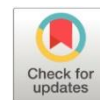


Pautas para el diseño de estrategias de colaboración del evento encuentro internacional de estudiantes de turismo

Guidelines for the Design of Collaboration Strategies for the International Encounter of Tourism Students

- ¹ Walkiria María Aguado Valdés  <https://orcid.org/0009-0000-6865-2871>
Universidad de la Habana, La Habana, Cuba.
Licenciatura en Turismo
Amandavalde5322@gmail.com
- ² Caridad Sagó Rivera  <https://orcid.org/0009-0007-5053-8932>
Agencia de Viajes Belraysa Tours, Cuba.
Maestría en Gestión Turística
repcuba@belraysatours.com



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 10/04/2026

Revisado: 08/05/2026

Aceptado: 23/06/2026

Publicado: 09/07/2026

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v5i3.88>

Cítese:

Aguado Valdés, W. M., & Sagó Rivera, C. (2026). Pautas para el Diseño de Estrategias de Colaboración del Evento Encuentro Internacional de Estudiantes de Turismo. *Ciencia & Turismo*, 5(3), 6-28. <https://doi.org/10.33262/ct.v5i3.88>



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, colaboración, estrategia, gestión de eventos, Encuentro Internacional de Estudiantes de Turismo

Resumen

Introducción. Los eventos científico-estudiantiles constituyen espacios fundamentales para la formación investigativa de los futuros profesionales del turismo. Sin embargo, la complejidad inherente a su gestión, derivada de la multiplicidad de actores involucrados, su carácter temporal y la necesidad de articulación entre diversas organizaciones, demanda estrategias de colaboración efectivas que, con frecuencia, no se encuentran debidamente estructuradas. **Objetivo:** definir pautas para el diseño de estrategias de colaboración para el Encuentro Internacional de Estudiantes de Turismo (EIET), evento científico-estudiantil inserto en la Convención Internacional de Estudios Turísticos (CIETCUBA) de la Universidad de La Habana. **Metodología:** mediante una investigación exploratoria con enfoque predominantemente cualitativo, se aplicaron métodos teóricos y empíricos, incluyendo revisión bibliográfica y documental, entrevistas a coordinadores del evento, consulta a expertos y cuestionarios a miembros del Comité Organizador. La triangulación de la información permitió identificar las brechas en la colaboración y proponer cinco objetivos con 35 acciones específicas, validados con niveles de aceptación superiores al 60%. **Resultados:** Los resultados revelan que la colaboración interna constituye el área de mayor debilidad, mientras que la diversificación de fuentes de financiamiento obtuvo la mejor valoración. El 73,5% de las propuestas se encuentran contenidas en la Metodología para la Gestión de Eventos Científicos de la Universidad de La Habana, lo que valida su coherencia con el marco institucional vigente. **Área de estudio general:** Turismo **Área de estudio específica:** Eventos **Tipo de estudio:** Original

Keywords:

events, collaboration, strategy, event management, International Meeting of Tourism Students

Abstract

Introduction. Student-led scientific events are fundamental spaces for the research training of future tourism professionals. However, the inherent complexity of their management, stemming from the multiplicity of actors involved, their temporary nature, and the need for coordination among diverse organizations, demands effective

collaborative strategies that are frequently not properly structured. **Objective:** To define guidelines for designing collaborative strategies for the International Meeting of Tourism Students (EIET), a student-led scientific event within the International Convention of Tourism Studies (CIETCUBA) at the University of Havana. **Methodology:** Through exploratory research with a predominantly qualitative approach, theoretical and empirical methods were applied, including a literature and document review, interviews with event coordinators, consultation with experts, and questionnaires for members of the Organizing Committee. Information triangulation allowed for the identification of collaboration gaps and the proposal of five objectives with 35 specific actions, validated with acceptance levels exceeding 60%. **Results:** The results reveal that internal collaboration is the weakest area, while diversification of funding sources received the highest rating. 73.5% of the proposals are included in the Methodology for the Management of Scientific Events at the University of Havana, validating their consistency with the current institutional framework.

1. Introducción

Los eventos, valorados como acciones de comunicación, existen desde la edad antigua. Sin embargo, el siglo XX constituyó el escenario para su desarrollo exponencial, como reflejo de la interconexión de todos los ámbitos de la ciencia, la técnica, la producción y la distribución, resultante de la internacionalización y la globalización (Taboada, 2019). Estos factores inciden en la complejidad de la gestión de eventos y se reflejan igualmente en la actividad turística, al constituir los eventos motivación de viajes nacionales e internacionales. Aparece el llamado turismo MICE (Meetings, Incentives, Congresses and Expositions), valorado por su incidencia en la competitividad de los destinos turísticos (Cardoso; 2025).

El sector MICE continúa convirtiéndose en un pilar de ingresos ineludible para la economía, experimentando un crecimiento continuo a nivel mundial, según Punto Mice (2024). Afectados los eventos por la pandemia COVID-19, período en el cual se

desarrollaron a través de plataformas digitales, fueron visualizados con anterioridad por la Organización Mundial de Turismo como una de las modalidades con pronósticos de mayor crecimiento, y se encuentran en plena recuperación. Esta perspectiva indica que aproximarse en el contexto cubano al estudio de los eventos se encuentra en coherencia con el rol a desempeñar por el turismo en la Isla, dado su carácter de sector estratégico, la necesidad de diversificación de la oferta y la orientación hacia la competitividad y sostenibilidad (Wright & Montesdeoca, 2020).

Las características de la sociedad actual indican a los jóvenes estudiantes universitarios como público de interés para los eventos: la consideración del conocimiento como imprescindible para el desarrollo de las organizaciones; los eventos como espacio temporal de aprendizaje, creación y difusión del conocimiento; la disminución del ciclo de vida del conocimiento; el necesario y creciente vínculo entre la ciencia y la organización empresarial; y la participación en eventos como catalizador de la investigación y la producción científica de los estudiantes.

La consideración de los eventos como empresas temporales exige que su gestión responda a la propia gestión empresarial. Si bien cada edición de un evento es un producto único, la concatenación de sus ediciones exige una visualización a mayor plazo y la definición de estrategias que garanticen la adaptación y proactividad a los cambios del entorno, la lealtad de sus públicos y su sostenibilidad en el tiempo (Poter, 2000). Se argumenta además que los eventos generan la cadena de producción más larga del turismo; las empresas como sistemas abiertos interactúan con todos los elementos del entorno y la colaboración actúa como medio para el alcance de fines convergentes, entre ellos la innovación y los rendimientos económicos (Ros;2016).

