

CHILE POR UN TURISMO SUSTENTABLE

Manual de Buenas Prácticas

**CONGRESOS,
FERIAS Y EVENTOS**



SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento
y Turismo

Gobierno de Chile

CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE

Manual de Buenas Prácticas - Congresos, Ferias y Eventos
1ª Edición: Diciembre de 2012
ISBN: 978-956-8800-09-3

CRÉDITOS:

Esta publicación fue realizada
gracias al aporte de TRANSBANK S.A.

EQUIPO REVISOR:

SERNATUR
FEDETUR
SUBSECRETARÍA DE TURISMO
MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE
SANTIAGO CONVENTION BUREAU

DESARROLLADO POR:

TURISTIKO® consultores
www.turistikocl

FOTOGRAFÍAS:

Banco de Imágenes SERNATUR
Banco de Imágenes Turismo Chile
Martín Edwards
Juan Jaeger
chile365.cl
Eventual Chile
TURISTIKO® consultores

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO®

Los contenidos de este manual no pueden ser reproducidos total o parcialmente, sin la autorización de SERNATUR. Las solicitudes y consultas sobre los derechos de reproducción deben ser dirigidas a la Fiscalía del Servicio Nacional de Turismo (fiscalia@sernatur.cl).

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR

Av. Providencia 1550, Providencia, Santiago - Chile.
Tel: (+56 2) 731 8310 / (+56 2) 731 8313
Código postal 7500548
E-mail: contacto@sernatur.cl
www.sernatur.cl

Federación de Empresas de Turismo de Chile - FEDETUR

Coimbra 110, Of 302, Las Condes, Santiago - Chile
Tel: (+56 2) 229 25 90
Fax: (+56 2) 220 24 21
E-mail: info@fedetur.org
www.fedetur.org

 Este Manual ha sido impreso en
papel reciclado para proteger el
medio ambiente.

Esta publicación ha sido posible
gracias al aporte de

transbank[™]
APOYANDO NEGOCIOS

CHILE

POR UN TURISMO SUSTENTABLE



ACRÓNIMOS

- APEX** - Accepted Practices Exchange
- BS** - British Standards
- CFE** - Congresos, Ferias y Eventos
- CGTS** - Consejo Global de Turismo Sustentable
- GEI** - Gases de Efecto Invernadero
- GMIC** - Green Meetings and Incentives Council
- GPDI** - Gasto Promedio Diario Individual
- GRI** - Global Reporting Initiative
- ICCA** - International Conventions and Congress Association
- INN** - Instituto Nacional de Normalización
- ISO** - International Standarization Organization
- MICE** - Meetings, Incentives, Conventions & Events
- MMA** - Ministerio del Medio Ambiente
- OGD** - Organización de Gestión de Destinos
- OMT** - Organización Mundial del Turismo
- ONG** - Organización no Gubernamental
- ONU** - Organización de las Naciones Unidas
- OPC** - Organizadores Profesionales de Congresos
- SCB** - Santiago Convention Bureau





Realización de APEC Chile en Espacio Riesco, Región Metropolitana

ÍNDICE

Presentación	4
Panorámica del Mercado de las Reuniones en Chile	7
El Camino hacia la Sustentabilidad	8
Manual de Buenas Prácticas para	
Congresos, Ferias y Eventos	10
¿Qué son las Buenas Prácticas?	10
¿Qué es el Manual de Buenas Prácticas y a quién está dirigido?	11
El Mercado Internacional de las Reuniones	16
El Mercado de las Reuniones en Chile	17
Burós de Convenciones en Chile	18
Sustentabilidad en Congresos, Ferias y Eventos	20
Introducción a las normas y estándares para eventos sustentables	22
10 Consejos para el desarrollo de eventos más sustentables	26
Ámbito Económico	28
Introducción	31
Viabilidad Económica	32
Prosperidad Local	34
Empleo de Calidad	36
Calidad y Satisfacción del Visitante	37
Política de Abastecimiento	38
Ámbito Socio-cultural	42
Introducción	45
Contribución al desarrollo local	46
Bienestar de la comunidad	49
Desarrollo de oferta con elementos culturales	50
Protección del patrimonio histórico-cultural	52
Ámbito Medioambiental	54
Introducción	57
Gestión del territorio turístico	58
Gestión del agua	59
Gestión de la energía	60
Gestión de los residuos	62
Conservación de la biodiversidad	65
Medición de la Huella de Carbono	66
Fuentes Adicionales de información	68
En la Web	68
Glosario de Conceptos	69



PANORÁMICA DEL TURISMO DE REUNIONES

La Región Metropolitana es la única región de Chile con capacidad para recibir reuniones sobre 3.000 asistentes.

SIMBOLOGÍA

Centro de Convenciones

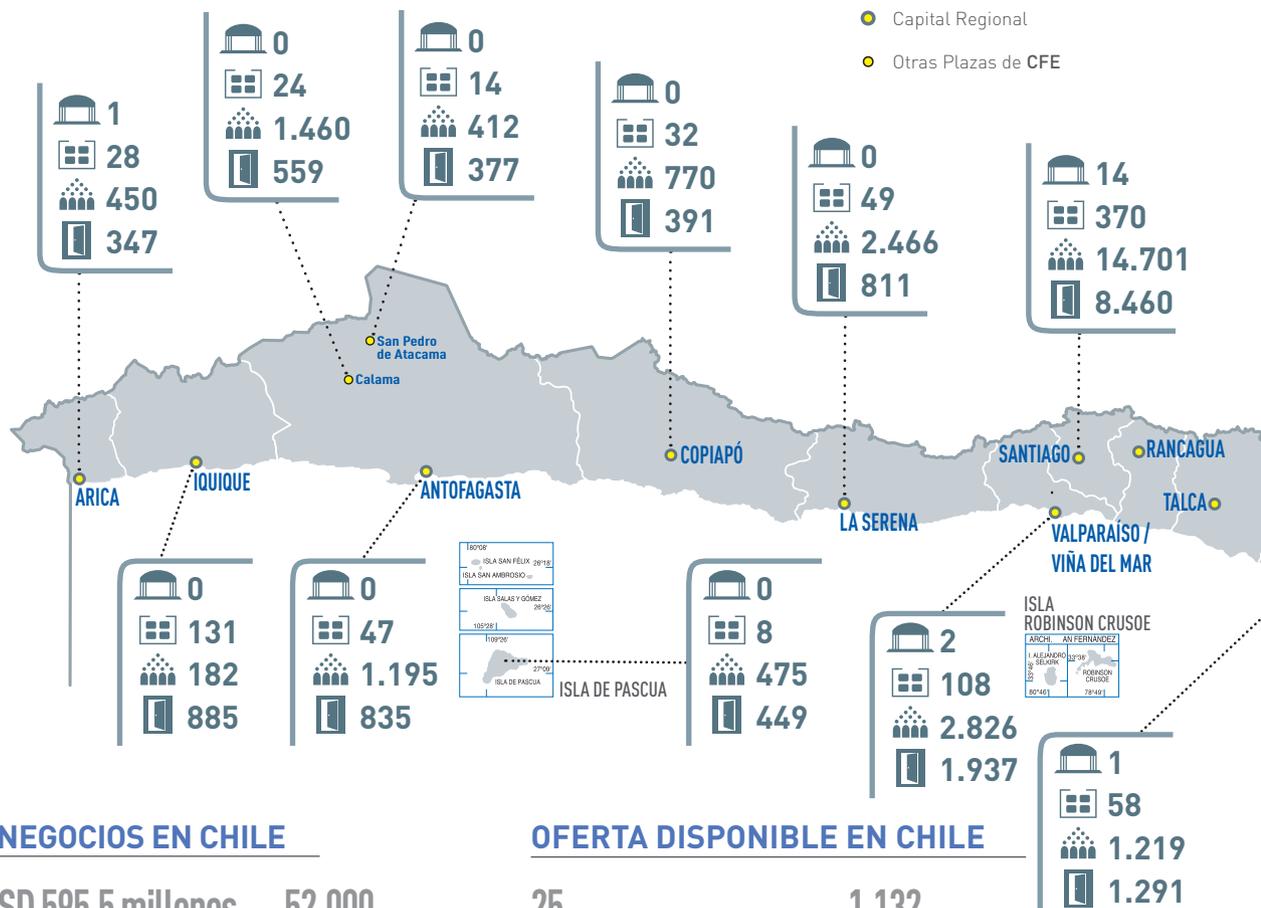
N° de Salones

Capacidad Total Personas (Formato Seminario)

N° de Habitaciones (4 y 5 Estrellas)

Capital Regional

Otras Plazas de CFE



EL TURISMO DE NEGOCIOS EN CHILE

706.014
llegadas en 2011 ¹

22,5%
del total de llegadas internacionales ⁴

USD 595,5 millones
de gasto turístico ²

USD 136,7
gasto promedio diario individual ⁵

52.000
delegados extranjeros a CFE en 2011 ³

OFERTA DISPONIBLE EN CHILE

25
centros de convenciones ⁶

28.322
capacidad total de asistentes por día a nivel nacional ⁸

1.132
salones disponibles ⁷

20.932
habitaciones 4 y 5 estrellas ⁹

EL TURISMO DE REUNIONES EN EL MUNDO

10.070

fueron las reuniones contabilizadas por ICCA en 2011 ¹⁰

US\$ 13,5

billones, el valor total del mercado ¹³

5,5

millones de participantes ¹¹

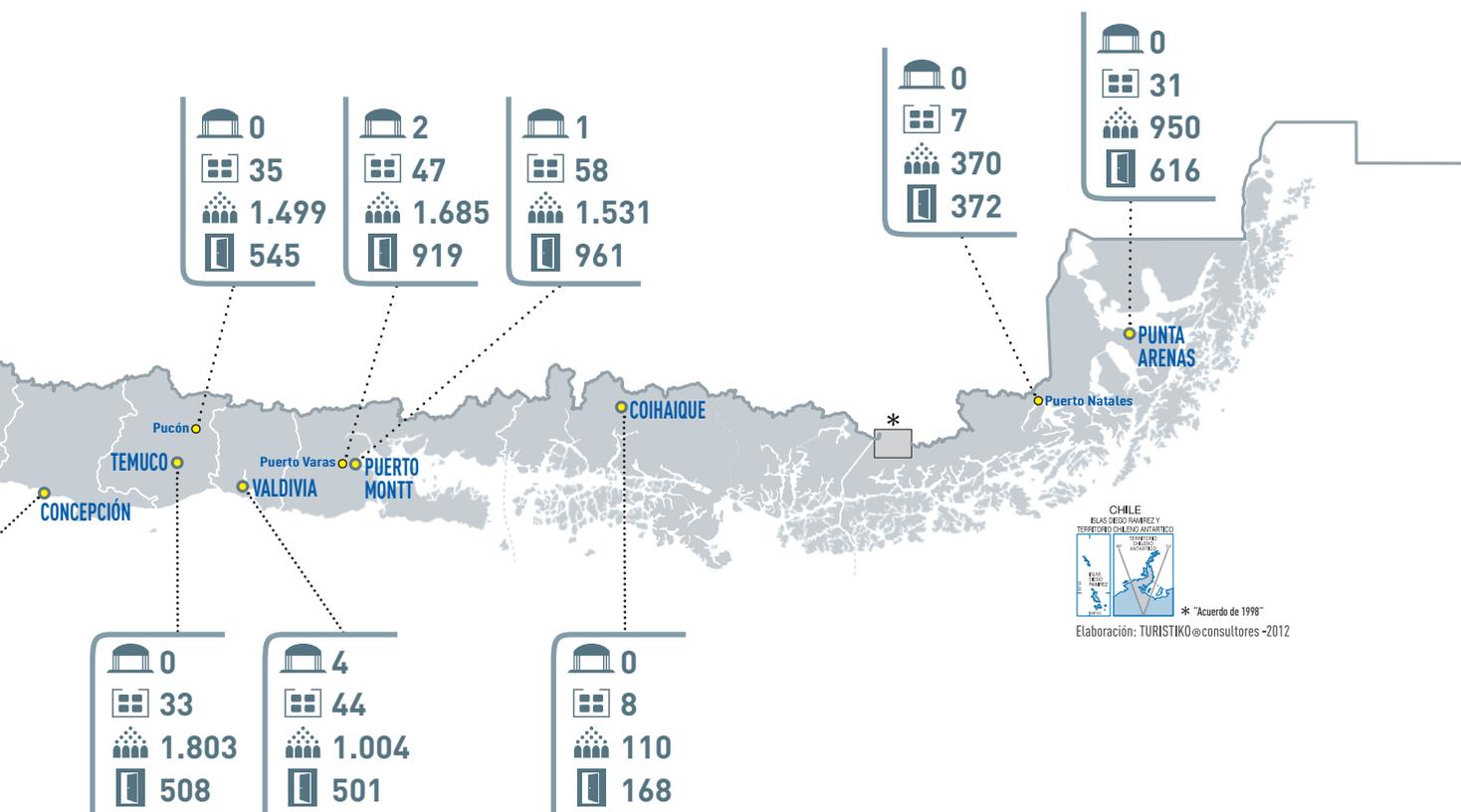
US\$ 570

es el gasto promedio diario por delegado ¹⁴

US\$ 2.487

es el gasto promedio por delegado por reunión ¹²

US\$ 561

es el valor promedio de registro por reunión ¹⁵

FUENTES:

- 1, 2, 4, 5 SERNATUR, 2011. *Comportamiento del Turismo Receptivo en Chile.*
 6, 7, 8, 9 TURISMO CHILE, 2012. *Directorio de Hoteles y Centros de Convenciones.*
 3, 10, 11, 12, 14, 15 ICCA, 2011. *Reporte Estadístico 2002-2011.*
 13 OMT, 2012. *Panorama OMT del Turismo Internacional, Edición 2012.*



EL CAMINO DE LA SUSTENTABILIDAD



Informarse

Tomar conciencia

Comprender los riesgos del Cambio Climático y cómo éstos afectan al turismo, especialmente en ambientes costeros y de montaña. La sociedad global es cada día más conciente sobre la necesidad de proteger el medio ambiente, valorar la diversidad cultural y realizar negocios de manera responsable.

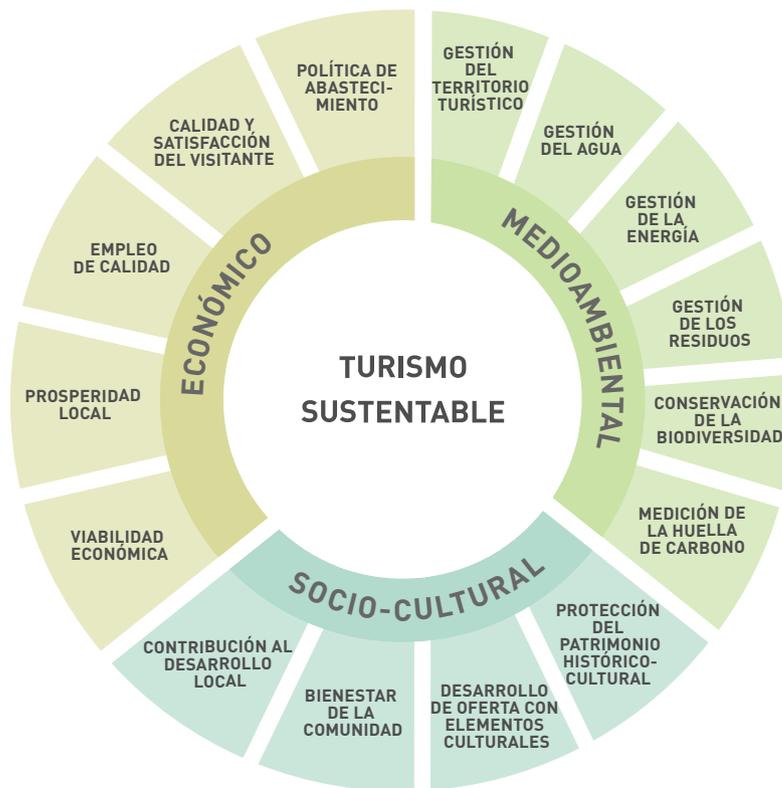
Informarse

Todo lo que se necesita saber sobre la sustentabilidad y de cómo ponerla en práctica se encuentra disponible a través de publicaciones, campañas y sitios web, entre otras fuentes.

