

Contribución de los eventos científico – técnicos a la sostenibilidad del destino turístico la Habana. casos de estudio: Congresos Pedagogía 2019 y Universidad 2020

Contribution of scientific and technical events to the sustainability of Havana's tourist destination. case studies: Pedagogy 2019 and University 2020 Congresses

- ¹ Ailim Sánchez Fernández 
Licenciada en Turismo. Profesora Instructora del Departamento Viajes de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.
ailim931204@gmail.com
- ² Rebeca Olivera Elosegui 
Licenciada en Economía Financiera. Máster en Marketing, Comunicación y Gestión Empresarial. Profesora Auxiliar del Departamento Viajes de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.
rolivera@ftur.uh.cu
- ³ Efraín Velastegui López  <https://orcid.org/0000-0002-7353-5853>
Universidad Técnica de Babahoyo (UTB), Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.
evelasteguil@utb.edu.ec

Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 03/10/2022

Revisado: 15/11/2022

Aceptado: 05/12/2022

Publicado: 05/01/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v7i1.2456>

Cítese: Sánchez Fernández, A., Olivera Elosegui, R., & Velastegui López, E. (2023). Contribución de los eventos científico – técnicos a la sostenibilidad del destino turístico la Habana. casos de estudio: Congresos Pedagogía 2019 y Universidad 2020. Explorador Digital, 7(1), 44-63. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v7i1.2456>



EXPLORADOR DIGITAL, es una revista electrónica, 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://exploradordigital.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 Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 International. Copia de la licencia: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Palabras Claves:

turismo de eventos, MICE (turismo de negocios), eventos científico-técnico, objetivo de desarrollo sostenible, sostenibilidad.

Keywords:

event tourism, MICE (Business tourism), scientific - technical events, sustainable development goal, sustainability.

Resumen

El pasado siglo la humanidad comenzó de forma organizada a tomar conciencia de la limitación de los recursos naturales, su fragilidad y la necesidad de su conservación. En este contexto la Organización Mundial de Turismo promovió el desarrollo del turismo sostenible, resaltando el balance entre los objetivos sociales, económicos y medioambientales. La actual situación epidemiológica y conciencia global han hecho que toda la actividad turística, incluida el Turismo de Eventos, adopte acciones cada más sostenibles. La sostenibilidad no resulta de igual forma para las diferentes modalidades turísticas, toda vez que recursos, motivaciones, comportamientos, contactos y relaciones involucrados pueden ser totalmente distintos. Se impone una mirada holística y sostenible a la actividad de gestión de eventos, valorada en primera instancia por los flujos turísticos que genera y por ende sus ingresos, pero en el caso de los científicos técnicos – insertos en la sociedad del conocimiento. Aunque se entiende el concepto de sostenibilidad, hay una carencia de conocimiento en materia de Objetivo de Desarrollo Sostenible y acerca de su integración en las estrategias. Se define como objetivo general: Valorar la contribución de los eventos científico – técnicos a la sostenibilidad del destino turístico La Habana, referenciados al estudio de los Congresos Internacionales Pedagogía 2019 y Universidad 2020. No se han identificado trabajos anteriores que establezcan interrelaciones conceptuales o prácticas entre los elementos anteriormente expuestos. Por lo que el trabajo es una investigación teórica y exploratoria y su valor radica en la valoración del atractivo de la modalidad en cuestión.

Abstract

Last century, humanity began in an organized way to become aware of the limitation of natural resources, their fragility, and the need for their conservation. In this context, the World Tourism Organization promoted the development of sustainable tourism, highlighting the balance between social, economic and environmental objectives. The current epidemiological situation and global awareness have made all tourism activity, including Event Tourism, adopt increasingly sustainable actions. Sustainability is not the same for the different tourism modalities, since the resources, motivations, behaviors, contacts and

relationships involved may be totally different. A holistic and sustainable look is imposed on the activity of event management, valued in the first instance by the tourist flows it generates and therefore its income, but in the case of technical scientists - inserted in the knowledge society. Although the concept of sustainability is understood, there is a lack of knowledge regarding the Sustainable Development Goal and its integration into strategies. The general objective is thus defined: Assess the contribution of scientific-technical events to the sustainability of the Havana tourist destination, referenced to the study of the International Congresses Pedagogía 2019 and Universidad 2020. No previous works have been identified that establish conceptual or practical interrelations between the elements previously exposed. So the work is a theoretical and exploratory research and its value lies in the assessment of the attractiveness of the modality in question.

Introducción

El turismo hoy en día se reconoce como elemento primordial para la economía global, al ser un determinante significativo en los desplazamientos alrededor del mundo; no es ni un fenómeno ni un simple conjunto de industrias, “es una actividad humana que abarca el comportamiento humano, el uso de recursos y la interacción con otras personas, economías y entornos” (Bull, 1994). Su contribución a la generación de riqueza le ha permitido convertirse en “un factor de desarrollo notable a tener en cuenta desde el punto de vista del crecimiento económico y el desarrollo local” (Valdés, 2004), reconocida como uno de los fenómenos económicos y sociales de mayor relevancia en el siglo XX.