Dadas las características mencionadas y la consideración de que la colaboración como fenómeno resultó básica para la evolución humana y social, hoy resulta imprescindible para cualquier acción, bajo la forma de cooperación, trabajo conjunto o alianzas estratégicas. La unicidad de cada evento, resumida como un momento único en el tiempo, celebrado con ceremonia y ritual, para satisfacer necesidades de diversa naturaleza, y su carácter empresarial, exigen por una parte la definición de la identidad del mismo y, en coherencia con ello, de sus estrategias (Shone y Parry,2004). En virtud de ello, la colaboración en la gestión de eventos debe adquirir un perfil estratégico, incidido a la vez por la discontinuidad temporal del evento por sus múltiples ediciones.

La indagación bibliográfica preliminar arroja que la colaboración en la gestión de eventos ha sido abordada a nivel internacional y en Cuba solo a partir de ejemplos específicos de forma general, aun cuando se relaciona con el exigido encadenamiento productivo, y por ende tampoco para los eventos estudiantiles en particular. El Encuentro Internacional de Estudiantes de Turismo (EIET), surgido en el seno de la Convención Internacional de Estudios Turísticos (CIETCUBA), desarrolló su tercera edición en 2024 y no ha

desplegado una estrategia de colaboración efectiva. De esta situación se deriva el problema de investigación: la inexistencia de pautas para el diseño de estrategias de colaboración para el EIET.

El objetivo general de esta investigación es definir las pautas para el diseño de estrategias de colaboración para el Encuentro Internacional de Estudiantes de Turismo, contribuyendo así a la mejora de la gestión del evento y al fortalecimiento de la actividad científico-estudiantil en el ámbito del turismo en Cuba. Los objetivos específicos son: establecer las bases teórico-metodológicas relacionadas con gestión de eventos, estrategias y colaboración; caracterizar los eventos en Cuba y en específico el EIET; y diagnosticar el entorno para el desarrollo de la colaboración en los eventos científico-estudiantiles en Cuba.

En el V lustro del Siglo XXI, la valoración de los eventos desde diferentes perspectivas resulta objeto de estudio en la academia y la práctica turística. Sin embargo, a pesar de la realización de los mismos desde la era antigua, una aproximación científica a los mismos y su relación con el turismo es relativamente reciente. (Taboada y Campo, 2019) realiza una sistematización de estos estudios a partir de sus referentes más importantes, incluyendo el papel de los eventos especiales para mitigar la estacionalidad de la demanda turística (Ritchie y Beliveau, 1974), los sitios turísticos como sede de festivales y convenciones (Gunn & Var, 1979), el enfoque ambientalista de los festivales y eventos especiales (Getz & Page, 2016; Ritchie, 1984), la incorporación de los eventos al sistema turístico (Mill y Morrison, 1985), el estudio de los impactos sociales de los eventos desde la perspectiva de la población anfitriona (Getz, 2007), y el desarrollo de los fundamentos para la gestión de eventos e incentivos (Goldbatt, 1990; Getz, 1990; Hall, 1992).

Todos estos estudios poseen incorporada la visión del evento como un encuentro planificado y no solo con la acepción de suceso. Se define así por Shone y Parry (2004) como un fenómeno que surge de ocasiones no rutinarias que persigue objetivos de ocio, culturales, personales u organizacionales y que ocurre fuera de la actividad normal de la vida diaria, y su único propósito es celebrar, entretener o desafiar la experiencia de un grupo de personas (Shone y Parry, 2004). Esta definición, orientada a los objetivos, no contradice la vigente en Cuba, resultante del proyecto de armonización terminológica, que define al evento como término genérico que designa cualquier tipo de reunión o encuentro de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso o de otra índole que facilite el intercambio de ideas o conocimientos y experiencias entre los participantes (Nodal, 2008).

Jijena (2003), coherente con los autores anteriores, precisa algunas características del evento en su definición: todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del

comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general. La autora introduce directa o indirectamente los términos organización y programa de actividades. Las definiciones indican que existen eventos de cualquier corte, reflejo de su contenido o tema, siendo este otro de los criterios para la clasificación (Jijena, 2003).

En Cuba específicamente, aparece el criterio de participación y organización, a partir del cual se clasifican como de diseño propio y sedes captadas. Los primeros son aquellos generados por organizaciones nacionales para la satisfacción de las necesidades comunicativas propias y de sus públicos. Las segundas son eventos que se realizan como resultado de un proceso de captación, entendido como el conjunto de acciones coordinadas entre asociaciones, organizaciones y burós de convenciones de un país para lograr que un evento internacional que rota su sede en cada edición sea realizado en el país aspirante. Existen así, además, atendiendo la posibilidad de acceso, los eventos abiertos y los eventos cerrados; siendo los primeros los que propician desplazamientos cuando se constituyen en sí mismo como atractivos.

Según un estudio desarrollado por Getz (2010), un evento turístico es el resultado de una gestión y comercialización sistemática del evento base (tradiciones, fiestas ancestrales, encuentros) organizado como factores de atracción turística, con vistas a maximizar el impacto en términos de imagen, posicionamiento y fortalecimiento del mercado. Rodríguez y Sánchez (2018) clasifican los eventos en varias tipologías: culturales, de naturaleza, deportivos y musicales. La contrastación entre el llamado corte y la forma de establecer la comunicación, dada en gran parte por las dinámicas comunicacionales, fundamentan la tipificación específica de los eventos (Rodríguez. y Sánchez, 2018).

Es en la clasificación a partir del proceso de creación, apropiación y difusión del conocimiento, donde (Gutiérrez, 2019) lo relaciona con el objetivo general del evento, estableciendo: para transferencia tecnológica (conferencias, cursos, seminarios y talleres); para actualización de conocimientos (paneles, foros, simposio, mesa redonda); para evaluación de investigaciones (sesión de posters, temas libres). Olivera & Saladrigas (2023) consideran que esta clasificación no es precisa, pues las dinámicas adoptadas no son excluyentes en cada uno de los objetivos generales definidos, así como que en un mismo evento pueden combinarse para ampliación y complementariedad de los temas específicos abordados.

Entre los múltiples criterios para la clasificación tipológica de los eventos, no se ha encontrado alguno referido a la característica de los públicos a los que se dirigen. Para Regalado et al. (2005), un evento estudiantil es aquel en que está presente la categoría enseñanza y, por lo tanto, el proceso que se establece es entre el alumno y el profesor fundamentalmente. Medina y Sardañas (2017) declaran el carácter del evento estudiantil como científico y determinan que es en el que los estudiantes son autores, la existencia de un tribunal y la evaluación y categorización de los trabajos por el mismo. Brull-

González (2020) esclarece en su definición el carácter estudiantil, al orientarlo al proceso docente, considerando los eventos académicos como una modalidad pedagógica donde se integran todos los conocimientos científicos del tema en correspondencia con los objetivos formativos del plan de estudio (Brull-González;2020).

