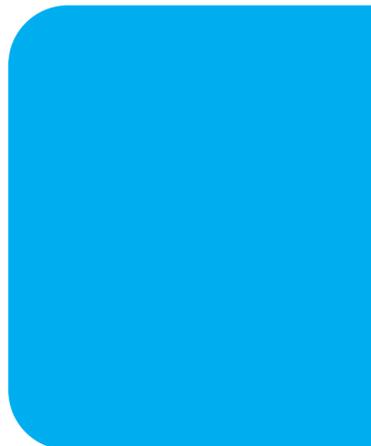




Organiza y promueve



Con la colaboración financiera de



*Manual para la realización
y puesta en marcha de*

EVENTOS

SOSTENIBLES

Y SOCIALMENTE

RESPONSABLES

Elabora y edita:



Asociación Andaluza de Empresas Organizadoras Profesionales de Congresos (OPC Andalucía)

C/ Conde de Cárdenas 16, 1º-2, 14002 Córdoba

Teléfono: 957 48 58 48

secretariatecnica@andaluciaopc.com

www.opcandalucia.com

Con la colaboración financiera:



Consejería de Turismo, Comercio y Deporte Junta de Andalucía

Asistencia Técnica:



ECONLAB, Investigación y Marketing, S.L.

Avenida Gran Capitán 28, 1-B, 14001 Córdoba

Teléfono: 957 480 360

info@econlab.es

www.econlab.es

Marzo 2010

La Asociación OPC Andalucía presenta este “Manual para la realización y puesta en marcha de eventos sostenibles y socialmente responsables” como resultado de la puesta en marcha del Proyecto NOVA Q2. Este proyecto es una iniciativa que ha contado con la colaboración de la Junta de Andalucía a través de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.



La situación actual de sector de los congresos y eventos, en la que la competencia se ha hecho más compleja, trae consigo la necesaria apuesta por la diferenciación de la oferta y la inclusión de criterios de sostenibilidad no sólo en los propios eventos, sino también en las organizaciones que participan en ellos. La mejora de la competitividad del sector del turismo de reuniones en Andalucía pasa por hacer que éste de un giro hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa ajustándose a las necesidades de los clientes y, también, de la sociedad y el entorno en el que se desarrolla.

La presente guía, aunque impulsada por nuestra asociación OPC Andalucía, que representa a las empresas organizadoras profesionales de congresos de la comunidad andaluza, no ha pretendido ser una herramienta de uso exclusivo para este colectivo. La aplicabilidad de los contenidos se ha hecho máxima contemplando todos los actores que intervienen en la organización y gestión de congresos y demás eventos.

Esperamos que la apuesta realizada con esta iniciativa sea de utilidad a los agentes intervinientes en la gestión y realización de eventos y que podamos hablar en un futuro cercano de un turismo de reuniones competitivo, sostenible y socialmente responsable.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Vicente Serrano
Presidente de OPC Andalucía

1. Introducción	9
2. La sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa	13
3. Los congresos y demás eventos como generadores de impactos económicos, sociales y ambientales	19
4. Eventos responsables y sostenibles	27
5. Iniciativas y estándares relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad social en congresos y eventos	33
6. Procesos y puntos críticos para la sostenibilidad y responsabilidad social en congresos y otros eventos	45
7. Propuesta de buenas prácticas para eventos sostenibles y responsables	59
8. El papel de las empresas organizadoras profesionales de congresos	73
9. Conclusiones	79
10. Anexos	83

INTRODUCCIÓN



1

El Proyecto Nova Q2 es una iniciativa de OPC Andalucía para la mejora de la competitividad y adaptabilidad del sector de los eventos a través de la Calidad, la Sostenibilidad, la Responsabilidad Social Corporativa, la Innovación en los procesos y la Creación de servicios adaptados a las necesidades y expectativas de la sociedad. Este proyecto es la continuación de la iniciativa Nova Q centrado en la Calidad, la Innovación y el Marketing de Experiencias.

El presente “Manual de Buenas Prácticas en la planificación y puesta en marcha de eventos sostenibles y responsables” es uno de los elementos de este proyecto. El manual refleja los resultados procedentes del estudio de Benchmarking realizado con motivo del mismo.

Esta iniciativa surge de una serie de características y tendencias en el sector de los eventos y en la sociedad en general, como son:

- El mercado de las reuniones está cada vez más internacionalizado y, de forma progresiva, se exige el cumplimiento de diversos criterios como los relacionados con estándares de Calidad, Excelencia en la gestión y compromiso con la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social.
- Los clientes son cada vez más exigentes en todos los ámbitos que condicionan la adquisición de un producto o servicio a que éste tenga unas características de calidad e innovación. En el mundo de los congresos y eventos, este hecho se refleja en que se está acrecentando la demanda de nuevas experiencias y eventos que aporten un valor añadido.
- Por otro lado, esas exigencias también están demostrando que se está asentando una serie de tendencias que hacen que los clientes, además de un producto o servicio, busquen a una organización y los valores que esta representa. En este ámbito, la Responsabilidad Social Corporativa facilita el conocimiento de estas particularidades sobre las organizaciones.
- Se está imponiendo la tendencia a la realización de eventos que tengan en cuenta el impacto de los mismos en el lugar en el que se celebran y para la sociedad en general. De este modo surge la necesidad de exigir que se realicen eventos respetuosos con el medio ambiente, que aporten mejoras a la economía local o que tengan en cuenta los intereses de la sociedad en general y de todas las partes implicadas o afectadas por su desarrollo.
- La necesidad de asegurar la sostenibilidad de las acciones llevadas a cabo por las empresas, entre las que figuran los eventos, es parte de la política de Responsabilidad Social de las mismas y, por lo tanto, un factor a exigir a los proveedores de servicios relacionados con los eventos o a los intermediarios de los mismos.

En este contexto, los objetivos a alcanzar con la realización de este proyecto son los siguientes:

- Dar a conocer qué son los eventos responsables y cómo se pueden introducir criterios de Responsabilidad Corporativa en el funcionamiento diario de las empresas organizadoras de congresos.
- Informar y sensibilizar a los asociados y colaboradores de OPC Andalucía sobre los beneficios y ventajas que supone la realización de eventos responsables.
- Potenciar la realización de cualquier tipo de congreso o evento desde el punto de vista de la sostenibilidad y la responsabilidad social.
- Formular una serie de recomendaciones a modo de Buenas Prácticas que ejemplifique el modo de actuar de forma responsable en el desarrollo de la actividad empresarial de las OPCs.

Por lo tanto, el momento en el que se ha puesto en marcha esta iniciativa es el más idóneo, más aún cuando consideramos que no sólo está orientada a las empresas que intervienen en la organización de los eventos, sino que se ha hecho extensible a las organizaciones promotoras de los mismos y a las empresas que proveen servicios para su realización.

LA SOSTENIBILIDAD Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



2

Para poder hablar de eventos sostenibles y responsables, es conveniente primero aclarar el significado de los conceptos de Sostenibilidad y Responsabilidad Social para poder aplicarlos a la realización de congresos y otros eventos.

Desde hace ya un tiempo, han sido varias las organizaciones que han aportado su visión sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Corporativa (RSC).

Así, por ejemplo, la Comisión Europea en 2006 definió la Responsabilidad Social Empresarial como “la integración voluntaria de las consideraciones medioambientales y sociales en las actividades empresariales, además de las exigencias jurídicas y las obligaciones contractuales”.

Las diferentes definiciones elaboradas desde distintas entidades tienen una serie de características en común que ayudan a comprender mejor el concepto. Estos puntos comunes se resumen a continuación:

- La RSE es una actuación voluntaria de las organizaciones
- Una organización responsable cumple con la legislación vigente y va más allá de los requisitos establecidos por ésta

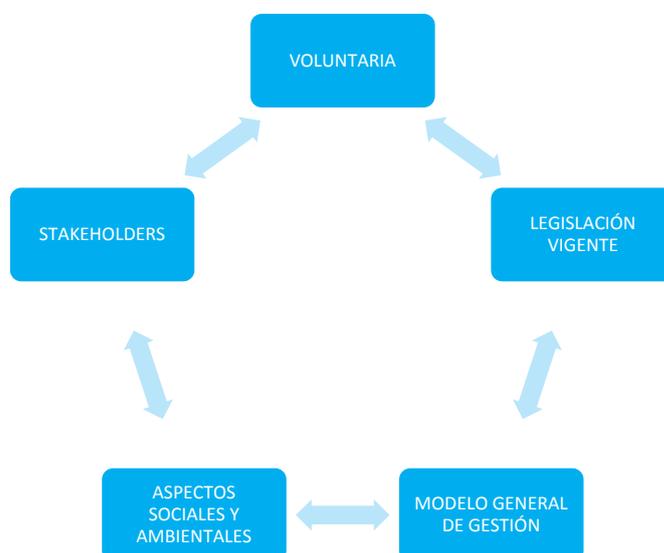


Figura 1: Conceptos que comparten las definiciones de RSC

- La RSC se integra en el modelo general de gestión de las organizaciones
- Tiene en cuenta aspectos sociales y ambientales
- Se fundamenta en las relaciones de la organización con los grupos, ya sean internos o externos, que tengan intereses en la actividad desarrollada por la misma

Por lo tanto, se puede decir que la RSC o RSE supone asumir que el objetivo de funcionamiento de una organización va más allá del éxito en los resultados económicos y que incluye también aspectos ambientales y sociales. Esto significa que se considera una triple cuenta de resultados o triple balance¹ para valorar y analizar la gestión de la organización.

¹ La triple cuenta de resultado o triple balance se conoce en el mundo anglosajón como “triple bottom line”.

La RSC no es un modelo aislado en las organizaciones ya que complementa a los modelos tradicionales de gestión al tener en cuenta otros ámbitos y al reforzar el modelo con la necesidad de comunicar de forma transparente la información y las acciones desarrolladas por la empresa.



Figura 2: Elementos que hay que contemplar a la hora de evaluar el éxito de una empresa

Para poder entender el concepto de Responsabilidad Social Corporativa se deben conocer los principios en los que se sustenta. Pueden definirse a grandes rasgos los siguientes principios:

- **Grupos de interés:** Los grupos de interés o stakeholders son todas aquellas personas, entidades o colectivos que están o pueden verse afectados por las actividades de la organización considerada. Una organización debe respetar y considerar los intereses de todas aquellas partes que se puedan ver afectadas o influidas por sus actuaciones. La organización debe saber identificarlos, determinar sus inquietudes y establecer cauces de comunicación y diálogo.
- **Respuesta ante la sociedad y el medio ambiente:** Las actividades que desarrolla una empresa no pueden estar desvinculadas de la realidad en la que tienen lugar, es decir, se ha de tener en cuenta la relación existente entre la actividad y el entorno económico, ambiental y social en el que se asientan. Los impactos que una organización genera son la base para la respuesta ante los que tienen intereses en ella, ante las autoridades legales y ante la sociedad en general.
- **Transparencia:** Una organización ha de comunicar de forma clara, veraz y equilibrada aquella información que estime oportuna sobre sus políticas, actividades, decisiones e impactos a aquellos que puedan verse afectados por los mismos. La información ha de ser lo más objetiva posible, debe estar basada en hechos permitiendo que las partes interesadas puedan analizarla de forma independiente.
- **Principios éticos:** Los principios éticos (integridad, honestidad, igualdad y protección) son los que han de regir el comportamiento de cualquier organización. Esta forma de actuar debe ser adecuada al propósito de la organización implicando a todas las personas que forman parte de la misma comprobando y supervisando el cumplimiento de estos principios.

- **Modelo integrado de gestión:** La RSC no es un modelo aislado dentro de la gestión empresarial. Ha de integrarse con todas las decisiones de la organización. Como parte de ella, las personas que la integran han de asumir su papel para que la organización sea totalmente responsable. La RSC se compromete con la mejora continua y con la excelencia en la gestión.
- **Voluntariedad:** Es necesaria la voluntariedad a la hora de llevar a cabo este tipo de medidas, ya que sin voluntariedad, cualquier acción se transforma en un mero acto de cumplimiento normativo. La RSC es una elección propia.
- **Legislación aplicable:** La base de la RSC es el cumplimiento de los requisitos legales de aplicación en una organización, para lo cual es necesario el conocimiento de los mismos. Del mismo modo, se han de respetar los principios del derecho internacional o de sus fuentes.



Figura 3: Principios de la RSC

- **Proactividad:** Si la base de la RSC es el cumplimiento normativo, el desarrollo de la misma supone ir más allá de estos mínimos legales. Son muchas las ventajas y posibilidades que aporta esta postura como puede ser adelantarse a los nuevos requerimientos de las leyes, controlar aspectos que no están regulados por ley o que difícilmente pueden serlo, atender a demandas sociales previendo su transformación en obligaciones legales, etc.
- **Derechos Humanos:** Por su vital importancia, todas las organizaciones tienen que reconocer la universalidad de los derechos humanos y, en aquellas situaciones en las que la normativa vigente no ve por los mismos, influir para que sean tenidos en cuenta.
- **Desarrollo Sostenible:** A medio y largo plazo, una organización responsable debe apostar por el desarrollo sostenible. Esto implica satisfacer las necesidades y expectativas de la sociedad de hoy sin que por ello se vea en peligro el futuro de las siguientes generaciones.

Como puede verse, el último principio en los que se basa la RSC es el Desarrollo Sostenible o la Sostenibilidad. El término de sostenibilidad o desarrollo sostenible es un concepto ampliamente estudiado que guarda una estrecha relación con el de responsabilidad social. En muchos casos se utilizan como sinónimos, pero hay que realizar una distinción entre ambos términos.

El desarrollo sostenible fue definido en el Informe Brundtland en 1987 como “aquel que garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

Entre las diferencias más destacadas entre RSC y sostenibilidad se encuentra el ámbito en el que son de aplicación. Mientras que el concepto de Responsabilidad Social se extiende por aspectos económicos, sociales y ambientales, el término sostenibilidad siempre ha estado más ligado a elementos ambientales. De hecho su origen está en el mencionado Informe Bruntland (1987), un informe muy relacionado con la concienciación y sensibilización sobre el futuro medioambiental de nuestro planeta.

En su uso cotidiano en diversos ámbitos, la sostenibilidad se ha asociado a través de fuertes lazos con el concepto de “lo verde”. Así, en muchas ocasiones se emplean de manera indiscriminada ambas acepciones para referirse, por ejemplo, al “turismo sostenible” o a los “eventos verdes”. En ambos casos, el valor que añaden los adjetivos se refiere al componente de respeto por el medio ambiente más que a la visión de la triple cuenta de resultados que aporta la responsabilidad social.

De otra parte, también hay que considerar los límites temporales a los que se hace referencia en cada uno de los conceptos: mientras que la sostenibilidad se centra en el medio y largo plazo, la RSC también considera el corto plazo de las organizaciones.

Como conclusión, cabe destacar que la RSC incluye entre sus objetivos y principios el desarrollo sostenible y que, por lo tanto, es un concepto más amplio y, quizás, más complejo y completo. No es conveniente emplearla como sinónimo de sostenibilidad, en tanto que se mantenga la visión sesgada de este último término hacia el medio ambiente y no se extienda a los otros tipos de sostenibilidad, la económica y la social. Aún así, se puede afirmar que la sostenibilidad ambiental es una parte de la RSC y que puede beneficiarse del profundo estudio que se ha llevado a cabo de la misma.



Figura 4: La sostenibilidad es uno de los pilares o principios de la RSC, pero la RSC abarca más ámbitos y es un concepto más amplio.

La multitud de indicadores que se han definido para la medición de la sostenibilidad (ambiental) son también aplicables al estudio de la responsabilidad social y, por lo tanto, se debe considerar como una de las tres áreas en las que se extiende la misma.