Ver fuentes adicionales de información (pág. 70).

Ver las oportunidades

Adoptar prácticas de sustentabilidad permite ahorrar recursos, ser más competitivos frente a las exigencias del mercado y comunicar una imagen positiva del Municipio.



El **Camino de la Sustentabilidad** plantea los principales pasos que cualquier organización

y empresa vinculada al turismo debe realizar para avanzar hacia una operación sustentable.

Se trata de un proceso permanente y progresivo, que presenta beneficios en el corto y largo plazo a quienes lo implementan, a través de un mayor ahorro de costos y de un menor impacto sobre el medioambiente y las comunidades locales.

La **figura del “Camino hacia la Sustentabilidad”**, se basa en los criterios globales de sustentabilidad turística, sugeridos por el **Consejo Global de Turismo Sustentable (CGTS)**, apoyado desde su creación por la **Organización Mundial del Turismo (OMT)**. Para efectos del presente manual definiremos criterio como el “conjunto de directrices más relevantes para cada ámbito de la sustentabilidad”. Dichos criterios han sido adaptados a la realidad nacional y su implementación puede ser realizada por los diversos actores del sector turismo en Chile, sean de origen público o privado.



Actuar

Paso 1: Comprometerse

- Elaborar una Política de Sustentabilidad
- Identificar los ámbitos de acción
- Comprometer al resto del equipo

Paso 2: Actuar

- Implementar las Buenas Prácticas
- Registrar los resultados
- Involucrar a otros actores

Paso 3: Comunicar

- Informar las acciones realizadas
- Destacar los logros obtenidos
- Comunicar nuevos planes

Paso 4: Evaluar

- Analizar los resultados de un período
- Evaluar cumplimiento de metas
- Rediseñar acciones
- Incorporar nuevas prácticas



MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA CONGRESOS, FERIAS Y EVENTOS

¿Qué son las Buenas Prácticas?

Las Buenas Prácticas son un conjunto coherente de acciones, posibles de ser realizadas en diversos ámbitos y que conducen a la obtención de resultados positivos, tanto para quien las aplica como también para su entorno. Implementar Buenas Prácticas no implica necesariamente un gasto o inversión, sino que una voluntad de ejecutar acciones de manera planificada y sistemática en el tiempo.

Las Buenas Prácticas que adopten los empresarios que ofrecen infraestructura y servicios para la realización de **Congresos, Ferias y Eventos (CFE)**, resultan relevantes para la sustentabilidad del sector turismo en su conjunto, por cuanto sus operaciones están relacionadas a su vez con diversos proveedores de servicios como también con visitantes, todos los cuales pueden aplicar buenas prácticas. El objetivo final es alcanzar un equilibrio entre el crecimiento económico del turismo, el cuidado medioambiental, y la inclusión y puesta en valor de las tradiciones y valores socio-culturales de las comunidades locales.



Centro Cultural Gabriela Mistral, comuna de Santiago



¿Qué es el Manual de Buenas Prácticas y a quién está dirigido?

Al igual que cada Manual de la serie “**Chile, por un Turismo Sustentable**”, el presente documento está orientado a todos los empresarios dedicados a la promoción, planificación, organización y realización de **CFE** en Chile. Entre estos se incluyen los Organizadores Profesionales de Congresos (OPC), las productoras de espectáculos y eventos, los hoteles que poseen salones para acoger eventos, los centros de convenciones, recintos feriales y diversos prestadores de servicios complementarios. De la misma forma, este manual es de utilidad para las autoridades y comunidades locales, quienes podrán encontrar una serie de elementos útiles a considerar al momento de recibir **CFE** en sus territorios.

Cada empresario podrá examinar el presente manual, conocer y aplicar sus contenidos, ordenados según los tres ámbitos de la sustentabilidad: **económico, socio-cultural y medioambiental**. Para cada uno de ellos se mencionan casos de éxito, se entregan consejos, referencias, fuentes adicionales de información y un cuadro con un listado de acciones posibles de realizar (checklist).

Previo a este Manual, se han desarrollado otros cinco dirigidos a diferentes actores claves del turismo en Chile. Estos son: servicios turísticos en general, servicios de alojamiento turístico, tour operadores, municipalidades y servicios de alimentación (para descargarlos visite www.sernatur.cl y/o www.fedetur.org). El primer manual de la serie es genérico y está dirigido a cualquier actor clave de la industria turística nacional. El último manual de la serie se dirige a los servicios de transporte turístico en Chile, sean terrestres (urbanos e inter-urbanos), aéreos y/o marítimo-fluvial.

Simbología



Tip



Checklist



Caso de Éxito

Checklist

Las acciones descritas en los checklist se presentan categorizadas en 3 niveles de dificultad respecto a su implementación (Inversión v/s Retorno).



Baja



Media



Alta



CONGRESOS, FERIAS Y EVENTOS (CFE)



Centro de Convenciones Espacio Riesco, Región Metropolitana

Turismo de Negocios y de Reuniones

El Turismo de Negocios es la actividad turística que se produce por la realización de actividades profesionales y que genera un volumen de negocios que corresponde a más del 15% del turismo internacional¹. Éste puede ser dividido en dos grandes categorías: Individual y de Reuniones. **Es esta última categoría (Reuniones) la que constituye el principal objeto de análisis del presente manual** y que se define como el “conjunto de actividades turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocio tales como congresos, convenciones, ferias y viajes de incentivos”². El Turismo de Reuniones también es conocido como **MICE**, por su sigla en inglés (Meetings, Incentives, Congress and Exhibitions)³.

Para efectos del presente manual se han definido tres categorías: **Congresos, Ferias y Eventos (CFE)**. En tanto los Congresos y Ferias se enmarcan en el segmento MICE, los Eventos constituyen una categoría igualmente importante de abordar, pues aunque no existen estadísticas actualizadas al respecto, se han constituido en un motivo de viaje frecuente hacia y dentro de Chile. Esto resulta comprensible por la importante cantidad de eventos artísticos y deportivos de carácter nacional e internacional que el país alberga en la actualidad, tales como maratones y festivales internacionales, entre otros.

¹ OMT, 2011

² MICE Magazine

³ Reuniones, Incentivos, Congresos y Exhibiciones

Los congresos son reuniones que movilizan un gran número de personas, a menudo de otros países y generalmente afines, alrededor de un tema especializado. Se realizan periódicamente y en ellos se transmiten e intercambian conocimientos como también se debaten problemas comunes.

Las ferias son actividades comerciales que corresponden a la presentación planificada y organizada de productos y servicios alrededor de un tema específico. Es una forma de marketing directo, con el propósito de informar y promover directamente entre proveedores y consumidores, los servicios y productos de un

tema o área específica.

Los eventos comprenden la realización de reuniones masivas y localizadas, principalmente de carácter artístico y deportivo y a las que asiste un público aficionado a esas actividades. Entre estos se consideran los recitales y festivales musicales, fiestas masivas, jamborees, torneos y competencias deportivas de gran escala, entre otras.

Para comprender de forma amplia los tipos de instancias que se desprenden de cada una de estas categorías, se presenta la siguiente figura:



Elaboración: TURISTIKO@consultores-2012



Seminario Internacional CONACE



En el rubro de los CFE es posible identificar tres categorías de actores relevantes:

1. Las empresas que arriendan sus establecimientos para la realización de CFE (centros de convenciones, recintos feriales y hoteles);
2. Las empresas que producen y coordinan la realización y correcta ejecución de los CFE (OPC y productoras);
3. Las organizaciones dedicadas a la promoción y captación de CFE (Burós de Convenciones).

PRINCIPALES ORGANIZACIONES INTERNACIONALES RELACIONADAS A CFE

ORGANIZACIONES INTERNACIONALES



ICCA - INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION

Asociación Internacional de los Congresos y las Convenciones

iccaworld.org



CIC - CONVENTION INDUSTRY COUNCIL

Consejo de la Industria de las Convenciones

conventionindustry.org



GMIC - GREEN MEETINGS INDUSTRY COUNCIL

Consejo de la Industria de las Reuniones Verdes

gmic.org

OPC



COCAL- FEDERACION DE ENTIDADES ORGANIZADORAS DE CONGRESOS Y AFINES DE AMERICA LATINA

cocal.org



MPI - MEETING PROFESSIONALS INTERNATIONAL

Comunidad Internacional de Profesionales de las Reuniones

mpiweb.org



IAPCO - INTERNATIONAL ASSOCIATION OF PROFESSIONAL CONGRESS ORGANISERS

Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos

iapco.org



IAEE - INTERNATIONAL ASSOCIATION OF EXHIBITIONS AND EVENTS

Asociación Internacional de Exhibiciones y Eventos

iaee.com

FERIAS

**UFI – GLOBAL ASSOCIATION OF THE EXHIBITION INDUSTRY**

Asociación Global de la Industria de las Exhibiciones

ufi.org**AFIDA – ASOCIACION INTERNACIONAL DE FERIAS DE AMÉRICA**afida.org

CENTROS DE CONVENCIONES

**AIPC – ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PALACIOS DE CONGRESOS**aipc.org**IACC – INTERNATIONAL ASSOCIATION OF CONVENTION CENTRES**

Asociación Internacional de Centros de Convenciones

lacconline.org

ASOCIACIONES PROFESIONALES

**ACTE Global: ASSOCIATION OF CORPORATE TRAVEL EXECUTIVES**

Asociación de Ejecutivos de Viajes Corporativos

www.acte.org**ESAE – EUROPEAN SOCIETY OF ASSOCIATION EXECUTIVES**

Sociedad Europea de Asociaciones de Ejecutivos

esae.org**SITE – SOCIETY OF INCENTIVE TRAVEL EXECUTIVES**

Sociedad de Ejecutivos de los Viajes de Incentivo

siteglobal.com



LAS PRINCIPALES CIFRAS DEL MERCADO INTERNACIONAL DE LAS REUNIONES



Fuente: Reporte estadístico ICCA, 2011

- 10.070** fueron las reuniones contabilizadas por ICCA en 2011;
- US\$ 13,5** billones, el valor total del mercado;
- 5,5** millones de participantes
- US\$ 570** es el gasto promedio diario por delegado;
- US\$ 2.487** es el gasto promedio por delegado por reunión;
- US\$ 561** es el valor promedio de registro por reunión.

EL MERCADO INTERNACIONAL DE LAS REUNIONES

A escala global, el turismo de las reuniones o MICE, es el que más aumenta a nivel global, creciendo sostenidamente durante los últimos años, a una tasa promedio anual del 10% (período 2002-2011), con un gasto global de 13,5 billones de dólares en 2011. Estos datos son comunicados por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA¹, por su sigla en inglés), a través de la cual se han registrado 95.000 reuniones entre los años 2002 y 2011. De este total de reuniones, el 48% rota a nivel mundial.

De acuerdo a estudios realizados por ICCA, el turista de reuniones gasta entre 4 y 5 veces más que un turista vacacional. Dependiendo de la ciudad, el gasto promedio de un turista de reuniones es de USD 570 por día, promediando una estadía de 6 días.

En el presente, América Latina aparece como

una de las mejores opciones a nivel global para el desarrollo de este tipo de turismo de negocios, en especial en países como Brasil, Colombia y Chile, gracias a su estabilidad económica, política y social. En este sentido, Chile destaca por sobre otros países donde las condiciones de estabilidad requeridas por esta industria presentan una mayor oscilación. Santiago de Chile por ejemplo, se ha logrado posicionar entre los cuatro destinos más importantes del turismo de negocios a nivel latinoamericano, compitiendo cercanamente con ciudades como Río de Janeiro, Sao Paulo y Buenos Aires, que tienen una antigua tradición para acoger reuniones.

¹ International Congress and Convention Association: Organización privada internacional que reúne a más de 900 empresas relacionadas a CFE y que aporta las principales estadísticas del mercado global de las reuniones.

LAS PRINCIPALES CIFRAS DEL MERCADO DE LAS REUNIONES EN CHILE SON:



Fuente: Chile Convention Bureau, 2011.
ICCA, 2011.

36 es el lugar que ocupa Chile en el ranking mundial de reuniones de ICCA;

87 fueron las reuniones internacionales realizadas en Chile en 2011;

60% de las reuniones se realizan en Santiago;

55% de las reuniones dura entre 3 y 4 días;

43 es el puesto que ocupa Santiago en el ranking de ciudades de ICCA.

EL MERCADO DE LAS REUNIONES EN CHILE

Chile es un país con gran potencial para el fomento del turismo asociado a **CFE**, por cuanto cuenta con la infraestructura hotelera y de recintos necesaria para convocar tales reuniones. A su vez, destaca por su estabilidad económica, política y social, tiene presencia local de importantes empresas internacionales, así como centros de conocimiento e investigación (universidades y otros) que se han posicionado como referentes en diversas materias. Al mismo tiempo, Chile cuenta con destinos y paisajes únicos en el mundo, gratos para el desarrollo del turismo de reuniones.

Entre los años 2008 y 2010, el mercado de las reuniones creció en Chile a una tasa del 11,5%. Sin embargo, para el año 2011, presentó un decrecimiento del 7% principalmente debido al terremoto y tsunami ocurrido en febrero de 2010. Aún así, durante 2011 llegaron a Chile 706 mil turistas por motivos de negocios, quienes con un Gasto Promedio Diario Individual (GPDII) de USD 136,7 generaron divisas para el país equivalentes

a USD 595,5 millones ⁵.

Lamentablemente, la disponibilidad para realizar eventos de mayor envergadura está centralizada en Santiago de Chile, única ciudad con capacidad para recibir reuniones sobre 3.000 asistentes. Durante 2011, se realizaron en Chile un total de 87 reuniones internacionales, en las que participaron 52.000 delegados internacionales.

A nivel nacional se realiza una importante cantidad de reuniones sobre las cuales no se cuenta con información sistematizada. A través del presente Manual se hace un llamado a las organizaciones para desarrollar instrumentos y protocolos que permitan monitorear tales tendencias. En la actualidad, entre los planes de Gobierno, se considera el mejoramiento de la oferta turística realizando inversiones en infraestructura, a lo que se suma el esfuerzo conjunto público-privado para mejorar la promoción e incentivar además la inversión privada.

⁵ Comportamiento del Turismo Receptivo. SERNATUR, 2011.



Captación de eventos

De acuerdo a Turismo Chile, las claves para el crecimiento del mercado de las reuniones en el país son las siguientes:

- Cooperación Público – Privada;
- Conectividad aérea;
- Centro de convenciones y salones equipados con estándares internacionales;
- Gran capacidad hotelera 4 y 5 estrellas;
- Organizaciones especializadas en Planificación, Organización y Gestión de Reuniones;
- Servicios de apoyo: traducciones, transporte, audiovisual y catering, entre otras;
- Programa de actividades sociales y recreativas;
- Implementación de Buenas Prácticas en materia de sustentabilidad.

BURÓS DE CONVENCIONES EN CHILE

Los Burós de Convenciones son organismos de carácter público, privado o mixto, dedicados a la captación y promoción de reuniones y que ofrecen, en términos generales, los siguientes servicios:

Apoyo Técnico: recopilando estadísticas que ofrecen información sobre el turismo de **CFE** en un determinado territorio; presentando candidaturas para acoger **CFE** en determinadas ciudades chilenas; organizando visitas de inspección para mostrar la oferta de la ciudad a los organizadores; y apoyando la difusión del encuentro, por medio de material especialmente diseñado para ello.

Apoyo Institucional: bienvenida oficial, entrega de documentación turística sobre la ciudad; recepciones; asistencia en acontecimientos especiales.

En complemento a los Burós, Turismo Chile es la organización cooperativa del sector privado que promueve Chile como destino de **CFE**. El área de Turismo de Reuniones de Turismo Chile, desarrolla programas para asistir a cualquier asociación, empresa o entidad corporativa en las etapas de planificación de una convención o evento, otorgando todo el apoyo requerido para traer una reunión de negocios

a Chile. Turismo Chile provee asesoría y apoyo en los siguientes aspectos:

- Preparación de postulaciones y presentaciones;
- Financiamiento y coordinación de viajes de inspección y familiarización para conocer Chile y los principales destinos turísticos y de reuniones;
- Estructura de programas técnicos y sociales;
- Sugerencias de programas para acompañantes y alternativas de pre y post tour.
- Coordinación de reuniones y presentaciones con organizadores de ferias y eventos;
- Contactos con más de 120 proveedores expertos en turismo, como hoteles, tour operadores, cruceros y servicios oficiales regionales y locales de la industria turística.