Esta realidad, junto con una mayor conciencia ambiental por parte de la sociedad ha traído consigo la búsqueda de un equilibrio que propicie la aceptación y difusión del paradigma de la sostenibilidad en el sector turístico y ha incrementado la implementación de iniciativas de desarrollo. De tal forma, su desarrollo ha evolucionado del tradicional, fundamentado principalmente en el “... crecimiento extensivo que tenía como objetivo central incrementar el número de visitantes” (Fullana & Ayuso, 2002), sin tener en cuenta los impactos que se pudieran presentar sobre el entorno ni la comunidad local; a ser una actividad que tiene muy presente la necesidad de utilizar los recursos naturales, y al mismo tiempo considera su preservación para el disfrute de las generaciones futuras, mediante la configuración de “nuevos productos de calidad que, lejos de poner en peligro el medio ambiente, contribuyen a conservarlo y a considerarlo como la base fundamental

en los que se asienta la actividad turística” (Rivas, 2009).

En estos últimos pueden insertarse los eventos en sentido general, en su dicotomía de producto y fundamento de modalidad turística (Sánchez, 2021). Existen diferentes criterios autorales para la definición de esta modalidad, o sub modalidad, llamado también *Turismo de reuniones*, considerada, por ejemplo, por Bigne et al. (2000), componente de turismo de negocios, validado por la definición de MICE (*Meetings, incentives, Congresses and Exposition*) de amplia difusión (Vuletin, 2020).

Varios autores entre ellos Rodríguez (2001) y Sánchez (2021), han destacado la multiplicidad de los impactos positivos de los flujos turísticos motivados por la participación a eventos, al plantear que “la contribución del turismo de eventos al desarrollo turístico de cualquier país es incuestionable. No solo por el volumen de ingresos y de turistas se resume su significativa contribución, sino también como promotor del turismo y conformador de una nueva imagen, acerca de un destino, es ahí quizás donde radica la mayor importancia estratégica que tiene y tendrá esta modalidad para presentes y futuras generaciones”. Sin embargo, la aproximación de la modalidad a su relación con la sostenibilidad integralmente ha sido débilmente estudiada. Por otra parte, en el país, aunque se entiende el concepto de sostenibilidad, hay una carencia de conocimiento en materia de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y acerca de cómo integrarlos en las estrategias.

No obstante, existe la intención de modificar esta forma de hacer las cosas para apostar por un modelo de negocio responsable. Por consiguiente, resulta necesario valorar la contribución de los eventos científico – técnicos a la sostenibilidad del destino turístico La Habana, que acoge a más del 60% de los realizados anualmente en la Isla; lo que sustenta el objetivo del presente artículo.

Resulta de importancia destacar la unicidad del producto evento en sí, que exige para cualquier investigación un análisis casuístico, por lo que el estudio se referencia en los Congresos Internacionales Pedagogía 2019 y Universidad 2020, ya que ambos eventos son de diseño propio (Aquellos generados a partir de la necesidad de intercambio de asociaciones científico técnica, gremial, comercial y otras del país), así como a su propia imagen y su íntima vinculación a la imagen orgánica de Cuba, en cuanto al tema educación dado el reconocimiento internacional de los resultados y avances del país en ese campo. Son los únicos eventos considerados como “grande” con la participación extranjera (más de 1000 participantes) y como “mega-evento” con participación total (incluyendo nacionales). A los efectos de la investigación se define como “eventistas” a los delegados ponentes y no ponentes y como “participantes” a los eventistas con sus acompañantes.

Para el cumplimiento del objetivo anteriormente enunciado, resultó necesaria la

identificación de beneficios tangibles, 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; e intangibles, o sea aquellos que se obtienen por la mejora del capital humano, estructural y relacional de los actores fundamentales del evento, 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” (Pujol & Maroto, 2003; Villa, 2014), los cuales constituyeron la base conceptual para la captación de información de los actores del evento a partir de entrevistas y cuestionarios, así como de análisis documental y aplicación de métodos estadísticos matemáticos.

La información obtenida permitió la contrastación de los beneficios tangibles e intangibles con objetivos y metas de sostenibilidad.

Desarrollo

Turismo de eventos y sostenibilidad

Según los expertos, el modelo de turismo que se conocía hasta ahora está llegando a su fin, un hecho que se ha visto acelerado con la llegada de la crisis sanitaria mundial que vivimos en la actualidad. El turismo sostenible se considera la única vía posible, entendiéndose no solo como un fin sino como un medio para contribuir positivamente en la ciudadanía y construir mejores ciudades y destinos para la sociedad en su conjunto.

El turismo de eventos precisa más reconocimiento y trascendencia en la sociedad. La sostenibilidad ayuda a ser más cercanos, a generar empatía y a implicar a los actores sociales en las reuniones profesionales.

Para vincular turismo de eventos y sostenibilidad se requiere un tratamiento especial de estos dos términos debido a las diferentes interrelaciones que se producen en el desarrollo de una sobre la otra. Primero, es necesario entender que el turismo de eventos es algo más que una valoración de flujos de personas que se desplazan de un lugar a otro por motivos de asistencia o participación a los mismos, sino que se conforma como una “actividad socioeconómica, cuyos factores y elementos dinamizadores son básicos en el crecimiento, desarrollo y estabilidad” (Figuerola et al., 2015), necesariamente están relacionados con aspectos sociales, políticos, jurídicos, medioambientales y culturales, entre otros. Y segundo, esta modalidad del turismo debe ser gestionada también de manera sostenible, es decir, de manera tal que “las necesidades económicas, sociales, estéticas y medioambientales puedan satisfacerse, mientras se mantiene la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de vida” (Pérez, 2004).