**LOS CONGRESOS Y
DEMÁS EVENTOS COMO
GENERADORES
DE IMPACTOS ECONÓMICOS,
SOCIALES Y AMBIENTALES**



3

Al hablar del turismo de eventos, hay que destacar que es un sector del que sólo se disponen datos relativos al número de eventos y asistentes y a la importancia de los mismos en términos de gasto por persona, de aportación económica a la economía local o regional o incluso de empleo generado. A esto hay que añadir que los datos disponibles se centran en algunas de las tipologías de eventos existentes (turismo de reuniones, de congresos, ligado a determinados eventos deportivos o culturales, etc.) y no a la totalidad de eventos.

Por tanto, el estudio de las consecuencias de los eventos en una determinada zona, se encuentra con grandes dificultades debido a la complejidad de datos con la que se puede llegar a trabajar en función de los tipos y características de los eventos.

Si para el estudio de un único evento, no existen de manera general datos disponibles de todos sus impactos ya que no se hace una estimación de los mismos más allá de cierta información de tipo económico, cuando sumamos la incidencia de varios de estos eventos, con sus correspondientes diferencias y especificidades, la complejidad de la información es cada vez mayor, más aún si consideramos la falta de criterios generales de medición o estándares de aplicación a la misma.

Pero los impactos que trae consigo la realización de un evento van más allá de los datos cuantitativos o de la influencia económica de los mismos. Es necesario considerar que, como cualquier actividad, los eventos no son acciones neutrales para la sociedad y su entorno. Además de la riqueza económica proveniente de los ingresos o del empleo generado, también generan impactos en otros ámbitos, el ambiental y el social, e influyen de manera significativa en la percepción de la organización que los promueve o que los organiza.

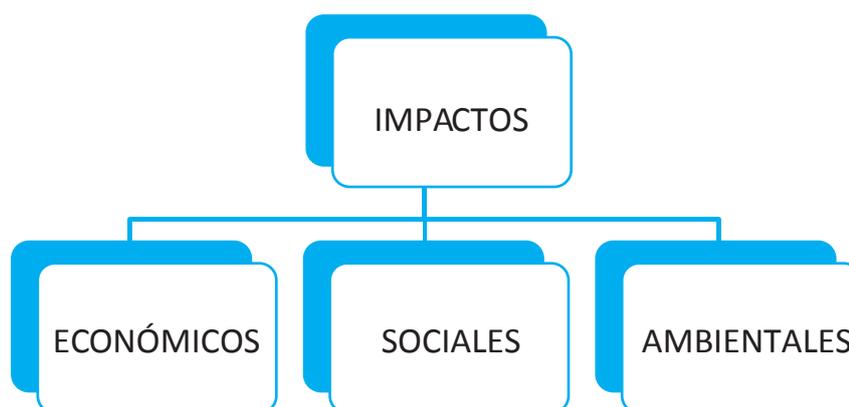


Figura 5: Tipos de impactos que generan los congresos y otros eventos

Una vez destacada la dificultad en la estimación de los impactos de los eventos, es conveniente mencionar algunos de los ejemplos más destacados de las consecuencias que tienen estas actividades en su entorno. De este modo, se pueden definir diferentes ámbitos de incidencia en los eventos realizados que se traducen en impactos de diferente importancia en función de la magnitud y características del evento. A continuación, se van a indicar algunos de los principales impactos en función del ámbito en el que pueda tener incidencia el evento considerado.

3.1.- LOS IMPACTOS ECONÓMICOS

Las consecuencias económicas de un evento han de ser consideradas desde diferentes perspectivas como son las de los promotores del mismo, las empresas y organizaciones que participan en él o la del destino o región en la que tiene lugar el mismo.

Cuando hablamos de los promotores o de las empresas y organizaciones que intervienen en la realización, una de las mediciones que puede efectuarse a la hora de la realización de un evento es el cálculo de la rentabilidad del mismo, es decir, si la inversión realizada en el mismo trae consigo unos ingresos acordes a lo esperado. Esto es muy normal en aquellos eventos organizados con fines comerciales y puede ser una de las actuaciones más básicas en las que intervenga una empresa OPC.

En este ámbito, si existen algunas mediciones del impacto de los eventos desde el punto de vista económico. Es lo que se denomina “retorno de la inversión” o ROI (en sus siglas en inglés).

También se puede hablar de las repercusiones en cuanto a la visión de la organización por parte de la sociedad como consecuencia de la puesta en marcha de eventos de tipo sostenible y responsable. Con el desarrollo de esta tipología las organizaciones, además de dar respuesta a la necesidad de adecuarse a los principios y valores que rigen su actuación diaria, se puede crear una visión positiva de la misma con las consecuencias que una imagen de marca positiva puede tener en materia de comercialización y promoción de los productos y servicios ofrecidos.

Aunque se está hablando sólo de rentabilidad económica, existen muchos otros aspectos a tener en cuenta con respecto a la inversión realizada. Por ejemplo, algunos eventos tienen consecuencias en el incremento de la formación o la información de las personas a las que va dirigido. Es el caso, por ejemplo, de aquellos congresos relacionados con la divulgación de conocimientos. Esta medición puede llegar a ser muy compleja, pero es también un aspecto a considerar.

Por otro lado, un evento no solo genera consecuencias para las personas y entidades que intervienen directamente en él. En el destino también pueden ocasionarse diferentes efectos, como pueden ser:

- Las inversiones realizadas para la adecuación de las instalaciones y equipamientos que puedan ser necesarias de manera previa al evento. Tal es el caso de las inversiones efectuadas con motivo de la realización de eventos como los juegos olímpicos o las exposiciones universales que precisan de la adecuación de espacios o la construcción de algunos nuevos para la puesta en marcha de los eventos. Las infraestructuras realizadas quedan como parte del destino.
- La generación de ingresos para las empresas que dan soporte de manera directa o indirecta al evento, tales como las dedicadas al equipamiento informático, de audio y video, las que facilitan servicios de interpretación y traducción, las que se encargan de la realización de los soportes, stands y cartelera, las empresas que facilitan los elementos decorativos, como arreglos florales, las que ofrecen servicios de catering o las que se encargan del transporte de mercancías o personas en todas las fases del evento.
- El incremento de los ingresos durante la realización del evento en las empresas turísticas, comerciales y artesanales de la zona como consecuencia del movimiento de personas que acuden al evento. Es normal que los asistentes a un evento realicen consumos y adquisiciones en el lugar de destino, por lo que son una fuente adicional de ingresos para estas empresas, que no tienen que estar directamente ligadas al evento considerado.
- El mayor conocimiento del destino a través de la información aportada a los asistentes y de la difusión del evento que puede traer consigo un efecto reclamo de turistas y visitantes a posteriori de la realización del evento. Este efecto tiene como consecuencia última un incremento en la actividad turística en el destino y de los ingresos debidos a ésta. También puede ocurrir el efecto contrario, en el que la imagen del destino se vea dañada por la realización de un determinado evento o por las circunstancias que rodeen al mismo.

- La necesidad de inversión en nuevas infraestructuras de carácter público que reviertan en un mejor acceso y capacidad de acogida en los lugares de celebración de eventos. Es el caso de la construcción de aparcamientos o la mejora de los transportes públicos que den acceso a las instalaciones en las que tienen lugar los eventos.

Por lo tanto, las repercusiones económicas de un evento en el destino en el que tiene lugar van más allá de la inversión económica realizada por los promotores del mismo. Tiene un amplio abanico de consideraciones que realizar y, consecuentemente, no se ha de perder esa perspectiva a la hora de analizar y valorar el impacto final de un evento.

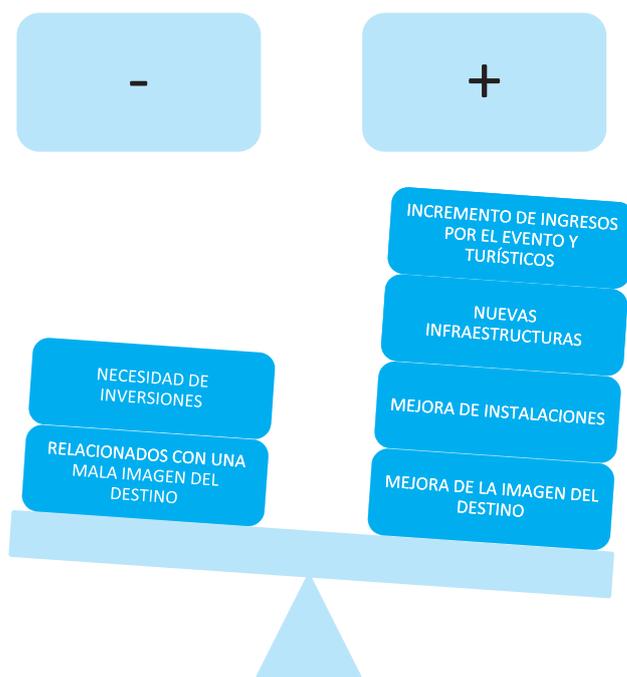


Figura 6: Los congresos y eventos generan impactos económicos positivos y negativos

3.2.- LOS IMPACTOS SOCIALES

Los impactos sociales son quizás los que se están considerando de manera menos profusa ya que en cierta medida, la visión económica de los eventos, aunque solo sea de forma parcial, es la que siempre se ha tenido en cuenta y la perspectiva ambiental se ha unido de manera más reciente debido a la concienciación generalizada de la sociedad sobre el impacto de las actividades humanas en el entorno. De esta forma, la visión social de los eventos solo está empezando a ser considerada ahora, y quizás por ello, se hace de una forma parcial y centrada solo en los aspectos más regulados por legislación o los que tienen mayores consecuencias en cuanto a la percepción del evento por parte de los asistentes o la comunidad local.

Algunos de los aspectos relacionados con el impacto social de los eventos pueden ser los siguientes:

- La adecuación de las instalaciones seleccionadas para la realización de eventos a las necesidades de accesibilidad para personas con movilidad reducida así como la señalización correspondiente de las entradas y de las salas o recintos en los que tiene lugar el evento.

- La realización de actividades de voluntariado en el lugar de destino como elemento de la oferta del programa para acompañantes de tal modo que la celebración del evento aporte además el desarrollo de algún tipo de acción social en el destino en el que tiene lugar.
- La selección preferente de productos que cumplan con los principios del comercio justo, que provengan de colectivos o empresas con marcado carácter social o que se encuentren situados en las inmediaciones del lugar de celebración del evento (lo que se denomina proveedores locales). De este modo se asegura que la inversión realizada en productos o servicios para la realización del evento, bien revierta en la comunidad de acogida del evento o bien en empresas que respeten los derechos humanos y que desarrollen labores de inserción de diferentes colectivos.
- La selección de actividades complementarias al evento que ayuden a mostrar el destino, de tal forma que se puedan conocer y valorar las características y particularidades del mismo y que, de manera complementaria, se genere un efecto de reclamo como lugar de interés turístico. De este modo se mejora la visión del destino y se puede utilizar este tipo de eventos como escaparate para la promoción del mismo.



Figura 7: Algunos de los conceptos ligados al ámbito social en el desarrollo de congresos y eventos

La dificultad de este tipo de actuaciones e impactos se encuentra en la medida de forma estandarizada de los mismos. No existe una metodología que cuantifique la importancia o repercusiones del desarrollo de estas acciones de forma conjunta, con lo que, en muchos casos, sólo se puede hablar de que se cumplan o no con estas actividades o requisitos. De este modo se puede controlar el impacto del evento, por ejemplo, a través de listas de chequeo.

3.3.- LOS IMPACTOS AMBIENTALES

En cuanto a los impactos ambientales, sí es posible determinar y cuantificar la importancia de los mismos debido a que es posible la realización de mediciones en muchos de los aspectos que forman parte de la sostenibilidad y responsabilidad ambiental de un evento obteniendo valores para diferentes indicadores de sostenibilidad comparables entre sí.

Como se ha dicho anteriormente, los aspectos ambientales son los que se están empezando a tener muy en cuenta a la hora de la realización de los eventos. El calado de la concienciación ambiental en las organizaciones y en la sociedad en general está trayendo consigo la proliferación de criterios y estándares que pretenden guiar en la obtención de eventos más verdes y sostenibles en el área ambiental. Por otro lado, con la aplicación de criterios de sostenibilidad ambiental en los eventos también se logra la reducción de costes en bastantes áreas y la mayor eficiencia en muchos procesos llevados a cabo en la organización y realización del evento lo que llama la atención sobre ellos, sobre todo a la hora de valorar económicamente la inversión realizada.

Con esta premisa, se pueden introducir algunos de los principales impactos que tienen lugar antes, durante y posteriormente a la celebración de un evento, aunque más adelante se concreten. Como ejemplos de estos impactos se puede hablar de:

- La generación de residuos de diferente origen. Estos residuos van desde los provenientes de los embalajes empleados en el transporte de stands y materiales, hasta la moqueta ferial empleada en el recinto, o los desechos orgánicos del catering. Existe una gran variedad de residuos a los que se tendrá que dar un destino específico, adecuado a sus características. Por otro lado, la cantidad de los mismos variará en función de la magnitud del evento y de las posibilidades de reutilización y reciclaje de los elementos una vez utilizados. La premisa con estos residuos es no generarlos, pero una vez que se han producido se les habrá de dar el destino más adecuado a su naturaleza y posibilidad de gestión.
- El consumo de energía asociado a la iluminación, sonorización, climatización y elementos electrónicos utilizados en el evento. En algunos tipos de eventos, como conciertos o eventos deportivos en grandes espacios, los consumos energéticos relacionados con iluminación y sonorización son bastante importantes en cuanto a la contribución a la sostenibilidad del evento. En otros casos, una inadecuada climatización, no solo genera malestar entre los asistentes, sino que trae consigo mayores necesidades de energía para alcanzar un confort térmico adecuado para el desarrollo del evento. En todos los casos, un mayor consumo de energía suele traer consigo una mayor emisión de gases contaminantes, ya que por lo general, gran parte de la energía necesaria tiene su origen en el consumo de combustibles fósiles.
- El empleo de productos químicos en la limpieza de los lugares de celebración. La utilización de determinados productos en los procesos de limpieza de las sedes puede constituirse como una fuente de contaminación tanto por la generación de esos productos como por las consecuencias del paso de los mismos a las aguas residuales o a la permanencia en los lugares de aplicación. Del mismo modo, ocurre con cualquiera de los materiales o productos potencialmente contaminantes utilizados durante el proceso de generación y celebración del evento
- El consumo de materias primas como papel, cartón u otros elementos entregados como material a los asistentes al evento o empleados para la difusión del mismo. En la realización de determinados eventos como los congresos o en los relacionados con la promoción y comercialización de determinados productos o servicios, se tiende a entregar la información en formato papel aunque existen otras formas de facilitarla.
- Los gases de efecto invernadero originados con el transporte de materiales y personas con motivo de la realización del evento y durante el mismo. Tanto en los procesos previos como en la celebración y desmontaje de los medios utilizados se produce un gran transporte de materiales, a lo que se le une los viajes realizados por los asistentes al evento para acudir al mismo y los que se efectúan con motivo del propio evento. Todos estos movimientos de personas y materiales generan CO₂ y otros gases que en la atmósfera favorecen el efecto invernadero y el calentamiento global. No supondrá el mismo impacto un evento en el que se cuente con la participación preferente de asistentes

locales que otro en el que las personas que acuden al mismo procedan de zonas o países más alejados. Del mismo modo que el que cuente con proveedores de productos y servicios de origen local supondrá un menor impacto que si se tienen que trasladar desde otro lugar de origen.

- El consumo de agua y el tratamiento de las aguas residuales generadas por el evento. Durante el desarrollo del evento se produce el consumo de agua en el lugar de celebración del mismo y a través de las actividades que forman parte del funcionamiento del evento y de los elementos que actúan de soporte del mismo (alojamientos, limpieza, catering, etc.). También todas las aguas residuales generadas en todas estas actividades suponen un impacto importante si no son correctamente gestionadas.