A lo largo de Chile se han creado una serie de Burós de Convenciones, lo que permite que cada destino pueda promover y gestionar sus postulaciones de acuerdo a sus capacidades de acogida, organización e intereses. A continuación se presenta un mapa de los Burós de Convenciones que se encuentran activos en Chile al año 2012.

BURÓS DE CONVENCIONES ACTIVOS EN CHILE (2012)

A lo largo de Chile se han desarrollado un conjunto de iniciativas públicas y privadas (Burós de Convenciones u Oficinas de Convenciones), orientadas a planificar y promocionar el mercado de las reuniones. Esto resulta relevante, ya que cada destino puede gestionar sus postulaciones de acuerdo a sus capacidades de acogida y organización. A continuación se entrega un listado de los Burós de Convenciones que se encuentran activos en Chile:

Viña del Mar Convention Bureau (Región de Valparaíso)

Institución sin fines de lucro cuyo objetivo es captar eventos de congresos, convenciones y viajes de incentivo, asegurando su futura realización en Viña del Mar como ciudad sede. Perteneció a Municipalidad de Viña del Mar.

www.vdmcb.cl

Valparaíso Convention Bureau (Región de Valparaíso)

Es una organización privada, sin fines de lucro creada para fomentar, promover y servir como articulador de servicios dentro de la Industria de las reuniones. Su objetivo es colaborar con el desarrollo de las actividades de los diferentes prestadores de servicios relacionados con la industria de las reuniones para atraer eventos de congresos, convenciones y viajes de incentivo a la ciudad y región de Valparaíso, así como en el territorio insular.

www.valparaisocb.cl

Biobío Convention Bureau (Región del Biobío)

El BBCB surge el año 2004 como una iniciativa entre privados, SERNATUR y ÁSEXMA Biobío A.G. Su objetivo consiste en alinear esfuerzos en el desarrollo del turismo de negocios en la región, con la convicción de que Concepción posee la infraestructura necesaria para la realización de grandes congresos, convenciones, ferias y eventos, tanto de carácter nacional como internacional. Actualmente depende de SERNATUR.

www.descubrebiobio.cl

Visit Puerto Varas (Región de Los Lagos)

Visit Puerto Varas es un Convention Bureau conformado por los principales hoteles y empresas de la ciudad y cuya misión es posicionar Puerto Varas como destino de Congresos, Convenciones, Reuniones y Eventos. Se formó a través de un Proyecto de Fomento cofinanciado por CORFO y está constituido como una Corporación sin fines de lucro que gestiona en alianza estratégica con el sector público y privado del destino.

www.visitpuertovaras.cl

La Serena Convention Bureau (Región de Coquimbo)

Es una oficina perteneciente a la Municipalidad de La Serena, que se dedica a asesorar a instituciones y empresas organizadores de un congreso, feria o evento, apoyando los negocios con el objetivo de desarrollar con éxito la actividad programada. Su misión es realizar acciones asociadas al Chile Convention Bureau dependiente de Turismo Chile, presentando la candidatura del destino para captar y materializar la realización de congresos, ferias y eventos en La Serena.

www.laserenaconvention.cl

Turismo Chile - Reuniones (Nacional)

Turismo Chile es la organización oficial que promueve Chile como destino de Congresos, Convenciones y Reuniones. Su área de Turismo de Reuniones desarrolla programas para asistir cualquier asociación, empresa o entidad corporativa en las etapas de planificación de una convención o evento, otorgando todo el apoyo requerido para traer una reunión de negocios a Chile.

Turismo Chile provee asesoría y apoyo en los siguientes aspectos:

- Preparación de postulaciones y presentaciones;
- Financiamiento y coordinación de viajes de inspección y familiarización;
- Sugerencias de programas de pre y post tour;
- Coordinación con organizadores de ferias y eventos;
- Facilitar el contacto con más de 120 proveedores relacionados.

www.chiletourism.travel/turismo-reuniones

Santiago Convention Bureau (Región Metropolitana)

SCB es una asociación gremial sin fines de lucro, creada por empresas privadas relacionadas con el MICE, tales como hoteles, centros de convenciones, OPC, ferias y eventos, operadores de turismo especializado y empresas de logística, entre otras. Su principal objetivo es posicionar a la ciudad de Santiago como el principal destino Latinoamericano para la realización de reuniones y eventos de todo tipo, tanto a nivel nacional como internacional.

www.scb.cl





Stand de Sustentabilidad Feria Chile es Tuyo

SUSTENTABILIDAD EN CONGRESOS, FERIAS Y EVENTOS (CFE)

Según la Unidad de Sostenibilidad de las Naciones Unidas (Sustainable United Nations – SUN) del PNUMA, un evento sustentable es aquel que se organiza de forma de:

- Reducir al mínimo las emisiones de gases de efecto invernadero, como el CO2 y compensa las emisiones inevitables;
- Minimizar el consumo de recursos naturales (incluidas el agua y la energía) y adaptar la demanda a los recursos disponibles a nivel local;
- Evitar la producción de desechos cuando sea posible y reutilizar o reciclar los desechos restantes;
- Proteger la biodiversidad y los recursos hídricos, aéreos y de suelos;
- Causar un mínimo daño ambiental mientras se prepara y se lleva a cabo la reunión;
- Beneficiar a la comunidad local desde el punto de vista económico, social y ambiental, tanto durante el transcurso como después de la reunión;
- Aplicar los principios arriba mencionados también en la adquisición de bienes y servicios para la reunión, la elección del lugar, el transporte, el servicio de comidas y el alojamiento;
- Sensibilizar a los participantes, al personal, a los proveedores de servicios y a la comunidad local en relación con la sostenibilidad y comunicar claramente a todos las metas y medidas adoptadas para que el impacto ambiental sea mínimo;
- Lograr la participación, en la medida de lo posible, de anfitriones locales, autoridades regionales y nacionales, auspiciadores, grupos de ciudadanos, organizaciones no gubernamentales y expertos comerciales y técnicos a fin de cumplir con los principios mencionados y apoyarlos.

DATO: La Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible realizada en Johannesburgo en 2002 generó 322,59 toneladas de desechos y 136.000 toneladas de emisiones de carbono, lo que equivale, aproximadamente, a la mitad de los desechos recolectados cada mes en el centro de Johannesburgo y a la mitad de las emisiones diarias de carbono

relacionadas con combustibles fósiles de Sudáfrica. En 10 días se utilizaron alrededor de 25 toneladas de papel, 11.800 Kl de agua y 2.485 MWh de electricidad (suficientes para abastecer a 672 personas durante un año). **A partir de este evento, se creó la norma COP 15 de ONU para fomentar el desarrollo sustentable de tales eventos.**

A continuación se presenta una figura que ilustra siete aspectos importantes de considerar por empresarios ligados a CFE, para hacer reuniones más sustentables.





INTRODUCCIÓN A LAS NORMAS Y ESTÁNDARES PARA EVENTOS SUSTENTABLES

Actualmente existen al menos cuatro iniciativas internacionales de estandarización en relación a los eventos sustentables, todas de carácter voluntario y que se encuentran publicadas o en fase de desarrollo.

Para 2012, se espera que cada uno de estos estándares se encuentre disponible en el mercado para apoyar a los planificadores, organizadores y proveedores de la industria de las reuniones en el proceso de organización de eventos sustentables.

Es importante tener en cuenta que las normas antes mencionadas abordan la sustentabilidad desde diferentes enfoques y por lo tanto pueden ser utilizadas de forma complementaria (incluso con otras de carácter local).

Las normas BS8901:2009 y la ISO20.121, son Sistemas de Gestión orientados a contribuir en el proceso de organización de un evento o reunión. La norma APEX/ASTM establece las definiciones de acciones específicas para medición y operación que deben aplicarse en un evento de carácter sustentable.

Finalmente, las directrices Global Reporting Initiative (GRI) tienen como objetivo informar sobre cómo reportar los impactos de un evento.

Las principales normas aplicables a los eventos sustentables se detallan en la figura ubicada a la derecha:

PRINCIPALES NORMAS DE SUSTENTABILIDAD PARA CFE



Estas normas pueden ser aplicadas de manera complementaria, pues abordan la sustentabilidad en CFE desde distintos enfoques.

¿QUÉ ES UN ESTÁNDAR?

Un estándar formal se basa en el consenso de opiniones de los grupos de interés respecto del cumplimiento de los requisitos establecidos por una organización independiente de estandarización.

Puede ser descrito como una norma o requisito establecida por una industria o sector productivo. Por lo general se trata de un documento formal que establece criterios técnicos, métodos, procesos y prácticas a seguir. Cada país tiene un organismo de normalización, la mayoría de los cuales son miembros de la Organización Internacional de Normalización (ISO).

DATO: En el caso de Chile, la institución oficial en materia de normas es el Instituto Nacional de Normalización (INN).

Para mayor información revisar: www.inn.cl

¿QUÉ ES UN SISTEMA DE GESTIÓN SUSTENTABLE?

Los sistemas de gestión sustentable se refieren al manejo integral de los ámbitos económico, socio-cultural y medioambiental de una organización. El trabajo en torno a estos sistemas debe ser comprensible, sistemático, planificado y bien documentado. Debe incluir aspectos tales como la estructura organizacional, la planificación y los recursos asignados a su desarrollo, como también aplicar y mantener una Política de Sustentabilidad. Los objetivos y metas son establecidos por la propia organización y deben velar por conducir a una mejora continua año tras año.

La validez de un sistema de gestión sustentable puede ser verificada a través de:

- La auto-declaración realizada por el organizador del **CFE**;
- La declaración de conformidad por parte de los grupos de interés de la organización, tales como clientes o comunidades aledañas;
- La validación por parte de un organismo independiente de certificación.

ESTÁNDAR BRITÁNICO (BS8901:2009) PARA EVENTOS SUSTENTABLES

La Norma BS8901:2009 es el primer estándar voluntario disponible para el desarrollo de un sistema de gestión sustentable en la industria de las reuniones. Actualizada y re-lanzada en septiembre de 2009, esta norma denominada "Especificaciones para un Sistema de Gestión de Eventos Sustentables y orientaciones para su aplicación" ya ha sido probada en eventos internacionales de mayor y menor escala.

La norma está diseñada para reportar acerca del sistema de gestión sustentable de un evento y por lo tanto no se trata de una lista de verificación o de "cómo hacerlo". Por el contrario, establece los requisitos en términos de estrategia y procesos, para la planificación y gestión de eventos sustentables. Exige la identificación y documentación de los temas claves de sustentabilidad, entre los que se puede mencionar: selección del lugar, procedimientos operativos, la gestión de la cadena de proveedores, comunicaciones, transporte y otros.

La norma se aplica no sólo a los grandes eventos, como festivales de música, ferias de negocios y reuniones profesionales, sino también a toda la cadena de suministro del sector, que abarca a los organizadores de eventos, centros de convenciones y

empresas, como también proveedores de la cadena de abastecimiento.

Si los criterios establecidos se cumplen y si los procedimientos necesarios se encuentran bien documentados, el sistema de gestión puede resultar apto para obtener una denominación de auto-certificación, o ser elegible para la certificación por parte de un tercero que cumple con la norma. Es importante señalar que el evento es simplemente el resultado del sistema de gestión de eventos y no es en sí mismo certificable. Es el proceso de planificación del sistema de gestión de eventos sustentables lo que está sujeto al cumplimiento de las normas.

DATO: Aunque fue creada originalmente para la industria del Reino Unido y en particular para los Juegos Olímpicos de Londres 2012, la norma ya ha sido utilizada en todo el mundo por organizaciones como la Conferencia del Cambio Climático de las Naciones Unidas (COP15), Microsoft y el Consejo de Edificios Verdes de Estados Unidos (USGBC).

Para obtener más información sobre la Norma BS8901:2009 se sugiere visitar: www.bsi-global.com/bs8901



Inauguración Juegos Olímpicos, Londres 2012.
Evento certificado bajo la norma BS8901:2009.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE NORMALIZACIÓN (ISO 20.121)

A partir de 2009 y hasta 2012, la Organización Internacional de Normalización (ISO) se encuentra desarrollando un estándar de sostenibilidad reconocido internacionalmente, denominado ISO20.121. La sostenibilidad en la norma tendrá un enfoque en los sistemas de gestión y planificación de eventos.

Se basa en la Norma Británica BS8901:2009, integrando también elementos clave de la Norma ISO26.000: Guía de Responsabilidad Social. De esta forma, proporciona una mayor especificación y orientación respecto a los tres ámbitos de la sustentabilidad: económico, socio-cultural y medioambiental.

Para que se considere compatible con el estándar, un sistema de gestión de eventos requiere la identificación de objetivos específicos, materias clave para la sustentabilidad, la comunicación de la Política de Sustentabilidad, la gestión de la cadena de proveedores, la revisión efectiva de los procesos de planificación, gestión y supervisión del sistema y la existencia de protocolos eficaces de participación de los grupos de interés.

ESTÁNDARES APEX/ASTM PARA REUNIONES VERDES

La iniciativa APEX (Accepted Practices Exchange) sobre mejores prácticas para reuniones y eventos verdes, fue creada y liderada por el Consejo de la Industria de las Convenciones (CIC), en colaboración con la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos (EPA) y el Consejo de la Industria de Reuniones Verdes (GMIC).

Los estándares APEX / ASTM son específicos, medibles y basados en criterios de desempeño

para proveedores y planificadores, los que son puntuados a través de una lista de verificación. Los estándares cubren ocho áreas de gestión:

1. Alojamiento;
2. Producción Audiovisual;
3. Comunicaciones;
4. Destinos;
5. Alimentos y Bebidas;
6. Centros de Eventos;
7. Oficinas;
8. Transporte.

A lo largo de 2009, las normas fueron sometidas al proceso de consenso voluntario de APEX, como al proceso de revisión y aprobación de la Sociedad Americana de Pruebas y Materiales (ASTM International). ASTM es una de las mayores organizaciones de desarrollo de normas voluntarias en el mundo. Una vez aprobadas las mejores prácticas desarrolladas, las normas serán acreditadas.

El panel de APEX y más de 200 voluntarios, abarcan a la industria de las reuniones, gobiernos, organizaciones internacionales y organizaciones no gubernamentales que han participado voluntariamente en el desarrollo de las normas APEX para Reuniones Verdes.

Para más información sobre APEX:

www.conventionindustry.org/apex/inprogress.htm

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

GRI es una ONG internacional y centro colaborador del PNUMA, que en los últimos 10 años desarrolló el marco más utilizado del mundo para los Reportes de Sustentabilidad y que ha sido utilizado por el 78% de las 250 mayores empresas en el mundo (G250) ¹.

El marco de trabajo G3 para Reportes de Sustentabilidad proporciona una guía orientadora y los indicadores clave de desempeño para crear las condiciones necesarias que un Reporte de Sustentabilidad debe cumplir, en términos de transparencia y fiabilidad de la información. Actualmente, las directrices G3 ya están siendo utilizadas en grandes acontecimientos, como la COP 15, los Juegos Olímpicos de Londres y la Copa Europea de Fútbol.

Ante la creciente necesidad de aumentar las condiciones de sustentabilidad de la Industria de las Reuniones y Eventos, GRI creó un suplemento sectorial dedicado exclusivamente a ésta y que se traduce en un marco normativo mundial y gratuito. El Suplemento asegura que los reportes realizados por parte de los organizadores, cubran efectivamente las cuestiones fundamentales y sean comparables en el tiempo. También aporta orientación acerca del enfoque de gestión de la información, proporcionando indicadores de desempeño específicos en materia de:

- Derechos Ambientales;
- Derechos Humanos;
- Prácticas Laborales
- Sociedad;
- Aspectos de Responsabilidad de Producto.

El suplemento sobre el sector de eventos se ha creado siguiendo un enfoque de múltiples



Capacitación de Global Reporting Initiative

partes interesadas, el que consta de cientos de representantes de organizaciones no gubernamentales, la industria de eventos y reuniones (deportivos, corporativos, la música, negocios y gobierno) y los expertos de presentación de informes.