El turismo sostenible está integrado por tres dimensiones que son las que conforman la sostenibilidad: la económica, la sociocultural y la medioambiental. La dimensión económica garantiza “que el desarrollo sea económicamente eficiente, beneficie a los agentes del destino y que sus recursos sean gestionados localmente de manera que se conserven para las generaciones futuras” (Fullana & Ayuso, 2002). La dimensión sociocultural “garantiza un desarrollo turístico compatible con la cultura y los valores de las poblaciones locales, preservando la identidad de la comunidad” (Sancho, 1998). La dimensión medioambiental es la que garantiza que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y de los recursos; relacionándose estas tres dimensiones de forma dinámica.

Sostenibilidad como factor de decisión: empresas y destino

Para las empresas de cualquier sector, no se conforma el enfoque a la sostenibilidad solo a partir de la concientización o responsabilidad social, sino emerge también bajo la presión de la demanda, estén orientadas al modelo B2B (*Business to Business*) B2C (*Business to Consumer*) o ambos.

Los tres problemas del Espectro Medioambiental, Social y Gobernanza (ESG) más importantes según una encuesta de *GlobalData* fueron el cambio climático (68%), la escasez de recursos (63%) y la gestión de la cadena de suministro (49%). Los consumidores tienen más en cuenta el respeto al medioambiente de los servicios que sí son o no inteligentes. En este sentido otra encuesta de *GlobalData* reveló que el hecho de que un producto o servicio sea ético, respetuoso con el medioambiente o socialmente influye a la hora de adquirirlo de alguna manera en el 76% de los participantes encuestados. Sin embargo, en el caso de su nivel de digitalización o inteligencia este porcentaje desciende al 66%. Estas prioridades deberían ser tenidas en cuenta por los operadores turísticos a ser más transparentes con sus iniciativas de sostenibilidad, ir más allá de sus responsabilidades medioambientales y adoptar objetivos más profundos e integrales sosteniblemente.

El cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad de las empresas ha pasado a ocupar un lugar destacado en la agenda de los equipos ejecutivos y directivos. El 63% de los profesionales afirma que es una cuestión muy importante en sus compañías cuando hace solo dos años ese porcentaje se situaba en el 25%, según las conclusiones de “El Barómetro de las compras sostenibles 2021”, realizado por *EcoVadis*, proveedor de calificaciones de sostenibilidad empresarial, en colaboración con la Escuela de Negocios de Stanford.

Entre los factores que gana terreno la sostenibilidad, según el informe antes mencionado y que se ajustan a la gestión de los eventos, se encuentra el rendimiento en sostenibilidad es fundamental en el impulso de los ingresos y para el crecimiento. De acuerdo con el

69% de los encuestados, se tiene en cuenta este aspecto a la hora de seleccionar nuevos proveedores y renovar contratos, frente al 51% de 2019 (Hosteltur, 2021a).

A medida que el sector turístico va recuperándose de los efectos de la crisis generada por el coronavirus, según ha destacado Johanna Bonhill-Smith, analista de GlobalData especializada en Turismo, tanto empresas como clientes están evolucionando a maneras más sostenibles de viajar, por lo que la certificación jugará un importante papel. Ya existen numerosos certificados en la industria turística, los estándares de la empresa B Corp. podrían posicionarse como los más demandados al abarcar todas las áreas del ESG. Esta empresa hizo un llamado para todos los actores del sector para que en el futuro marquen las tendencias en turismo sostenible. Después de tres años de trabajo para conseguirlo, *Intrepid Travel* fue el primer turoperador en lograrlo, seguido de otros como *Frontiers North*, *Amazon Explorer* y *Joro*. Las grandes Agencias de Viaje en Línea (OTA o AVL) han creado sus propios objetivos de sostenibilidad, uno de los más importantes ha sido *Travalyst*, promovido por el Duque de Sussex en colaboración con *Booking.com*, *Skyscanner*, *Trip.com Group*, *TripAdvisor* y *Visa* (Hosteltur, 2021b).

La estructuración de los primeros pasos en el ámbito ambiental relacionados directamente con la actividad de eventos, se evidencian en el marco de la Cumbre del Clima (COP25) celebrada en el 2019, organizado por la Federación Española de Asociaciones de Empresas OPC (OPC España), en la que se ha destacado la contribución del sector MICE (turismo de negocios), en el desarrollo de un turismo sostenible. Uno de los objetivos del encuentro fue unir a todos los agentes implicados en el turismo de reuniones para luchar contra el cambio climático (TODOMICE, 2019). La sostenibilidad no se nos plantea como una opción sino como una obligación y tenemos que aplicarla a toda la cadena de valor, desde el “sol y playa” hasta el MICE (turismo de negocios), afirmó Isabel Oliver secretaria de Estado de Turismo.

De forma práctica, se han introducido iniciativas orientadas a la sostenibilidad en los eventos, tales como la reducción de impresiones, la utilización de papel reciclado y la inclusión en los programas de acciones de responsabilidad social en el destino sede.