EJEMPLOS DE IMPACTOS AMBIENTALES DE LOS EVENTOS

- GENERACIÓN DE RESIDUOS
- CONSUMO DE ENERGÍA PARA LA ILUMINACIÓN, SONORIZACIÓN, ELEMENTOS ELECTRÓNICOS
- GENERACIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO POR EL TRANSPORTE DE MATERIALES
- CONSUMO DE AGUA Y GENERACIÓN DE AGUAS RESIDUALES
- CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS, TALES COMO PAPEL, CARTÓN, ETC.
- UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS O MATERIALES POTENCIALMENTE

De forma muy resumida se puede hablar de que los eventos dan lugar a impactos negativos (sobre todo en el área social y ambiental) y positivos (fundamentalmente en el ámbito económico). Por ello, los OPCs deben de ser conscientes de las consecuencias de la actividad que desarrollan y, en la manera de lo posible, transmitir esta información a sus clientes, a sus empresas proveedoras y a la sociedad en general, de tal modo que se cree una conciencia sobre la incidencia de este tipo de actuaciones, los efectos que generan y los puntos en los que se puede actuar y decidir para reducir los impactos negativos de las mismas y fomentar aquellas acciones con consecuencias positivas.

También, las empresas u organizaciones que promueven eventos dentro de sus actividades de comunicación, marketing, formación o responsabilidad social pueden exigir una serie de características en el desarrollo de estos eventos que sean acordes con los principios de RSC y la sostenibilidad económica, social y ambiental.

En resumen, los eventos son elementos generadores de impactos de los que no se disponen de datos o estadísticas oficiales desde la triple perspectiva de la Responsabilidad Social. Son un medio de hacer pública y ejemplificar la política de RSC de una empresa ya sea como organizadora del evento o como promotora del mismo.

No son elementos que se puedan desligar de las organizaciones que forman parte de ellos por lo que se pueden entender como una extensión de la imagen y de las acciones que éstas desarrollan. Con lo cual, no se ha de perder de vista esta perspectiva a la hora de organizarlos, coordinarlos y establecer los contenidos y recursos necesarios.

EVENTOS RESPONSABLES Y SOSTENIBLES



4

4.1.- DEFINICIONES

Como se ha mencionado anteriormente en la presente guía, el término responsable no es sinónimo de sostenible, aunque son conceptos bastante próximos.



Figura 8: RSC y sostenibilidad son conceptos relacionados entre sí

Es por ello que, antes de abordar las ventajas y beneficios que la realización de este tipo de eventos reporta a las entidades promotoras, a las OPCs y a la sociedad en general, es necesario establecer una definición de los mismos.

Un evento sostenible es aquel evento que se diseña, gestiona y lleva a cabo siguiendo los principios del desarrollo sostenible. Esto quiere decir que los eventos organizados por las generaciones actuales deben minimizar el uso de recursos naturales y los impactos, para así garantizar que habrá suficientes recursos para seguir celebrando eventos en el futuro.

Por lo tanto, es aquel que tiene en cuenta el impacto en el entorno de las acciones llevadas a cabo durante todo el proceso de generación mismo, desde las labores previas, a la realización y las actuaciones que tienen lugar después de la celebración del evento. El concepto “sostenible” se puede hacer extensible a otros ámbitos si se consideran factores como el impacto en la economía local, el respeto de la cultura de la región de acogida, se consideran los factores relacionados con el desarrollo económico y social de la zona, etc.

El principal objetivo de un evento sostenible es minimizar los impactos negativos, reduciendo al máximo la huella ecológica y aprovechando las oportunidades que pueda aportar el entorno local en el que se lleva a cabo. Del mismo modo, han de maximizarse todos aquellos impactos o resultados positivos que se den con el desarrollo del evento.

CONCEPTOS RELACIONADOS CON LOS EVENTOS SOSTENIBLES

- HUELLA ECOLÓGICA
- GENERACIONES PRESENTES
- GENERACIONES FUTURAS
- RECURSOS NATURALES
- RESPETO POR EL ENTORNO
- DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

Por otro lado, un **evento responsable** es aquel que se planifica y desarrolla siguiendo los principios de responsabilidad social, es decir:

- Considera a los grupos de interés de la organización y del evento.
- Se realiza de forma voluntaria.
- Se desarrolla siguiendo una serie de principios éticos universales que incluyen el respeto de los derechos humanos.
- Su puesta en marcha responde al desarrollo del modelo de gestión responsable y sostenible de la organización que los promueve.
- Tiene en cuenta las consecuencias de en el entorno social, económico y ambiental tanto inmediato como general.
- Tiene entre sus objetivos fomentar y realizar una aportación al desarrollo sostenible a través del evento.
- Es una herramienta para la transparencia de la organización de cara a sus stakeholders y a la sociedad en general.

Por la definición aportada, puede verse que la denominación responsable abarca a los eventos sostenibles junto con otros aspectos que hacen que los eventos planificados y celebrados desde la perspectiva de la RSC sean un paso más hacia la excelencia en la gestión de las organizaciones.

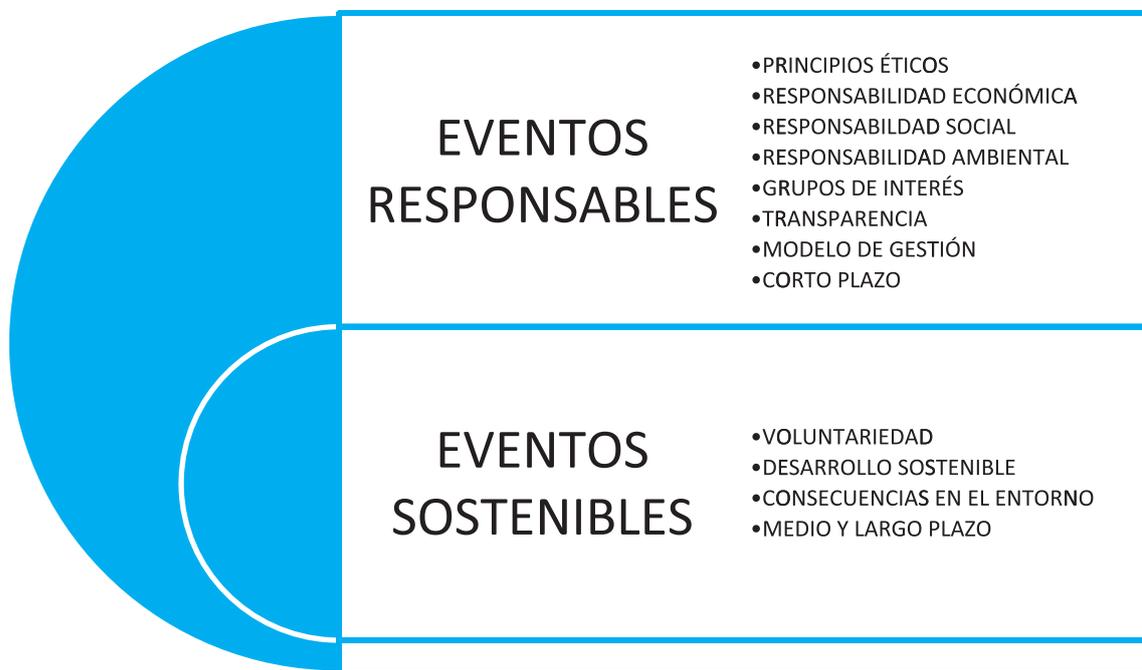


Figura 9: Los elementos que componen los eventos sostenibles también se incluyen en los eventos responsables

4.2.- VENTAJAS Y BENEFICIOS DE LOS EVENTOS SOSTENIBLES Y RESPONSABLES

Como puede verse, la definición de un evento sostenible y responsable se solaparía en algunos aspectos, aunque siempre, un evento responsable supondría un mayor número de ámbitos a considerar. Por ello, en adelante se hablará de eventos responsables de tal forma que se dé cobertura a un mayor rango de características y posibilidades que se pueden presentar en la organización de eventos.

Entre las ventajas y beneficios de la realización de eventos sostenibles y responsables se encuentran:

- Ahorro económico, debido a que existe un control del consumo de recursos y a que se busca que los procesos productivos sean eficientes, de tal modo que los gastos se reducen.
- Acceso a mercados cada vez más exigentes y especializados que buscan ciertos valores añadidos como los asociados al respeto por el medio ambiente o con valores éticos universales.
- Demostración del compromiso público y moral con la sociedad, el medio ambiente y el futuro.
- Mejora de la reputación y coherencia con la política de Responsabilidad Social y Sostenibilidad tanto para las organizaciones que promueven como para las que gestionan y organizan el evento.
- Contribución al desarrollo sostenible de las acciones llevadas a cabo en el evento y a la concienciación sobre el cambio necesario para lograrlo.
- Permiten el diálogo con los diferentes grupos de interés al ser acciones realizadas de cara al exterior en las que se pueden establecer cauces de comunicación con ellos a la vez que se realiza un ejercicio de transparencia sobre las actividades desarrolladas por la organización.
- Se basan en criterios de reutilización y reciclaje con lo que los residuos generados son menores y los materiales pueden servir para varios eventos, con lo que se reducen también los costes asociados a la producción de los mismos.
- Al tener en cuenta las repercusiones de los eventos en la comunidad local se puede actuar con ella para evitar los efectos negativos y potenciar los positivos.
- Al favorecer la economía local a través de proveedores de la región, la inversión realizada revierte en el lugar de acogida del evento y se reducen los gastos asociados a transporte y las emisiones de gases contaminantes producidas por éste.
- Permiten la lucha contra el cambio climático y el efecto invernadero a través de la compensación de las emisiones de CO₂ producidas.
- Reducen la cantidad de materias primas necesarias y apuestan por materiales menos contaminantes.
- Tienen en cuenta el respeto por los Derechos Humanos y favorecen el uso de productos de comercio justo al emplearlos como parte del catering o para los regalos a los asistentes.
- Como parte del sistema de RSC de una empresa, la realización de eventos no puede escapar de la política responsable de la organización por lo que pueden ser empleados como escaparate de las acciones puestas en marcha. Son un momento para difundir buenas prácticas de la organización que promueve el evento.
- Mejora el control que se tiene de las acciones llevadas a cabo por proveedores y contratistas al existir una serie de criterios de selección previos a la contratación de los mismos.

- Se asegura una mayor satisfacción del cliente al establecer mecanismos de comunicación eficaces para atender a las necesidades y expectativas de los clientes.
- Este tipo de eventos se suman a la concienciación generalizada existente sobre la sostenibilidad, por lo que son una tendencia a considerar por las OPCs que quieran aprovecharlos como oportunidad de negocio.



Figura 10: Áreas en las que se generan beneficios y ventajas con la realización de congresos y eventos sostenibles

INICIATIVAS Y ESTÁNDARES RELACIONADOS CON LA SOSTENIBILIDAD Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN CONGRESOS Y EVENTOS



5

5.1.- INICIATIVAS

Aunque como se ha visto, la consideración de aspectos ligados a la sostenibilidad de los eventos se viene realizando desde hace ya unos años, es quizás en las últimas fechas cuando de han comenzado a aplicar de manera más generalizada criterios de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa a los eventos organizados.

Todavía, las iniciativas desarrolladas se centran en los aspectos más ligados a los impactos ambientales de los eventos que tienen lugar. Las principales razones de este hecho son:

- que la concienciación ambiental es una de las que primero está calando entre la sociedad y, por lo tanto, entre los consumidores y clientes, las empresas y demás organizaciones
- que son unos de los objetos de decisión en el desarrollo de un evento en los que puede ser perceptible de manera inmediata la reducción de costes totales debidos a la disminución y mejora de la eficiencia de consumos o a la reutilización de materiales.

Son muy variadas las iniciativas a través de las cuales ya se están desarrollando eventos que pueden considerarse como sostenibles o responsables en algunos de sus aspectos. Aunque aún es difícil encontrar eventos que de manera integral puedan ser considerados como responsables, se puede hablar de diferentes iniciativas que han logrado grandes éxitos en cuanto al logro de la sostenibilidad de las acciones desarrolladas.

Una de las primeras iniciativas en las que se puso un especial hincapié en materia de sostenibilidad que puede utilizarse como ejemplo de evento deportivo, fue la realización de los Juegos Olímpicos de Sidney (Australia) en el año 2000. Esta visión sostenible en un evento de grandes dimensiones como son unas Olimpiadas está primando en el desarrollo de los **Juegos Olímpicos de 2012** que se celebrarán en Londres a través de los que se pretende facilitar la confección de una norma generalizada para la sostenibilidad en eventos.

Tanto es así, que el comité organizador de los eventos está participando en el Comité Técnico de Normalización de la Organización Internacional de Estandarización (ISO) para la elaboración de una norma con carácter internacional con la que se pretende unificar los criterios para la realización de eventos sostenibles de la que se hablará más adelante.



Dentro de la industria de los eventos también se han dado algunas iniciativas en materia de eventos verdes o sostenibles. Un ejemplo de ello es la **Green Meeting Industry Council (GMIC)**. Esta organización sin ánimo de lucro se centra en la sensibilización y la formación a organizadores y proveedores que forman parte de la misma sobre las necesidades de los clientes en materia de eventos sostenibles.



El GMIC promueve la realización de buenas prácticas de sostenibilidad ofreciendo programas de formación a través de recursos online y seminarios. Participa en el desarrollo de esquemas de certificación ambiental de los componentes de la industria de los eventos.

Entre sus acciones de difusión de la importancia de los eventos sostenibles destaca la creación de un portal web en el que se da a conocer los congresos y conferencias verdes celebradas en todo el mundo. Además, en esta web se analizan diferentes temas relacionados con espacios, catering, transporte, desarrollo sostenible, responsabilidad social o cambio climático.

De otro lado, dentro de las labores realizadas por el **Convention Industry Council (CIC)**, se encuentra un informe sobre eventos verdes en 2004 en el que se indican una serie de buenas prácticas dirigidas a proveedores y a organizadores de eventos.

En Europa, una de las iniciativas más importantes es la desarrollada por **ANAé** (Asociación de las Agencias de Comunicación de Eventos) junto con otras organizaciones en Francia, que para promover la realización de eventos ambientalmente responsables elaboró una eco-guía de eventos e intenta aportar soluciones concretas a todos los actores que intervienen en el sector. Esta iniciativa se ha denominado **Éco-événements**.



En España, se han llevado a cabo algunas iniciativas que han traído consigo su aportación en la difusión, sensibilización y apuesta por los eventos sostenibles. Un ejemplo de este tipo de eventos lo encontramos con la realización de la **Expo de Zaragoza en 2008**. La temática de la misma, el agua, muy ligada al ámbito ambiental ayudó a que las consideraciones sobre el impacto de esta exposición se tuvieran en cuenta criterios de sostenibilidad a la hora de planificar y desarrollar el evento. Y de forma complementaria, se elaboró una Guía de Organización de Eventos Sostenibles, a modo de ejemplo práctico de la posibilidad de realizar este tipo de eventos.

Otra iniciativa que se viene desarrollando en España es la labor realizada por la Fundación CONAMA. Esta fundación se encarga de la organización del **Congreso Nacional de Medio Ambiente** que pone en marcha este año su décima edición.

Como parte de la política de la fundación y de la propia temática del congreso, se están ajustando las necesidades del evento a una serie de principios de sostenibilidad. Esto supone la realización de una serie de acciones y la toma de decisiones orientada hacia esos criterios. Por ejemplo, de las posibles sedes existentes en Madrid, se ha seleccionado aquel recinto que permite acudir a él a través de diferentes medios de transporte público.



En la novena edición del mismo apostó por la realización un grupo de trabajo en el que se tratase el tema de los eventos sostenibles. El resultado de este grupo de trabajo ha sido un documento en el que se proponen, comentan y ejemplifican buenas prácticas en la celebración de eventos desde el punto de vista de la sostenibilidad.