Dicho documento se encuentra disponible en:

<http://www.globalreporting.org/Reporting-Framework/SectorSupplements>

IMPORTANTE: Es importante para todos los usuarios del presente manual comprender que las normas antes mencionadas son diferentes respecto al enfoque que utilizan en la definición de un estándar para Eventos y Reuniones Sustentables y, por lo tanto pueden ser utilizadas de modo complementario (incluso con otras de carácter local), para obtener mejores resultados en la planificación organización y gestión de eventos sustentables.

¹Es el ranking de las 250 mayores empresas a nivel mundial, elaborado por la revista Global Fortune.



10 CONSEJOS PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS MÁS SUSTENTABLES

Basados en los criterios entregados por el Green Meetings Industry Council (GMIC).

9

AHORRAR ENERGÍA

Ahorre energía. Coordine con los administradores del recinto que la iluminación y el aire acondicionado sean utilizados exclusivamente cuando las instalaciones se encuentren en uso

8

DIFUNDIR LA CULTURA LOCAL

Difunda la cultura local. Organice muestras artísticas locales, tales como artesanía, gastronomía y música, entre otras

7

GASTRONOMÍA SUSTENTABLE

Elija servicios gastronómicos sustentables. Incluya comidas vegetarianas, productos locales y de la estación en los menús de comidas que se ofrezcan

10

COMUNICAR LOS RESULTADOS

Comunique los resultados. Informe a delegados, relatores y a los medios acerca de las medias adoptadas y los resultados conseguidos, procurando incentivar a otros empresarios a unirse y contribuir a la sustentabilidad turística de Chile

6

ALOJAMIENTO SUSTENTABLE

Elija servicios de alojamiento sustentables. Elija hoteles que cuenten con programas de buenas prácticas en materia de sustentabilidad;

10

1

FORMALIZAR Y COMUNICAR

Formalice y comunique su compromiso con la sustentabilidad. Establezca una declaración o Política de Sustentabilidad para la reunión y compártala con los organizadores del evento, proveedores, delegados y relatores. Se sorprenderá con el nivel de cooperación que se puede alcanzar de parte de ellos

2

USAR LA TECNOLOGÍA

Use las tecnologías para difundir la información. Utilice los nuevos medios y tecnologías de la información para reducir al máximo el uso de papel. Cree un sitio web para la Reunión; ofrezca la posibilidad de registro y confirmación electrónico y realice publicidad on-line

3

REDUCIR LAS DISTANCIAS DE VIAJE

Reduzca las distancias de viaje de todos quienes asistan a la Reunión, eligiendo centros de convenciones que se encuentren a distancias razonables de los puntos de la ciudad, que sean accesibles a través de transporte público y que concentren un conjunto de servicios necesarios en las cercanías

4

APLICAR LA ESTRATEGIA DE LAS 3R'S

Ponga en aplicación la estrategia de las 3R's (Reduzca, Re-utilice y Re-cicle). Solicite a los administradores del recinto que provean de servicios visibles y accesibles para la reducción, re-utilización y reciclaje de residuos sólidos, tales como papel, aluminio, plástico y vidrio

5

CONTRATAR PERSONAL LOCAL

Priorice la contratación local. Elija a proveedores y personal local, tanto como sea posible

**CONSEJOS
CLAVES**



ÁMBITO ECONÓMICO



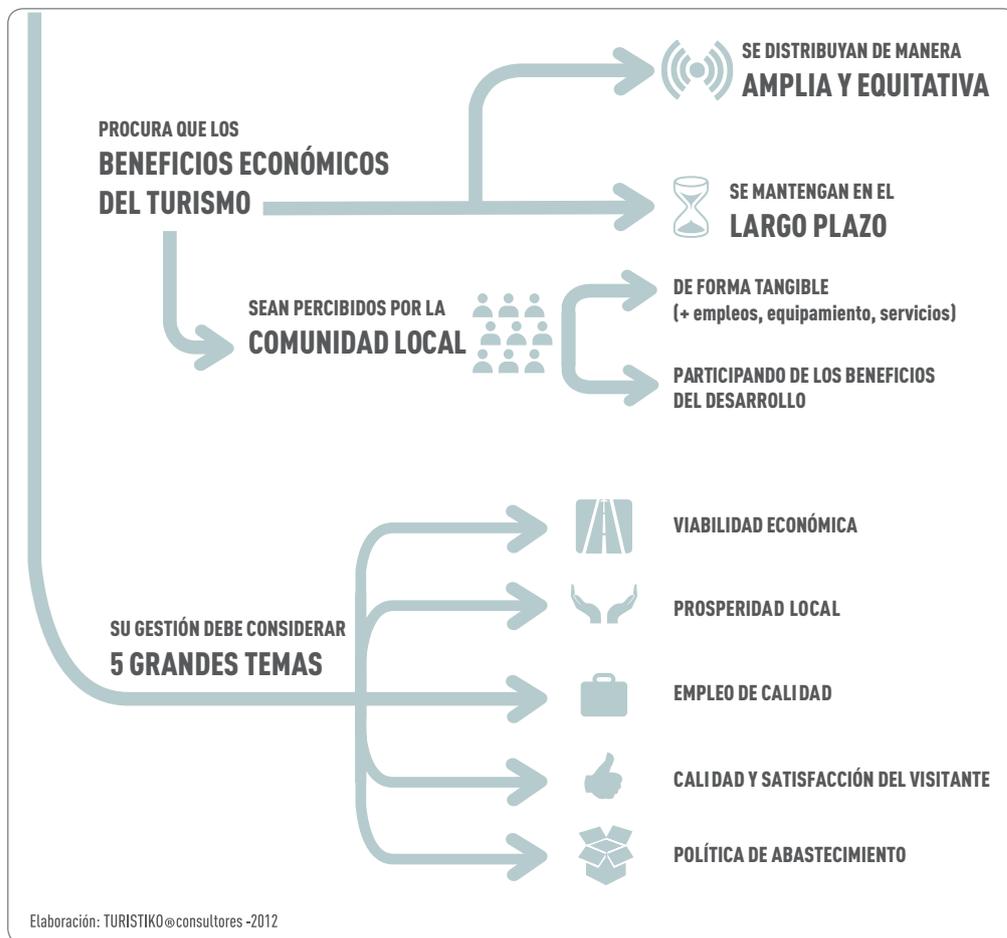
Expomin 2012, Centro de Convenciones Espacio Riesco, Región Metropolitana

LOS ORGANIZADORES DE CONGRESOS, FERIAS Y EVENTOS PUEDEN POTENCIAR SU IMPACTO ECONÓMICO A NIVEL LOCAL CONSUMIENDO LA MAYOR CANTIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SEA POSIBLE, EN EL DESTINO.



Productos Locales para regalo

ÁMBITO ECONÓMICO





INTRODUCCIÓN

El ámbito económico es uno de los tres ámbitos que aborda la sustentabilidad y en particular vela por que el turismo genere beneficios económicos perdurables en el tiempo, que sean percibidos por la mayor cantidad de actores posible, así como también distribuidos de forma equitativa, con especial énfasis en las comunidades locales.

En el caso de los **CFE**, el ámbito económico de la sustentabilidad reviste especial importancia, pues la organización de éstos requiere de la provisión de una extensa red de productos y servicios, los que idealmente deben ser de carácter local. De esta forma el sector de las reuniones en general, ofrece diversas oportunidades de negocio para grandes y pequeñas empresas, fomentando el emprendimiento local y ofreciendo oportunidades de trabajo.

Para revisar en profundidad el ámbito económico, se revisarán en detalle cada uno de los cinco criterios de sustentabilidad definidos para Chile:

- (1) Viabilidad Económica;
- (2) Prosperidad Local;
- (3) Empleo de Calidad;
- (4) Calidad y Satisfacción del Visitante y;
- (5) Política de Abastecimiento.



Congreso Internacional ICCA



- Para conocer el listado completo de **CFE** que se realizarán en Chile durante 2013, recomendamos visitar el sitio web www.nferias.com/chile



VIABILIDAD ECONÓMICA

Para que la actividad turística sea sustentable, debe ser viable en el tiempo y ofrecer estabilidad a los empresarios como también a los residentes locales. En este contexto, los negocios turísticos y en este caso particular, las empresas involucradas en el turismo de reuniones, deben estar responsablemente conducidas, ser bien planificadas y su gestión debe considerar una visión de largo plazo.

Los empresarios ligados al mercado de las reuniones son actores fundamentales en promover el cumplimiento de este criterio de sustentabilidad en los destinos turísticos donde se desenvuelven. Las actividades masivas en las cuales participan y muchas veces organizan, requieren de una interacción importante con diversos proveedores de servicios y productos, todo lo cual influye en la viabilidad de sus negocios. A través de las buenas prácticas es posible incentivar y provocar a su vez un compromiso de sustentabilidad por parte de los actores de la extensa red con la cual se relacionan.

Para esto, se profundizará más en dos temáticas particulares que influyen directamente en la viabilidad económica del negocio, y que guiarán al empresario en las acciones necesarias para alcanzarla y asegurar su éxito en la propia empresa como también en el destino. Estos temas son:

(a) Comprender el mercado turístico que demanda sus productos y servicios

La viabilidad económica de las empresas turísticas en el largo plazo depende en gran medida de su habilidad para identificar nichos de mercado rentables y en crecimiento, comprender a cabalidad sus

motivaciones y gustos de viaje y adaptarse constantemente a esos patrones y nuevas tendencias. Este tema cobra especial importancia para el turismo de reuniones, por cuanto los turistas de negocios presentan requerimientos particulares que difieren a los de los viajeros vacacionales y que se relacionan principalmente con la disponibilidad de servicios tecnológicos, logísticos y de calidad de servicio. En este contexto es fundamental que los empresarios generen las condiciones para que las necesidades de este tipo de turistas sean satisfechas durante cada viaje.

(b) Mantener e impulsar un destino atractivo para el desarrollo de CFE.

La percepción que las organizaciones que realizan **CFE** (científicos, empresarios, industrias y otros) tengan sobre el destino, influye decisivamente en la viabilidad económica de las empresas turísticas. De esta forma, cada vez que se realiza una reunión, es el destino en conjunto el que debe ofrecer garantías para la realización de otras a futuro. Para difundir y promocionar el destino como sede de **CFE**, es necesario considerar previamente los siguientes aspectos:

- Promocionar el destino en forma coherente con la realidad;
- Conservar un medio ambiente natural y cultural atractivo;
- Llevar a cabo un plan de seguridad turístico que comprometa el actuar coordinado de autoridades, carabineros, empresarios, trabajadores y comunidad, garantizando seguridad a los visi-

tantes y residentes;

- Contar con un plan de riesgo para situaciones de emergencia y/o aislamiento;
- Mantener canales de información fluidos respecto a la conectividad y aspectos logísticos del destino.

A continuación se presenta un listado de acciones y Buenas Prácticas que es importante considerar para la viabilidad económica del destino turístico como también de los propios establecimientos:



Vista al Volcán Osorno desde la ciudad de Puerto Varas, Región de Los Lagos

✓ Acciones y Buenas Prácticas importantes para la Viabilidad Económica	Dificultad	
Planificar a largo plazo en base a fundamentos claros de oferta, demanda (perfil de los turistas) y principales necesidades del destino donde se opera;	+	
Identificar nichos de mercado rentables y en crecimiento, comprender sus motivaciones y gustos, así como reconocer los intereses de los residentes;	+	
Analizar tanto el entorno como los aspectos internos de la empresa, incluyendo elementos económicos, financieros, operacionales, estructura organizacional, recursos humanos, estructura de marketing, recursos tecnológicos y de innovación, entre otros;	+	
Ser creativos en la imagen de marca que se proyecta y con eso lograr posicionarse en la mente de los consumidores;	++	
Involucrar a las comunidades locales en el funcionamiento de su establecimiento logrando generar competencias en ellos mismos, para que aumente el protagonismo del turismo en el territorio y por lo mismo, aumenten las posibilidades de recibir recursos públicos y privados para la actividad;	++	
Trabajar asociativamente, idealmente bajo la representación de un Buró de Convenciones.	++	



Servicios locales, comuna de San Pedro de Atacama



PROSPERIDAD LOCAL

La prosperidad local es un criterio de sustentabilidad que busca garantizar que el turismo esté bien integrado en la economía y que se desarrolle de manera integral con los otros sectores que operan en ella. El turismo es un sector económico que puede beneficiar de una sola vez a una gran cantidad de actores, de diferentes tamaños y rubros. Por ejemplo, el turismo de reuniones, activa el comercio local

hace uso de los servicios de alojamiento, alimentación y transporte, como también emplea a tour operadores que ofrecen guías y tours, entre

otros servicios. En este contexto, garantizar que los beneficios económicos se mantengan en el destino turístico y se reduzcan las fugas hacia otros territorios es un principio importante para el desarrollo y fomento de un turismo más sustentable que aporte a la prosperidad local.

De acuerdo a ICCA, el turista de negocios tiene una estructura diaria de gastos que supera entre 5 y 6 veces la de un turista vacacional. Tal poder adquisitivo es una oportunidad para fomentar consumos que benefician a diversos actores locales tales como artesanos, servicios de alojamiento, transporte, alimentación, tour operadores y al comercio en general. Sin embargo, para focalizar el gasto de estos visitantes en negocios locales, es fundamental que los organizadores de los eventos provean información que les incentive a consumir dichos productos y servicios.

✓ Buenas Prácticas para contribuir a la Prosperidad Local	Dificultad	
Priorizar la contratación de mano de obra local y en caso de que no existan las capacidades técnicas para ello, contribuir a generar las condiciones para desarrollarlas a través de programas de capacitación;	+	
Trabajar en conjunto con proveedores locales para mejorar sus prácticas en materia de sustentabilidad;	+	
Adquirir la mayor cantidad de productos que sea posible a nivel local, especialmente aquellos que sean fabricados o manufacturados en el destino;	+	
Fabricar merchandising y regalos para los asistentes con artesanos o emprendedores locales;	+	
Comprar y elaborar todos los alimentos con empresas locales;	+	
Priorizar la adquisición de productos y servicios locales y en caso de que no existan, incentivar a los residentes locales para que dispongan de ellas en adelante;	++	
Difundir entre los asistentes los atractivos turísticos locales como también la Agenda Cultural de Chile (revisar www.sernatur.cl), a modo de incentivar estadías más prolongadas y mayor gasto en actividades turísticas;	++	
Informar sobre otros eventos y ferias locales que se realicen de manera simultánea al CFE;	++	
Contratar adultos mayores y personas con capacidades reducidas, para tareas de información y coordinación.	++	



RENTAL LATIN AMERICA

Comuna de Santiago, Región Metropolitana

Rental Latin America (RLA) es una empresa especializada en la entrega de soluciones audiovisuales para congresos, hoteles, ferias y eventos con oficinas en Chile, Perú, Brasil y Colombia.

La propuesta audiovisual de RLA cuenta con la más alta tecnología y un equipo de trabajo que aborda cada evento con responsabilidad y profesionalismo, cuidando cada detalle. Cuenta con un equipo humano preocupado, altamente capacitado y con una fuerte vocación de servicio. La empresa es reconocida por su calidad de servicio, calidez, cordialidad, tecnología y cobertura. Se mantienen los estándares internacionales de calidad en cada país en el cual la empresa opera. Se trabaja con cualquier evento, sea grande o pequeño, sin importar el lugar en el que se desarrolle.

Entre las buenas prácticas implementadas por la empresa se cuentan:



AMBITO ECONÓMICO

- Se realizan campañas internas de buenas prácticas sustentables al personal: desde fomentar el uso de bicicleta, ahorro de agua, papel y otros;
- Se capacita internamente al personal desarrollando el Centro de Innovación y Capacitación Videocorp. Así, los profesionales más expertos en determinados temas, capacitan a otros y viceversa.

AMBITO SOCIO – CULTURAL

- Se realizan ciclos de cine en vacaciones de invierno, con proyecciones gigantes para los hijos de los empleados. También se invita a participar a la Fundación Manos y Naturaleza, corporación sin fines de lucro, a quien le empresa apadrinó;
- La empresa dona proyectores a colegios de bajos recursos, como una forma de colaborar con el desarrollo tecnológico del país;
- Se incentiva la movilidad interna y la capacitación de los empleados.