Madrid es el destino pionero en apostar por la sostenibilidad en el ámbito del turismo de reuniones. El área delegada de turismo presentó, a través de - Madrid Convention Bureau (MCB, 2020), una *Guía práctica de sostenibilidad: cómo integrar los ODS en el turismo de reuniones*, que analiza las claves sobre cómo integrar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de la Agenda 2030 de la Organización de Naciones Unidas (ONU), en los diferentes encuentros profesionales que tienen lugar en la capital.

La guía aborda la sostenibilidad no solo desde la perspectiva ecológica, sino también desde la económica y la social. En este sentido, ofrece un reflejo de la situación coyuntural turística desde un enfoque político, económico, social, tecnológico y ecológico y hace un

repasso por el presente y el futuro del turismo, con especial atención al concepto de legado (Organización de Naciones Unidas [ONU], 2018).

Esta nueva herramienta ofrece a los diferentes actores implicados en este sector información práctica sobre la aplicación específica de estos Objetivos de Desarrollo Sostenible en la gestión y los procesos de cada uno de los subsectores turísticos del sector MICE (turismo de negocios), con fichas prácticas de aplicación para cada una de estas cinco categorías: Sedes Especiales, Hoteles, Restaurantes y *Caterings*, Proveedores de Servicios y Agencias de Eventos, Agencias de Viaje Especializadas (DMC) y Organizadores Profesionales de Congresos (OPC).

De forma explícita, el sector turístico aparece mencionado en 3 metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establecidos por la ONU (2018). Estos objetivos son:

- ODS 8: *Trabajo decente y crecimiento económico*. Tiene como fin promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos, reflejado en la Meta 8.9 (*Elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.*)
- ODS 12: *Producción y consumo responsable*. Tiene como fin garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, expresado en la Meta 12.b (*Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.*)
- ODS 14: *Vida Submarina*. Tiene como fin conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos, referido a la Meta 14.7 (*Aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.*)

Sin embargo, como se afirma en la guía MICE (turismo de negocios), de sostenibilidad del 2020, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), están interrelacionados entre sí y cada actividad llevada a cabo por un individuo, una empresa o una institución en materia turística puede tener un impacto directo en cada uno de los 17 objetivos.

Mientras que en el turismo MICE (turismo de negocios), incide especialmente en 4 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

- ODS 8: El Turismo de Eventos implica horarios de trabajo extensos que dificultan la conciliación familiar, además de situaciones de estrés y malos hábitos de alimentación y sueño. Garantizar unas condiciones de trabajo decentes es uno de los objetivos principales en los que deben actuar los actores de esta modalidad.

- ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles. La celebración de un evento sea cual sea su tipología, incide directamente en la ciudad donde tiene lugar, así como sobre sus ciudadanos. Desde la modalidad habría que buscar una forma de proponer un legado que no solo provoque que el evento no se vea como algo negativo (masificación, prioridad a los visitantes vs ciudadanía, etc.), sino que lo transforme en algo positivo, que contribuya al desarrollo y mejora de la ciudad.
- ODS 12: Los eventos se caracterizan por los pequeños detalles, en su mayoría la entrega de productos innecesarios, que realmente no aportan un valor añadido a la marca. Actualmente, las reuniones que hagan un uso responsable de los materiales y de los recursos son los que marcarán la diferencia y se posicionarán más alto.
- ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos. La colaboración entre todos los actores de la modalidad es la que garantiza el éxito de un evento. Agencias, clientes, proveedores, asistentes, asociaciones, en definitiva, todos los actores del sector, trabajando mano a mano y de forma rigurosa, consciente y eficiente, aseguran la buena producción y celebración del evento.

Después de estos casi dos años de situación pandémica, se es más consciente de la necesidad de cuidar el entorno circundante, de contar con espacios limpios, naturales y sostenibles; de cuidar las economías locales que tanto han sufrido esta situación de crisis. De este modo, la confianza en el destino elegido, la tranquilidad y seguridad sanitaria son los aspectos que más valoran al escoger el destino vacacional, según las conclusiones de una nueva oleada del Barómetro Turístico de la consultora *Braintrust*. No hacer de la sostenibilidad una moda, sino un vehículo para transformar y reforzar un modelo a medio y largo plazo, que asegure una mayor perdurabilidad y rentabilidad. Por estas razones, se hace necesario enfatizar que la sostenibilidad no es únicamente con el ámbito medioambiental, englobar además otros aspectos y acciones que ayuden al “aprovechamiento” del entorno de una forma responsable y respetuosa de cara a su conservación en el futuro (Hosteltur, 2021c).

Dependiendo de la concientización y del involucramiento y de todos los actores de la gestión del turismo de eventos en la sostenibilidad en poco tiempo se podría pasar del modelo masivo e invasivo al modelo sostenible y a largo plazo esta transformación conllevaría a la regeneración del destino.

Eventos en estudio (Congresos Pedagogía 2019 y Universidad 2020) y sus actores

Congreso Internacional Pedagogía: diseñado en 1986 por el *Ministerio de Educación (MINED)* para que educadores de Cuba y el mundo intercambien experiencias, dialoguen y polemiquen, basados en el respeto a la diversidad de opiniones. El Congreso Internacional Pedagogía es uno de los eventos internacionales más antiguos y prestigiosos

de la cartera cubana, el de mayor participación que ha contado en total con la presencia de más de 78 000 educadores de América Latina y otras partes del mundo.