5.2.- EMPRESAS SOSTENIBLES, EVENTOS SOSTENIBLES

Por otro lado, también hay que hacer referencia a los eventos organizados por empresas y otras entidades que tienen entre sus objetivos y políticas principales la responsabilidad social y la sostenibilidad. Una forma de ejemplificar este tipo de compromisos es el desarrollo de eventos acordes con estos principios.

Este es el caso de la iniciativa **Opportunity Green Business Conference**. Esta conferencia anual, que se viene celebrando desde 2007, tiene entre sus asistentes a empresas relacionadas con la sostenibilidad ya sea a través de los productos o servicios ofrecidos o por el desarrollo de políticas específicas

al respecto que forman parte de la iniciativa Opportunity Green. Son, por tanto, empresas que tienen en cuenta la sostenibilidad en su actividad diaria.

Reflejo de ello es que participan en una conferencia en la que se procura lograr la máxima sostenibilidad del evento. Algunas de las actuaciones que se están teniendo en cuenta en la realización del evento de 2010 son:



- selección de un hotel como sede de la conferencia comprometido con la sostenibilidad a través de acciones encaminadas a hacer más verdes sus instalaciones y que trabaja con la organización del evento para lograr satisfacer sus necesidades en cuanto a sostenibilidad
- búsqueda de vehículos que empleen combustibles alternativos para los traslados durante el evento
- selección de un lugar de celebración bien comunicado por transporte público
- catering servido por restaurantes locales y que tienen menús centrados en productos orgánicos, locales y de temporada
- comida servida a modo de buffet, compostando toda aquellos restos que sea posible
- limitación del número de bebidas embotelladas, tanto como sea posible
- contacto con el encargado local de la recogida de residuos para coordinar el reciclaje y compostaje de los desechos del evento
- empleo de opciones de impresión más sostenibles (papel reciclado, señales que no contengan PVC)
- impresión solo de la información estrictamente necesaria
- empleo de la luz natural siempre que sea posible
- apagado de equipos cuando no se estén utilizando

Este evento tendrá lugar entre el 6 y el 8 de octubre de 2010.

5.3.- LA PROLIFERACIÓN DE PROVEEDORES SOSTENIBLES EN EVENTOS

En el apartado de los proveedores para eventos, es cada vez mayor el número de empresas y demás organizaciones que apuestan por ofrecer a sus clientes productos y servicios que cumplen con los requisitos necesarios para ser considerados como sostenibles y/o responsables. Algunos de estos proveedores para eventos se comentan a continuación.

Existen algunos **OPCs o agencias** que ofertan la posibilidad de realizar eventos de tipo sostenible e incluso algunas de ellas se han especializado sólo en este tipo de eventos. Eventos Ingennia es una agencia situada en Mallorca que se centra en la organización de eventos sostenibles. Realiza labores de ecodiseño de eventos y ofrece la posibilidad de asesorar para la realización de los mismos.

Muchos de los eventos en los que participa esta agencia como organizadora están relacionados con alguna de las temáticas que tienen cabida dentro de la Sostenibilidad y la RSC. Por ejemplo, participó en la presentación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en las Islas Baleares.

Otro caso es el de la OPC catalana Vima Events, que se convirtió en 2008 en la primera pyme catalana en obtener la certificación SGE 21:2008. Esta certificación en materia de Responsabilidad Social Corporativa tiene en cuenta aspectos ligados al medio ambiente, a las personas que trabajan en la organización, al entorno social, a la transparencia en la gestión y a los proveedores, entre otros. Por ello, puede considerarse como un proveedor sostenible y responsable de servicios de intermediación para la realización de eventos.

También hay **hoteles** que, dentro de su oferta para la organización de eventos, han incluido la posibili-

dad de realizar eventos de tipo sostenible. Es el caso del Hotel Rey Juan Carlos I de Barcelona. Entre las medidas que se incluyen en su oferta de "green meetings" se encuentran:

- La utilización de papeles reciclados y lápices, en lugar de bolígrafos
- El servicio de agua se realiza en jarras y vasos de cristal para reducir la utilización de materiales de plástico
- Existe la posibilidad de utilizar el parking de forma gratuita a todos aquellos asistentes que posean coches híbridos
- El catering cuenta con productos locales no importados. Utilización de productos no tóxicos para la limpieza de habitaciones y del resto de instalaciones
- Los cambios de sábanas y toallas se realizan en días alternos.

La cadena hotelera española NH, también ha abierto la posibilidad de realización de eventos sostenibles en 9 de sus hoteles con la posibilidad de incrementar esta cifra. Esta oferta, además de responder a las nuevas necesidades del mercado, es consecuencia de la política de RSC que viene desarrollando la compañía en los últimos años.

Los "Eco-meetings" de NH centran sus acciones en el ahorro energético, lumínico e hídrico aprovechando las acciones emprendidas en los diferentes establecimientos de la cadena con este fin.

Otros lugares de realización de eventos que están apostando por el desarrollo sostenible son los **palacios de congresos**. Un caso destacado es el del Palacio de Congresos de Valencia. En este recinto la apuesta por la sostenibilidad es firme, tanto en las instalaciones del mismo, como en las facilidades que pone a disposición de los promotores para los eventos.

En lo que respecta a las instalaciones, algunas de las medidas que se han puesto en marcha incluyen:

- el uso de tecnología más eficiente como **lámparas de bajo consumo** y larga duración en todas las dependencias del Palacio
- la instalación de **fibra óptica para la iluminación de los estanques**
- la incorporación de **sensores lumínicos de movimiento**

También destaca la cubierta fotovoltaica, inaugurada en septiembre de 2008 y con la que, en un año de funcionamiento, se han generado más de 340.000 kilovatios hora de energía y ha evitado la emisión de más de 180 toneladas de CO₂.

Para los eventos, también se está dando respuesta a las necesidades de los clientes en materia de sostenibilidad. De este modo, ofrecen el denominado Green Pack, un paquete de servicios en el que ofrecen la posibilidad de hacer un evento 100% sostenible. Además, cuentan con un equipo de trabajo dedicado a reforzar e incorporar actuaciones en materia de sostenibilidad ambiental y de comunicación con la sociedad y los clientes.

En el caso de Andalucía, el Palacio de Congresos de Málaga también está desarrollando una política de sostenibilidad que se refleja en la prestación de servicios con menores impactos negativos. Entre las características de este recinto se encuentra la existencia de una placa solar fotovoltaica de 100kv.

También aplica medidas de sostenibilidad ambiental como la gestión de residuos peligrosos y actuaciones dirigidas a la comunidad local como la recogida de materiales y ropa usada para diferentes organizaciones o la cesión de espacios a asociaciones.

Por otro lado, cuenta o prevé contar con diferentes certificaciones que respaldan el compromiso del palacio con la sostenibilidad ambiental y social, la calidad y la accesibilidad.

Recientemente, este recinto ha sido la sede del XXIII Congreso Nacional de la Federación Española de Empresas OPC o de la conferencia europea de Meeting Professionals International (MPI) en la que se ha aplicado un programa de sostenibilidad y RSC con el que se ha implicado a los proveedores y participantes, entre otros actores.

Fuera de España, existen otros palacios de congresos que cuentan con directrices a la hora de realizar eventos sostenibles como es el caso del Vancouver Convention Centre, que pone a disposición de cualquier persona interesada una guía con una lista de chequeo con la que se pueden comprobar las acciones puestas en marcha para el desarrollo de un evento sostenible.

Otro ejemplo es el del Oregon Convention Center, que dentro de los servicios estándar que ofrecen incluyen una gran variedad de opciones para hacer que los eventos celebrados en sus instalaciones sean sostenibles. Además, han elaborado una serie de indicaciones dirigidas a los organizadores sobre las acciones que pueden emprender tanto ellos como asistentes y proveedores.

De las actividades que dan soporte a la realización de eventos, las relacionadas con los **servicios de alimentación y bebida y catering** son uno de los elementos en los que se puede incidir a la hora de realizar un evento más sostenible y responsable.

La Fundación Futur consta de una empresa dedicada al servicio de alimentación y bebidas. Tiene 3 líneas de producción:

- Catering para colectividades y grandes eventos
- Producción de artículos de quinta gama (platos elaborados refrigerados, etc.)
- Producción de artículos de pastelería de comercio justo

La cocina que lleva a cabo está basada en productos ecológicos y de comercio justo y tiene en cuenta el uso de energías alternativas y no contaminantes y también el aprovechamiento y la debida gestión de los residuos que se generan. Está certificada por la ISO 14001 y el Reglamento EMAS.

Por otro lado, esta fundación tiene un fuerte componente social ya que también actúa como empresa de reinserción formando y dando trabajo a personas pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social.

Como último ejemplo de empresas proveedoras sostenibles se pueden mencionar las dedicadas al **diseño e impresión de los materiales** que se entregan a los asistentes a los eventos. La empresa Omnipress tiene una política ambiental basada en la apuesta por las nuevas tecnologías y el empleo de materiales sostenibles provenientes de una cadena proveedores certificada. Entre sus actuaciones dirigidas a los clientes destaca la elaboración de una serie de recomendaciones para generar materiales destinados a eventos más sostenibles.

En cuanto a los **destinos**, también se puede hablar de ejemplos de ciudades o regiones que están

apostando por un posicionamiento “verde” dentro de la oferta turística de reuniones y demás eventos realizada. Un claro ejemplo de ello es el de la ciudad de Copenhague que ha acogido a finales del año 2009 la XV Conferencia Internacional sobre el Cambio Climático organizada por las Naciones Unidas.

De acuerdo con la temática del evento, una de las acciones puestas en marcha ha sido incluir diferentes empresas encargadas del catering del evento que han basado las comidas servidas en productos de temporada, de origen local y/o de carácter orgánico. Este tipo de productos han alcanzado un valor del 65% del total de alimentos servidos durante la conferencia.

En lo que respecta a la ciudad, Copenhague se sitúa como destino para el turismo verde, en todas sus opciones, entre las que se incluye el turismo de reuniones. Esta ciudad danesa incluye en su web turística una referencia explícita a los diferentes elementos que dan soporte a la propuesta sostenible de destino. Entre ellos destacan los hoteles, restaurantes, atracciones y rutas guiadas, transportes, etc.

VISITCOPENHAGEN.COM



En 2025 está previsto que Copenhague sea la primera ciudad neutral en emisiones de CO2, por lo que puede deducirse una fuerte apuesta por el posicionamiento como ciudad turística verde.

5.4.- LA ESTANDARIZACIÓN DE LOS EVENTOS SOSTENIBLES

Aunque parece difícil abordar el tema de la estandarización en los eventos, debido a la complejidad existente en el sector y de la que se ha hablado durante todo este documento, existen varias iniciativas ya desarrolladas en esta área y normas generales que están siendo aplicadas para lograr una mayor sostenibilidad y responsabilidad en los eventos bajo criterios de calidad.



Como una de las normas más destacadas y relacionadas directamente con los eventos sostenibles se encuentra el **estándar británico BS 8901**. Esta norma, primer estándar voluntario para la gestión sostenible de eventos, tuvo una primera edición en noviembre de 2007 con el nombre “Specification for a sustainable event management system with guidance for use” y se encuentra dentro de la serie 8900 dedicada al desarrollo sostenible. La segunda edición, de finales de septiembre de 2009, pasó a denominarse “Specification for a sustainability management system for events”.

En ella, se ha tenido en cuenta muchos otros estándares internacionales existentes como los referidos específicamente a gestión ambiental (ISO 14001), a gestión de la calidad (ISO 9001) o a la gestión de productos alimentarios (ISO 22000). Por otro lado, también existen una serie de normas de la British Standards Institution (BSI) consideradas para la elaboración final de la norma como es el caso de las relacionadas con la prevención de riesgos laborales (BS OSHAS 18001), al desarrollo sostenible (BS 8900) o a la gestión de espacios para eventos (BS 8406:2009).

Es una norma más relacionada con la planificación y gestión sostenible de eventos y es aplicable a todo el sector de la cadena de suministro.

Por lo tanto, se puede decir que esta norma ha sabido aunar los requisitos de diferentes normas para elaborar un estándar en el sector de los eventos y que es aplicable a toda la gama de eventos existentes.

Otro estándar que se encuentra a punto de ser publicado es el desarrollado por el **Convention Industry Council (CIC)** en Estados Unidos a través de la Iniciativa APEX de Intercambio de Prácticas Aceptadas.

Este estándar se va a desarrollar teniendo en cuenta criterios de práctica, es decir, que se centrará en una serie de acciones a realizar y unos indicadores para medir el nivel de calificación del evento.

Esta norma estará disponible durante el año 2010 y cubrirá todos los aspectos de una reunión o evento como pueden ser los alojamientos, exposiciones, comidas y bebidas y el transporte.



Un elemento a favor de estas dos normas mencionadas es que pueden funcionar para un mismo evento de manera independiente o en colaboración. De esta forma, no son excluyentes entre sí y se puede decidir la aplicación de las mismas en función de las necesidades específicas del evento a desarrollar.



De otro lado, existen otras normas y criterios que son específicos para elementos relacionados con la generación de un evento o con el sector en sí. Es el caso de **normas Q de Calidad** desarrolladas por el Instituto para la Calidad Turística Española y relacionadas con los palacios de congresos y los convention bureaux y la norma en proceso de desarrollo sobre intermediación turística (implicará a agencias de viajes y OPCs entre otros).

Aunque estos estándares no están dirigidos de manera específica a la sostenibilidad, sí que se centran en criterios y especificaciones de calidad que pueden servir de base para el desarrollo de los eventos bajo criterios de responsabilidad social corporativa, debido a la cercanía de estas normas al **modelo EFQM de Excelencia Empresarial** en el que se incluye la RSC como uno de los requisitos a considerar.



Incluso las normativas genéricas ligadas a la calidad (ISO 9001, por ejemplo) pueden ser una referencia a emplear por las empresas que forman parte de la cadena de valor del evento como herramienta para cumplir con los criterios de sostenibilidad que los promotores del mismo pueden exigir para su contratación.



De forma complementaria, existen otros estándares de carácter general como puede ser la ISO 14001 o, incluso, el **Reglamento EMAS**, ligados a los sistemas de gestión ambiental, que pueden ser usados de referencia a la hora de la contratación de proveedores y demás productos/servicios que puedan ser necesarios para la realización del evento y que aportan valor añadido al mismo.

Esto también ocurre con otros estándares como los relacionados con la prevención de riesgos laborales (OHSAS 18001) o los que ayudan a la integración de sistemas de gestión.

Aunque no se centran de manera específica en los eventos, existen normas generales ligadas a la Responsabilidad Social Corporativa, de tal modo que se pueden generar eventos siguiendo criterios de RSC, lo que incluiría aquellos requisitos para considerar a un evento como sostenible.

Dentro de este tipo de normas se encuentran algunas de origen español. Es el caso de la **norma SGE 21:2008 de Gestión Socialmente Responsable** de Forética o de la **norma EFR** (Empresa Familiarmente Responsable). Las empresas o entidades que cuenten con sistemas de gestión desarrollados de acuerdo con estas normas y que promuevan o participen en eventos deberán velar por la sostenibilidad y responsabilidad social de los mismos.

En el ámbito internacional, la publicación de una norma sobre Responsabilidad Social Corporativa se



realizará en breve, muy probablemente a lo largo del año 2010. La norma que se menciona es la ISO 26000, que no será una norma certificable y que se configurará como guía de referencia sobre RSC.

Del mismo modo, se puede incluir como normativa complementaria o de apoyo a la realización de eventos responsables y sostenibles otras normas centradas en aspectos parciales de la Responsabilidad Social Corporativa o incluso normas que abarcan sectores que actúan como soporte de la realización de eventos como pueden ser aquellos dedicados a productos, alimentación, gestión y eficiencia energética, análisis de la cadena de suministros, comunicación, etc.

