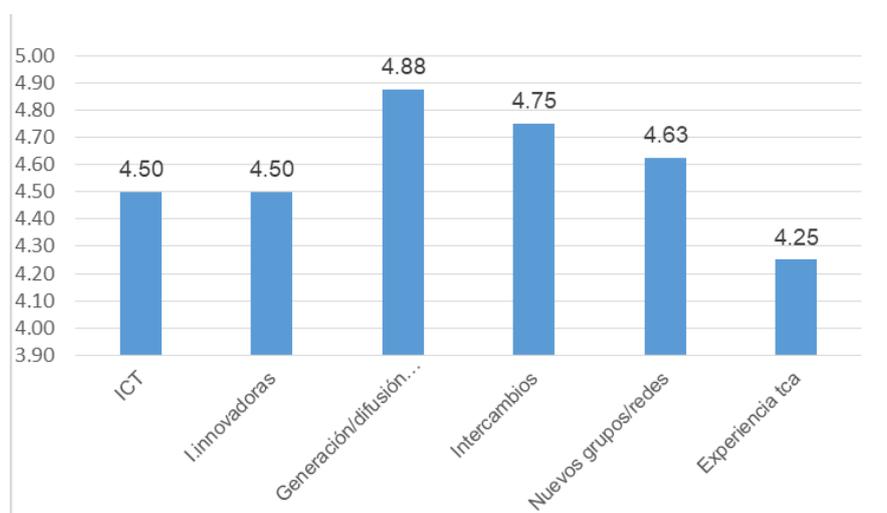


Se propone la incorporación a los beneficios intangibles esperados, del fortalecimiento de la relación academia – empresa – entes rectores al contribuir el evento a que las empresas turísticas tomen mejores decisiones y se nutran de todos los resultados científicos.

Previa a la celebración del evento, los participantes esperaban en primer lugar la generación y difusión de los conocimientos, mientras que la experiencia turística obtuvo el menor valor.

Figura 7

Expectativas de los participantes de obtención de beneficios intangibles.



El Comité Organizador y los participantes coinciden que el beneficio intangible más esperado del evento se vincula al conocimiento en sus aristas de adquisición, creación y difusión; sin embargo los segundos esperan más los intercambios y la creación de nuevos grupos y redes que los miembros del Comité Organizador.

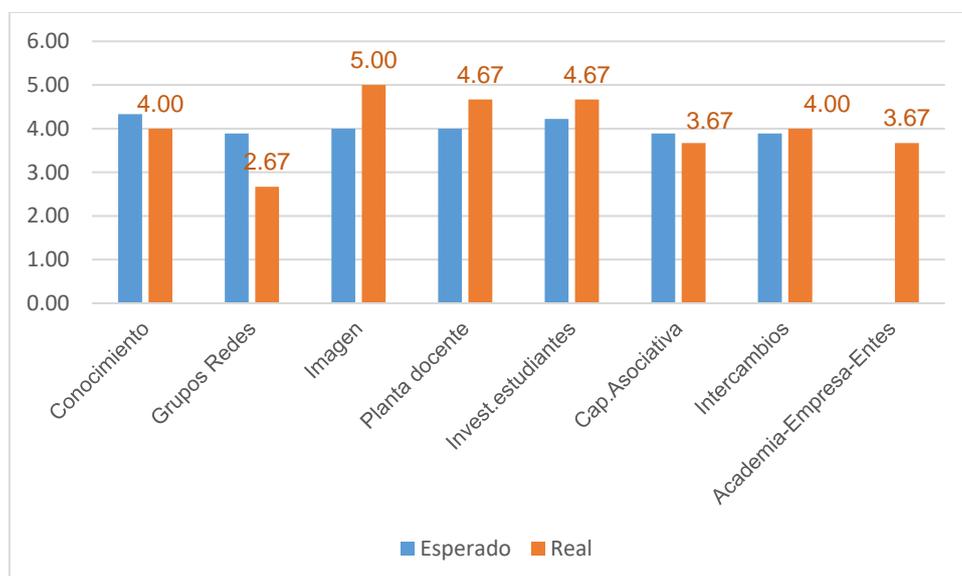
Fase 2. Durante el evento

El Comité Organizador considera que se obtuvieron todos los beneficios intangibles esperados, así como el propuesto vinculado a la relación academia-empresa- entes gestores; sin embargo no todos alcanzan las expectativas como se aprecia en la Figura 7.