El *XVI Congreso Internacional Pedagogía*, celebrado del 4 y el 8 de febrero de 2019 bajo el lema: “Por la unidad de los educadores”, socializó resultados científicos y buenas prácticas del quehacer de miles de profesionales de la educación que dan respuesta a los apremiantes problemas relativos a la Educación para lograr una educación de calidad desde una dimensión integradora, dirigida a contribuir decisivamente en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Contó con la presencia de 44 países de los cuales 1 308 fueron delegados, 9 delegados no presenciales, 12 expositores y 21 invitados, para un total de acreditados de 1 350.

Congreso Internacional Universidad: diseñado en 1998 por el *Ministerio de Educación Superior (MES)*, con el fin de socializar experiencias y confrontar ideas que contribuyan al perfeccionamiento de la Educación Superior en beneficio de nuestros pueblos, a partir de temáticas centrales de máxima actualidad y trascendencia. Además de contribuir al seguimiento de los Lineamientos y Objetivos del Plan de Acción de la Tercera Conferencia Regional de Educación Superior (CRES), efectuada en Córdoba, Argentina 2018; de ahí que el Congreso Internacional Universidad es uno de los eventos internacionales más antiguos y prestigiosos de la cartera cubana.

El *XII Congreso Internacional Universidad*, celebrado del 10 y el 14 de febrero de 2020 bajo el lema: “La Universidad y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”, socializó resultados científicos y buenas prácticas del quehacer de miles de profesionales de la educación superior para lograr una educación de calidad desde una dimensión integradora, dirigida a contribuir decisivamente en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Contó con la presencia de 51 países donde 957 fueron delegados, 87 estudiantes, 21 expositores y 138 invitados, para un total de acreditados de 1 203.

El *Palacio de las Convenciones*, sede de ambos eventos, integrado en la actualidad a una Organización Superior de Dirección Empresarial (OSDE), Grupo Palco, el cual se encuentra en un proceso de reestructuración, con el fin de establecer sinergias más eficientes entre los procesos en torno a la actividad de eventos.

La *Agencia de viajes CUBATUR*, receptiva de Pedagogía 2019, constituida el 1^{ro} de abril de 1963 es la agencia de mayor experiencia turística en el país y por ende en la actividad receptiva. Es una empresa subordinada a la OSDE Viajes Cuba que opera en todo el territorio nacional, prestando servicios turísticos, de representación y asistencia a turoperadores y agencias de viajes extranjeras en Cuba.

El *Receptivo Havanatur Tour & Travel* es la agencia receptiva del Congreso

Universidad., perteneciente al Grupo Internacional de Turoperadores y Agencias de Viajes *Havanatur* S.A. Se encuentra presente en los principales destinos turísticos del país, representando una fortaleza por ser *Havanatur* el único turoperador que trabaja el destino Cuba con receptivo propio.

Tanto en el Congreso Pedagogía como en el Congreso Internacional Universidad, la **Agencia de Viajes Solways Cuba** desempeñó su papel de actor en logística de apoyo, pues fue la encargada viabilizar todas las inscripciones vía electrónica en estrecha colaboración con el Comité Organizador del evento, con el objetivo de agilizar sus trámites de reservas.

Beneficios tangibles e intangibles de los eventos científico-técnicos

Los beneficios son las soluciones a los problemas o necesidades del cliente resueltas. Los beneficios tangibles son ventajas que se pueden medir en unidades ya sean monetarias o por satisfacción de las personas involucradas en ambas funciones, que se acreditan a la organización mediante el uso del sistema de información.

Las economías nacionales han sufrido una transformación y han dejado de guiarse por criterios propios de la era industrial para apoyarse en los nuevos modelos de la era del conocimiento, donde el capital intelectual juega un papel decisivo en el desarrollo de los países. Por ejemplo, Holanda fue pionera en la inclusión en las cuentas nacionales de las inversiones en activos intangibles y las oficinas de estadística de países como Italia o Suecia efectúan estudios periódicos sobre las inversiones en intangibles a nivel macroeconómico (Malgor, 2013).

El capital intelectual, entendido como el conjunto de activos de un territorio que, careciendo de naturaleza física o financiera, generan o pueden generar desarrollo sostenible, solos o en conjunción con otros, presenta seis dimensiones: capital turismo, capital actividad económica, capital social, capital medioambiental, capital administración pública y capital formación y desarrollo. Cada una de estas seis dimensiones integra elementos intangibles, estratégicos para el crecimiento, el progreso y el bienestar de los habitantes de cada espacio a promover: la calidad de sus alojamientos turísticos, la productividad y competitividad de sus empresas, el empleo, la vivienda, la cultura, la calidad del aire, la conservación del medio ambiente y de los recursos naturales, la eficiencia de sus instituciones públicas, la educación, la implantación de nuevas tecnologías, etc.

Según Malgor (2013), todo territorio para ser competitivo, debería estudiar y administrar adecuadamente su capital intelectual o intangible, ya que en la actualidad se sabe que tiene más importancia la manera en que se gestionan los recursos que los propios recursos, y que de esa gestión se obtiene una mejor comprensión de sus elementos diferenciales, lo

que a su vez genera mayor bienestar social y ventajas competitivas respecto a otras regiones.