Más allá del contexto disciplinar y la nomenclatura múltiple, los eventos científicos estudiantiles estimulan la actividad científico-investigativa, conforman una antesala para futuro desempeño profesional e investigativo, incentivan la producción científica, su publicación y conformación de materiales complementarios para la docencia. A los efectos del presente trabajo se define como evento científico estudiantil: eventos de corte científico cuyos participantes son estudiantes, en carácter de ponentes o delegados, aunados en torno a temas disciplinares, multi o interdisciplinares. En su mayoría son abiertos y su convocatoria es libre. Atendiendo su alcance nacional, regional o internacional, conforman flujos turísticos, cuyo volumen se encuentra en dependencia de la imagen y el diseño del propio evento.

El término gestión, proveniente del latín *gestio*, hace referencia a la administración de recursos para alcanzar los objetivos propuestos. En el contexto de los eventos, Ayala (2008) se centra en dos direcciones básicas: el cumplimiento con el programa científico o técnico y el logro de buenos resultados financieros. La práctica actual apunta a programas flexibles, espacios de libre y espontánea convocatoria, las múltiples vías de financiamiento y la dualidad de la relación evento-presupuesto (Ayala;2008).

La gestión de eventos de forma organizada surgió a mediados del siglo XX, vinculada inicialmente a la industria del turismo y los negocios. Getz (2007) tras analizar la evolución de los eventos, la declara una disciplina académica y profesional. La creación de asociaciones como la International Live Events Association (ILEA) y la Meeting Professionals International (MPI) marcó un hito en la profesionalización del sector. La gestión de eventos se complejiza por su carácter temporal, la unicidad de cada evento, el diseño y desarrollo de programas de actividades, y su consideración como empresa temporal (Getz; 2008).

Entre los actores fundamentales se encuentran: el Organizador Profesional de Congresos (OPC), la sede del evento, la agencia de viajes, y el Comité Organizador. Ros (2016) los agrupa en organizadores (DMC, PCO, agencias de eventos, free lancers), proveedores (espacios, F&B, servicios técnicos, personal, diseño y decoración, entretenimiento), y destinos (Convention bureau, diputaciones, ayuntamientos, cámaras de comercio). El actor de la interfaz que propicia el desarrollo y la relación de los destinos-eventos es el Buró de Convenciones y Visitantes (Ros;2016).

La estructuración en fases es concebida de forma diversa por autores, en tres etapas definidas: antes, durante y posterior al evento. Buendía (1991) establece la mecánica

(previsión, planeación y organización) y la dinámica (integración, dirección y control); Richero (2004) define preparación, ejecución y seguimiento/evaluación. Aun con estas diferencias, los criterios autorales realzan la importancia para el éxito del evento de la efectividad de las actividades anteriores a su celebración (Buendía;1991).

Estudios recientes destacan la transformación de la gestión de eventos hacia un enfoque más profesionalizado y tecnológico. La sostenibilidad se ha consolidado como tema central, con la norma ISO 20121 como marco de referencia. (Holmes et al., 2015) analizan cómo los eventos pueden contribuir al desarrollo sostenible mediante prácticas como la reducción de residuos, el uso de energías renovables y la promoción de la inclusión social (Holmes et al., 2015). Neirotti y Alberti (2020) analizaron la digitalización de la gestión de eventos durante la pandemia, mientras que Mair (2020) considera esta como punto para la aceleración de la adopción de tecnologías digitales para la organización de eventos híbridos y virtuales (Neirotti y Alberti;2020).

2. Metodología

La presente investigación puede ser considerada exploratoria, clasificación determinada tanto por la inexistencia de estudios referentes al objeto y campo de la presente, según conocimiento de la autora. Los estudios de esta naturaleza se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado. Su abordaje en un evento concreto fundamenta su carácter de aplicada, toda vez que su finalidad es la solución de un problema práctico y la implementación de sus resultados en corto plazo, en este caso en la gestión del EIET a celebrar en el año 2026.

El enfoque utilizado es predominantemente cualitativo. Se centra en un caso único (EIET), cuyo contexto utiliza información cuantitativa en función de la investigación histórica, con el fin de su caracterización general. Atendiendo a su objetivo, puede valorarse como una investigación proyectiva, ya que consiste en la elaboración de una propuesta, un plan, un programa o un modelo, como solución a un problema o necesidad de tipo práctico, a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento, los procesos explicativos o generadores involucrados y de las tendencias futuras.

Fueron utilizados como métodos teóricos: el sistémico, para la comprensión de los componentes, incidentes y relaciones que conforman la gestión de eventos; el inductivo-deductivo, que posibilitó establecer relaciones entre las generalidades del entorno y la gestión de eventos; el estadístico-matemático, para obtener las tendencias de los eventos en Cuba; el escalar, para la administración y codificación de los criterios de los expertos; y el comparativo, para la contrastación de la propuesta.

Los métodos empíricos utilizados incluyen la revisión bibliográfica y documental, la entrevista semiestructurada a los dos coordinadores del EIET, la consulta a seis expertos

(profesores y directivos de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana, con categoría científica, profundo conocimiento de la actividad turística y participación en el Comité Organizador de CIETCUBA por más de dos ediciones), y cuestionarios a una muestra intencional no probabilística de 19 individuos. Para la validación se utilizó un cuestionario con tres opciones de respuesta (Muy Acertado=5, Acertado=3, Nada Acertado=1), posibilitando el cálculo de un nivel de aceptación total (At). Se consideraron válidos todos aquellos resultados que alcancen una concordancia igual o superior al 60%.

El EIET surgió en el seno de CIETCUBA, evento de corte científico-técnico adscrito al Ministerio de Educación Superior, con auspicio del Ministerio de Turismo. Sus antecedentes se localizan en los Encuentros Nacionales de Estudiantes de Turismo gestionados por la Federación Estudiantil Universitaria. La I Edición se desarrolló en La Habana (2021) bajo el lema Sostenibilidad, competitividad e innovación en turismo; la II Edición en Playa Girón (2023) con el lema Por un Turismo Inteligente; y la III Edición en La Habana (2024) bajo el lema Por un Turismo desde y para la comunidad (Aguado;2025).

Los aspectos relacionados con la colaboración se explicitan a partir de los referentes de CIETCUBA como evento. En las últimas ediciones ha actuado como patrocinador la Fundación Hans Seidel, como colaborador para los servicios financieros la Fundación Universitaria Innovación y Desarrollo de la Universidad de La Habana y como agencia de viajes Belraysa Tours & Travel Group SA. La serie histórica de indicadores del evento se presenta en la **Tabla 1**.