- De los siete beneficios intangibles identificados y valorados previamente, se superan cuatro de ellos y de ellos la imagen y el desarrollo de la planta docente y de los estudiantes alcanza valores tendentes a ‘Muy Alto’
- Sólo la Creación de nuevos grupos o redes obtiene valores inferiores a la media, mientras que los vinculados al Conocimiento y el Intercambio se consideran ‘Altos’, y la Capacidad Asociativa y el Fortalecimiento de la relación Academia-Empresa-Entes Gestores superan ampliamente la ‘Media’.
- De los beneficios intangibles con mayor valor esperado: Conocimiento y Capacidad investigativa de los estudiantes, solo el primero obtiene valores inferiores.
- La mayor diferencia entre el valor esperado y obtenido se localiza en la Creación de nuevos grupos o redes

Figura 8.

Evaluación del Comité Organizador de los beneficios intangibles esperados y alcanzados.

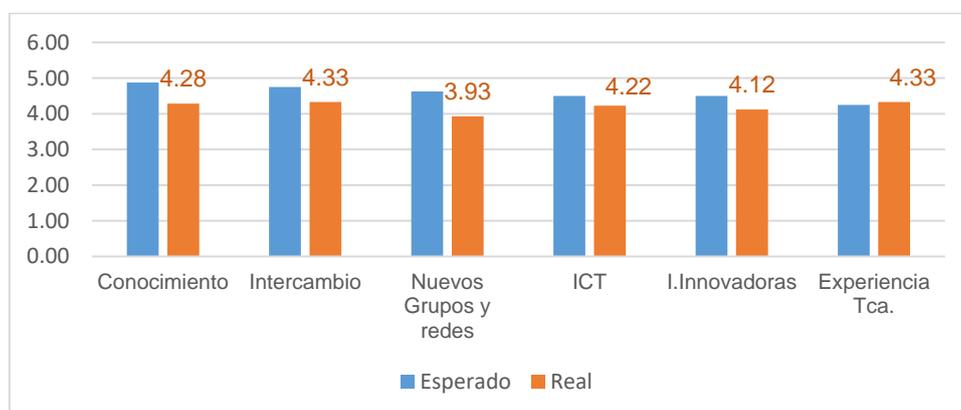


Por su parte, los participantes consideran todos los beneficios intangibles obtenidos con valores superiores a 'Alto' a excepción de la Creación de nuevos grupos o redes, percepción similar al Comité Organizador; sin embargo, a excepción de la Experiencia Turística, los restantes se obtienen en valores inferiores a los esperados como se muestra en la Figura 9.

Se localizan las mayores brechas en la Generación y difusión de conocimiento y Creación de nuevos grupos y Redes

Figura 9

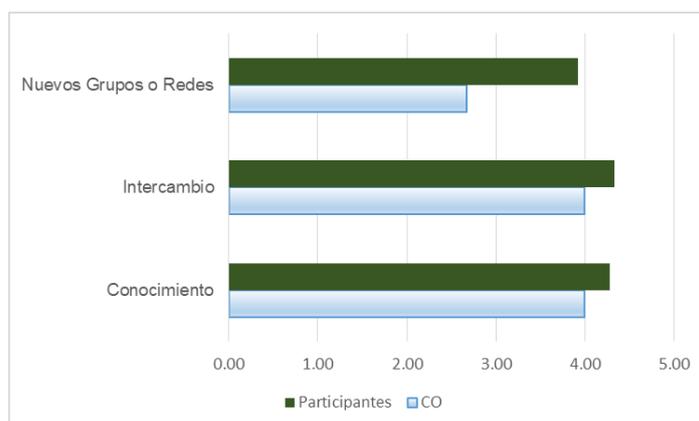
Evaluación del Comité Organizador de los beneficios intangibles esperados y alcanzados.