AMBITO MEDIOAMBIENTAL

- Los residuos electrónicos (E-WASTE), desechos eléctricos, pilas, lámparas de proyector, entre otros, son entregados a centros de reciclado que se preocupan del medioambiente;
- Se ha invertido en robustecer con equipamiento las bodegas locales de las sucursales a lo largo de los países donde la empresa opera, para reducir gastos en traslado de equipos contribuir así a disminuir la contaminación. De ser necesario, la empresa se apoya en proveedores locales.



RESULTADOS OBTENIDOS

- Al contar con bodegas bien equipadas en cada sucursal, se ahorra en costos de traslados de materiales por vía aérea y terrestre, ahorro que finalmente se transfiere al cliente final. Con esto, además se reduce la huella de la empresa;
- Capacitar constantemente al personal, ha beneficiado a la empresa y a sus clientes a través de mejores resultados finales en cada evento. Especialmente en temporada baja, se busca para reforzar conocimientos, capacitar a los funcionarios part-time, intercambiar conocimientos y desarrollar nuevos productos;
- La fundación Manos y Naturaleza apoya alrededor de 100 niños que se ven beneficiados con estas instancias de recreación diferente. A esto se suman los hijos de los trabajadores de la empresa, que también tienen posibilidad de conocer el lugar de trabajo de sus padres y disfrutar una tarde agradable.

FUENTE: Rental Latin América



Maestro de Ceremonias para CFE



EMPLEO DE CALIDAD

Las empresas relacionadas con la organización y ejecución de congresos, eventos y reuniones, deben incurrir en muchas sub-contrataciones, las cuales deben procurar cumplir con los estándares asociados a empleos de calidad. Si bien el turismo se caracteriza por ser un sector donde abundan los empleos esporádicos y concentrados en algunos meses del año, los empresarios turísticos deben velar por ofrecer las mejores condiciones al personal contratado, especialmente en los **CFE** donde se trabaja bajo presión y en largas jornadas de trabajo.

En este sentido, resulta importante que tanto las empresas organizadoras de reuniones y eventos, los proveedores del sector y las organizaciones que los aglutinan, cuenten con políticas o códigos laborales claros y transparentes, que apliquen tanto para los trabajadores contratados de forma directa, como para aquellos sub-contratados.

El sector de los **CFE** puede presentar altos grados de estrés laboral, por cuanto las empresas trabajan con intensos calendarios de eventos, que deben

ser montados y desmontados en breves períodos de tiempo. En este sentido, son numerosas las empresas que compensan la tensión a la que se ven sometidos sus trabajadores con instancias de participación y/o recreación grupal. En el caso de ser necesario, las empresas pueden ofrecer a su personal acompañamiento y asistencia de especialistas para reducir el estrés de sus trabajadores.

Algunos de los aspectos que deben ser abordados por políticas o códigos laborales son los siguientes:

- Existencia de Contratos de trabajo para todos los trabajadores;
- Asignación de remuneraciones justas;
- Cumplimiento de los horarios de trabajo pactados entre la empresa y cada trabajador;
- Adopción de medidas de seguridad en todo ámbito, tales como ropa adecuada, herramientas en buen estado y equipamiento de trabajo en general (en particular en empresas de montaje);
- Ofrecer capacitación permanente a los trabajadores, mejorando técnicas y procedimientos, calidad de servicio, seguridad e higiene, entre otras materias;
- Incentivar la movilidad laboral al interior de la empresa, ofreciendo oportunidades de ascenso y/o gratificaciones especiales;
- Evitar la utilización de todo tipo de materiales tóxicos, tales como pinturas y solventes, que puedan afectar la salud de los trabajadores;
- Disponer de todos los servicios higiénicos necesarios para los trabajadores, especialmente si el lugar donde se esté trabajando no cuenta con éstos (sanitarios y baños móviles).



CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE

El mercado turístico relacionado a la organización de **CFE**, convoca a visitantes nacionales e internacionales informados y exigentes en términos de la calidad de los servicios recibidos, como también de las buenas prácticas implementadas por los empresarios en el marco de la sustentabilidad.

Durante una visita por motivos de negocios y/o reuniones, un viajero tendrá contacto con diversos prestadores de servicios, quienes de acuerdo al nivel de calidad que ofrezcan, determinarán la calidad de la experiencia de dichos visitantes. Resulta fundamental que Burós, OPC, centros de convenciones y servicios complementarios, trabajen coordinadamente en torno a la calidad de servicio, por ejemplo definiendo procedimientos y estándares comunes y transversales a todos.

De igual importancia resulta conocer los niveles de satisfacción de los usuarios, principalmente en dos ámbitos: en relación al nivel de satisfacción de la reunión o evento, como también, en relación a los servicios complementarios recibidos, principalmente en los ámbitos de transporte, alojamiento y alimentación.

Para cumplir con la satisfacción, necesidades, requerimientos y deseos de los clientes, se recomienda enfatizar los siguientes puntos:

- Contar con una Política de Servicio que establezca los compromisos de la empresa hacia el cliente;
- Contar con instrumentos para evaluar el nivel de satisfacción de los asistentes a **CFE** (encuestas o consultas);
- Contar con un sistema de gestión de reclamos,



Servicio expedito de inscripción y acreditación

consultas y sugerencias, que asegure una respuesta rápida y confiable al usuario;

- Poner gran esfuerzo en hacer de la estadía en el recinto una experiencia motivante y placentera, a través de detalles como la decoración, música, iluminación y aromas, entre otros elementos;
- Transmitir información en múltiples idiomas, de acuerdo al origen de los asistentes;
- Ofrecer las condiciones óptimas de seguridad en todo momento;
- Facilitar un transporte fluido y seguro, desde y hacia los recintos;
- Ofrecer un servicio de información permanente, de carácter personalizado y amable;
- Diseñar e implementar instalaciones cómodas, decoradas con buen gusto y que sean seguras;
- Implementar infraestructura con accesibilidad universal, para personas con capacidades reducidas, niños(as), embarazadas y/o adultos mayores.



Stand de Sustentabilidad IMEX, Frankfurt.



POLÍTICA DE ABASTECIMIENTO

La Cadena de Abastecimiento del sector de las reuniones es extensa y se compone de una diversidad de proveedores que pueden, desde sus áreas profesionales, mejorar la sustentabilidad del sector de las reuniones. La existencia de esta amplia red de proveedores representa tanto un desafío como una oportunidad en materia de sustentabilidad.

En este sentido, las organizaciones en las cuales se agrupan las empresas vinculadas al sector pueden jugar un rol fundamental generando lineamientos comunes para el sector y que incentiven la implementación de buenas prácticas en materia de sustentabilidad por parte de los organizadores y proveedores. Para asegurar una cadena de abastecimiento

sustentable, los empresarios del sector pueden trabajar de forma concreta en dos materias:

(a) Trabajar con proveedores locales: priorizando el máximo abastecimiento de servicios y productos por parte de ellos y trabajando de manera planificada y coordinada en torno a los requerimientos específicos que estos deberán cumplir (en materia de sustentabilidad) para poder ofrecer sus productos y servicios.

(b) Generar un inventario de productos y servicios que incorporen criterios de sustentabilidad, de esta forma las empresas demandantes podrán informar de manera clara e inmediata sobre productos específicos a requerir, así como de los procedimientos y buenas prácticas que se espera de parte de los proveedores.

A continuación se describen algunas buenas prácticas que pueden ser aplicadas por los empresarios turísticos relacionados a los **CFE** en Chile:

✓ Buenas Prácticas en materia de Abastecimiento Sustentable	Dificultad	
Desarrollar una Política de Abastecimiento que incorpore criterios de sustentabilidad, comunicándola y difundirla entre sus proveedores para conocimiento y adopción;	+	
Crear anexos de sustentabilidad en los principales contratos de abastecimiento, que obliguen el cumplimiento de buenas prácticas de sustentabilidad;	+	
Trabajar con alojamientos y centros de convenciones que cuenten con una Política de Sustentabilidad o bien que apliquen buenas prácticas en la materia;	+	
Mantener un listado de proveedores que trabajen con criterios de sustentabilidad y difundirlo;	+	
Mantener un listado de productos y materiales que cumplan con criterios de sustentabilidad;	+	
Priorizar productos de origen reciclado, en tanto cumplan con las necesidades de cada empresa;		++
Comprar productos de aseo y limpieza que sean biodegradables;		++
Comprar frutas y verduras locales, de la estación e idealmente cultivadas de forma orgánica.		++



Atlanta (GA), USA

Convergence es el principal evento que reúne a socios y clientes de Microsoft y que ha sido realizado durante 16 años. La versión de 2011 contó con una asistencia de 9.100 participantes de todo el mundo y se constituyó en un evento certificado bajo la norma BS8901:2009 que ya ha sido expuesta en los contenidos del presente manual.

De acuerdo a sus organizadores, los esfuerzos realizados en materias tales como eficiencia energética, calidad del agua y del aire, política de abastecimiento sustentable, reducción de residuos sólidos, iniciativas de voluntariado y aportes a la comunidad local, entre otros, claramente han arrojado resultados positivos y hacen del evento un real aporte para los destinos en los cuales se realiza. Convergence puede ser considerada una de las convenciones más sustentables a nivel mundial, pues sus acciones abarcan prácticamente todos los ámbitos de la sustentabilidad y cuyos resultados son medidos a través de indicadores formales. Un hecho relevante lo constituye la activa comunicación que los organizadores realizan en el evento y posterior a éste, para dar a conocer los resultados obtenidos.

A continuación se detallan algunas de las principales metas establecidas, las prácticas implementadas para conseguirlas y los resultados conseguidos en Convergence 2011.

EFICIENCIA ENERGÉTICA

- Reemplazo de ampolletas (1000 a 750 watts) en los 12 salones del recinto;
- Instalación de sensores de movimiento en todas las oficinas administrativas;
- Comunicación y educación intensiva en métodos de reducción de consumo.

GESTIÓN DEL AGUA

- Reemplazo de botellas desechables por reutilizables e instalación de dispensadores de agua;
- Utilización del agua sobrante de los puestos de alimentación para riego de plantas;
- Instalación de sensores de activación y sanitarios de baja descarga.

ABASTECIMIENTO SUSTENTABLE

- El 94% de los accesorios, regalos y alimentos entregados en el evento son considerados amigables con el medio ambiente;
- Todas las impresiones se hicieron en papel reciclado (30% proveniente del año anterior), con tintas vegetales y ofreciendo la posibilidad de reciclarlas en el evento;
- La bolsa de regalo para los asistentes fue hecha en un 100% utilizando los pendones y señaléticas recicladas de la versión anterior.

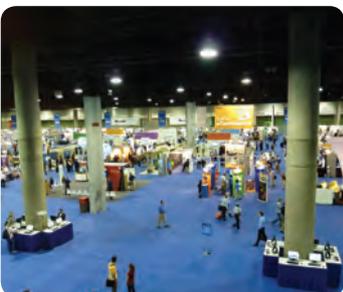
REDUCCIÓN DE RESIDUOS

- Se ahorraron 72.000 botellas plásticas con el sistema de botellas reutilizables;
- Se reutilizaron 15.000 m² de PVC impreso (pendones y señaléticas) provenientes de la versión 2010;
- El reciclaje total llegó al 60% del total de residuos generados, equivalente a 30 toneladas.

COMUNIDAD LOCAL

- Cientos de voluntarios pintaron 150 murales y lienzos que fueron posteriormente instalados en un hospital local;
- Más de 100 voluntarios instalaron juegos infantiles y ayudaron a renovar una biblioteca y centro comunitario cercano;
- Se donó más de 1.5 toneladas de alimentos a organizaciones de beneficencia.

FUENTE: GMIC





A continuación se presenta un esquema que ilustra la importante cantidad de servicios y productos que consumen las empresas relacionadas al desarrollo de **CFE** en Chile:

LA CADENA DE ABASTECIMIENTO DE CONGRESOS, FERIAS Y EVENTOS



ALOJAMIENTO

- Hoteles
- Apart Hotels
- Residenciales
- Hosterías



ALIMENTACIÓN

- Agricultores
- Empresas de Catering
- Restaurants y Cocinerías
- Cafés, Bares y Pubs



TOUR OPERADORES (Esparcimiento)

- Excursiones
- Viñas
- Golf
- Visitas Culturales



SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Seguridad
- Aseo
- Estacionamientos
- Promotoras
- Anfitriones



SERVICIOS AUDIOVISUALES

- Traducción Simultánea
- Fotografía
- Producción de Videos
- Proyección y Amplificación
- Sistemas de Votación
- Iluminación y Escenarios



CONGRESOS
FERIAS y
EVENTOS

CENTROS DE CONVENCIONES

- Salones
- Recintos Feriales
- Hoteles



TRANSPORTE

- Buses
- Trenes
- Vehículos Privados
- Pasajes Aéreos



COMUNICACIÓN

- Agencias de Publicidad
- Imprenta
- Diseño Gráfico
- Multimedia
- Merchandising
- Productores de Eventos
- Espectáculos
- Agencia de Medios



SERVICIOS PROFESIONALES

- Periodistas
- Animadores y Presentadores
- Músicos y Artistas
- Diseñadores Industriales
- Acreditación y Registro



CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE



ÁMBITO SOCIO-CULTURAL



Representación de danza folclórica en Congreso Mundial



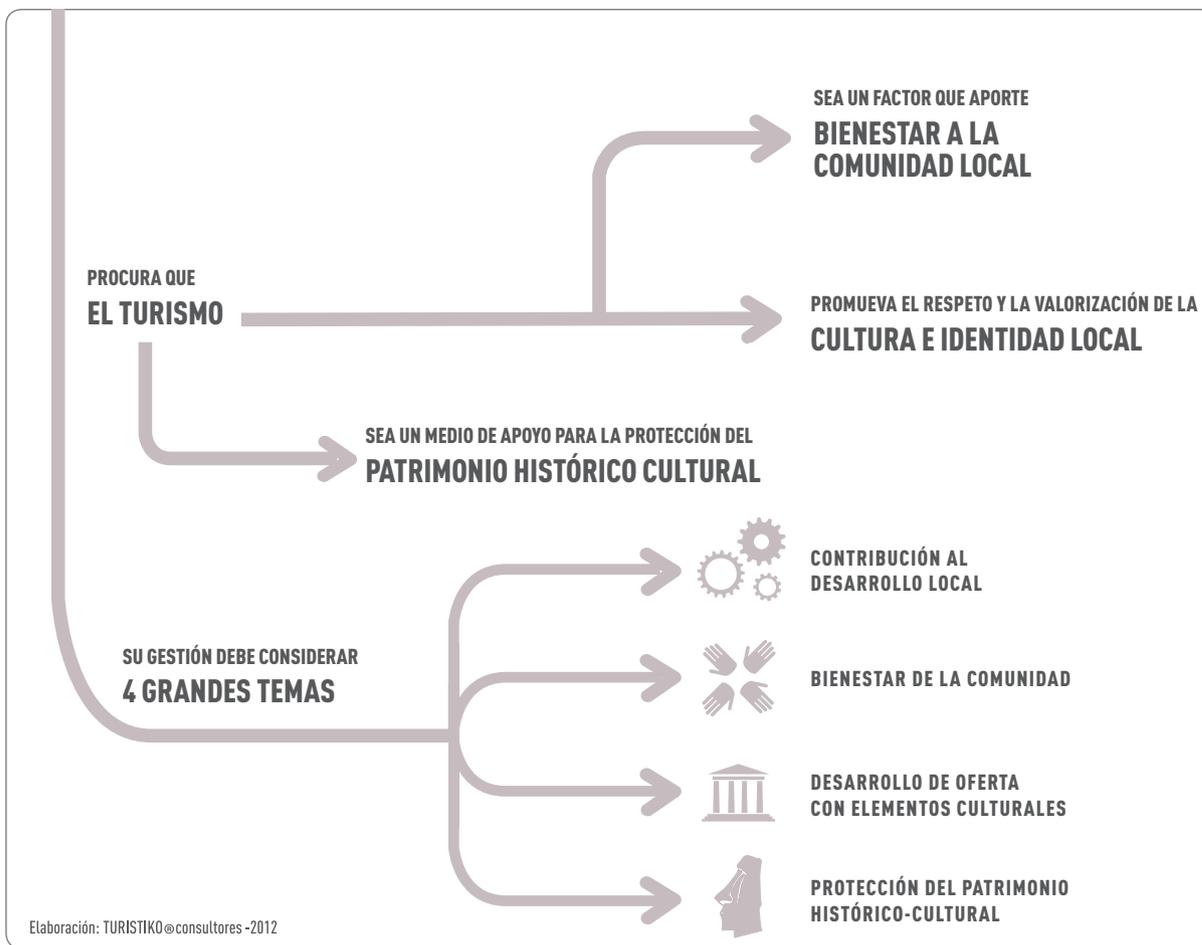
LOS CONGRESOS,
FERIAS Y EVENTOS
CONSTITUYEN UNA
OPORTUNIDAD
PARA DIFUNDIR
LAS TRADICIONES
CULTURALES Y EL
PATRIMONIO DE CADA
DESTINO.