Tabla 1

Indicadores seleccionados del EIET. Serie histórica 2021-2024

Indicador	I Edición (2021)	II Edición (2023)	III Edición (2024)
Ponencias presentadas	21	35	31
Cantidad de delegados	25	35	50
Delegados extranjeros	1	3	8
Países participantes	2	4	4

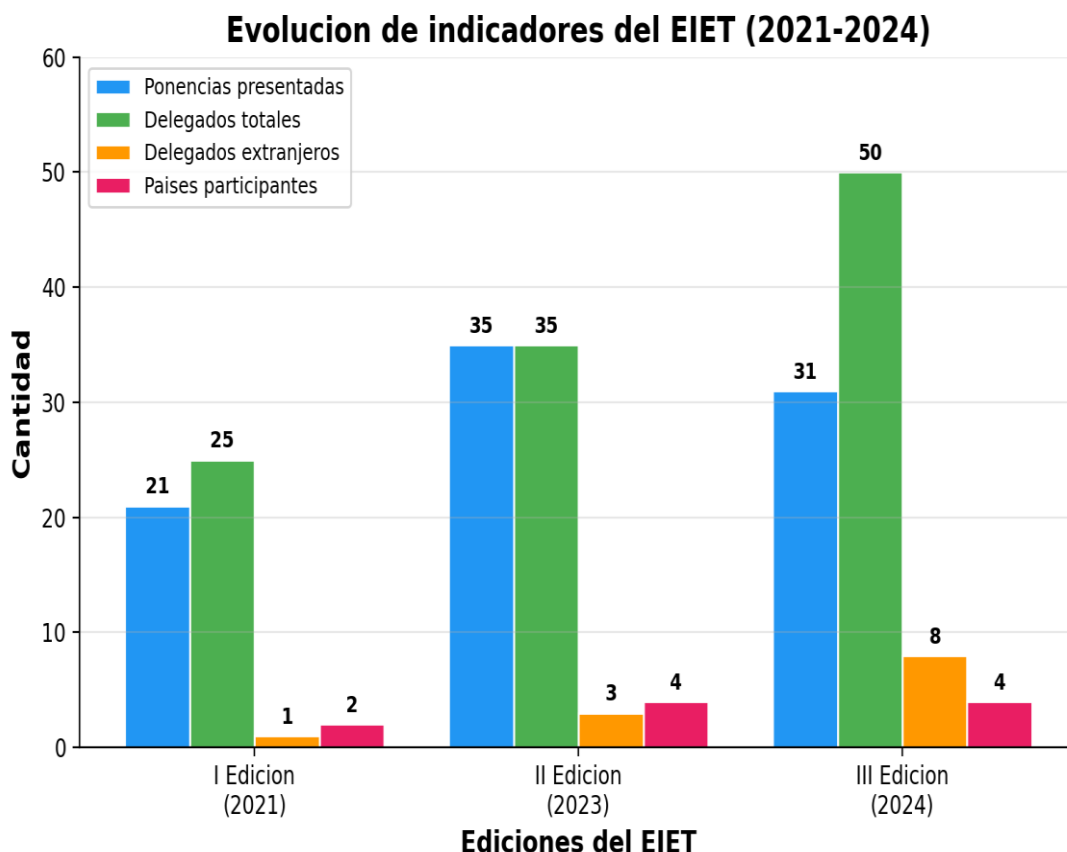
Fuente: Elaboración propia a partir de Memorias del evento

Como se observa en la **Tabla 1** y la **Figura 1**, los indicadores muestran una tendencia creciente general, aunque la III Edición presenta una leve disminución en el número de ponencias (de 35 a 31), lo cual puede atribuirse al corto período entre ediciones y a la situación económico-financiera del país. Los delegados totales crecieron significativamente de 25 a 50 (incremento del 100%), y la participación internacional se

incrementó de 1 a 8 delegados extranjeros. El número de países pasó de 2 a 4, aunque se mantuvo estático en las dos últimas ediciones (Aguado;2025).

Figura 1

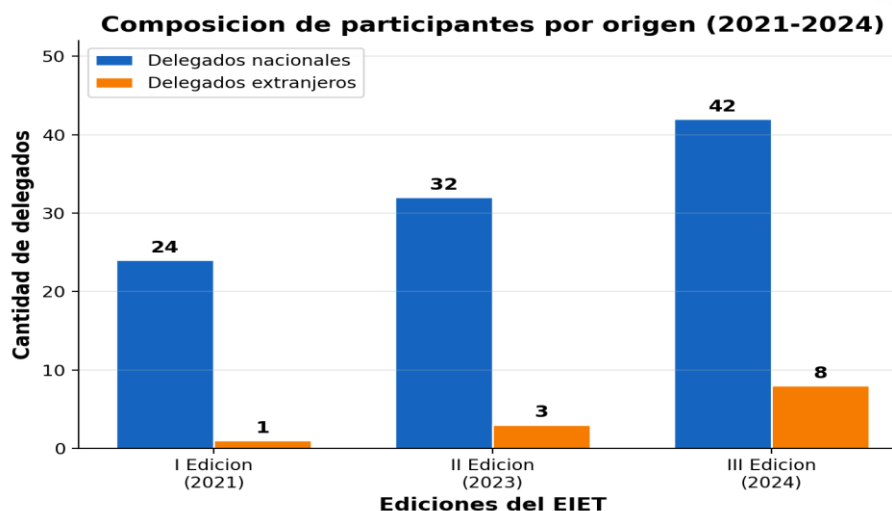
Evolución de indicadores del EIET (2021-2024)



La **Figura 2** evidencia que la participación nacional es mayoritaria en las tres ediciones, aunque la proporción de delegados extranjeros ha crecido progresivamente. En la III Edición, los 8 delegados extranjeros representaron el 16% del total, frente al 4% de la I Edición. No obstante, el número de países participantes se mantuvo en cuatro en las últimas dos ediciones, sin consolidar países emisores estables. México ha estado presente en dos ediciones, pero no se ha logrado una afluencia internacional amplia.

Figura 2

Composición de participantes por origen (2021-2024)



3. Resultados

Diagnóstico del entorno para la colaboración

La triangulación de la información recogida a través de diversas fuentes permitió identificar las principales insuficiencias en la colaboración del EIET. En el ámbito interno, la coordinación de esfuerzos en la etapa pre-evento enfrenta dificultades por sobrecarga de trabajo, tanto por tareas académicas y profesionales simultáneas como por insuficiente personal. Aún con la asignación de tareas en las fases tempranas, el cumplimiento en tiempo se ve comprometido, implicando postergaciones y un control inefectivo. La estimación del alcance de cada tarea, en específico aquellas que requieren de colaboradores externos, así como la situación externa del país, dificulta la definición previa de los recursos necesarios (Aguado;2025).

El carácter subordinado del evento a CIETCUBA determina: poca claridad en cuanto a la definición de objetivos propios del EIET; extensión de los canales de decisión en cuanto a las particularidades del evento; e impacto negativo en la administración del tiempo, al participar el coordinador y parte de su equipo en dualidad de reuniones. CIETCUBA en su conjunto no se ha desarrollado bajo la gestión de un Organizador Profesional de Eventos (OPE/OPC), cuyos roles son comunicar, promover, vender, administrar, planificar, asesorar y sugerir nuevas técnicas, identificar métodos adecuados de financiamiento y coordinar acciones necesarias para lograr la excelencia operativa.