Valorando los beneficios intangibles comunes obtenidos según Comité Organizador y los participantes, se observa que los primeros los perciben con valores inferiores a los segundos.

Figura 10

Evaluación por el Comité Organizador y los participantes de los beneficios intangibles comunes



Fase 3 Posterior al evento

Correspondiendo en esta fase la realización de actividades de control así como por el rol otorgado por el Comité Organizador a su desempeño para la satisfacción de los participantes; las valoraciones muestran.

- Los aspectos mejor evaluados son la definición oportuna de los objetivos del evento, la actualización de las temáticas, la diferenciación de las mismas respecto a ediciones anteriores y la información relativa en cuanto a lugar de realización, nivel de los conferencistas y turísticas.
- El aspecto peor evaluado fue el tiempo de difusión del Programa Científico oficial, identificado por Regalado (2018) como un problema general de los Comités Organizadores en el país.
- La información relativa al precio del paquete obtuvo también una baja evaluación, y atendiendo a sugerencias expuestas (CP₂) resulta importante para por los participantes.
- Los aspectos referentes a la comunicación entre los diferentes subcomités, la definición de actividades y responsabilidades, el establecimiento del calendario de reuniones, y la información en cuanto a cuotas de inscripción y formas de comercialización, no alcanzan el nivel de 'Adecuado' (Valores entre 2 y 2.75).
- Los canales de comunicación para el evento son evaluados entre 'Adecuado' y 'Muy Adecuado', acorde al dato que el 88,1% de los participantes encuestados conocio del evento por Facebook, Whatsapp y Telegramm.
- No se explotaron todas las potencialidades de la plataforma Indico.

4. Conclusiones

- La satisfacción de los participantes a CIETCUBA 2023 puede considerarse de ADECUADA a ALTA, aun con la evaluación otorgada al Programa Científico y a la Sede; lo que indica que las valoraciones en cuanto al desempeño del Comité Organizador / Comité Científico y las incidencias negativas fueron salvadas en alto grado.
- Si se contrasta con la valoración del beneficio obtenido en cuanto a conocimiento, intercambio, información científico técnica e ideas innovadoras (superiores a Alta), se deduce que, en la valoración del Programa Científico, incide el incumplimiento de los horarios y el criterio de "cargado" de este programa. Por otra parte, la identificación de la difusión oportuna del Programa Científico Oficial como el aspecto peor evaluado del desempeño del Comité Organizador / Comité Científico indica que el tiempo para la elaboración y definición de este programa fue insuficiente.

- De forma general se obtienen beneficios intangibles por el Comité Organizador y los participantes, que aunque siempre no superen lo esperado, alcanzan valores de ALTO o MUY ALTO.
- El Comité Organizador desde su perspectiva resulta más exigente que los participantes, para la valoración de los beneficios intangibles esperados y obtenidos, aunque coinciden en que el más débil es la Creación / Fortalecimiento de nuevos grupos y Redes.
- Al respecto la totalidad de los miembros del Comité Organizador/ Comité Científico encuestados consideran que contribuiría a la mejora de este beneficio el incremento de la participación extranjera, así como en la Mejora de la capacidad asociativa e integradora y la Promoción de Intercambios.

5. Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

6. Declaración de contribución de los autores

Todos autores contribuyeron significativamente en la elaboración del artículo.

7. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

8. Referencias Bibliográficas

- Acosta, M. (2000). Curso Tipología de Eventos. Herramientas esenciales para el OPE. Venezuela: USB-AVOCA. .
- Álvarez, J. (2018). Valoración de la Gestión de Eventos en los hoteles de La Habana. . *Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Turismo*. La Habana: Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.
- Andrade, J. V. (2000). *Turismo: segmentação de mercado*. . São Paulo: Editora Futura. .
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketig (Decimoprimer edición)*. México: Pearson Educación.
- Autores, C. d. (2000). *Glosario de Términos para Eventos y Afines. Asociación Cubana de Organizadores de Eventos (ACOE)*. La Habana: Palco Edición Autolex 2.
- Beim, C. (1998). El objetivo de nuestra actividad: La producción de conocimiento en situación grupal. . *Curso Precongreso. Congreso de Organizadores de Eventos y Afines*. . Palacio de las Convenciones. La Habana.

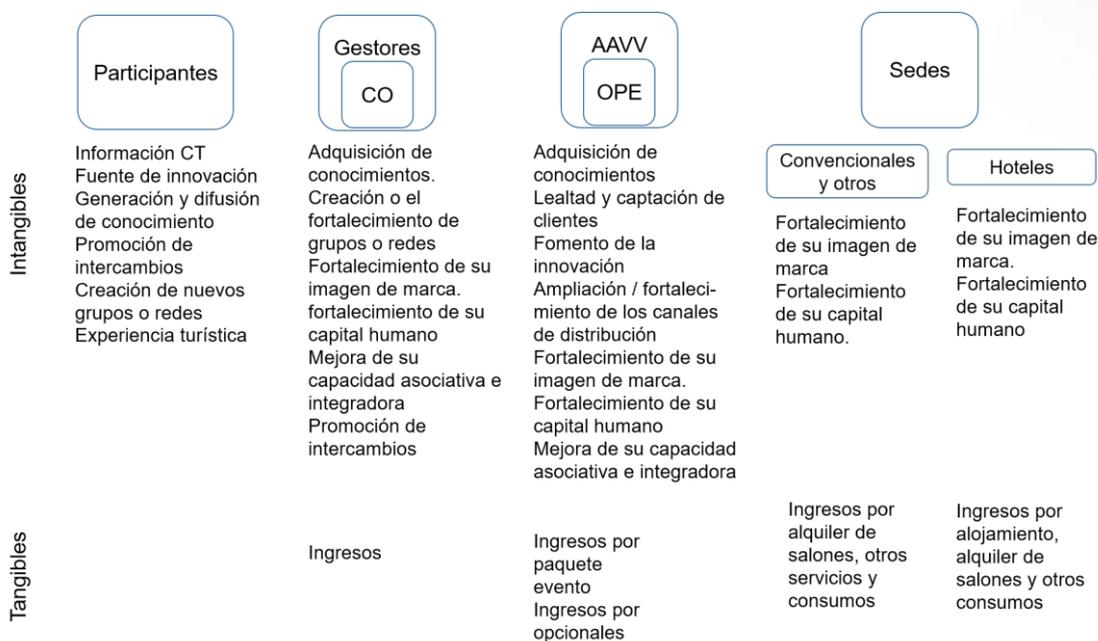
- Bigné, J., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Editorial ESIC.
- Buen día, J. (1991). *Organización de reuniones, convenciones, congresos y seminarios (1ra. edición)*. México: Editorial Trillas.
- Contreras, C. (2005). *Instrumento de medición del mercado de congresos y convenciones*.
- Delgado, A., González, A., & Morales, A. (2021). Modalidades Turísticas. UNIDAD V. (*Documentos de EVEA*). La Habana: Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.
- Fuster Lareau, J. (1999). La más alta tecnología. *Hosteltur, suplemento especial*, Página 11.
- García, C. (2005). Cuba como destino de Eventos. *Tesis en opción al grado de Master en Administración de Negocios*. La Habana, Cuba: Facultad de Economía. Universidad de La Habana.
- Getz, D. (2008). Evento tourism: Definition, evolution and research. *Science Direct, Tourism Management* 29, 403-428. Obtenido de <http://www.elsevier.com/locate/tourman>
- Gherardi, E. (2000). *Como hacer eventos exitosos*. Venezuela: Editora El Nacional.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1998). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Herrero, P. (2000). *Gestión y Organización de Congresos*. Madrid: Editorial Madrid.
- Hurtado de Barrera, J. (2000). *Metodología de la investigación holística*. Caracas: Fundación Sypal.
- Ibarra, D. (. (Marzo de 2008). Actores en la Gestión de Eventos. *Curso de gestión de Eventos*. La Habana: Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo. ISBN-978-959-290-088-2.
- Jijena, R. (2000). *ABC de eventos. El Diccionario de los eventos*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Dunken.
- Jijena, R. (2014). *Cómo organizar eventos con éxito. 2da. edición*. Buenos Aires: Ugerman Editor.

- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García, J., & Flores, J. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Pearson Educación .
- Maure, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. *Contribuciones a la Economía* N° 8, <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm/>.
- Ministerio de Educación Superior. (2016). Plan de Estudios "E". Carrera Licenciatura en Turismo. 7. la Habana: Ministerio de Educación Superior de la República de Cuba.
- Ministerio de Turismo. (8 de Agosto de 2023). Resolución 167/2023. Reglamento de Eventos. *Gaceta Oficial de la República de Cuba (Ordinaria)*. Cuba: Ministerio de Justicia.
- Morales, V., & Hernández, A. (Junio de 2004). Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización. *Revista Digital, Año 10*(No. 73).
- Nodal, L. (Marzo de 2008). Planeamiento y Organización de Eventos. *Curso Gestión de Eventos*. La Habana: Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo. ISBN-978-959-290-088-2.
- Oficina Nacional de Normalización . (Octubre de 2014). Industria turística — requisitos para la clasificación por categorías de los establecimientos de alojamiento turístico . *NC 127-14*. Cuban National Bureau of Standards .
- Oficina Nacional de Normalización. (2001). Industria turística. Requisitos para la clasificación por categorías de los restaurantes que prestan servicio al turismo. *NC 126-2001*. Cuban National Bureau of Standards.
- Olivera, R. (2000). Servicios: organización profesional y eventos. *Información Técnica* 3. Buró de Convenciones de la República de Cuba.
- Olivera, R., & Pérez, A. (2006). Los eventos: Situación comunicativa única. *Tesis en opción al título de Master en Comunicación*. La Habana: Facultad de Comunicación: Universidad de La Habana.
- Peñaviva, M. (2002). Hacia la Gestión del OPC. *Conexo. Publicación Especializada de turismo de eventos*.
- Pérez, A. (2002). Los Eventos y la Comunicación. *Diplomado de Eventos. Dossier*. Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo.
- RAE. (s/a). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es>

- Regalado, A. (2018). Los eventos y las agencias de viajes del sistema empresarial del Ministerio de Turismo. Valoración de su competitividad. . *Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Turismo*. La Habana: Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.
- Richero, A. (2004). *Eventos. Guía práctica para su planeación y organización*. México: Editorial Trillas.
- Rodríguez, E. (2001). *Actualidad, Tendencias y Perspectivas del Turismo de Eventos*. La Habana: Editorial Academia. .
- Sánchez, A. 2. (2019). Beneficios integrales de los eventos científico técnico en La Habana. Congreso Internacional Pedagogía. *Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciada en Turismo*. . La Habana: Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.
- Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. (2002). Desarrollo y Diseño de Productos Turísticos. *Maestría en Gestión Turística*. Varadero: Documentos.
- Yacuzzi, E. (s/a). *El estudio de caso como metodología de investigación*. . Obtenido de <http://www.biblioteca.idict.villaclara.cu>.
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI Revista de Estudios de Contaduría. Administración e Informática*, V7(No. 18).

Anexos

Anexo 1 Beneficios, eventistas y actores.