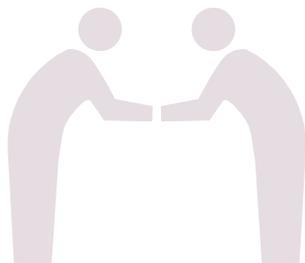


Compartiendo experiencias con la comunidad local



ÁMBITO SOCIO-CULTURAL





INTRODUCCIÓN

La realización de **CFE** en los destinos debe aportar al bienestar y al respeto por los residentes locales, así como por su cultura y patrimonio. En términos amplios, las empresas vinculadas a los **CFE**, así como las autoridades locales, deberán velar por que se cumplan al menos cuatro condiciones esenciales en torno al ámbito socio-cultural:

1. Que la realización del evento no perturbe de manera importante los hábitos de vida de los residentes;
2. Que exista un aporte al fortalecimiento del desarrollo local, ya sea a través de la entrega de capacidades o recursos para temas relevantes de la comunidad;
3. Que se difunda la cultura local entre los asistentes y;
4. Que se aporte a la conservación del patrimonio histórico y cultural del destino, en caso de ser utilizado o visitado.

En este contexto, los empresarios de **CFE** deben ser conscientes de la importancia de realizar sus actividades de manera planificada y responsable, estableciendo vínculos abiertos de comunicación y trabajo con los actores locales pertinentes, informando de forma transparente a la comunidad e involucrándose en el desarrollo comunitario, especialmente cuando se trata de reuniones que se realizan de forma periódica en un mismo destino.

Para tratar en profundidad el ámbito socio-cultural se revisarán los siguientes criterios de sustentabilidad:

- (1) Contribución al desarrollo local;
- (2) Bienestar de la comunidad;
- (3) Desarrollo de oferta con elementos culturales;
- (4) Protección del patrimonio histórico-cultural.



Artesana de Cariquima, comuna de Colchane



Estadio Germán Becker, comuna de Temuco



La realización de la Copa Mundial Femenina Sub-20 de la FIFA Chile 2008, dejó como beneficio una importante inversión para la remodelación de 4 estadios en diferentes regiones del país. Hoy estas regiones cuentan con recintos deportivos que cumplen con estándares internacionales y que aportan a fomentar el deporte de nivel competitivo.



CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL

La realización de **CFE** constituye una oportunidad importante para contribuir al desarrollo de los destinos, pues además de la contratación y consumo de una importante cantidad de bienes y servicios locales, se da a conocer y exponen aquellos atributos destacables del lugar.

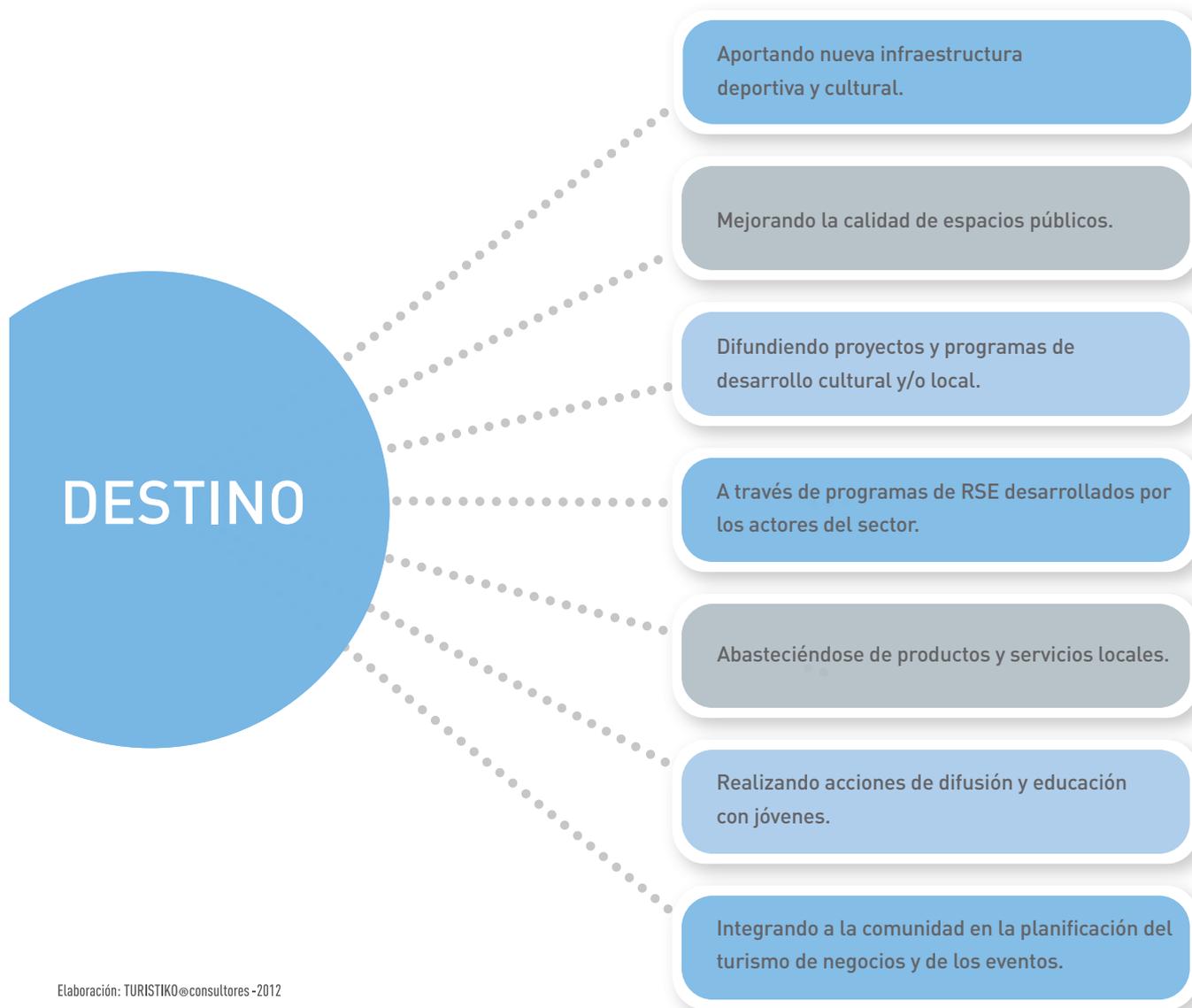
Una de las premisas del turismo sustentable se basa en que su presencia sea un aporte para el desarrollo local, desde una perspectiva amplia e integral, que incorpora su apoyo a los procesos de desarrollo social de la comunidad, más allá del aporte económico derivado de los negocios realizados.

Es conocido que muchos **CFE** (así como sus organizadores), mantienen vínculos de apoyo a diferentes organizaciones sociales sin fines de lucro, aportando de manera concreta al desarrollo local. Esto se manifiesta en cooperación con centros hospitalarios y educacionales, fundaciones para el emprendimiento, centros culturales y diversos tipos de organizaciones.

Tanto Burós, centros de convenciones, OPC's y empresas prestadoras de servicios, pueden aportar al desarrollo comunitario local a través de:

- Proveerse de recursos y servicios locales cuando se realizan cocktails, coffees u otros, por ejemplo ofreciendo gastronomía local, como también utilizando música de fondo local, y exponer fotografías, entre otros;
- En caso de convocar a expositores que pueden resultar relevantes para los intereses locales, idear y programar el momento para que puedan interactuar con los residentes y compartir su experiencia;
- Idear formas para que los visitantes, en caso de que se muestren interesados, puedan realizar aportes voluntarios enfocados en la puesta en valor socio-cultural del destino (esto es ideal hacerlo a través de fundaciones, ONG's y/u otras organizaciones aptas para recibir y destinar estos aportes);
- Crear un programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), enfocado en apoyar a la comunidad residente y contribuir así a su desarrollo local;
- Trabajar en conjunto con establecimientos educacionales asociados a capacitación y formación, generando capacidades técnicas a nivel local;
- Donar alimentos no consumidos a organizaciones de ayuda a los más pobres;
- Entregar material reciclable a organizaciones sociales;
- Apoyar concretamente una iniciativa local a través de aportes voluntarios.

¿ CÓMO CONTRIBUYEN LAS REUNIONES AL DESARROLLO LOCAL ?





Programa de visitas a línea aérea



BIENESTAR DE LA COMUNIDAD

La realización de **CFE** conlleva el desplazamiento de grandes números de personas y la utilización de numerosos medios de transporte que incrementan los flujos, muchas veces perturbando los hábitos de vida de los residentes. Esto se manifiesta de forma especial en los eventos deportivos y espectáculos, en los cuales resulta complejo controlar el comportamiento de enormes grupos de asistentes, los que en numerosas ocasiones pueden causar daños tanto a la propiedad pública como privada.

Es determinante que quienes organizan, producen y realizan **CFE** planifiquen de manera adecuada los impactos que dichas instancias tendrán sobre las comunidades y sus residentes, evitando que se produzcan excesivos atochamientos, situaciones de inseguridad vial, destrucción de espacios públicos (por ejemplo, por autos estacionados en áreas verdes), generación de grandes cantidades de basura y ruido excesivo, entre muchos otros.

De acuerdo a GMIC, es determinante que al momento de planificar reuniones en general, exista una comunicación y coordinación entre los organizadores y productores, las autoridades locales y las organizaciones sociales, a modo de consensuar acuerdos que permitan disminuir los impactos negativos generados por tales eventos. A su vez los organizadores deberán cumplir con la normativa local, tal como las ordenanzas municipales existentes para la realización de eventos y/o actos en espacios públicos.

Para ello se recomienda:

- En eventos de carácter masivo, las productoras pueden establecer lazos de cooperación con las Juntas de Vecinos correspondientes y así determinar las mejores formas de manejar los flujos de gente y sus impactos;
- Informar de manera responsable a la comunidad acerca de eventuales molestias, como cierres de calles, cambios de recorrido en el transporte público y cierre de comercios, entre otros;
- Difundir entre los asistentes un mini-código de conducta responsable, que prevenga conductas inadecuadas que pueden afectar a la comunidad local (ruidos, contaminación acústica, acumulación de basura, comercio ilegal, otros);
- Levantar recursos para enfrentar amenazas cuando aumenta concentradamente la población residente (por ejemplo, temas de transporte público, recolección de desechos, seguridad, baños públicos, otros);
- Aportar entradas liberadas para la comunidad, los que podrán ser definidos en conjunto con autoridades y organizaciones locales;
- Garantizar accesibilidad universal a todo tipo de eventos, evitando además discriminaciones de cualquier naturaleza;
- Asumir el cuidado y mantención de algún espacio público que beneficie a la comunidad local, tales como plazas, parques y jardines, entre otros.



ESPACIO RIESCO

Comuna de Huechuraba, Región Metropolitana



Espacio Riesco es uno de los Centro de Eventos, Convenciones y Exhibiciones de mayor tamaño en Chile, reconocido a nivel internacional.

Cuenta con una infraestructura de 37.500 mt² de salones y espacios cubiertos y climatizados, emplazados en una superficie de 160.000 mt² y más de 2.000 estacionamientos, lo que permite el desarrollo de eventos de diversas magnitudes, desde un desayuno corporativo a una feria internacional.

Su compromiso con los clientes es proveer espacios, tecnología y servicios de calidad, de estándar internacional, necesarios para realizar eventos exitosos, que faciliten el intercambio entre personas, empresas o instituciones.

Entre las buenas prácticas implementadas por Espacio Riesco, es posible mencionar:

ÁMBITO ECONÓMICO

- Capacitación al personal en manejo de idiomas ;
- Viajes de incentivos al personal, para obtener conocimientos e incorporar nuevas tecnologías;
- Capacitación en el área de servicios de garzones, mediante coaching externo y capacitación permanente realizada por la subgerencia de servicios.



ÁMBITO SOCIO – CULTURAL

- Actualización de bases de datos en conjunto con organismos municipales y la iglesia "Nuestra Señora de los Pobres" (Huechuraba) para colocación de personal en Espacio Riesco;
- Reuniones constantes con la Municipalidad, con la Alcaldía y la Dirección de Desarrollo Comunitario, para la colocación de personal recomendado en nuestro Centro de Eventos y Convenciones;
- Se le facilita el Centro de Eventos y Convenciones a Carabineros, Municipalidad, Hogares de niños en riesgo social;
- Espacio Riesco y sus propietarios son patrocinadores del Hogar "La Montaña" y de la Parroquia "Nuestra Señora de los Pobres" de Huechuraba, con los cuales se realizan variadas actividades durante el año;
- Se entregan cenas de beneficencia para personal, tanto interno de Espacio Riesco como externo (subcontratación), que se encuentran en dificultades;
- Gestión de visitas de escuelas y hogares de niños de escasos recursos a ferias y eventos, en coordinación con los clientes;
- Se trabaja con un conjunto de fundaciones, en las cuales Espacio Riesco actúa cómo auspiciador de sus eventos. Ejemplo: Fundación María Ayuda, Hogar de Cristo, SENAME y Desafío Levantemos Chile.



FUENTE: Espacio Riesco



SERNATUR y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) publicaron en 2012, un Calendario Nacional de Eventos Culturales "Agenda Cultural", con información sobre la fecha, ubicación y descripción de más de 800 eventos que se realizan a lo largo de Chile cada año. Para mayor información revisar los siguientes links: www.chileestuyo.cl, www.chile.travel.cl.



Espectáculo artístico



DESARROLLO DE OFERTA CON ELEMENTOS CULTURALES

Los turistas de negocios generalmente viajan solos, muchas veces sin tener contactos locales ni tener claras las actividades que podrán realizar en su tiempo libre. Los **CFE** representan una excelente oportunidad para difundir la oferta cultural de un destino. La música, el arte y la artesanía local, entre otras manifestaciones, pueden jugar un rol fundamental en el atractivo de un evento, aportándole un contexto de interés para los participantes y contribuyendo al conocimiento de los valores culturales locales.

La difusión de la oferta cultural se puede realizar en tres oportunidades importantes (i) antes del evento, (ii) en el evento y (iii) en el destino (ver diagrama en página 52).

Antes del evento principalmente a través de la entrega de información de atractivos y servicios turísticos, que permita a los participantes conocer las alternativas turísticas que ofrece el destino. También a través de la oferta de viajes a otros destinos dentro del país en los días previos al evento.

En el evento, se podrán organizar diferentes espacios e instancias de difusión de la cultura local, tales como muestras artísticas o artesanales, venta de productos locales, así como espacios de difusión de iniciativas orientadas a poner en valor otras manifestaciones.

Una vez en el destino, es relevante que los asistentes a cualquier tipo de **CFE** cuenten con información detallada sobre las posibilidades de realizar diversas actividades turísticas. Para ello es posible considerar espacios para los tour operadores locales, quienes podrán entregar alternativas de interés a los participantes, así como generar buenos negocios. En algunos casos los asistentes permanecen en el destino o en el país, contratando viajes o tours una vez terminado el evento.