El *Santander Convention Bureau*, cuya ciudad en 2018 presentó cifras positivas como destino MICE (turismo de negocios), considera que: “los profesionales de esta industria creen necesario una mejora de las comunicaciones con la región”. Para el 2019, dentro de su estrategia se planificó mantener la progresión llevando a cabo una fuerte apuesta por la cultura y la singularidad de contar en un radio de 500 metros con importantes atractivos turísticos.

El informe del *Spain Convention Bureau* (SCB) ofrece un análisis cualitativo de la situación del sector, que parte de la opinión de los 57 destinos que lo constituyen.

Entre los principales puntos fuertes identificados en la página de Hosteltur (2021b), se encuentran:

- Ofertas existentes en turismo de reuniones, tanto de infraestructuras específicas como de oferta complementaria.
- Posicionamiento del sector, percepción del destino por parte del mercado internacional.
- La amplitud de la oferta dado por la variedad de destinos que se pueden ajustar a las diferentes demandas, con conectividad entre ellos, con percepción de seguridad y atractivo, con buena relación calidad/precio, con infraestructuras renovadas y variedad de actividades complementarias.
- Adaptación del sector a la demanda, actualizarse y responder a las necesidades del cliente en busca de nuevas e impactantes experiencias.
- Potenciar los destinos de tamaño medio y bajo
- Mejorar en la captación de reuniones internacionales. Entre los factores en los que se detecta capacidad de mejora, juega también un papel fundamental una mayor promoción, algo que demandan todos los destinos.

De manera general, se define como beneficios intangibles a aquellos que se obtienen 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 (Pujol & Maroto, 2003; Villa, 2014).

Resultados

Resulta ardua tarea la identificación de cada uno de los resultados obtenidos con uno o más de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), toda vez que se visualiza una íntima

relación entre uno y otro, pero es de interés de la autora relevar, que el propio tema de los eventos está íntimamente relacionado con el ODS 4. *Educación de calidad: garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos*, y en específico su Meta 4.c para el *aumento de la oferta de docentes calificados*, toda vez que “el evento constituye un espacio para la adquisición de conocimientos de cualquier naturaleza” (Olivera & Pérez, 2006), y en su carácter de congreso abarca prácticamente todas las dinámicas comunicacionales, que como se ha expuesto anteriormente, sus objetivos tributan desde la transferencia de tecnología hasta la evaluación de investigaciones. De tal forma la ejecución de estos eventos, aunque no incremente la oferta de docentes cuantitativamente incide en la calificación de los mismos, y por tanto en el cumplimiento de forma indirecta de otras metas del propio objetivo de desarrollo.

Además, debido a la temática y en respuesta a los objetivos de Pedagogía 2019 y Universidad 2020 contribuyen, en este orden, a las Metas 4.1 (*Asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos*); y 4.3 (*Asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria*).

A partir de las temáticas desarrolladas y el objetivo de los Congresos existe estrecho vínculo también con la Meta 4.7 (*Asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible*).

Es importante señalar además, que ambos eventos son precedidos de una convocatoria nacional por lo tanto el impacto antes explicado no es solamente en La Habana, sino en el país, mientras que su carácter de internacional, con una participación mayoritaria de Latinoamérica extiende este impacto a la región.

Se observa un vínculo amplio con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 8: *Trabajo Decente y Crecimiento Económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos*; tanto a partir de beneficios tangibles como intangibles.

- Lo anteriormente expuesto en cuanto a una cadena productiva más amplia que el turismo convencional, apuesta por la diversificación (Meta 8.2. Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra), al redistribuirse los ingresos por una parte, más allá del sector turístico y por otra, en

este último vinculadas a los negocios de alojamiento, restauración, ocio, transporte y operación (<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i1.1514>).

- Por otra parte, la Meta 8.2 (Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante... la innovación), presenta a la innovación como vía o herramienta para el crecimiento económico sostenido, aspecto de interés a valorar, en su relación con el conocimiento, toda vez que Arceo (2009), plantea que la innovación es la construcción social del conocimiento. La información obtenida a través de entrevistas señala entre los beneficios intangibles mejor valorados del encuentro son la fuente de información para la innovación y generación de conocimientos, el desarrollo de la capacidad asociativa y el capital humano (<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i1.1514>). Aportan estas respuestas los actores directos e indirectos tanto del sector empresarial como del público (Educación en todos sus niveles). Se produce el fenómeno del cierre del ciclo con el Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 4, al que va a tributar la propia innovación educativa. Mientras que los entrevistados de las Agencias de Viajes y MINED consideran, en ambos eventos, como alta la adquisición de conocimientos, Palacio de las Convenciones la valora como media al considerar que la madurez del evento, su carácter de organizador profesional, y lo que ello implica, la celebración del evento conforma un espacio para adquirir conocimientos organizacionales solo de forma moderada, a pesar de que cada edición es un ejercicio único. Así mismo su componente innovativo puede limitarse, toda vez que su diseño se estandariza, por lo que el aporte innovador del evento no depende de este en sí, sino en el vínculo establecido con el Comité Organizador (MINED) y la profesionalidad del OPC, aunque de hecho la propia gestión de eventos es altamente innovadora.
- La relación de este beneficio intangible con el desarrollo de las competencias organizacionales del MINED, Grupo Palco y las Agencias de Viaje que posibilitarían a mayor plazo un mejor diseño de producto, una gestión más activa de captación de clientes, promoción y ventas que a la vez redundaría en el incremento de los beneficios tangibles identificados y de los indicadores que los soportan (mayor número de participantes, mayor estancia media); de impacto directo en el indicador Ingresos.
- La importancia de la captación de ingresos para el cumplimiento de este Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), se vincula con la sostenibilidad económica de los eventos a estudio, toda vez que el gasto promedio por visitante y la estancia media son superiores a la media de la Capital, la masa de ingresos totales obtenidos en un evento es superior a la que captan el resto de las modalidades en el destino en el mismo número de días.
- El 60% del ingreso medio por eventista es captado por los denominados en Cuba Trabajadores por Cuenta Propia (TCP), relacionados y de hecho, acorde la