RELACIÓN DE ALGUNAS DE LAS NORMAS DE INTERÉS PARA LA SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EVENTOS

AS9100, 9110, 9120; BRC Consumer Products; BRC Food; BRC Packaging; BS 8555 STEMS; BS 25999; BSI BenchMark; OHSAS 18001; Carbon Footprint Verification; CCA Contact Centre Management; ComplytoSupply™; EMAS; EN 16001 Energy Management; GHGEV; HACCP; IRIS; ISO 9001; ISO 10002; ISO 13485; ISO 14001; ISO 20252; ISO 22000; ISO/IEC 20000; ISO 29001; ISO/IEC 27001; ISO/TS 16949; PAS 99; PAS 220; RC14001®; SA8000; Sustainability Report Assurance; TL 9000; EFR, SGE 21: 2008

5.5.- EL FUTURO DE LOS ESTÁNDARES

Una vez analizada la situación actual en cuanto a la estandarización de eventos sostenibles, se ha de hablar del futuro inmediato y más previsible en esta área.



El estándar británico BS 8901:2009 antes mencionado, está siendo tomado como referencia para la elaboración de una norma de carácter internacional a través de la **International Organization for Standardization (ISO)**. El comité encargado de este proyecto es el ISO/TC 250

Sustainability in event management. Está formado por unos 30 países tanto como participantes como observadores.

En esta norma, la ISO 20121, se identificarán los elementos clave de sostenibilidad en la selección de la sede, la gestión de la cadena de suministros, las comunicaciones, el transporte, los procedimientos operativos, las compras y otros aspectos. Se considerarán los impactos en el área económica, social y ambiental.

La aplicabilidad de la norma será plena: para cualquier tipo de organización que trabaje en cualquier tipo de evento.

La particularidad de esta norma es que se está desarrollando al amparo de la puesta en marcha de las acciones previas a los Juegos Olímpicos de Londres 2012, fecha en la que está prevista la publicación de la misma, por lo que se está actuando junto con el comité organizador de este evento deportivo internacional. Además, cuenta con el apoyo del Comité Olímpico Internacional y el Ministerio de Asuntos Exteriores de Dinamarca, país sede de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

Debido a la rapidez con la que se ha puesto en marcha esta iniciativa, es muy probable que sea acep-

tada internacionalmente ya que cubrirá una necesidad existente en el sector. Esto puede originar que algunas de las normas ya desarrolladas o en proceso de elaboración tengan que adaptarse a esta norma para ajustarse al modelo internacional de eventos.

Por lo tanto, el futuro de las normas de sostenibilidad y responsabilidad social en eventos pasa por una unificación de estándares y criterios que aporten una visión global, común y aceptada de manera internacional. Esto no significa que no tengan cabida otras normas de carácter regional o nacional, pero sí será necesario que los objetivos a alcanzar con las mismas se ajusten a las necesidades locales, pero sin perder de vista los requisitos generalizados para la realización de eventos sostenibles y responsables.

PROCESOS Y PUNTOS CRÍTICOS PARA LA SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN CONGRESOS Y OTROS EVENTOS



6

6.1.- CONSIDERACIONES GENERALES

Como ya se ha mencionado anteriormente, la dificultad a la hora de realizar un análisis del sector de los eventos viene dada fundamentalmente por la complejidad existente en la tipología de los mismos.

Los eventos varían en función del contenido o motivación de los mismos, del número y tipología de asistentes, del lugar de celebración, de la duración, del ámbito geográfico, de la entidad que los genera, etc. La variabilidad, por tanto, es muy acusada y los elementos ligados a la sostenibilidad de los eventos pueden ser muy diversos.

A esto hay que añadir que la realización de un evento no se reduce sólo a la duración del mismo. Existen etapas previas y posteriores de vital importancia que también han de ser tenidas en cuenta para determinar el grado de compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social del evento.

Así, de manera general y considerando como referencia la realización de un congreso como modelo de evento, se pueden distinguir varias fases fundamentales que se comentan a continuación:

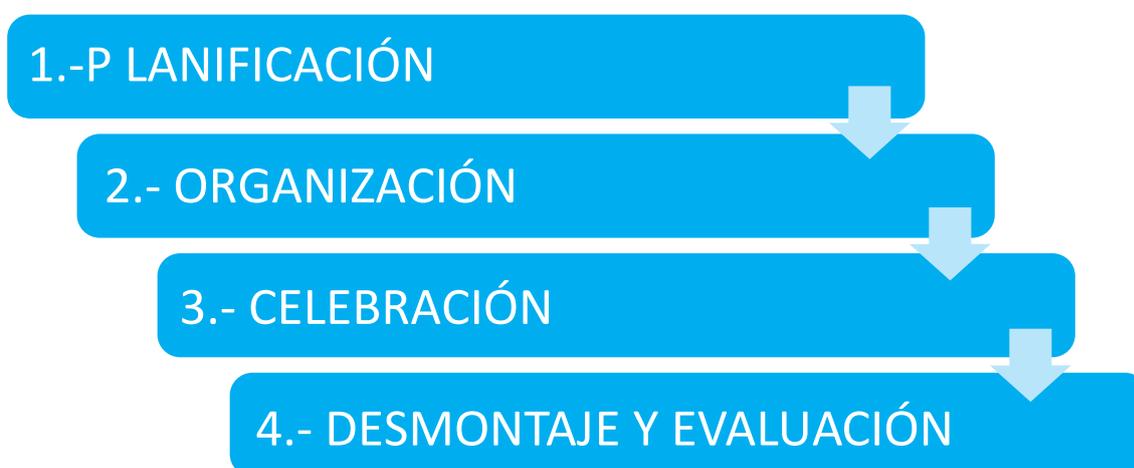


Figura 11: Fases de organización de un congreso

- **Fase 1 o de planificación del evento:** es la etapa en la que se determinan las características básicas del evento y el momento idóneo para decidir el grado de compromiso con la sostenibilidad del mismo. Esto se debe a que es una etapa eminentemente de diseño y está demostrado que la decisión de incluir los criterios económicos, sociales y ambientales en las fases iniciales es donde mejor y de manera más fácil se logran los objetivos de sostenibilidad perseguidos de manera paralela a la realización del evento. Es una etapa que compete de manera casi en exclusiva a los promotores del evento, por lo que son ellos los que, en este momento, han de fijar los objetivos a conseguir, aunque es posible la intervención de otros actores en la planificación de evento en el asesoramiento sobre los diferentes pasos y posibilidades que se presentan.
- **Fase 2 o de organización del evento:** en esta fase se concretan los aspectos que se han fijado en la fase anterior. Es una etapa fundamental para la toma de decisiones que pueden tener consecuencias en la sostenibilidad de las etapas posteriores y, por lo tanto, del evento en general. En este paso, se da forma al evento y se produce la búsqueda y selección de materiales, proveedores, lugar de celebración, actividades complementarias, etc.
- **Fase 3 o de celebración del evento:** es la etapa de desarrollo de la mayor parte de las actuaciones

planificadas y en la que se puede hacer partícipes a los asistentes de los principios e intereses por la sostenibilidad del evento. Por lo tanto, es una fase en la que la concienciación y sensibilización dirigida a los participantes se desarrolla casi de forma completa. No hay que perder de vista que la celebración del evento es el objetivo final de todas las actuaciones que se llevan a cabo por lo que es donde se han de manifestar de manera más patente los criterios y principios de sostenibilidad con los que se ha concebido.

- **Fase 4 o de desmontaje y evaluación de los resultados:** es la etapa final del evento en la que hay que concluir con las acciones previstas y evaluar el grado de consecución de los objetivos planteados, y entre ellos, los asociados a la sostenibilidad del evento. También es el momento en el que se hace el balance general y en el que se valoran los impactos realmente producidos con el desarrollo del evento.

De otro lado, es importante considerar los diferentes actores que intervienen en el proceso de realización de un evento, ya que cada uno de ellos tendrá unas funciones y responsabilidades diferentes a la hora de materializar en acciones concretas los criterios de sostenibilidad y responsabilidad social. Así, se puede hablar de:

ACTORES	QUIENES SON
ORGANIZADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS (OPC) Y AGENCIAS ESPECIALIZADAS	Son empresas que desarrollan labores de consultoría, planificación, organización, dirección y control del evento. Asumen las acciones de coordinación general del evento o tareas específicas dentro del mismo. Actúan directamente como proveedores de servicios o como intermediarios, por lo que pueden desarrollar un papel importante en cuanto a sugerir y facilitar proveedores y productos sostenibles.
PROVEEDORES DE BEBIDAS Y COMIDA	Son aquellas empresas encargadas de facilitar todos aquellos aspectos relacionados con el catering en el evento.
TRANSPORTE	Son aquellas empresas que facilitan el transporte hacia el lugar de celebración y los movimientos internos que se efectúan durante la realización del evento. Pueden referirse tanto a transporte de personas como de materiales.
SERVICIOS TÉCNICOS	Incluyen los siguientes servicios: <ul style="list-style-type: none"> • Producción audiovisual • Equipos audiovisuales • Luz y sonido • Efectos especiales y pirotecnia

ACTORES	QUIENES SON
SERVICIOS TÉCNICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Alquiler de generadores • Sistemas de votación • Producción técnica de eventos • Acreditaciones • Alquiler de equipos informáticos • Soluciones interactivas y videoconferencias
SERVICIOS LOGÍSTICOS	Son aquellos servicios que permiten realizar el evento conforme a los requisitos necesarios en cuanto a las instalaciones y adecuación del espacio o recinto de celebración.
SEDE O RECINTO DE CELEBRACIÓN	Incluye a todas aquellas instalaciones que pueden albergar un evento como palacios de congresos, recintos feriales, hoteles, salones de actos, recintos deportivos o de espectáculos, etc. Esta denominación puede hacerse extensible al destino que acoge el evento.
SERVICIOS DE APOYO	Incluyen una gran variedad de servicios. Algunos ejemplos son: Intérpretes Animación Personal para el evento Asistencia médica Organizadores de actividades culturales o de turismo Agencias de viajes
PATROCINADORES	Son una de las principales fuentes de financiación de muchos eventos. Normalmente, aprovechan la participación en los mismos para dar a conocer sus productos/servicios u ofrecer una imagen corporativa.
PARTICIPANTES	Son todas aquellas personas que acuden al evento, ya sea en calidad de asistentes o de ponentes.

ACTORES	QUIENES SON
SERVICIOS ADICIONALES	<p>Pueden formar parte de este grupo los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impresión y rotulación • Seguros para eventos • Diseño gráfico • Agencias de comunicación y Relaciones Públicas • Regalos de empresa y merchandising • Material para congresos

El análisis de los procesos y puntos críticos de sostenibilidad se va a efectuar en función de la fase en la que se toman las decisiones en el proceso de realización del evento.

Por lo tanto, a continuación se va a hacer referencia a las diferentes fases haciendo mención de los impactos, consecuencias o factores que se pueden ver afectados por las decisiones o actividades realizadas. Se ha tomado como referencia la realización de un congreso como ejemplo de evento.

6.2.- LA FASE DE PLANIFICACIÓN

La fase de planificación, como se ha mencionado anteriormente, es una de las más importantes en cuanto a la definición de las metas y objetivos a alcanzar con el desarrollo de evento.

Algunas de las actuaciones que tienen lugar en este momento del desarrollo del evento se detallan a continuación con indicación de las principales características de esa decisión que tienen consecuencias en la sostenibilidad del evento.

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
TIPO DE EVENTO A REALIZAR Número de asistentes Origen de los asistentes Espacios necesarios Duración del evento Otras necesidades básicas	<p>Decidirse por un determinado tipo de evento tiene consecuencias e impactos en todos los aspectos mencionados anteriormente, tanto en materia económica, como social y ambiental. Hay que pensar que el tipo de evento condiciona el número de asistentes, factor fundamental en la determinación del resto de necesidades.</p> <p>Por lo tanto, tendrá influencia en la cantidad de residuos generados durante el congresos, en la generación de gases de efecto invernadero por el transporte, en el consumo de energía y agua en el lugar de realización, etc.</p>
CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD A EMPLEAR Y OBJETIVOS	<p>Los criterios de sostenibilidad que se fijan, así como los objetivos del evento condicionarán las diferentes acciones que se lleven a cabo para lograr la consecución de los mismos.</p>

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD A EMPLEAR Y OBJETIVOS	Los criterios de sostenibilidad que se fijen, así como los objetivos del evento condicionarán las diferentes acciones que se lleven a cabo para lograr la consecución de los mismos.
FORMACIÓN PREVIA A LA PUESTA EN MARCHA DEL EVENTO	La formación inicial y sensibilización de las personas que intervienen en la organización del evento tendrá consecuencias en el control y desarrollo del mismo. Se han de conocer los criterios y objetivos del evento en cuanto a sostenibilidad para así poder transmitir esta información en las sucesivas fases del evento.
SELECCIÓN DEL LUGAR Y LOS ESPACIOS DE CELEBRACIÓN	La selección del lugar es de vital importancia para considerar aspectos ligados al transporte de personas y de materiales que se tenga que producir antes durante y después del evento. También se debe tener en cuenta a la hora de definir las posibilidades que ofrece el lugar de celebración para la gestión de residuos, la accesibilidad, las posibilidades de ahorro en energía y agua, etc. Por lo tanto, primarán aquellas instalaciones en las que, además de contar con espacios suficientes para dar cabida al evento, se cuenten o que se comprometan con una serie de medidas de tipo social y ambiental que se ajusten a las necesidades definidas como criterios de sostenibilidad.
ELECCIÓN DE LOS OBJETOS DE REGALO	Si hablamos de eventos en los que se entregue algún tipo de regalo a algunos de los asistentes, estos deberán también de ser acordes con los principios que inspiran el evento por lo que se deberán ajustar a ciertas características necesarias para asegurar que no generen impactos negativos y que sean sostenibles. Así, se puede apostar por productos del lugar de realización del destino, de comercio justo o por elementos sostenibles y que sean de utilidad de tal modo que los recursos empleados se inviertan en artículos con una vida útil con posterioridad al evento.

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
<p>PRIMERA COMUNICACIÓN CON PROVEEDORES</p>	<p>Se establece una primera comunicación con los proveedores para la solicitud de servicios y para establecer los requisitos que serán de aplicación a los mismos. Las formas de contacto y medios de comunicación para dar a conocer estos aspectos pueden hacer que el evento tenga un mayor nivel de sostenibilidad, así como un ahorro de costes. Se está hablando del uso de las nuevas tecnologías y de la reducción del consumo de papel o de evitar viajes innecesarios a la hora de contactar con los proveedores.</p> <p>También es de vital importancia saber transmitir de forma correcta las necesidades del evento y los criterios a utilizar para analizar a los proveedores. Ellos forman parte de la cadena de producción del evento y conocer, cumplir y/o aplicar las medidas que se plantean afectan a la sostenibilidad global.</p>
<p>ESTABLECER LAS MEDIDAS DE CONTROL DE IMPACTOS</p>	<p>Desde el momento en el que se plantea la realización de un evento, sus características básicas y los criterios de sostenibilidad a aplicar se puede empezar a considerar una serie de actuaciones que controlen y minimicen los efectos del evento; y también las formas que se van a emplear para medir el grado de cumplimiento de los objetivos. Esto ocurre con aquellos impactos que no se han podido eliminar. Por ejemplo, es difícil no realizar emisiones de CO₂ del evento, pero se pueden considerar ya fórmulas para medir la producción generada con el transporte de personas para realizar posteriormente su compensación.</p> <p>Siempre las etapas de diseño del evento son las más importantes para lograr los objetivos a alcanzar, y si desde el principio se fijan las medidas de control, aunque posteriormente haya que revisarlas, se estará considerando desde el inicio la posibilidad de que los impactos se materialicen.</p>
<p>DETERMINAR LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN DEL EVENTO</p>	<p>Estas vías de comunicación serán los medios por los cuales se ofrecerá información a asistentes, participantes y al público en general sobre el evento.</p> <p>Las fórmulas de comunicación dependerán de a quien se quiera hacer llegar la información del evento, pero deberán ser acordes con las necesidades de sostenibilidad del evento.</p>

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
DETERMINAR LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN DEL EVENTO	Así, por ejemplo, priman los medios que empleen nuevas tecnologías como el correo electrónico que frente a los envíos postales, además de mayor rapidez y menor coste, supone la eliminación total de las necesidades de papel y el transporte hacia el destino
CONFIGURACIÓN DEL PROGRAMA SOCIAL	Se ha de ajustar a las necesidades del evento, pero también puede suponer una herramienta para dar a conocer el destino o para contribuir al desarrollo de actividades de voluntariado en el mismo.