Fuente: Elaboración propia a partir de Sánchez, 2019

Anexo 2 Diseño General CIETCUBA 2023

- | | |
|--|--|
| Eventos | <ul style="list-style-type: none"> • Ejes temáticos |
| Taller: “Transformación digital del desarrollo turístico | <ul style="list-style-type: none"> • |
| 6to Simposio Internacional de Estudios sobre turismo y viajes | <ul style="list-style-type: none"> • La información como soporte para la toma de decisiones • Patrimonio cultural y natural • Gestión sostenible • Modalidades turísticas • Agencias de Viajes • Inteligencia de mercados turísticos • Turismo de bienestar |
| 6to Simposio Internacional de Estudios sobre entidades de Hospitalidad | <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología y gestión empresarial y gastronómica • Tecnologías empresariales |
| 2do. Taller de Innovación en el turismo | <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la Innovación • La innovación en el destino, inteligencia empresarial, vigilancia tecnológica. |

- Entornos innovadores, marco legal para el desarrollo de la innovación en el turismo
- 2do Taller de Turismo Inclusivo
 - Turismo Inclusivo
- 2do. Encuentro Internacional de Estudiantes de Turismo
 - Tecnología y turismo
 - La planificación y la gestión sostenible del turismo
 - Reconfiguraciones de modelos emergentes para el desarrollo turístico.
- Sala Virtual
 - Retos y perspectivas del turismo cubano
 - El patrimonio natural y cultural en clave de sostenibilidad

Fuente: Programa Cietcuba 2023

Anexo 3. Comité Organizador y Científico

1. Dr.C. Ramón Alberto Martín Fernández
2. Dr.C. Alejandro Delgado Castro
3. Dr.C. Lisandra Torres Hechevarría
4. MSc. Daikel Adriano Abreu Rodríguez
5. Lic. Melissa Quintana Soto
6. Lic. Brenda de la Caridad Peraza
7. MSc. Yoan Hernández Flores
8. Daniela Vidal Díaz
9. Dr.C. Mercedes del Carmen Franco Rodríguez
10. Dr.C. Yasser Vázquez Alfonso
11. MSc. Suleena Céspedes Pavot
12. MSc. Yureidys García Leonard
13. Dr.C. Zoila Ulacia Oviedo
14. MSc. Rebeca Olivera Elosegui

Fuente: <http://eventos.uh.cu>. VI Convención Internacional de Estudios Turísticos 2023

Anexo 4. Patrocinadores

Patrocinio: Apoyo económico a un evento por parte de empresas privadas, instituciones públicas u organismos no gubernamentales, generalmente a cambio de visibilidad en los materiales o en las reuniones con la finalidad de conseguir una buena imagen del patrocinador.

Fuente: Colectivo de Autores, 2000



Al servicio de la democracia, la paz y el desarrollo" - con este lema, la Fundación Hanns Seidel sobreescribe su labor y su misión. Este lema se aplica tanto a su compromiso en Alemania - aquí en particular, por supuesto, en el estado libre de Baviera, así como en el extranjero”

En Cuba, se orienta al mejoramiento de los conocimientos orientados a la práctica profesional de directivos y especialistas en el sector turístico y cultural.

Fuente: <https://latinamerica.hss.de>



Anexo 5. Acerca de la Fundación Universitaria de Innovación y desarrollo



AGENTE DEL SISTEMA NACIONAL DE INNOVACIÓN

Facilitamos la comunicación entre las capacidades que existen en las Facultades, los Centros de Investigación y los Grupos de Desarrollo de la Universidad de La Habana, con las necesidades que existen en el sector productivo o en la sociedad.

Alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social (PNDES 2030)

MISIÓN: Buscamos promover la innovación en la Universidad de La Habana en función de orientar la investigación científica-tecnológica y movilizar capacidades con impacto en la economía y sociedad cubana.

VISIÓN: Somos un agente fundamental dentro del ecosistema de innovación de Cuba que favorece una fructífera interacción entre la academia, el sector empresarial, la administración pública y otros actores, e impacta en el crecimiento y competitividad del país en base al conocimiento.

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia & Turismo**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia & Turismo**.