Desde la perspectiva de los resultados alcanzados, el evento no ha logrado convocar en alto grado a estudiantes de otras facultades de la propia Universidad de La Habana; sólo

se destaca la participación de la Universidad Central de Las Villas; el número de países es bajo y no se consolidan países emisores; y la colaboración para la elaboración de trabajos preferentes se da principalmente entre estudiantes y profesores, con escasa participación de entidades turísticas.

Los resultados del cuestionario se muestran en la **tabla 2** y **figura 3**, revelan que el 68,4% de los encuestados considera la colaboración como muy importante y el 15,8% como importante. Debe ser fomentada en primer lugar con las empresas del sector turístico (83,3%), seguidas por las universidades y otras instituciones (66,7%) y las asociaciones de estudiantes (66,7%), como se muestra en la Figura 3. Los beneficios de la colaboración se orientan a la mejora en la calidad del programa (78,9%), mayor visibilidad y promoción (73,7%) y mayor financiamiento y patrocinio (73,7%). La falta de recursos se identifica como el obstáculo fundamental (68,4%) (Aguado;2025).

Tabla 2

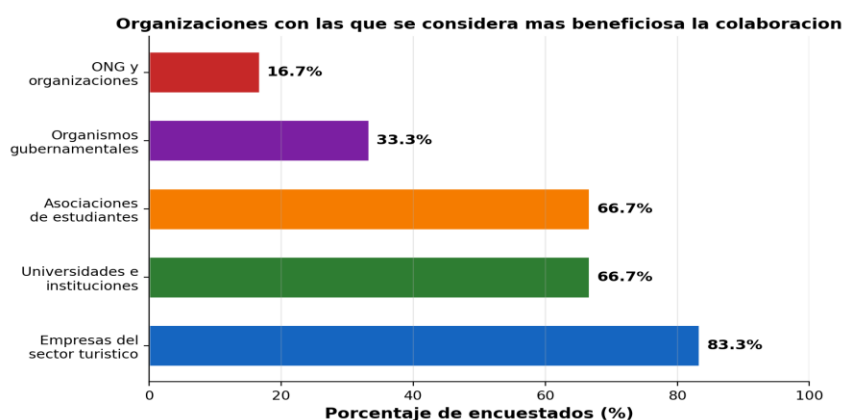
Percepción de la importancia de la colaboración según encuestados

Aspecto evaluado	Porcentaje	Categoría
Colaboración muy importante	68,4%	Prioritaria
Colaboración importante	15,8%	Relevante
Colaboración poco importante	15,8%	Secundaria

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario aplicado

Figura 3

Organizaciones con las que se considera más beneficiosa la colaboración.



La comparación entre los eventos referentes (HAVMUN y ENEFA) y el EIET se visualiza en la **tabla 3** y **figura 4**, donde muestran las diferencias en el alcance de las convocatorias, pero aparece una coincidencia entre los tres eventos en cuanto a las áreas

de colaboración: financiamiento, recursos (logística) y comunicación. El HAVMUN, con 29 ediciones, destaca por su estrategia de colaboración que se actualiza en cada edición sobre la base de las experiencias obtenidas, y cuyas áreas de mayor colaboración externa son financiación, logística y comunicación promocional.

Figura 4

Beneficios esperados de la colaboración en eventos estudiantiles

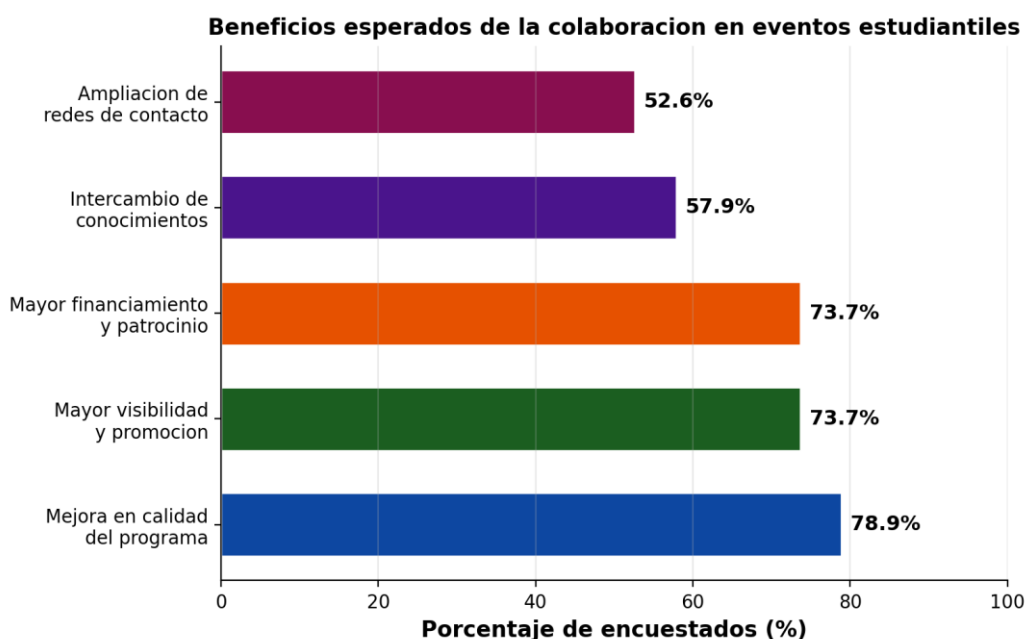


Tabla 3

Beneficios esperados de la colaboración según encuestados

Beneficio esperado	Porcentaje	Ranking
Mejora en calidad del programa	78,9%	1
Mayor visibilidad y promoción	73,7%	2
Mayor financiamiento y patrocinio	73,7%	2
Intercambio de conocimientos	57,9%	4
Ampliación de redes de contacto	52,6%	5

Pautas para la estrategia de colaboración

A partir de la triangulación de la información, se proponen cinco objetivos (ver **tabla 4**) ,con 35 acciones específicas, agrupados en torno a un objetivo general: fortalecer de forma efectiva la capacidad de convocatoria del evento para la diversificación e

incremento de instituciones, delegados y países participantes y desarrollo de trabajos conjuntos tanto aplicados como de indagaciones teóricas, sobre los temas designados a cada edición, que demuestren y fortalezcan la actividad científica estudiantil en torno al Turismo.

Tabla 4

Objetivos y acciones propuestas para la estrategia de colaboración

Objetivo	Descripción	N.º acciones
Objetivo 1	Fortalecer la colaboración interna	12
Objetivo 2	Incrementar colaboración entre empresas turísticas y estudiantes	5
Objetivo 3	Ampliar la participación de estudiantes	8
Objetivo 4	Incrementar la participación internacional	5
Objetivo 5	Diversificar las fuentes de financiamiento y recursos	5

Fuente: Elaboración propia

El Objetivo 1 incluye: definición de objetivos de cada edición; establecimiento de roles, funciones y responsabilidades; definición de facultades de decisión del EIET independiente de CIETCUBA; incorporación de valoraciones del funcionamiento del Comité Organizador; diseño de la estrategia de colaboración desde fechas tempranas; definición del calendario de reuniones; integración de la agencia de viajes designada; e inserción orgánica de la actividad científica de los estudiantes.