6.3.- LA FASE DE ORGANIZACIÓN

Esta fase, aunque también tiene importancia en cuanto a que es una fase de diseño, está condicionada por las decisiones y acciones tomadas en la anterior etapa. También es una fase en la que las decisiones son condicionantes de lo que se haga durante el evento y el post evento.

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
GESTIONES ADMINISTRATIVAS DEL EVENTO	Los promotores y organizadores de los eventos también han de velar porque los criterios de sostenibilidad se apliquen en su funcionamiento diario asociado a la labor de organización del evento. Son trabajos fundamentalmente de oficina que deberán respetar la intención con la que se proyecta el evento en cuanto a ahorro energético, gestión de residuos, ahorro de agua, minimización del uso de recursos, etc.
REUNIONES PREVIAS A LA REALIZACIÓN	Las reuniones previas pueden realizarse de manera más sostenible si se tienen en cuenta los impactos de las mismas. Por ejemplo, en cuanto a movilidad se pueden establecer reuniones por videoconferencia, sobre todo en aquellos eventos en los que la organización está distribuida entre diferentes territorios o regiones. De este modo se evitan viajes o desplazamientos, el alojamiento, etc. siendo más sostenibles y también reduciendo costes.

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
SELECCIÓN DE ALOJAMIENTOS	<p>Se deberá decidir qué alojamientos se ajustan a los requisitos ambientales y de accesibilidad, tanto en lo que se refiere a los medios de transporte para llegar a ellos como de las necesidades ligadas a personas con movilidad reducida o con otros requisitos especiales.</p> <p>Los alojamientos han de seleccionarse una vez que se conozcan los espacios en los que se celebrará el evento debido a que hay que determinar los medios a través de los cuales se va a producir el transporte de los participantes al lugar de celebración.</p> <p>También se puede requerir una determinada certificación ambiental que asegure que el alojamiento determina los impactos que genera y está cumpliendo con unos objetivos de reducción de los mismos.</p>
GESTIÓN DE INSCRIPCIONES	<p>Existen diferentes fórmulas de inscripción que suponen un mayor uso de recursos y un mayor impacto, por lo que se deberá ajustar las inscripciones con respecto a los criterios generales de sostenibilidad.</p> <p>Las nuevas tecnologías son, también en este ámbito, un recurso muy útil para la gestión de esta información.</p>
GESTIONES PREVIAS CON PONENTES	<p>Se deberán recoger las necesidades que estos tengan a la hora de realizar su exposición, en el traslado y en el alojamiento y recoger los materiales y medios más adecuados para dar cobertura a las mismas.</p> <p>También se debe informar a éstos de las características del evento y se ha de disponer de las ponencias en el formato adecuado para su posterior utilización y difusión.</p> <p>Las formas de comunicación de estos aspectos han de ser acordes con el resto de requisitos de sostenibilidad y responsabilidad social del evento.</p>
ESTABLECIMIENTO DE LOS FACTORES BÁSICOS EN LOS LUGARES DE CELEBRACIÓN	<p>Se han de determinar las condiciones de confort en el espacio de realización del evento, así como de los aspectos de mantenimiento ligados al mismo que afecten a la sostenibilidad del mismo o de la disposición de elementos que ayuden a ello.</p>

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
ESTABLECIMIENTO DE LOS FACTORES BÁSICOS EN LOS LUGARES DE CELEBRACIÓN	Se está hablando, por ejemplo, de establecer unos límites en la climatización, del uso de iluminación natural, de la existencia de contenedores que permitan la recogida selectiva de residuos o de la existencia de un programa de mantenimiento de las instalaciones de iluminación o de agua.
INFORMACIÓN PREVIA DIRIGIDA A ASISTENTES	Se han de dar a conocer a los asistentes la caracterización del evento como sostenible y las posibilidades que tienen en sus manos para contribuir al mismo. Toda esta información se puede incluir en las comunicaciones previas al evento.
CONTRATACIÓN	Se pueden plasmar los requisitos especiales del evento para los proveedores a través de las cláusulas de contratación. De este modo se plasman los compromisos que adquieren los proveedores con la organización del evento. Estos requisitos pueden ser contar con una determinada certificación ambiental o social, cumplir con unos requisitos de recogida y gestión de los residuos generados, proveer un determinado tipo de productos más sostenibles, etc.
ESTIMACIÓN DE LA NECESIDADES MATERIALES Y HUMANAS PARA EL DESARROLLO DEL EVENTO	Una estimación ajustada a las necesidades reales del evento permitirá una mayor optimización en los recursos, que siempre resultará en un evento más eficiente en los términos que se haya fijado. La eficiencia se traduce, no sólo en una disminución de los impactos negativos, sino también en un ahorro de costes (reducción de consumos, reducción de los residuos a gestionar, etc.).
SELECCIÓN DE LOS MATERIALES A ENTREGAR A LOS ASISTENTES	Son una parte importante de la información que se transmite en la realización del evento. Los formatos en los que se intercambia pueden ser variados con lo que existen muchas posibilidades para mejorar la sostenibilidad del evento. Se habrá de apostar por materiales más sostenibles y ajustarlos a las necesidades reales de los asistentes.

6.4.- LA FASE DE CELEBRACIÓN

Es la fase en la que se ponen en marcha muchas de las actividades que se han definido anteriormente. A la vez, es una fase en la que se han de controlar todas esas actividades y se debe hacer frente a los imprevistos que surjan en la misma. En cualquier caso, los criterios de sostenibilidad deben estar presentes en todas las decisiones o actividades que se emprendan en este momento al igual que en el resto del evento.

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
<p>DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL CONTENIDO DEL EVENTO DIRIGIDA A ASISTENTES</p>	<p>Las ponencias y cualquier información adicional es el objetivo de la realización del evento, por lo que la forma en la que se da acceso a la misma es parte del compromiso del evento con la sostenibilidad. En la actualidad, por ejemplo, es común prescindir de entregar las ponencias en formato papel y emplear dispositivos electrónicos o facilitar la descarga a través de internet. Son fórmulas con menores impactos y que permiten que sea el asistente quien gestione la información y pueda hacer uso de ella.</p>
<p>PARTICIPACIÓN DURANTE EL EVENTO</p>	<p>Se pueden facilitar fórmulas alternativas a la tradicional asistencia presencial para la participación en los diferentes apartados del evento. De este modo, se favorece la difusión de los contenidos, se da acceso a un rango más amplio de personas pero sin poner en compromiso la sostenibilidad del evento. Un ejemplo es la utilización de videoconferencias, foros o comunidades virtuales.</p>
<p>INFORMACIÓN SOBRE LOS MEDIOS DE TRANSPORTE</p>	<p>La selección de unas instalaciones por su ubicación debe estar respaldada por la difusión de las características de la misma que favorecen esa decisión como es la existencia de medios de transporte público.</p>
<p>INFORMACIÓN SOBRE LOS MEDIOS DE TRANSPORTE</p>	<p>Es conveniente informar de este aspecto para que siempre que sea posible los asistentes utilicen estos medios. Además se pueden facilitar transportes colectivos para las personas asistentes para aquellos movimientos realizados durante el evento.</p>

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
MEDIDAS DE CONTROL	Son las medidas que van a asegurar que lo planeado se está realizando conforme a lo previsto. Estas medidas incluyen aspectos muy diferentes como el control de la temperatura del lugar de celebración, la revisión del apagado de los aparatos electrónicos una vez que se han dejado de usar, etc.
MEDIDAS DE INFORMACIÓN A LOS ASISTENTES	Durante el evento, las acciones que repercutan en la sostenibilidad del evento han de ser conocidas por todas las partes implicadas. Así se deberá controlar que las señalizaciones sean las adecuadas o que se da respuesta a las consultas realizadas.

6.5.- LA FASE DE DESMONTAJE Y EVALUACIÓN

Es la fase en la que se cierra la realización del evento. Es el momento de medir y evaluar, por lo que es también la fase en la que se determina la sostenibilidad final del evento.

No se ha de perder de vista que, aunque la celebración del evento en sí ha finalizado, todavía quedan actuaciones que completar desde cualquiera de los participantes en el mismo: promotores, proveedores, asistentes, ponentes, etc.

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
INFORMACIÓN A POSTERIORI QUE SE DIFUNDE	Se han de seguir los mismos criterios que durante todos los procesos anteriores ligados a la difusión de información del evento. Así, si hay que realizar comunicaciones finales sobre el evento, estas se harán de la misma forma que se han realizado durante todo el evento. O si hay que facilitar información a posteriori a los asistentes, se seguirán también los mismos criterios.
CONTROL DEL DESTINO DE LOS MATERIALES USADOS UNA VEZ FINALIZA EL EVENTO	Se debe asegurar que el destino final de los desechos y materiales, decoración, alimentos, etc. tienen el uso final que se había planeado para ello. Por ello es uno de los momentos en los que hay que verificar que las personas o empresas dedicadas a la recogida de los residuos realizan las labores contratadas conforme a los requisitos establecidos.

ACTIVIDAD/DECISIÓN	ES IMPORTANTE POR...
REALIZACIÓN DE LAS MEDIDAS DE CONTROL	Al finalizar el evento, es cuando hay que proceder a determinar los valores alcanzados en aquellos objetivos que puedan ser medibles. Por ejemplo, se puede determinar si la producción de residuos se ha ajustado a lo previsto o se puede determinar si el número de horas dedicadas a actividades de voluntariado ha alcanzado el valor esperado.
CONTROL DEL DESTINO Y GESTIÓN DE LOS MATERIALES REUTILIZABLES	Cada vez de manera más frecuente, se reutilizan elementos de un evento para otros. Pueden ser los soportes de materiales de señalización, stands o folletos se reutilicen para posteriores eventos. Por ello se debe controlar que se recojan adecuadamente y que se almacenen en los lugares adecuados para su posterior utilización.
GESTIONES ADMINISTRATIVAS FINALES PARA EL CIERRE DEL EVENTO	Es el momento en el que se produce la gestión de facturas y cobros. Se deberán facilitar los medios para que las gestiones se realicen minimizando el uso de recursos. En este ámbito tiene cabida la emisión de facturas electrónicas y favorecer las comunicaciones a través de correo electrónico.

PROPUESTA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EVENTOS SOSTENIBLES Y RESPONSABLES



7

Para hacer la propuesta de buenas prácticas se va a considerar cada una de las áreas en las que se pueden dividir las diferentes acciones a llevar a cabo en un evento. La clasificación realizada comprende las siguientes áreas:

- Administración y organización del evento
- Transporte
- Instalaciones y espacios de celebración
- Proveedores de materiales y servicios. Consumo responsable
- Restauración y catering
- Asistentes/participantes
- Destino
- Difusión y comunicación del evento y de las iniciativas de sostenibilidad

Se ha hecho esta distinción en áreas para delimitar las acciones a determinados entornos en los que las actuaciones a llevar a cabo son similares o para agruparlas en conjuntos en los que los fines de las medidas son similares.

Ha de tenerse en cuenta que algunas buenas prácticas aparecen en varios apartados. Esto se debe a que una misma acción puede tener consecuencias sobre la sostenibilidad en diferentes áreas.

7.1.- ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL EVENTO

Los aspectos relacionados con esta área se centran sobre todo en las actuaciones que se pueden llevar a cabo para evitar los impactos que se producen en el trabajo en una oficina ya sea por parte de los promotores del evento, de los encargados de la organización del mismo o de los gestores de los espacios en los que vaya a tener lugar.

Son impactos relacionados con los consumos de energía, agua y materiales de oficina (papel, tóner), la producción de residuos, los impactos en los desplazamientos para las reuniones de coordinación, etc. Es una de las partes menos visibles del evento, pero es la que implica a todos aquellos elementos que forman parte de la organización del mismo, por lo que es necesario que la implicación demostrada a partir de las buenas prácticas comience desde este área.

Muchas de las Buenas Prácticas coinciden con las que son de aplicación en los lugares de celebración del evento.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Formación e información de todos los miembros implicados en la organización de las características del evento y criterios que se van a seguir en materia de sostenibilidad.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Control de la temperatura y climatización en las oficinas en las que se desarrollan las labores de organización del evento, manteniendo los valores entre 20 y 26°C, dependiendo de la época del año.

Racionalización del consumo energético apagando las luces en recintos vacíos y los aparatos que no estén usándose, evitando que queden en "stand by".

Emplear siempre que sea posible la iluminación natural.

Utilización de dispositivos de iluminación con menor consumo energético como bombillas de bajo consumo.

Utilización de equipamientos electrónicos con acreditación de eficiencia energética.

Empleo de materiales reciclados siempre que sea posible, con acreditación de calidad ambiental (FSE por ejemplo para papel y cartón) o que permitan la reutilización (portaminas en lugar de lápices, pilas recargables en lugar de desechables, pizarras blancas en lugar de blocks).

Recogida selectiva de los desechos prestando especial atención a aquellos que tienen tratamientos especiales como los tóner y cartucho de impresión o las pilas, y a aquellos que pueden ser reciclados como el papel y el cartón.

Establecer políticas de impresión en doble cara, blanco y negro y en opción económica, para reducir el consumo de papel y de tóner.

Fomentar la sustitución de los documentos impresos por información en formato electrónico.

Fomentar el uso, siempre que sea posible, de medios de transporte menos contaminantes (transporte público, tren en lugar de avión, etc.) para el traslado a los lugares de reunión para la coordinación del evento o la puesta en contacto con proveedores.

Reducir el número de reuniones presenciales sustituyéndolas por videoconferencias que eviten el traslado de los miembros de la organización del evento.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Facilitar toda la información posible a través de medios electrónicos evitando la impresión y envío de documentos en papel.

Realizar de forma preferente los contactos, solicitudes de presupuestos, formalización de inscripciones, confirmación de asistencia, etc. a través de medios electrónicos para evitar el uso de papel.

7.2.- TRANSPORTE

Este apartado se centra en las acciones relacionadas con el transporte que se produce antes, durante y después del evento.

Por lo tanto, se incluyen los movimientos del comité organizador, de los asistentes y ponentes, asociados a las visitas técnicas o del programa social o de mercancías y servicios logísticos.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Reducir el número de viajes a través de la realización de reuniones por video o videoconferencia.

Determinar las emisiones de gases de efecto invernadero originadas con el transporte y ofrecer la posibilidad de compensarlas a través de diferentes iniciativas, tanto para asistentes, como para el evento en general.

Emplear productos y proveedores locales que reduzcan las distancias a recorrer hacia el evento.

Emplear de manera preferente el tren en lugar del avión siempre que sea posible.

Proporcionar información de las diferentes formas de acceder al lugar de celebración.

Habilitar lugares para el aparcamiento de bicicletas fomentando este tipo de transporte.

Fomentar el uso compartido de taxis o habilitar un autobús lanzadera para el traslado de los asistentes.

Limitar el número de aparcamientos de uso individual a las personas que no puedan acudir a la sede por otros medios.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Seleccionar el lugar para la celebración del evento teniendo en cuenta las posibilidades de acceder a él por medio de transporte público.