A continuación se describen una serie de buenas prácticas para incorporar la oferta cultural del destino en la realización de **CFE**:

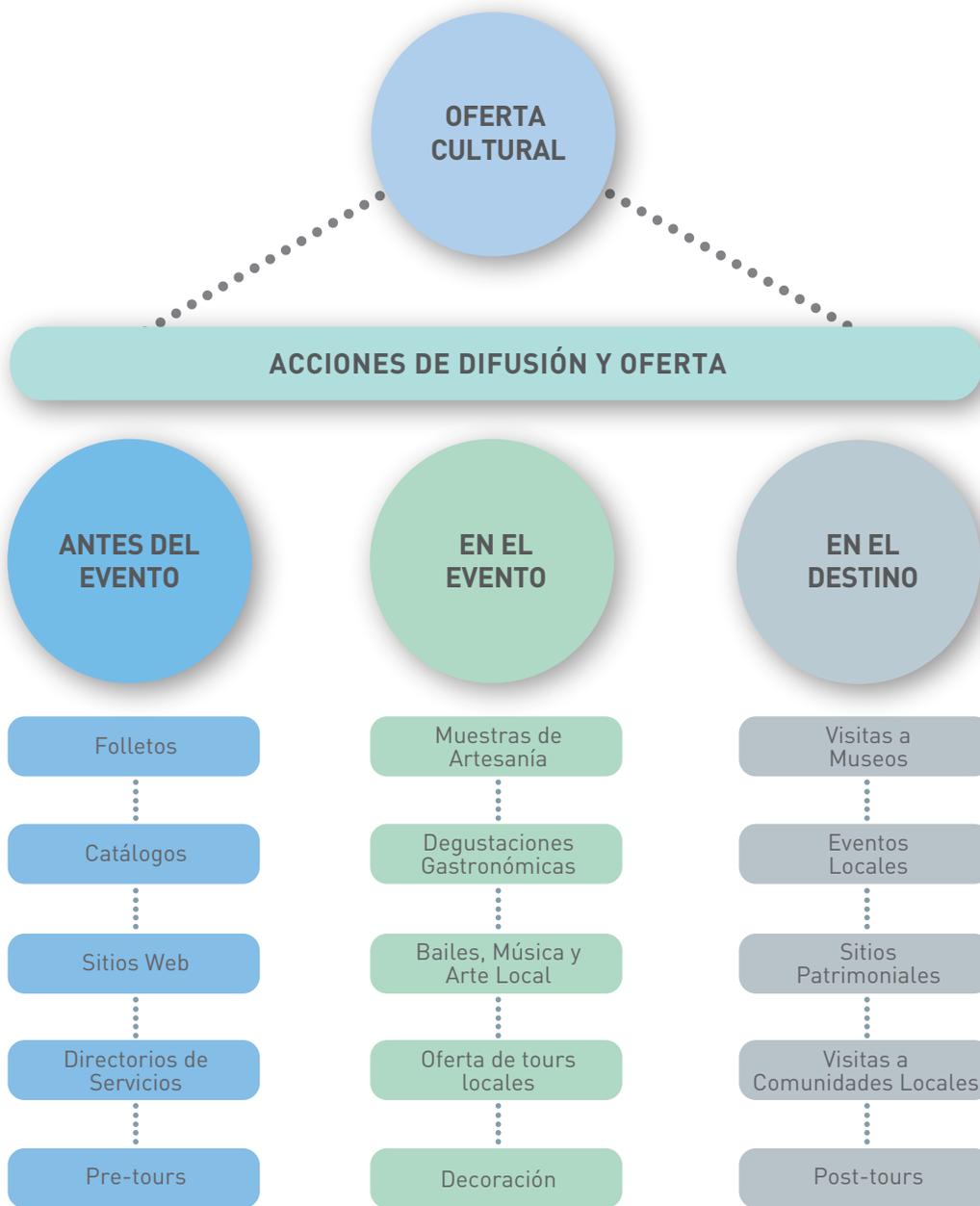


Actividad turística para asistentes a CFE.

✓ Buenas Prácticas para incorporar la oferta cultural del destino	Dificultad	
Incorporar actos culturales en el desarrollo de CFE (arte, música, gastronomía, decoración, historia, gente y tradiciones);	+	
Organizar espacios en el recinto ferial o sede del evento para la venta de excursiones locales vinculadas a turismo cultural;	+	
Decorar los espacios con elementos y artesanías de carácter local;	+	
Realizar muestras culturales durante los espacios de descanso del evento;	+	
Entregar regalos que representen aspectos culturales relevantes del destino;	+	
Entregar un calendario con las principales actividades y atractivos culturales del destino, incentivando el regreso de los participantes hacia el mismo.	+	
Contratar a artistas locales para las ceremonias sociales de los CFE.	++	



¿CÓMO SE DIFUNDE LA OFERTA CULTURAL EN CFE?





PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-CULTURAL

En diversas ocasiones, las zonas o sitios patrimoniales son utilizados para la realización de **CFE**, precisamente para realzar el carácter de los mismos. Museos, ruinas arqueológicas, instalaciones industriales y otros sitios patrimoniales, son recurrentemente utilizados como escenario para recitales, filmaciones de películas, obras teatrales y otros espectáculos.

+ Para conocer las definiciones de los Tipos de Patrimonio establecidas por UNESCO, se sugiere revisar el Manual de Buenas Prácticas: Municipalidades (páginas 48-49).

Para la protección del patrimonio histórico-cultural, en el contexto del desarrollo de **CFE**, se requiere el concurso de tres actores claves:

- **Los administradores de los sitios patrimoniales:** deben evaluar siempre los beneficios

y los potenciales riesgos de realizar algún tipo de evento masivo (**CFE**) en el lugar;

- **Las autoridades locales:** deben velar por la buena utilización de los bienes patrimoniales;
- **Los organizadores de eventos:** como responsables en la organización de los **CFE**, deben tomar las precauciones necesarias para que los flujos de asistentes no causen daños al entorno.

Durante dichos eventos, es posible que los empresarios y organizadores de **CFE** consideren una serie de factores enfocados a proteger y mantener las condiciones del lugar, así como a desarrollar acciones para incentivar su mejoramiento y puesta en valor.

Entre las recomendaciones prácticas es posible mencionar:



Evento en Ruinas de Huanchaca, Antofagasta

Recomendaciones Prácticas	Dificultad		
Organizar eventos preferentemente en temporada baja, evitando la congestión del lugar y aportando a disminuir la estacionalidad del destino;	+		
Definir cuidadosamente las áreas de uso público en las cuales se puede realizar eventos, diferenciándolas claramente de aquellas en que no se puede;	+		
Implementar o mejorar la señalización en los sitios, con el fin de informar sobre las precauciones que los visitantes deben tener para no alterar el lugar;	+		
Desarrollar Programas de RSE para contribuir a la protección, rescate y puesta en valor del patrimonio histórico-cultural;	+		
Realizar aportes voluntarios que permitan conservar y/o restaurar el patrimonio;.		++	
Convocar a ONGs, fundaciones u otras entidades para que expongan sus misiones durante la realización de los CFE e incentiven a los visitantes a realizar aportes;		++	
Ofrecer la posibilidad a los visitantes y residentes para que puedan participar de actividades voluntarias enfocadas a su protección (por ejemplo, limpieza de sitios, mejoramiento de senderos, demarcación de áreas y otras).		++	



CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE



ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL



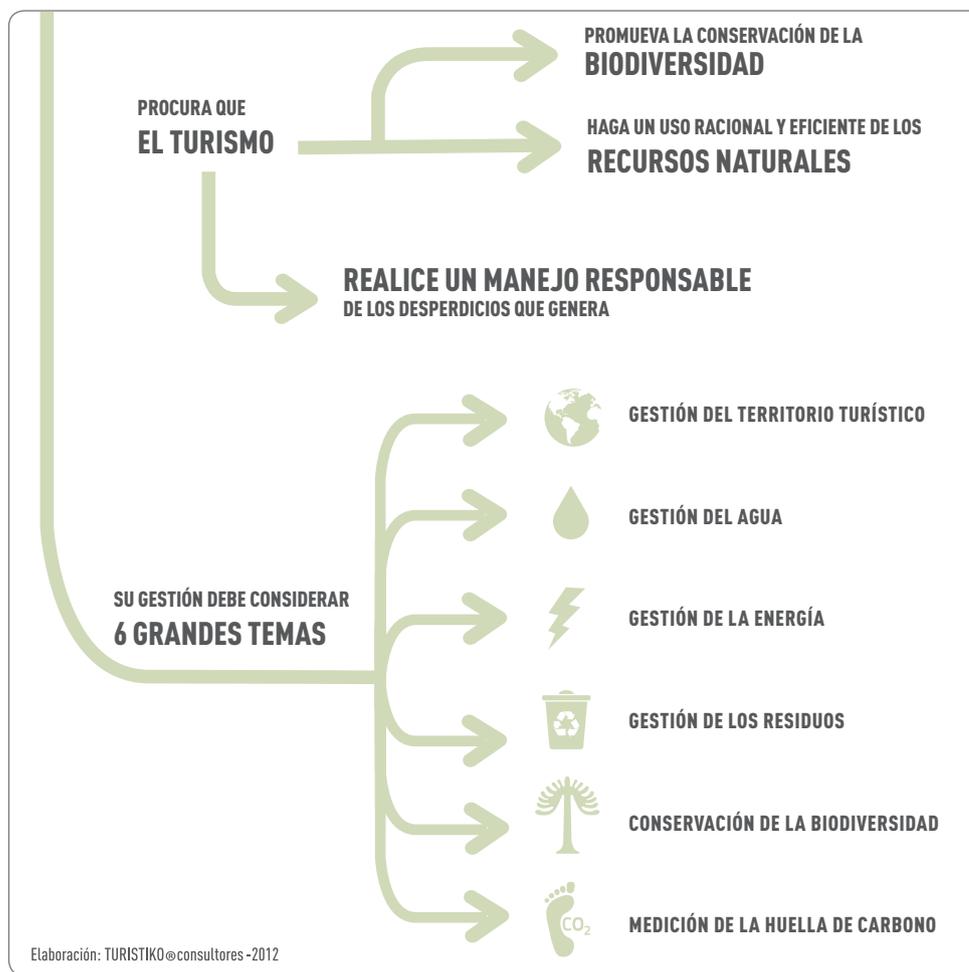
Selva Valdiviana

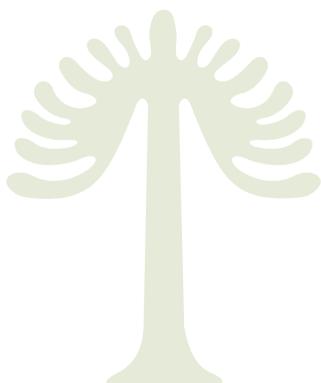
SON MÚLTIPLES LAS
OPORTUNIDADES
PARA AMINORAR
LOS IMPACTOS
AMBIENTALES
DERIVADOS DE LA
REALIZACIÓN DE
CONGRESOS, FERIAS Y
EVENTOS.



Concepto de reuniones verdes

ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL





INTRODUCCIÓN

Las Reuniones han demostrado ser uno de los segmentos turísticos en los cuales son más aplicables las buenas prácticas de sustentabilidad y especialmente, en materia medioambiental. La incorporación de nuevas tecnologías de eficiencia energética, la utilización de materiales reciclados de todo tipo, el mejoramiento de los sistemas de recolección y gestión de residuos, así como la preocupación por realizar eventos carbono neutrales, son todos elementos que actualmente aportan a la realización de **CFE** más sustentables.

Como en cada uno de los manuales de la Serie "Chile, por un turismo sustentable", se abordarán las materias medioambientales de la sustentabilidad a través de seis criterios específicos:

- (1) Gestión del Territorio Turístico;
- (2) Gestión del Agua;
- (3) Gestión de la Energía;
- (4) Gestión de los Residuos;
- (5) Conservación de la Biodiversidad;
- (6) Medición de la Huella de Carbono.



Contenedores separados para residuos sólidos



Actividades recreativas en CFE



GESTIÓN DEL TERRITORIO TURÍSTICO

La realización de CFE requiere del uso de grandes infraestructuras, como por ejemplo en el caso de las Ferias, extensos recintos para albergar a un importante número de expositores como también de visitantes. En este sentido, tanto inversionistas como autoridades locales competentes, deberán velar porque la infraestructura a utilizar, respete los códigos arquitectónicos locales, en términos de altura, materialidad y forma, entre otros aspectos. Asimismo procurar que éstos se incorporen de manera armónica con el paisaje que los rodea, ya sea urbano o rural.

Por otra parte, la utilización de espacios públicos para la realización de Ferias y Espectáculos es cada vez más frecuente, por ejemplo, en Parques Urbanos Municipales. La utilización de dichos espacios debe estar planificada de tal manera de su realización no genere perjuicios sobre la utilización y la calidad de los bienes de uso público. Zonas

de estacionamiento, recolección de basura, cuidado de áreas verdes y ruidos molestos, constituyen aspectos fundamentales que se deben considerar cuando se hace referencia al criterio de sustentabilidad “gestión del territorio turístico”.

Cuando se trata de nuevas infraestructuras (construcción de nuevos centros de convenciones o feriales, por ejemplo), se deberá procurar que no se generen alteraciones importantes al paisaje y a los ecosistemas locales. Esto es posible de lograr a través de una buena comunicación entre los desarrolladores del proyecto, las empresas de construcción involucradas y las autoridades locales.

A continuación se entrega un listado con buenas prácticas que podrán orientar a los empresarios relacionados a **CFE**, respecto al diseño y localización de infraestructuras:

✓ Prácticas para orientar a los empresarios	Dificultad		
Localizar las instalaciones en zonas con buena accesibilidad y en donde no sea necesario realizar grandes alteraciones del paisaje;	+		
Diseñar infraestructura y accesos de modo armónico con el paisaje, utilizando diseños y materialidades propias del lugar;	+		
Disponer correctamente los escombros y basura generados durante el proceso de construcción;	+		
Señalizar correctamente los accesos a los recintos, haciéndolo de manera segura y a la vez atractiva;	+		
Dimensionar correctamente la cantidad de estacionamientos, de acuerdo a la máxima capacidad de acogida del lugar;	+		
Disponer de lugares especiales para la detención de transporte público y vehículos mayores;	+		
Mantener una coordinación fluida con las comunidades vecinas, de manera de informar correctamente acuerdos y procedimientos;		++	
Informar a los asistentes a través de diversos medios (audios, pantallas y medios digitales preferentemente), acerca del adecuado comportamiento en el recinto, así como en sus inmediaciones (especialmente en estadios, arenas y centros de espectáculos).		++	

GESTIÓN DEL AGUA

La gestión del agua se ha vuelto uno de los temas fundamentales en prácticamente todas las industrias y áreas de negocios, y los **CFE** no son la excepción. Hoteles, centros de convenciones, teatros, estadios y recintos feriales, consumen importantes cantidades de agua, consumo que se ve incrementado considerablemente durante la realización de cada reunión o evento.

Reducir el consumo de agua es un desafío relevante para la industria de los **CFE**, pues además de aminorar los impactos ambientales derivados de la organización de reuniones y eventos, puede significar una importante reducción de costos para las empresas que los organizan.

Los esfuerzos para la reducción del consumo de agua, lo que pueden conseguir a partir de dos grandes ámbitos de acción:

(1) Sensibilizar a los dos principales grupos de consumidores, personal y asistentes a CFE.

Para ello debe existir información dispuesta de forma clara y comprensible, en todos aquellos lugares donde se realiza el consumo y que incentive

a los usuarios a disminuirlo a través de simples prácticas, como cerrar bien las llaves una vez que se han utilizado. Un ejemplo de esto lo constituyen los letreros informativos en lavamanos, sanitarios, cocinas y otras áreas importantes.

(2) Equipar los recintos con tecnología eficiente para disminuir el consumo de agua.

Servicios sanitarios, aseo, cocinas y jardines constituyen las principales fuentes de consumo de agua en **CFE**. Es sobre éstas y otras de menor magnitud que los empresarios del área pueden implementar buenas prácticas que conduzcan a un menor consumo del recurso. Actualmente, el mercado ofrece una serie de soluciones y dispositivos que, a precios razonables, permiten generar ahorros de hasta un 60% en el consumo del agua.

+ Para conocer dispositivos de ahorro de agua y sus características técnicas, se recomienda revisar el Manual de Buenas Prácticas para Alojamiento Turístico (página 42).