El Objetivo 2 contempla la coordinación con el Ministerio de Turismo mediante el lanzamiento de CIETCUBA ante el Consejo de Turismo Ampliado, el fortalecimiento de los Grupos Científico-Estudiantiles con relación directa con las entidades turísticas, la ampliación de la participación a egresados recientes (dos años o menos), y la valoración del establecimiento de relaciones entre maestrantes y estudiantes de licenciatura.

Los Objetivos 3 y 4 abordan la ampliación de la participación nacional e internacional, incluyendo el diseño de acciones de comunicación con la FEU, la identificación de disciplinas con mayores potencialidades, la realización de eventos de menor formato entre ediciones, la valoración de eventos virtuales y la elaboración de mailing con asociaciones estudiantiles iberoamericanas. El Objetivo 5 se centra en la diversificación de fuentes de financiamiento mediante cursos pre-evento, inventario de entidades vinculadas al tema, programa de patrocinio, promoción de co-auspicios y comunicación permanente con patrocinadores.

Validación de las propuestas

Las respuestas al cuestionario de validación muestran que todos los objetivos propuestos son viables (ver figura 5), y ninguno obtuvo evaluación de no acertado. Existe unanimidad en la respuesta de Acertado y Muy Acertado en los objetivos relacionados con la colaboración interna (Objetivo 1) y diversificación de las fuentes de financiamiento (Objetivo 5).

Figura 5

Nivel de aceptación de los objetivos de la estrategia de colaboración

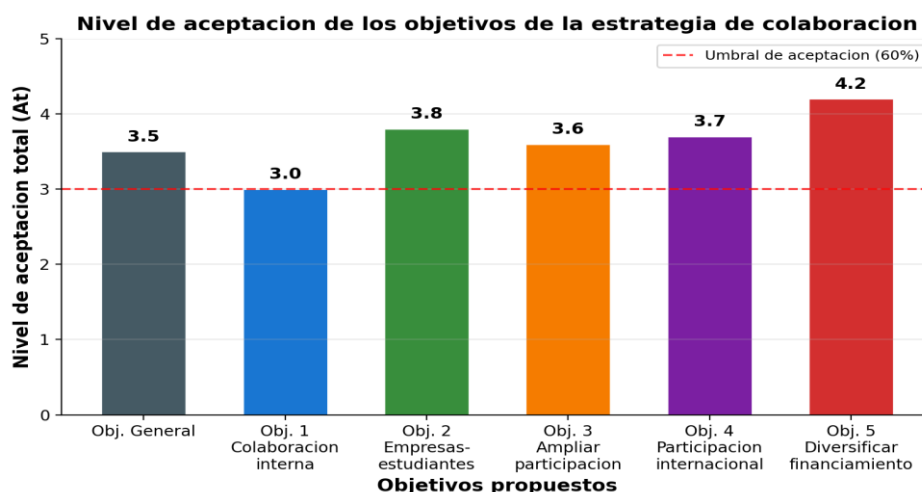


Tabla 5

Nivel de aceptación total (At) de los objetivos propuestos

Objetivo	At (sobre 5)	Evaluación
Objetivo General	3,5	Aceptado
Objetivo 1: Colaboración interna	3,0	Aceptado (umbral)
Objetivo 2: Empresas-estudiantes	3,8	Aceptado
Objetivo 3: Ampliar participación	3,6	Aceptado
Objetivo 4: Participación internacional	3,7	Aceptado
Objetivo 5: Diversificar financiamiento	4,2	Mejor evaluado

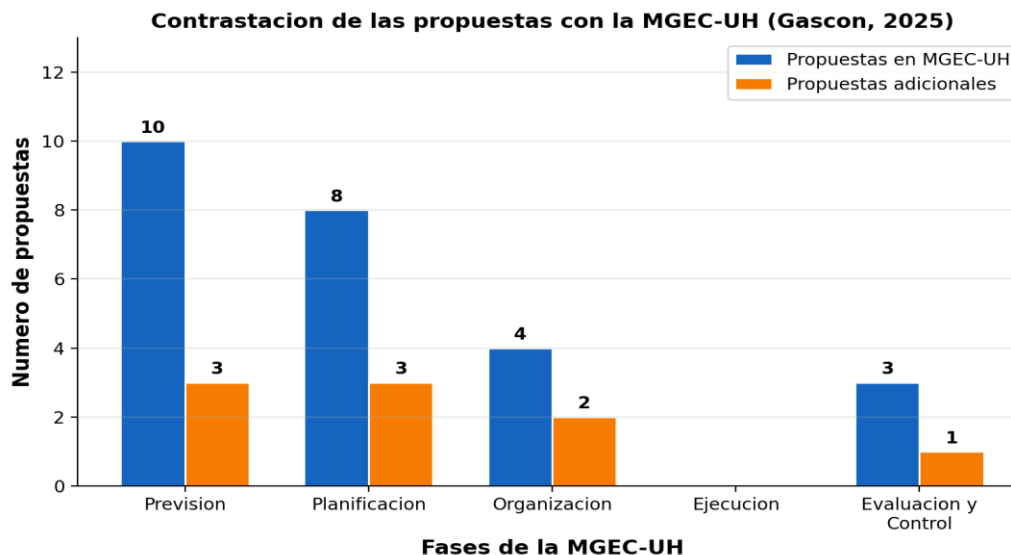
Los resultados de la validación (**Tabla 5** y **Figura 5**) indican que todos los objetivos alcanzan valores superiores a 3,0 (60% del máximo), cumpliendo la condición establecida en la trayectoria metodológica. El objetivo peor evaluado es el relacionado con la

colaboración interna ($At=3,0$), lo que puede interpretarse como un reconocimiento de la dificultad inherente a la modificación de las dinámicas internas de trabajo, especialmente en un contexto de subordinación a CIETCUBA. El mejor evaluado es el vinculado con la diversificación de fuentes de financiamiento ($At=4,2$), resultado coherente con la percepción generalizada de que la situación económico-financiera constituye el principal obstáculo para la colaboración efectiva (Aguado;2025).

La contrastación de las propuestas con la Metodología para la Gestión de Eventos Científicos de la Universidad de La Habana (MGEC-UH), elaborada por Gascón et al. (2025), revela que el 73,5% (25) de las propuestas se encuentran contenidas explícita o implícitamente en las acciones de dicha metodología. Las propuestas restantes (9) se sitúan en las diversas fases según criterio de la autora y características de la propuesta. Se infiere que la colaboración es un componente importante en la gestión de eventos, y que la difusión y adopción de la MGEC-UH contribuiría en alto grado a la estructuración y diseño de estrategias para la colaboración del EIET (Gascón et al., 2025).