Seleccionar la sede en función de localización del mayor número de potenciales asistentes al evento para evitar el desplazamiento de estos.

Seleccionar alojamientos que estén lo más próximos posible a la sede para evitar el movimiento de personas en el lugar de celebración.

7.3.- INSTALACIONES Y ESPACIOS DE CELEBRACIÓN

En lo que se refiere a las instalaciones y los espacios de celebración de los eventos, hay que hablar de las sedes de realización del evento, de los lugares en los que se van a desarrollar las actividades complementarias y de los hoteles que alojarán a los participantes.

Para estas instalaciones se tendrán en cuenta criterios relacionados con la accesibilidad, conexiones, gestión energética, del agua y de los residuos, puesta en marcha de buenas prácticas ambientales, etc.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Selección de sedes y hoteles u otros alojamientos que tengan alguna certificación ambiental o que lleven a cabo buenas prácticas ambientales.

Selección de lugares de celebración que se ajusten al número de asistentes para evitar el desaprovechamiento de espacios y de recursos.

Elección de espacios que estén integrados en las redes de comunicación y que permitan el acceso por transporte público.

Verificación del cumplimiento de los requisitos de accesibilidad en los espacios seleccionados.

Señalización de los recorridos y accesos para personas con movilidad reducida.

Previsión y contratación de servicios de traducción al lenguaje de signos para personas con necesidades sensoriales especiales.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Siempre que sea posible, selección alojamientos que estén próximos al recinto para la celebración.

Utilización en la medida de lo posible los recursos técnicos existentes en el lugar de celebración para evitar la contratación externa de servicios.

Control de la temperatura y climatización en el recinto en el que tiene lugar el evento, manteniendo los valores entre 20 y 26°C, dependiendo de la época del año.

Selección de espacios en los que se pueda hacer uso de la iluminación y ventilación natural.

Establecimiento con el equipo técnico de los recintos las acciones relacionadas con el encendido y apagado de los espacios dependiendo del uso que se vaya a dar a cada uno de ellos.

Control de la información sobre buenas prácticas de consumo de energía y agua en las sedes y hoteles seleccionados.

Selección de lugares de celebración que cuenten con prácticas para el ahorro de energía tales como aparatos con certificación energética, uso de bombillas de bajo consumo, recintos con regulación independiente de la climatización y la iluminación.

Selección de lugares de celebración que cuenten con prácticas para el ahorro de agua, tales como cisternas de doble carga, difusores en grifos, riego por goteo o uso de agua reciclada en jardines.

Acuerdo con la sede o los alojamientos para facilitar la recogida selectiva de los residuos generados durante el evento.

Verificación de la existencia y señalización de los contenedores de recogida selectiva.

Establecimiento de procedimientos para la medida del consumo energético.

Establecimiento de procedimientos para la medida del consumo de agua.

7.4.- PROVEEDORES DE MATERIALES Y SERVICIOS. CONSUMO RESPONSABLE

En este apartado se incluyen todos aquellos aspectos relacionados con la realización de adquisiciones de manera responsable y sostenible y teniendo en cuenta las necesidades reales de materiales y servicios. También se contempla el destino final dado a los materiales una vez finaliza el evento ya que ha de analizarse el consumo responsable desde la perspectiva del ciclo de vida de los productos y servicios.

Se incluyen los proveedores como parte del consumo responsable realizado durante el evento, ya que son parte de la cadena de valor del mismo.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Establecimiento de criterios para el análisis de proveedores desde una perspectiva sostenible y responsable.

Comunicación de los criterios de sostenibilidad a aplicar para la selección de proveedores.

Inclusión de cláusulas de sostenibilidad en los pliegos de contratación cuando sea posible.

Selección de proveedores locales para que la realización del evento tenga impactos sociales y económicos positivos en el lugar de celebración.

Selección de proveedores que tengan una certificación ambiental o que hayan puesto en marcha buenas prácticas ambientales.

Control sobre el cumplimiento por parte de los proveedores de los requisitos de sostenibilidad establecidos.

Selección de objetos de regalo de origen sostenible, que tengan utilidad y no se conviertan en un residuo una vez finalizado el evento.

Determinación de las necesidades reales de materiales para los asistentes.

Entrega sólo de los materiales que sean realmente necesarios.

Selección de materiales de bajo impacto: reciclados o de origen sostenible evitando aquellos que sean difícilmente reciclables o altamente contaminantes.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Correcta gestión de los residuos procedentes de los embalajes de los materiales del evento.

Sustitución de la información a participantes en papel por la entrega en formato electrónico (CD o pendrive) o dando la posibilidad de la descarga a través de una página web del evento.

Selección de elementos de señalización con soportes o elementos reciclados, naturales y reutilizables.

Elaboración de las acreditaciones en papel reciclado y con elementos reutilizables.

Recuperación de aquellos materiales que puedan ser utilizados en otro evento.

Entrega de los materiales sobrantes a alguna asociación.

Disposición de contenedores para la recogida selectiva de residuos y materiales sobrantes.

7.5.- RESTAURACIÓN Y CATERING

En esta área se incluyen todas aquellas actuaciones relacionadas con el servicio de alimentos y bebidas durante el evento.

Los aspectos en los que hay una mayor incidencia a este respecto son los que se asocian a la gestión de residuos, a la aplicación de buenas prácticas ambientales, a la localización de las empresas contratadas para estos fines y a un consumo responsable de productos por parte de las mismas.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Ajustar la cantidad de comida al máximo a la asistencia al evento.

Utilizar de forma preferente proveedores locales, de temporada y de cultivos ecológicos.

Contemplar las necesidades especiales de los asistentes como menús vegetarianos o para alérgicos.

Incluir entre los productos servidos alimentos o bebidas de comercio justo.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Seleccionar la empresa de restauración bajo unos criterios de sostenibilidad y cumpliendo con algún estándar o con un sistema de gestión ambiental implantado.

Vigilar el cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad establecidos para la empresa de restauración.

Informar a los asistentes de las características sostenibles de los alimentos y bebidas servidos.

Realizar la recogida selectiva de los residuos resultantes del catering con contenedores señalizados.

Uso de vajilla reutilizable o con posibilidad de ser compostada.

Emplear envases de gran volumen para servir bebidas.

Reducir el uso de productos en envases individuales.

Emplear mantelería reutilizable o con un origen sostenible como de papel reciclado.

Gestionar la donación de la comida sobrante a entidades benéficas, si es posible.

Compostaje de los residuos orgánicos generados con el evento.

No emplear productos de limpieza que puedan resultar tóxicos para el medio ambiente o con una alta permanencia en el medio.

7.6.- ASISTENTES/PARTICIPANTES

En este apartado se incluyen aquellas actuaciones relacionadas con la labor que pueden desempeñar los participantes y asistentes para ayudar a conseguir los objetivos de sostenibilidad fijados por la organización.

Se ha de mencionar que es necesaria esta implicación ya que muchas de las buenas prácticas dependen de estas personas y de la concienciación respecto a la sostenibilidad y responsabilidad social, no sólo del evento, sino en términos generales.

Por lo tanto, la sensibilización de los asistentes es uno de los pilares de una correcta gestión sostenible de un evento.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Facilitar las ponencias en formato electrónico

Uso de las nuevas tecnologías para facilitar el registro y acceso a la información del evento.

Participar en las acciones de voluntariado social o ambiental que se propongan.

Informarse de la aplicación de las medidas de sostenibilidad del evento.

Realizar la separación de los residuos conforme a lo dispuesto en el lugar del evento.

Aplicar las medidas de control de agua y energía que se propongan a través de la organización.

Realizar su traslado por medio de transporte público y/o menos contaminante.

Participar en la medición y compensación de emisiones de gases de efecto invernadero.

Recoger solo aquella información en papel que no esté disponible a través de otros medios.

7.7.- DESTINO

En esta área se hace referencia a las actuaciones que se pueden poner en marcha para reducir los impactos sociales negativos del evento y fomentar el conocimiento del lugar de celebración del evento como destino turístico o para la realización de otros eventos. Por lo tanto, son acciones que se pueden desarrollar por parte de los promotores y organizadores del evento con la colaboración de las autoridades locales y el convention bureau del destino.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Realizar las actividades complementarias dentro de la oferta existente en el destino en el que tiene lugar el evento.

Favorecer el conocimiento del destino a través de la información sobre el evento.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Reflejar las características turísticas y artesanales de la zona a través de los regalos destinados a participantes.

Facilitar información general y turística a los asistentes sobre la zona.

Promover la participación de las autoridades locales en el evento.

Incluir actuaciones que mejoren la situación social o ambiental del destino, tales como actividades de voluntariado.

Destinar parte de la cuota de inscripción al evento a asociaciones o colectivos de la zona.

Asociar la imagen del evento con la del destino.

Incluir información del evento en los medios locales.

7.8.- DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DEL EVENTO Y DE LAS INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD

Una parte fundamental en la aplicación de las medidas de sostenibilidad es saber comunicar su existencia, su razón de ser y las consecuencias que tienen la aplicación de las mismas.

Hay que tener en cuenta que estas acciones tienen lugar antes, durante y después del evento y que de ellas depende una mayor sensibilización de todas las partes implicadas en el mismo.

La imagen del evento, de los promotores y demás actores participantes puede depender de una correcta comunicación, por lo que se ha de controlar la información que se hace pública y la forma en la que ésta llega a sus destinatarios.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Realizar las comunicaciones por vía electrónica preferentemente.

Dar a conocer las acciones puestas en marcha en materia de sostenibilidad antes, durante y después del evento.

Comunicar a los asistentes las características sostenibles del evento antes de su celebración.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Facilitar fórmulas para recibir propuestas para la realización de iniciativas ligadas a la sostenibilidad del evento.

Incluir información del evento en los medios locales.

Realizar las gestiones a través de medios de comunicación que no impliquen el uso del papel.

Asociar la imagen del evento con los principios de sostenibilidad y responsabilidad social.

De manera posterior al evento, comunicar los resultados finales y la evaluación de las acciones puestas en marcha en relación con la sostenibilidad.

EL PAPEL DE LAS EMPRESAS ORGANIZADORAS PROFESIONALES DE CONGRESOS



8

Los **Organizadores Profesionales de Congresos (OPCs)** desarrollan un papel fundamental en el la puesta en marcha y realización de diferentes tipos de eventos. Un OPC es aquella empresa que tiene, como objetivos y fines, las funciones de consultoría, planificación, organización, dirección y control de congresos, ferias, convenciones y otros eventos de naturaleza análoga. También, se encarga de cualquier otra actividad que, profesionalmente, requiera el congreso, pudiéndolas llevar a cabo directamente o subcontratándolas a terceras personas o sociedades.



Figura 12: Funciones que desarrolla un OPC

Para clarificar este concepto es conveniente indicar que son **funciones de consultoría, planificación y organización**:

- El asesoramiento y la ayuda al cliente para plantear los objetivos que se desean lograr con el evento a realizar
- Proporcionar a sus clientes los locales donde vaya a celebrarse el congreso
- La planificación conjunta, con sus clientes, de fechas del evento y duración del mismo
- La ayuda al cliente en la definición del presupuesto
- El establecimiento de un plan general de todas las fases de la organización y un plan de marketing, si es necesario
- La preparación de campañas de promoción en torno a la reunión, si es necesario
- El asesoramiento sobre financiación y subvenciones de instituciones públicas o privadas y sobre las posibilidades de financiación y patrocinio de firmas comerciales
- El diseño e impresión del material promocional para la reunión

- La tramitación de los permisos administrativos correspondientes que sean necesarios para el evento
- La selección y contratación de los proveedores idóneos
- La elección del equipo técnico de medios audiovisuales
- La elección y contratación de azafatas, guías de turismo, personal técnico y auxiliar necesarios para el desarrollo del evento
- La preparación del acto inaugural, y de clausura, y de todas las cuestiones relacionadas con el protocolo
- Aquellas otras funciones de asesoramiento y organización que les sean propias y hayan asumido contractualmente

En cuanto a las **funciones de dirección y control**, un OPC se encarga de:

- La administración completa del evento, incluyendo el registro y la entrega de material a participantes, ponentes e invitados especiales
- La coordinación de la inauguración, el desarrollo de las sesiones y la clausura
- La distribución de las salas, acorde con la asistencia al congreso o reunión, y establecimiento de un sistema claro de letreros direccionales
- La realización de eventos sociales, actos de promoción, coordinación, control y ruedas de prensa u otras actividades en torno al evento
- El trabajo de secretaría y coordinación
- Aquellas otras funciones de dirección y control que les sean propias y hayan asumido contractualmente

Todas las anteriores funciones se podrán realizar de forma conjunta o parcial por lo que puede ser uno de los elementos fundamentales en el desarrollo de un evento o sólo actuar de manera puntual en el mismo.

Los OPCs actúan en una gran variedad de eventos tales como los que se indican a continuación: congresos, simposios, seminarios, mesas redondas, jornadas, ferias, exposiciones, convenciones, encuentros, reuniones de incentivos, festivales, actos públicos y privados y todo tipo de reuniones, tanto nacionales, como internacionales con carácter profesional.

Por lo tanto, un OPC forma parte del entramado que da soporte a la realización de eventos, ya sea directamente por los servicios ofrecidos, o de forma indirecta al actuar como intermediarios de otras empresas.

Partiendo de las funciones que puede desarrollar un OPC, se puede hablar de diferentes puntos en los que interviene en la toma de decisiones ya sea de forma directa o por requerimiento del cliente. De esta manera, el papel que pueden adoptar y desempeñar las empresas organizadoras profesionales de congresos permite que se fomente y generalice la realización de eventos desde una perspectiva sostenible.

Cada una de estas decisiones supone un punto en el que hay que valorar las opciones que se presentan

desde los diferentes ámbitos y ofrecer aquellas soluciones al cliente con las que se logre la máxima implicación del evento con la sostenibilidad integral del mismo desde la triple perspectiva económica, social y ambiental.

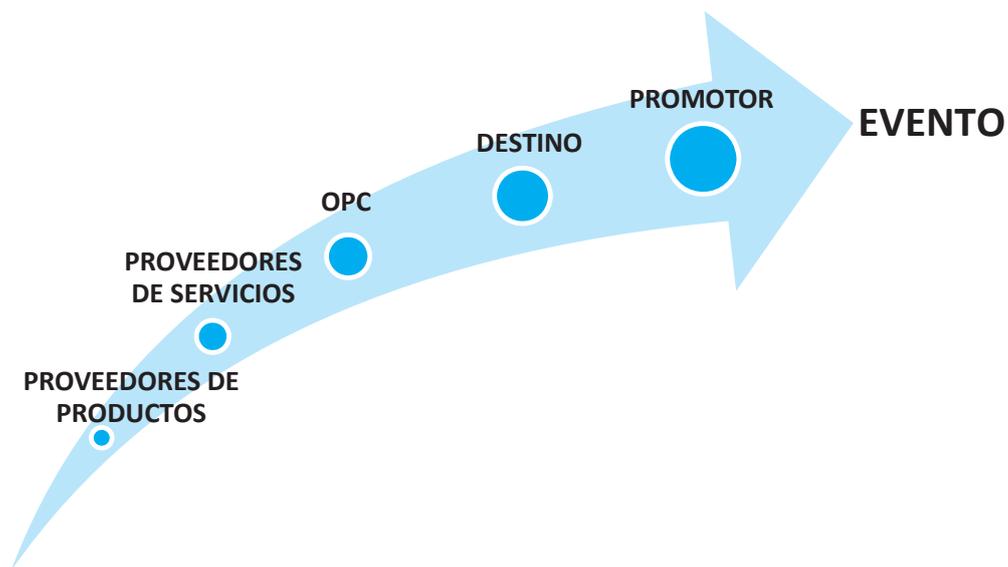


Figura 13: Algunos de los elementos que forman parte de la organización de un congreso o evento

De este modo, se puede decir que los OPCs tienen un rol muy importante en la difusión y realización de eventos sostenibles y responsables. La aplicación de las medidas y actuaciones que se han incluido en esta guía son un valor añadido por parte de estas empresas a los servicios que ofrecen y, por lo tanto, un elemento de diferenciación e innovación con respecto a la oferta generalizada.