dinámica del país, previsiblemente de forma parcial en tránsito a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Aunque los eventos no generan las políticas como plantea la Meta 8.3 (Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros) sus participantes conforman un mercado para este tipo de gestión en los diferentes negocios turísticos, con predominio del alojamiento.

- A partir de esta alta presencia del sector de gestión no estatal y las características del proyecto económico social cubano, puede considerarse también un beneficio social por su tributo a los ingresos de la población y del Estado a través de la Oficina Nacional de Administración Tributaria (ONAT) y la utilización de los mismos en beneficio de la comunidad.
- La promoción de la cultura y los productos culturales se evidencia, tanto en los programas socioculturales de los eventos como en la oferta de venta del Fondo Cubano de Bienes Culturales en espacios de Palacio de Convenciones, vinculado a la Meta 8.9 (Elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales).

Desde hace tiempo se reconoce que, para conseguir un incremento de la productividad, los ingresos y mejoras en la economía, se necesitan inversiones tanto en infraestructura como en la innovación a través de la capacitación de los profesionales. En esta inciden directamente los organismos vinculados a los eventos en estudio, ya que a partir de la gestión del conocimiento que despliegan contribuyen a la calificación de los educadores, el perfeccionamiento de planes y programas, la innovación educativa y por tanto al incremento de la efectividad de la formación de pre y postgrado para que los profesionales adquieran y desarrollen competencias en aras del cumplimiento del **ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura; Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.**

La modificación del diseño integral de los eventos y la eliminación de los almuerzos masivos en la sede no solo redundan en la reducción del desperdicio alimentario sino implica disminución de consumos de agua y energía eléctrica, estableciéndose una dinámica con el **ODS 12: Producción y consumos responsables. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles** en sus Metas 12.2 (*Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales*) y 12.3 (*Reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores*).

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2006), asimismo resalta este aspecto,

refrendado bajo el acápite 2.11 *Eficiencia de los recursos y explicitado como Reducir al mínimo el consumo de agua y de energía proveniente de recursos no renovables*, que es el caso de Palacio de Convenciones, conectado al Sistema Eléctrico Nacional.

A partir de las temáticas desarrolladas y el objetivo de los Congresos existe estrecho vínculo también con la Meta 12.8 (*Asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza*)

La colaboración entre todos los actores de esta modalidad turística es la que garantiza el éxito de cualquier evento lo cual guarda estrecha relación con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 17: *Alianzas para lograr los objetivos: Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible*. Los Congresos en estudio movilizaron a disímiles representantes de la educación, los estados y gobiernos, las Naciones Unidas y organizaciones no gubernamentales, siendo evaluados, por sus actores, de alta los dos beneficios intangibles: Posibilidad de intercambio y de alianzas estratégicas (<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i1.1514>), dado por las características de un Congreso y de los eventos en general.

Gracias al reconocimiento de las instituciones educativas cubanas de referencia y al intercambio con los catedráticos, rectores, expositores de los diferentes países invitados, ambos eventos se perciben como forma o vía para el fomento de colaboraciones y creación de sinergias, tanto en la esfera pública como privada. Las firmas de cartas de intención para hacer convenios con otras instituciones en otros países haciendo énfasis en la superación de los profesionales y los intercambios educativos a través de las brigadas de cooperación con vista a alfabetizar, formar o investigar; contribuye en el cumplimiento de la Meta 17.17 (*Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas*).

Si bien es cierto que los 5 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), 4, 8, 9, 12 y 17, previamente mencionados son aquellos en los que los eventos en estudio tienen mayor incidencia, cada uno de los actores implicados tendrá influencia de forma más específica en otros objetivos de desarrollo sostenible.

Para identificar dichos objetivos, cualquiera de los actores, independiente de su categoría, se requiere realizar un ejercicio de análisis y reflexión para implementar la sostenibilidad de forma transversal en toda la escala de valor de su modelo de negocio. En la guía MICE (turismo de negocios), de sostenibilidad del 2020, se ha recurrido a una modificación del *Business Model Canvas*, buscando dar un paso más allá de las metodologías tradicionales, integrando 4 módulos más que permiten identificar y trabajar el aspecto medioambiental

de la empresa y la circularidad de su modelo, llamado *Business Model Canvas Sostenible*. Estos módulos se centran en determinar las materias primas y los recursos que emplea la compañía, los desechos que genera y la gestión de estos, así como su impacto negativo y su impacto positivo.