Figura 6

Contrastación de las propuestas con la MGEC-UH (Gascón, 2025)



La **Figura 6** muestra que las propuestas se concentran en las fases de Previsión y Planificación, correspondientes a la etapa pre-evento. El 32% de las propuestas se localizan en la fase de Previsión, revelando la importancia de esta fase para el diseño ulterior de la estrategia de colaboración. Un hallazgo significativo es que el 33% de las propuestas están directamente relacionadas con la comunicación, expresando la relación entre comunicación y estrategias de colaboración. Aunque el Objetivo 1 presenta el menor

nivel de aceptación, el 75% de sus propuestas están incorporadas en la MGEC-UH, y de ellas el 56% en la fase de Previsión.

Los resultados obtenidos son coherentes con la literatura reciente sobre gestión de eventos y colaboración. Cardoso et al. (2025), en su revisión sistemática sobre gestión para el desarrollo de eventos turísticos en Latinoamérica, destacan la importancia de la colaboración interinstitucional como factor crítico de éxito, señalando que las estrategias de colaboración permiten una mayor integración de actores y recursos. Este hallazgo se alinea con la percepción de los encuestados en la presente investigación, quienes identificaron a las empresas del sector turístico como los colaboradores más importantes (83,3%). La gestión colaborativa de eventos ha sido identificada como una tendencia emergente, donde la articulación entre sector público, privado y académico resulta determinante para la sostenibilidad y competitividad de los eventos turísticos.

Martín et al. (2023), en su estudio sobre la comunicación experiencial como estrategia creativa para promocionar los eventos turísticos españoles, evidencian que las estrategias comunicacionales son determinantes para el posicionamiento de los eventos (Martín, 2023). En el caso del EIET, el 33% de las propuestas se relacionan directamente con la comunicación, incluyendo todas las acciones orientadas al incremento de la participación internacional, lo que confirma la centralidad de la comunicación en las estrategias de colaboración. La elaboración de un dossier informativo, la coordinación con el Ministerio de Turismo para la difusión del evento a través de representantes en el exterior, y la utilización de soportes publicitarios digitales de la sede constituyen acciones concretas que reflejan la importancia estratégica de la comunicación en la gestión del EIET.

Núñez (2024), en su estudio sobre preservación cultural y turismo agroecológico, destaca la colaboración entre productores y restaurantes locales como estrategia clave para el desarrollo turístico, demostrando que la colaboración entre actores con intereses convergentes potencia los resultados de manera significativa (Núñez, 2024). Análogamente, en el ámbito del EIET, la colaboración entre las entidades turísticas y los estudiantes emerge como un componente esencial, validado tanto por la percepción de los encuestados como por las propuestas específicas del Objetivo 2. La experiencia del HAVMUN, con 29 ediciones exitosas y una estrategia de colaboración que se actualiza en cada edición, constituye un referente importante para el EIET.

León et al. (2023), en su análisis de la gestión y desafíos del turismo en Huaraz, Perú, identifican que las estrategias de colaboración pueden implementarse para eventos o situaciones puntuales, pero que la falta de una visión estratégica a largo plazo constituye un obstáculo significativo. Esta observación resuena con las debilidades identificadas en la gestión del EIET, donde la colaboración se realiza sin estar estructurada a través de una estrategia, y donde la subordinación a CIETCUBA limita la definición de objetivos propios del evento. La necesidad de establecer una estrategia de colaboración desde las

fases tempranas de la etapa pre-evento constituye una de las pautas más importantes de la propuesta.

Proença et al. (2025), en su estudio sobre redes de colaboración en patrimonio local para el desarrollo turístico, demuestran que las estrategias de colaboración permiten una mayor participación de la comunidad local y mejoran la calidad de los eventos y la difusión del patrimonio. Este resultado es consistente con la propuesta de ampliar la participación de estudiantes de otras facultades y universidades, así como de fortalecer la vinculación con las empresas turísticas. Farfán et al. (2025) también subrayan la formación académica y la colaboración entre diferentes sectores como indicadores positivos para el desarrollo regional a través del turismo gastronómico (Farfán et al.;2025).

El marco regulatorio actual del país sustenta las acciones de colaboración para la realización de eventos científicos. La Ley de Comunicación Social (162/2023) autoriza el patrocinio en tanto relación de intercambio mutuamente beneficiosa para el desarrollo de actividades científicas, profesionales u otras. El Sistema de Gestión de Gobierno basado en la Ciencia, la Tecnología y la Innovación constituye un marco para el fortalecimiento de la relación universidad-empresa. Sin embargo, la situación financiera del país, con un PIB que decreció un 2% en 2023 y una inflación anual de 24,88% en 2024, provoca incertidumbre para la planificación de eventos y limita las fuentes de financiamiento.

4. Conclusiones

- La necesidad de la definición de estrategias de colaboración en los eventos está fundamentada en la concepción de los mismos como empresas temporales, su periodicidad, su unicidad, la multiplicidad de actores y públicos vinculados que intervienen en su gestión, y su relativamente largo período entre ediciones y preparación.
- La gestión de eventos demanda una colaboración multilateral que, aún hoy, ha sido débilmente tratada desde la visión académica, lo que reafirma la pertinencia y novedad de la presente investigación.
- El EIET constituye un espacio que fortalece la capacidad investigativa de los estudiantes, aunque su participación internacional es minoritaria y el desarrollo de estudios teóricos es débil.
- La serie histórica muestra una tendencia creciente en delegados totales y participación extranjera, pero el número de países no ha superado los cuatro, y no se consolidan países emisores estables.
- Las valoraciones cualitativas indican desde el aspecto científico-técnico la necesidad de fomentar investigaciones comparativas con destinos internacionales,

profundizar en metodologías innovadoras y promover la participación internacional.

- La colaboración interna está incidida por deficiencias en la etapa pre-evento, particularmente en la sobrecarga de trabajo, la subordinación a CIETCUBA y la ausencia de un Organizador Profesional de Eventos.
- Las pautas validadas para el diseño de estrategia de colaboración para el EIET comprenden cinco objetivos y 35 propuestas y valoraciones, algunos de los cuales pueden ser generalizados para todo CIETCUBA, validados por el criterio de su Comité Organizador y la contrastación con la Metodología para la Gestión de Eventos Científicos de la Universidad de La Habana.

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

Aguado, W. (2025). Pautas para el diseño de estrategias de colaboración del EIET [Trabajo de diploma de pregrado, Universidad de La Habana].

Ayala, M. (2008). Gestión de eventos: direcciones básicas. Editorial Vértice.
https://books.google.com.ec/books/about/Gesti%C3%B3n_de_eventos.html?hl=es&id=tU24IeFJObMC&redir_esc=y

Brull-González, A. (2020). Los eventos académicos como modalidad pedagógica. Revista Pedagógica Universitaria, 15(3), 78-95.
<https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/5209/>

Buendía, L. (1991). Metodología de la organización de eventos. Editorial Síntesis.