Consecuentemente, la inclusión de criterios de sostenibilidad y responsabilidad social, tanto en los servicios prestados, como en el funcionamiento diario de la empresa, supone situarla en una posición aventajada en la carrera por la competitividad futura del sector.

CONCLUSIONES



9

Como resultado del trabajo realizado para la elaboración de la presente guía, se ha podido extraer una serie de conclusiones que se detallan a continuación:

- Los eventos sostenibles y responsables no son una moda; son una tendencia. Se ha podido constatar cómo progresivamente se están desarrollando cada vez más eventos que consideran a todas las partes interesadas en los mismos y que se guían por principios éticos universales. El cambio de actitud de las empresas, de los clientes/consumidores y de la sociedad en general determina que los eventos se adapten a las nuevas necesidades y expectativas que han surgido como consecuencia de la toma de conciencia de los impactos generados por los eventos y de la inquietud por considerar los eventos desde el punto de vista de los grupos de interés.
- Los eventos sostenibles y responsables forman parte de las políticas de empresas sostenibles y responsables. Tanto para las empresas que promueven la realización de los eventos, como para las que los organizan y/o participan en ellos, los eventos que realizan deben ser una extensión de las políticas y actuaciones que se desarrollan de manera cotidiana. Por lo tanto, cualquier empresa que se considere “responsable” ha de ser consecuente con ello poniendo en marcha y participando de manera sostenible y responsable en los eventos.
- Son un tipo de eventos rentables. Entre sus principales ventajas están la reducción de consumos y el uso más eficiente de los materiales y equipamientos, por lo que desde el principio se está considerando la reducción de costes. De manera adicional, a través de diferentes actuaciones, se tiene en cuenta la inversión realizada y se maximiza el ROI, sobre todo, en aquellos eventos planificados con fines comerciales.
- Se ha de elaborar una definición consensuada para este tipo de eventos. Aunque han sido varias las organizaciones que se han aventurado a elaborar su definición de los eventos sostenibles con resultados bastante similares, el sector de los eventos se encuentra con que no existe una descripción precisa de lo que se denominan eventos responsables. En esta guía se ha dado una posible respuesta a esta carencia, aunque es necesario que se unifiquen los criterios de definición y que se pongan en común las diferentes consideraciones sobre los elementos que forman parte de la “responsabilidad” de un evento.
- El primer aspecto que se suele tener en cuenta es la sostenibilidad ambiental. Este hecho quizás es debido a que los aspectos ambientales son los que tradicionalmente se han considerado a la hora de hablar de la sostenibilidad de los eventos. Además, en la aplicación práctica, las medidas puestas en marcha centradas en el medio ambiente son las que presentan una mayor y más directa repercusión en cuando a la reducción de costes e inversiones.
- No existen estándares ad hoc que permitan medir la sostenibilidad y responsabilidad de los eventos en su conjunto. En materia de estandarización, no se puede hablar de normas o indicadores que evalúen el grado de sostenibilidad y responsabilidad de una manera integral. Por ello, el desarrollo de elementos que ayuden a la medición del impacto de los eventos es una de las prioridades en el futuro próximo ya que pueden favorecer y facilitar el impulso de una mayor
- Con algunas excepciones, la gran mayor parte de los estándares certificables se centran en el área medioambiental, vinculando su gestión al Sistema de Calidad:

AS9100, 9110, 9120; BRC Consumer Products; BRC Food; BRC Packaging; BS 8555 STEMS; BS 25999; BSI BenchMark; OHSAS 18001; Carbon Footprint Verification; CCA Contact Centre Management; ComplytoSupply™; EMAS; EN 16001 Energy Management; GHGEV; HACCP; IRIS; ISO 9001; ISO 10002; ISO 13485; ISO 14001; ISO 20252; ISO 22000; ISO/IEC 20000; ISO 29001;

ISO/IEC 27001; ISO/TS 16949; PAS 99; PAS 220; RC14001®; SA8000; Sustainability Report Assurance; TL 9000; EFR, SGE 21: 2008; etc.

Se deberá, por lo tanto, consensuar criterios y desarrollar estándares que permitan la determinación de manera unificada de los requisitos que ha de reunir un evento para poder ser considerado como sostenible y responsable desde la triple perspectiva.

- Las acciones realizadas para evitar algunos impactos inciden positivamente en otros ámbitos: por ejemplo, emplear productos y proveedores locales reduce las emisiones de CO₂ debidas al transporte, a la vez que repercute positivamente en la economía de la zona, en la estabilidad de su empleo y en una acogida positiva al evento por parte de la comunidad local.

Otro ámbito que se ve muy influido es el relacionado con la imagen de la entidad organizadora. Las medidas que se ponen en marcha para controlar o reducir los impactos negativos de la realización de eventos, tanto en materia social como ambiental, suponen en muchos casos una visión positiva de la organización que los promueve, ya que son actuaciones acogidas como una forma de demostrar la concienciación e implicación de la organización con el entorno en el que se desarrolla.

- Cada vez existen más proveedores de productos y servicios sostenibles y socialmente responsables. Las posibilidades para contar con productos y servicios que sean acordes con la política de sostenibilidad y responsabilidad social establecida por una organización para la realización de sus eventos son cada vez mayores.

Proveedores de materiales y stands reciclados y reciclables, empresas de catering sostenible, recintos para la celebración de eventos que emplean energías renovables, alojamientos que cumplen unos requisitos de calidad y respeto al medio ambiente, proveedores de servicios basados en NNTT que agilizan las gestiones del evento y reducen los consumos de energía y otras materias primas, empresas dedicadas al marketing responsable e, incluso, organizadores profesionales de congresos que apuestan porque sus eventos cumplan con unos principios y criterios de Responsabilidad Social y Sostenibilidad son algunos de los ejemplos donde se puede encontrar la aportación y colaboración de las empresas proveedoras para lograr eventos sostenibles y responsables.

- Las administraciones públicas están exigiendo ya en los concursos la demostración y/o realización de prácticas de RSC. Las licitaciones llevadas a cabo por las administraciones públicas incluyen entre sus exigencias el cumplimiento de una serie de requisitos ligados a la realización de actuaciones en materia de sostenibilidad y Responsabilidad Social. De este modo, la contratación pública está concienciando y favoreciendo el desarrollo y progresiva implantación de este tipo de criterios en las organizaciones que aspiren a actuar como proveedores de productos o servicios.
- Destaca el papel de los OPCs como prescriptores de la realización de eventos de este tipo y en la toma de decisiones para la organización de los mismos. El rol de los OPCs en el desarrollo de un evento no tiene porqué limitarse al de ser meros canalizadores de las exigencias del cliente que los contrata.

Estas organizaciones desarrollan un rol dentro de la cadena de valor del evento que los caracteriza como prescriptores o sugeridores de conductas y decisiones que afectan a la sostenibilidad y responsabilidad final del evento. En esta situación privilegiada, un OPC que cuente con una política de RSC en el seno de su organización deberá difundir y sensibilizar, en la medida de lo posible, sobre la importancia de la adopción de decisiones y medidas que favorezcan la realización de eventos social, ambiental y económicamente conscientes de sus impactos.

ANEXOS



10

10.1.- GLOSARIO DE TÉRMINOS

DESARROLLO SOSTENIBLE:

Es aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin poner en peligro la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras. Fue definido por primera vez en el Informe "Nuestro futuro común" o Informe Brundtland de las Naciones Unidas en 1987.

EVENTO SOSTENIBLE:

Es aquel evento que se diseña, gestiona y lleva a cabo siguiendo los principios del desarrollo sostenible. Esto quiere decir que los eventos organizados por las generaciones actuales deben minimizar el uso de recursos naturales y los impactos, para así garantizar que habrá suficientes recursos para seguir celebrando eventos en el futuro.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA:

"Integración voluntaria de las consideraciones medioambientales y sociales en las actividades empresariales, además de las exigencias jurídicas y las obligaciones contractuales" (Comisión Europea, 2006)

EVENTO RESPONSABLE:

Es aquel que se planifica y desarrolla siguiendo los principios de responsabilidad social, es decir:

- Considera a los grupos de interés de la organización y del evento.
- Se realiza de forma voluntaria.
- Se desarrolla siguiendo una serie de principios éticos universales que incluyen el respeto de los derechos humanos.
- Su puesta en marcha responde al desarrollo del modelo de gestión responsable y sostenible de la organización que los promueve.
- Tiene en cuenta las consecuencias de en el entorno social, económico y ambiental tanto inmediato como general.
- Tiene entre sus objetivos fomentar y realizar una aportación al desarrollo sostenible a través del evento.
- Es una herramienta para la transparencia de la organización de cara a sus stakeholders y a la sociedad en general.

GASES DE EFECTO INVERNADERO:

Son los gases cuya presencia en la atmósfera contribuye al efecto invernadero, fenómeno por el cual determinados gases, que son componentes de una atmósfera planetaria, retienen parte de la energía que el suelo emite por haber sido calentado por la radiación solar. Los más importantes están presentes en la atmósfera de manera natural, aunque su concentración puede verse modificada por la actividad humana. Entre los principales gases causantes de este fenómeno se encuentra el CO₂ que tiene su origen en procesos de combustión y en el transporte.

ETIQUETA ECOLÓGICA EUROPEA:

La Etiqueta Ecológica Europea constituye una parte importante de la política comunitaria de instrumentos voluntarios de ayuda a las empresas y a los consumidores para mejorar su actuación ambiental. El objetivo es promover productos que pueden reducir los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos de su misma categoría, contribuyendo así a un uso eficaz de los recursos y a un elevado nivel de protección del medio ambiente. La consecución de este objetivo se efectúa proporcionando a los consumidores orientación e información exacta, no engañosa y con base científica sobre dichos productos.

MARCA Q DE CALIDAD TURÍSTICA:

La Marca Q, el elemento más visible de todo el Sistema, cuya denominación genérica es 'Calidad Turística Española', y es común a cualquier actividad relacionada con los servicios o productos turísticos. El ICTE administra y gestiona en exclusiva dicha Marca emitiendo en su caso la correspondiente actualización para su uso y vigilando la adecuada utilización.

La Marca de Calidad Q cumple con una serie de características aportando prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigor a los establecimientos turísticos certificados.

- Prestigiosa, la Marca demuestra el compromiso del establecimiento certificado por alcanzar la plena satisfacción del cliente, cubriendo las necesidades y superando sus expectativas, ofreciéndole un servicio excelente.
- Diferenciadora, La Marca sólo podrá obtenerse por aquellos establecimientos que aseguren unos niveles de calidad establecidos por la Norma de Calidad de Servicios.
- Fiable, porque los mecanismos utilizados para evaluar el cumplimiento o no de los requisitos solicitados por las Normas son independientes del propio sector y están diseñados de acuerdo a la normativa intersectorial.
- Rigurosa, porque para obtenerla es imprescindible superar unas pruebas de carácter objetivo establecidas en los Reglamentos y Normas.
- Promoción, ante los consumidores por las administraciones.

NORMAS ISO:

Son todas aquellas normas que emanan de la Organización Internacional para la Estandarización. Por su carácter internacional, son normas cuya finalidad principal es orientar, coordinar, simplificar y unificar los usos para conseguir menores costes y efectividad.

RECICLADO:

Es un proceso que consiste en someter a un proceso fisicoquímico y/o mecánico a una materia o un producto ya utilizado a un ciclo de tratamiento total o parcial para obtener una materia prima o un nuevo producto.

REUTILIZACIÓN:

Es la acción de volver a utilizar los bienes o productos. La utilidad puede venir para el usuario mediante una acción de mejora o restauración, o sin modificar el producto si es útil para un nuevo usuario.

COMPENSACIÓN DE EMISIONES:

Consiste en la participación y apoyo a acciones que reduzcan y capten CO₂ de la atmósfera para contrarrestar las emisiones de este gas producidas con la realización de actividades.

COMERCIO JUSTO:

Es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores. Los principios que defiende el comercio justo son:

- Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias y funcionan democráticamente.
- Libre iniciativa y trabajo, en rechazo a los subsidios y ayudas asistenciales.
- Rechazo a la explotación infantil.
- Igualdad entre hombres y mujeres.
- Se trabaja con dignidad respetando los derechos humanos.
- El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas.
- Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse.

- Se valora la calidad y la producción ecológica.
- Cuidar del medio ambiente
- Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores.
- Se informa a los consumidores acerca del origen del producto.
- El proceso debe ser voluntario, tanto la relación entre productores, distribuidores y consumidores.

10.2.- FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS

RECURSOS DOCUMENTALES

BS 8901:2009 "Specification for a sustainability management system for events". British Standards Institute. 2009

Eventos sostenibles. Documento final del Grupo de trabajo GT-ESOS. IX Congreso Nacional de Medio Ambiente.2009

Green Meetings Report. Convention Industry Council. 2004

Guía de congresos más sostenibles. Colección de guías de educación ambiental. Número 35. Ayuntamiento de Barcelona. Área de Medio Ambiente.2010

Guía para la organización de eventos sostenibles. Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra. 2008

Guía para un modelo de Congreso Sostenible. Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía. 2003

Guía práctica de Responsabilidad Social Corporativa. Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía. 2008

It's Easy Being Green! Environmental Protection Agency (EEUU) 1996

Norma UNE 189001:2006 para Servicios Turísticos de Intermediación. Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

Organización de eventos sostenibles. Agencia de recursos Ambientales. Expo Zaragoza 2008. 2006
Revista Hosteltur. Nº 186. Septiembre 2009

Sustainable events guide. Department for Environment, Food and Rural Affairs. UK Government. 2007
Sustainable Events Guide. Seventeen Events. 2009

Sustainable Event Guidelines. Vancouver Convention Centre. 2009

Sustainable Sport and Event Toolkit (SSET). Comité Organizador de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Invierno de Vancouver 2010 y Academia Internacional de Ciencia y Tecnología del Deporte (AISTS). 2008

RELACIÓN DE PÁGINAS WEB CONSULTADAS Y DE INTERÉS

INICIATIVA/ENTIDAD	WEB
Conexo	www.nexotur.com/conexo
Event Planner Spain	www.eventplannerspain.com
HostelTUR	www.hosteltur.com
ICTE - Instituto para la Calidad Turística Española	www.ictes.es
Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra	www.crana.org
Asociación de Palacios de Congresos y Ferias de Andalucía	www.apcan.es
OPC Andalucía	www.proyectosycongresos.net/opcandalucia
OPC España - Federación Española de Asociaciones de Empresas Organizadoras Profesionales de Congresos	www.opcspain.org
Spain Convention Bureau	www.scb.es
Nexotur	www.nexotur.com
BlueGreen Meetings	www.bluegreenmeetings.org
British Standard Institute	www.bsi-global.com
Convention Industry Council / APEX - The Accepted Practices Exchange	www.conventionindustry.org
Eco-événement	www.eco-evenement.org
Environmental Protection Agency. EEUU	www.epa.gov
Evento plus	www.eventoplus.com
Green Power Conferences	www.greenpowerconferences.com
MPI - Meeting Professionals International	www.mpiweb.org
Organización Mundial del Turismo	www.unwto.org
The Green Meeting Industry Council	www.greenmeetings.info
Oregon Convention Center	www.oregoncc.org
Vancouver Convention Centre	www.vancouverconventioncentre.com
Cero CO2	www.ceroco2.org
Página oficial de Turismo de Copenhague	www.visitcopenhagen.com
Opportunity Green	www.opportunitygreen.com
Página oficial de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Londres 2012	www.london2012.com
International Organization for Standardization	www.iso.org