La modalidad en estudio se caracteriza por lo efímero y lo superfluo en muchas ocasiones. Es momento de cambiar y apostar por un sector más ético y sostenible por el bien de los destinos, de la sociedad y de los actores implicados en él.

Aún con la consideración, que atendiendo al comportamiento histórico del número de eventistas extranjeros y a los resultados obtenidos de la Matriz DAFO de que ambos eventos pueden considerarse en el inicio de la fase de declive según las etapas definidas del Ciclo de Vida del Producto; constituyen una fuente de beneficios tangibles e intangibles para sus actores fundamentales y otro grupo de empresas pertenecientes a otros sectores.

Conclusiones

- La sostenibilidad es una vía para posicionar al turismo de eventos y en especial los científico-técnicos dentro de la industria turística y por ende en el destino, con vistas a un futuro sostenible del país y hasta de la región.
- El éxito de un turismo de eventos sostenible requiere de un equilibrio entre la equidad social, la eficiencia económica y la conservación medioambiental en su gestión en el cual involucre a todos sus actores y participantes.
- La implementación de acciones responsables y sostenibles por los actores en el desarrollo de los eventos generaría impactos positivos para las empresas, las comunidades y el destino.

Conflicto de intereses

Los autores deben declarar si existe o no conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

Referencias Bibliográficas

- Arceo, G. (2009). *El impacto de la gestión del conocimiento y las tecnologías de la información en la innovación: Un estudio en la PYME del sector agroalimentario de Cataluña*. Tesis doctoral. <https://www.researchgate.net>
- Bigne, E., Andreu, L., & Font, X. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. ISBN 978-847-356-262-1.
- Bull, A. (1994). *La economía del sector turístico*. Madrid: Alianza.
- Figuerola, M., Fernández, J. J., Gómez, D., & Martín, C. (2015). *Medición del turismo*

en la economía, el empleo y el medio ambiente en el ámbito local. Turismo y Territorio. Madrid: Fundación EOI.

Fullana, P., & Ayuso, S. (2002). *Turismo sostenible*. Barcelona: Rubes

Hosteltur. (agosto 2021a). *La sostenibilidad gana enteros entre las exigencias de la demanda pos-COVID*. https://www.hosteltur.com/146238_la-sostenibilidad-gana-enteros-entre-las-exigencias-de-la-demanda-pos-covid.html

Hosteltur. (septiembre 2021b). *Los objetivos de sostenibilidad, una prioridad para las empresas*. https://www.hosteltur.com/146457_los-objetivos-de-sostenibilidad-una-prioridad-para-las-empresas.html

Hosteltur. (septiembre 2021c). *Qué lugar ocupa el criterio de la sostenibilidad en la elección de destinos*. https://www.hosteltur.com/146513_que-lugar-ocupa-el-criterio-de-la-sostenibilidad-en-la-eleccion-de-destinos.html

Madrid Convention Bureau [MCB]. (2020). *Guía práctica de sostenibilidad: cómo integrar los ODS en el turismo de reuniones*. Madrid Convention Bureau. esmadrir.com/mcb

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2006). *Guía para responsables políticos: por un turismo más sostenible*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y Organización Mundial del Turismo. ISBN 13: 978-92-844-1189-4

Malgor, I. (2013). *Recursos intangibles y desarrollo sostenible*. Revista digital La nueva España, segmento para emprendedores.

Organización de la Naciones Unidas [ONU]. (2018), *La agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe* (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.

Olivera & Pérez. (2006). *Los eventos: situación comunicativa única*. Tesis en opción al título de Máster en Comunicación. La Habana, Facultad de Comunicación: Universidad de La Habana.

Pérez, M. (2004). *Manual del turismo sostenible: como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Madrid: Mundi-Prensa.

Pujol, L., & Maroto, V. (2003). *NTP 640: Indicadores para la valoración de intangibles en prevención*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. España.

Rivas, J. I. (2009). *Turismo sostenible o insostenible, esa es la cuestión: indicadores proxy para una planificación turística ambientalmente responsable*. Clm. economía, (15), 375-418.

- Rodríguez, E. (2001). *Actualidad, tendencias y perspectivas del turismo de eventos*. Cuba: Editorial Balcón.
- Sánchez Fernández, A. (2021). La incidencia de los eventos científico-técnicos en los activos intangibles de sus actores. Caso de estudio: pedagogía 2019: The incidence of technical scientific events on the intangible assets of its actors. Case study: pedagogy 2019. *Explorador Digital*, 5(1), 470-483. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i1.1514>
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- TODOMICE. (Turismo de Negocios). (2019). 5 consejos para hacer tu evento más sostenible, 21 febrero 2019. <https://www.todomice.com/mice-responsable/5-consejos-para-eventos-sostenibles/>
- Valdés, L. (2004). Turismo sostenible y turismo rural. En E. Uriel Jiménez & R. Hernández Martín (Eds.), *Análisis y tendencias del turismo* (pp. 165-186). Madrid: Pirámide.
- Villa, D. (2014). *Capital Relacional y Construcción de ventajas competitivas*. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Administración, Manizales, Colombia.
- Vuletin, Micaela. (2020). *10 claves para crear un programa de viajes sostenible*. MICE.LAT. Spain Convention Bureau. <https://www.mice.lat/post/937-10-claves-para-crear-un-programa-de-viajes-sostenible>.

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



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 Explorador Digital**.



Indexaciones