Cardoso Moscoso, G. P., et al. (2025). Gestión para el desarrollo de eventos turísticos en Latinoamérica: una revisión sistemática. Revista de Turismo, 27(2), 97-115.
https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2739-00632025000203097

- Farfán, N. B. V., et al. (2025). El turismo gastronómico como estrategia para el desarrollo sostenible. *Esprint Investigación*, 8(1), 34-52.
<https://rei.esprint.tech/index.php/esprint-investigacion/article/view/105>
- Gascón Pérez, A., Batista Mainegra, A., & Domínguez Menéndez, J. J. (2025). Metodología para la gestión de eventos científicos en la Universidad de La Habana. *Revista Científica Cultura, Comunicación Y Desarrollo*, 10, e766.
<https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/766>
- Getz, D. (1990). *Festivals, special events, and tourism*. Van Nostrand Reinhold.
https://books.google.com.ec/books/about/Festivals_Special_Events_and_Tourism.html?id=kFfXAAAAMAAJ&redir_esc=y
- Getz, D. (2007). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Butterworth-Heinemann.
https://books.google.com.ec/books/about/Event_Studies.html?id=-IKnHvefiusC&redir_esc=y
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001719>
- Holmes, K., Huges, M., Mair, J., & Carlsen, J. (2015). *Events and Sustainability*. Routledge. http://136.175.10.10/ebook/pdf/Events_and_Sustainability.pdf
- Gunn, C. A., & Var, T. (1979). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Psychology Press.
https://books.google.com.ec/books/about/Tourism_Planning.html?id=6S6e44VhObMC&redir_esc=y
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Gutiérrez-Rosales, A., Reyes-Ortíz, J. A., & Bravo, M. (2019). Clasificación de eventos académicos a partir de su descripción textual. *Research in Computer Science*, 148(7), 405-417. https://www.researchgate.net/profile/Maricela-Bravo-3/publication/339204297_Clasificacion_de_eventos_academicos_a_partir_de_su_descripcion_textual/links/5ed508d3458515294527b828/Clasificacion-de-eventos-academicos-a-partir-de-su-descripcion-textual.pdf
- Hall, C. M. (1992). *Hallmark tourist events: Impacts, management and planning*. Belhaven Press.

https://books.google.com.ec/books/about/Hallmark_Tourist_Events.html?id=0mfOp7On4MkC&redir_esc=y

Jijena, R. (2003). Eventos. Cómo organizarlos con éxito. Nobuko.

https://books.google.com.ec/books/about/Eventos_C%C3%B3mo_organizarlos_c_on_%C3%A9xito.html?hl=es&id=GsoWK47wH6gC&redir_esc=y

Martín Martín, V., & Galmes-Cerezo, M. (2023). La comunicación experiencial como estrategia creativa para promocionar los eventos turísticos españoles. *evista De Ciencias De La Comunicación E Información*, 28, 77–98.

<https://doi.org/10.35742/rcci.2023.28.e283>

Medina Pichis, A. M., & Sardañas Rodríguez, M. T. (2017). Sistema para la gestión de eventos estudiantiles en la Universidad de las Ciencias Informáticas. [Tesis de diploma, Universidad en Ciencias Informática].

https://repositorio.uci.cu/bitstream/123456789/9416/1/TD_08995_17.pdf

Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1985). The tourism system: An introductory text. Prentice-Hall.

https://books.google.com.ec/books/about/The_Tourism_System.html?id=LbYtVjNmzBYC&redir_esc=y

Nodal, A. (2008). Terminología de eventos: Proyecto de armonización terminológica [Informe]. MINTUR.

Núñez Briceño, C. (2024). Preservación cultural y turismo agroecológico. Raíces: Revista de Ciencias Sociales y Políticas, 14(7), 13-28.

<https://revistas.unan.edu.ni/index.php/Raices/es/article/view/3811>

Olivera Perez, D., & Saladrigas Medina, H. (2023). La comunicación social en Cuba: Tendencias de un campo académico emergente. Razón y Palabra, 92.

https://www.researchgate.net/publication/375112177_La_comunicacion_social_e_n_Cuba_Tendencias_de_un_campo_academico_emergente

Proença, P., Ramos, E., & Ventura Ramos, R. (2025). Redes de colaboración en patrimonio local en el desarrollo turístico: el caso práctico del centro de interpretación del Seia *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1–19.

<https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/1292>

Punto Mice. (2024). Desafíos y tendencias de 2024 en el sector mice. Punto Mice Ediciones. <https://puntomice.com/desafios-tendencias-2024-mice/>

Regalado Miranda, E., Regalado Miranda, E. M., & Abreu García, M. T. (2005). Metodología para la organización de eventos estudiantiles virtuales. Instituto

superior de ciencias médicas de La Habana (ISCMH), 1-17.

<https://scispace.com/pdf/metodologia-para-la-organizacion-de-eventos-estudiantiles-1jln9els92.pdf>

Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11.

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728758402300101>

Ritchie, J. R. B., & Beliveau, D. (1974). Hallmark events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market. *Journal of Travel Research*, 13(2), 14-20. <https://www.deepdyve.com/lp/sage/hallmark-events-an-evaluation-of-a-strategic-response-to-seasonality-Ebrna3qvw0?key=sage>

Wright Garzón, M. R., & Montesdeoca Carrasco, M. F. (2020). Impacto de Eventos Innovadores para la Dinamización del Turismo. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 262–272. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1437>

Rodríguez Rangel, C., & Sánchez Rivero, M. S. (2018). El Turismo de Eventos: Un Análisis Del Perfil Sociodemográfico y Comportamiento Del Gasto Turístico en Función de la Naturaleza Del Evento. *Revista portuguesa de estudos regionais*, 49, 41–55. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6729136>

Ros, V. (2016). Actores y dinámicas en la gestión de eventos. Editorial UOC.

Shone, A., & Parry, B. (2004). Successful event management. Thomson Learning. https://books.google.com.ec/books/about/Successful_Event_Management.html?id=xk1GSZKeN7IC&redir_esc=y

Taboada Vega, K. B., & Campos Cardoso, L. M. (2019). Estrategia de proyección del turismo de eventos e incentivos en la zona central de Cuba. *Explorador Digital*, 1(4), 43-58. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v1i2.321>

Taboada Vega, K. B., & Campos Cardoso, L. M. (2019). Estrategia de proyección del turismo de eventos e incentivos en la zona central de Cuba. *Explorador Digital*, 1(4), 43-58. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v1i2.321>

León Vigo, M., Figueroa Quito, S., Mendoza, C. N., & Concha, P. (2023). Gestión y desafíos del turismo en Huaraz, Perú. *Ciencia Latina Revista*, 7(5), 8981-9001. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/8471>

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**.