Algunas buenas prácticas recomendadas para disminuir el consumo de agua en **CFE** son:



Parque Bicentenario, comuna de Vitacura

✓ Buenas Prácticas para disminuir el consumo de agua en CFE	Dificultad	
Capacitar internamente al personal en técnicas y procedimientos para disminuir el consumo de agua;	+	
Ofrecer botellas reutilizables para el consumo de agua;	+	
Instalar mensajes de sensibilización en diversos puntos del recinto, incentivado al personal y a los asistentes a consumir menores cantidades de agua;	+	
Instalar dispositivos para uso eficiente del agua en griferías de baños, cocinas, jardines y otros (dispositivos aireadores y técnicas de ahorro de agua);	+	
En caso de jardines y áreas verdes: utilizar especies locales y sólo regar durante las noches o cuando sea estrictamente necesario;	+	
Educar al personal y visitantes respecto al consumo responsable de agua, siempre en más de un solo idioma (al menos en español e inglés).		++



GESTIÓN EFICIENTE DE LA ENERGÍA EN LAS REUNIONES



Iluminación Eficiente



Climatización



Arquitectura Sustentable

DATO: La Conferencia Internacional sobre Fuentes de Energía Renovables realizada en Alemania en 2004, se convirtió en una de las primeras conferencias “de neutralidad climática” del mundo, al realizar contrapartidas por las emisiones de carbono, a través del financiamiento de 12 cocinas comunitarias que funcionan con energía solar, para proporcionar comida a 30.000 personas y reemplazar el uso habitual del carbón para cocinar en comunidades de países en desarrollo.

<http://www.globalurban.org/GUDMag-06Vol2Iss1/Roper.htm>



GESTIÓN DE LA ENERGÍA

Las grandes cantidades de energía consumida por hoteles, centros de convenciones y recintos feriales, otorgan una especial importancia al manejo y consumo responsable del recurso energético. Grandes temas como la iluminación, climatización y funcionamiento de equipos eléctricos de diversos tipos, cuentan actualmente con una amplia gama de soluciones que de acuerdo a cifras del PNUMA, permiten ahorrar entre 30 y 60 % del consumo energético de estos recintos.

Por otra parte, como ha sido expuesto en manuales anteriores de la serie “Chile por un Turismo Sustentable”, se han desarrollado diversas aplicaciones para la generación de energías renovables no convencionales. Generadores eólicos, paneles fotovoltaicos y sistemas de energía geotérmica en inversiones de mayor escala, son alternativas válidas y eficientes, que permiten ahorrar costos de operación y disminuir el impacto ambiental de las reuniones.

Otro de los aspectos esenciales se relaciona con la arquitectura de los recintos. La localización y orientación de las construcciones, el uso de materiales energéticamente eficientes y la calidad de la aislación y las terminaciones, todos constituyen temas importantes que podrán conducir a hacer un uso más eficiente de la energía, a través de una arquitectura más sustentable.

A continuación se entrega una serie de buenas prácticas posibles de ser implementadas por organizadores de **CFE**, para lograr un consumo responsable de la energía.

✓ Buenas Prácticas para lograr un consumo razonable de la energía	Dificultad		
Seleccionar lugares de reunión y alojamiento que apliquen medidas de eficiencia energética, cumplan con normas de edificación verde y/o usen fuentes renovables de energía;	+		
Contar con iluminación de bajo consumo en la totalidad del recinto;	+		
Aprovechar al máximo la luz natural para la iluminación y climatización de los espacios;	+		
Incentivar a los expositores a que, en lugar de configurar espacios que requieran de uso energético intensivo, reduzcan al mínimo la iluminación y otras necesidades de consumo energético (por ejemplo, la cantidad de enchufes disponibles);	+		
Desenchufar todos los equipos que no sean imprescindibles de mantener encendidos, una vez terminada la jornada de trabajo;	+		
Contar con letreros y carteles que recuerden apagar las luces, cerrar puertas y otras buenas prácticas por parte de trabajadores y usuarios;		++	
Contar con dispositivos de ahorro energético, tales como reguladores de voltajes, sensores de apagado / encendido y monitores de temperatura, entre otros;		++	
Implementar sistemas de generación de energías renovables, tales como paneles fotovoltaicos;		++	
Utilizar pantallas y proyectores con tecnología LED, que con una calidad de imagen superior, ahorran hasta un 70 % de consumo en relación a equipos tradicionales.		++	



HOTEL PLAZA SAN FRANCISCO

Comuna de Santiago, Región Metropolitana



Hotel Plaza San Francisco es un hotel 5 estrellas que cuenta con 146 habitaciones y 15 salones para eventos y convenciones. Además posee el restaurant Bristol, uno de los más premiados de la hotelería nacional.

La administración del hotel ha llevado adelante un proceso continuo para elevar la sustentabilidad en sus operaciones e incorporarla como parte del ADN de la empresa. Para ello se creó un Comité de Sustentabilidad donde participan trabajadores de las diferentes áreas, supervisando los indicadores y metas establecidas.

Entre las principales prácticas que realiza el hotel es posible mencionar:

AMBITO ECONÓMICO

- Se capacita al personal en buenas prácticas de sustentabilidad, específicamente ahorro energético, gestión de residuos y ahorro de agua;
- Se participa activamente en talleres y reuniones con expertos internacionales, lo que permite estar al día en nuevas tecnologías y tendencias;
- Se entrega información en seminarios, para dar a conocer la experiencia de un hotel con 23 años de experiencia y de cómo se puede incorporar la sustentabilidad dentro del ADN de la empresa;
- Se realizan negociaciones y compras a proveedores menores, aplicando los principios de comercio justo;
- Se favorece a proveedores locales, especialmente en el abastecimiento del restaurant Bristol, donde se trabaja con comunidades mapuche y otras del sur de Chile, adquiriendo sus productos;

AMBITO SOCIO-CULTURAL

- Se colabora con las actividades y el museo de la Iglesia San Francisco;
- El hotel es parte del comité de adelanto del barrio Paris- Londres, participando activamente en las reuniones y actividades, por ejemplo Día del Patrimonio Cultural de Santiago;
- La carta del restaurant Bristol, incorpora productos representativos de Chile, provenientes de comunidades del sur del país;
- Se realizan periódicamente actividades para los trabajadores, involucrando a sus familias en ellas;
- Se colabora con COANIQUEM Y CENFA, en la entrega de plásticos y vidrios.

AMBITO MEDIOAMBIENTAL

- Se renovaron todos los equipos de aire acondicionado, incorporando refrigerante ecológico. Esto implica un ahorro del 15% en consumo energético en climatización;
- Se instalaron más de 280 ampollas fluorescentes compactas, con un ahorro de hasta 75% de energía;
- Se implementó tecnología LED en más de 300 puntos del lobby y áreas comunes (duración 16 veces mayor);
- Se instalaron lámparas de inducción magnética en estacionamientos, con una vida útil de 100.000 horas y un ahorro del 40% de energía;
- Se trabaja en la clasificación de desechos (pilas, latas, plásticos, baterías, tetra) y reciclaje (vidrios, papeles y cartones), a través de empresas debidamente certificadas;
- Se realiza tratamiento de RILES, en base a bacterias.

FUENTE: Hotel Plaza San Francisco





Recolección de basura en Festival Lollapalooza, Región Metropolitana



GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

La mejor manera de manejar el desecho, es no crearlo desde un principio. Determinar qué materiales son necesarios para un evento y considerar maneras de reducir la cantidad usada, son criterios esenciales para trabajar en la minimización de los residuos.

Resulta determinante que planificadores, organizadores, expositores y proveedores de **CFE**, trabajen en una estrategia conjunta de gestión de los residuos, asegurando que aspectos determinantes, tales como que la capacidad de recolección sea suficiente (cantidad de contenedores), que el personal comprenda los mecanismos disponibles para disponer los residuos, y que los desechos reciclables, reutilizables u orgánicos estén siendo efectivamente utilizados nuevamente, entre otros.

El trabajo coordinado es la única manera posible para enfrentar de manera eficiente la enorme cantidad de desechos que cada **CFE** genera y que pueden ser agrupadas en 6 grandes categorías (Ver figura en Página 66).



FACHADA DE CARTÓN, BAZAR ED 2012

Comuna de Vitacura, Región Metropolitana



Simple y común a primera vista. Así es el cartón para la gran mayoría de la gente. Un material de uso principalmente utilitario y que difícilmente puede ser visto con fines estéticos. Sin embargo, los responsables de crear la fachada y acceso de la octava versión del Bazar ED (2012), definieron que estas serían fabricadas íntegramente con cartón y papel, nada más. Pero el proyecto no es sólo decorativo y original: terminados los cinco días del Bazar, todo será triturado y vuelto a convertir en este material. Una idea 100% sustentable.

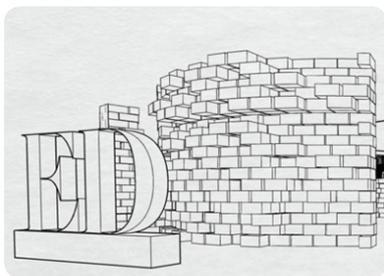
El objetivo, dice el diseñador Rodrigo Alonso, es hacer un real aporte, algo que no genere más problemas de lo que puede producir un proyecto de estas dimensiones, como basura, desorden o complicaciones extras de construir cosas que después nadie sabe qué hacer con ellas. Una preocupación presente en todos sus proyectos.

De acuerdo al equipo de diseñadores, durante los doce meses de trabajo se pudieron conseguir cosas impresionantes, gracias al proceso de investigación realizado, consistente en un estudio detallado del material, a través del cual probaron una infinidad de alternativas y de opciones para dar con los resultados esperados.

Después de casi cuatro meses de ensayo, consiguieron crear grandes ladrillos hechos a partir de cartón panal que, gracias a su estructura interna, resiste toneladas y lo hace prácticamente indestructible. Ellos fueron la base que dieron forma a los grandes muros que contuvieron los casi 140 metros cuadrados del área de acceso.

Más impresionante aún, es que con el mismo material se fabricaron sillas y banquetas para el descanso de los asistentes. La idea es que permita un momento agradable para los visitantes, donde se puedan refugiar del calor y empezar de buena forma el recorrido por la feria. Es decir, generar una gran experiencia desde el primer minuto.

Para hacer este lugar todavía más acogedor, el equipo diseñó lámparas de papel, también tipo panal, y que buscan dar textura y calidez al techo.



FUENTE: Revista ED, 2012



TIPOS DE RESIDUOS GENERADOS EN CONGRESOS, FERIAS Y EVENTOS



Elaboración: TURISTIKO@consultores -2012

Entre las principales recomendaciones para disminuir el volumen de residuos y gestionarlos de manera adecuada, es posible mencionar:

✓ Recomendaciones para disminuir el volumen de residuos adecuadamente	Dificultad		
Utilizar materiales reciclables para la construcción de stands y módulos;	+		
Imprimir todos los materiales utilizando ambas caras del papel;	+		
Contar con un contenedor para recuperar tarjetas o distintivos de identificación de participantes (badges) del último evento realizado, para reciclarlas e imprimir nuevas versiones (eventos periódicos);	+		
Entregar como merchandising una botella re-utilizable, que el visitante pueda rellenar en su hotel y en el evento. Esto debe ir apoyado con grandes dispensadores de agua siempre disponibles para los visitantes;	+		
Promover la elaboración de eco-ladrillos, con un diseño atractivo y en la medida de lo posible, trabajar en conjunto con la comunidad y los municipios para tener un objetivo común de construcción con dicho material (juegos de plazas de niños, oficina de la municipalidad, otros);		++	
Gestionar convenios con organizaciones sin fines de lucro o empresas recolectoras, para el retiro de residuos una finalizado el evento;		++	
Preferir la comunicación digital por sobre la impresa (registros, difusión, otros);		++	
Planificar adecuadamente la valorización de residuos en base a la oferta de productos que generan los mismos (por ejemplo botellas plásticas, latas, papeles plásticos, otros).		++	
Disponer de contenedores que permitan el reciclaje y valorización de residuos;		++	
En caso de producir y ofrecer servicios gastronómicos, implementar composteras que permiten generar abono y en caso de contar con jardines propios, hacer uso del mismo. En caso de no contar con jardines propios, se puede donar al municipio para uso en parques locales.	+		
Difundir entre los exponentes que llevan muestras, que prioricen la difusión digital por sobre mucha folletería.		++	



CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Quienes promueven, organizan y producen **CFE**, debiesen tener siempre en cuenta cómo estas instancias pueden afectar la biodiversidad de un lugar, debido a las alteraciones que naturalmente conllevan, tales como ruidos, exceso de iluminación, generación de residuos entre otros.

Prevenir estos impactos es un deber ineludible para los empresarios ligados a **CFE** en Chile, quienes deberán considerar una serie de medidas para evitarlos, vinculadas directamente con los puntos anteriormente expuestos en relación al ámbito medioambiental de la sustentabilidad turística.

Por otra parte, la realización de **CFE** puede ser una oportunidad importante para concientizar a participantes y residentes acerca de la importancia de conservar la biodiversidad local, alertar sobre especies de flora y fauna en estado de riesgo o difundir iniciativas que van en favor del medio ambiente.

A continuación se entrega una serie de recomendaciones prácticas para aportar a la conservación de la biodiversidad desde los **CFE**:



Observación de Fauna Marina, comuna de La Higuera

✓ Recomendaciones prácticas para aportar a la Conservación de la Biodiversidad	Dificultad	
Siempre disponer de espacio para que las ONGs y otras organizaciones que contribuyen a la conservación de la biodiversidad local, puedan exponer su trabajo y a la vez recibir aportes de parte de los visitantes;	+	
Durante los tiempos libres de los eventos, ofrecer a los visitantes la posibilidad de realizar actividades turísticas con foco en conservación de la biodiversidad (limpieza de humedales y playas, censos de aves, re-habilitación de aves, otros);	+	
Difundir a través de señalética, libros y otros, temas de biodiversidad local (por ejemplo guías de identificación de aves, mamíferos, reptiles, flora, otros);	+	
Ofrecer espacio para que los visitantes adquieran guías de identificación y libros-material relacionado a la biodiversidad local y su conservación;	++	
Aprovechar la ocasión para hablar sobre especies-ecosistemas en categorías críticas de conservación como también especies bandera (por ejemplo proyectar videos, otros);	++	
Asumir el cuidado de las áreas verdes aledañas una vez finalizado el evento en el caso de daños.	++	



Globo informativo de evento carbono neutral



MEDICIÓN DE HUELLA DE CARBONO

Abordar la responsabilidad en materia de cambio climático, es una de las iniciativas y decisiones estratégicas ligadas a desarrollar un producto más atractivo y que apela a consumidores que privilegian productos y servicios sustentables. En este contexto, la realización de eventos que neutralicen sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), permite a las empresas vinculadas a **CFE**, aumentar su competitividad en un mercado en el que la sustentabilidad se ha vuelto un factor clave.

La Huella de Carbono es el cálculo de la suma de los GEI emitidos, directa o indirectamente, por un individuo, empresa, organización o por el destino en su totalidad, y que provocan, entre otras reacciones adversas, el cambio climático. Los GEI pueden ser medidos a través de un inventario de emisiones asociadas a la realización **CFE** y que se relacionan principalmente con los siguientes ítems:

1. Transporte de los funcionarios (desde sus hogares al lugar de trabajo, viajes aéreos o terrestres;
2. Consumo energético;
3. Consumo de Combustibles (diesel, gasolina, gas y otros);
4. Uso de gases refrigerantes para aire acondicionado;
5. Gestión de Residuos (ver figura Tipos de Residuos generados por un **CFE**).
6. Consumo de materiales administrativos (resmas de papel).

Entre las principales medidas para realizar un **CFE** Carbono Neutral, es posible mencionar:

✓ Principales medidas para realizar un CFE Carbono Neutral	Dificultad		
Decidir el cálculo de la Huella de Carbono de manera previa al evento, estableciendo un método de medición formal para ello;	+		
Realizar una mini-encuesta para saber las distancias recorridas y los medios de transporte utilizados por los asistentes para llegar al evento;	+		
Elegir localidades y lugares de reunión que reduzcan al mínimo la necesidad de transporte local y de larga distancia de participantes y productos;	+		
Apagar o disminuir la intensidad de la iluminación y aire acondicionado, cada vez que sea posible;	+		
Contar con estacionamiento de bicicletas, así como generar convenios con sistemas de arriendo de bicicletas públicas;		++	
Contar con un sistema de transporte eficiente, que incentive a los asistentes a viajar en grupos mayores, evitando el uso de diversos vehículos;		++	
Difundir servicios de alojamiento que se ubiquen cercanos a los centro de eventos, evitando de esta forma grandes desplazamientos;		++	
Disminuir al máximo la impresión de papeles, folletería y material relacionado;		++	
Evitar la entrega de regalos que no sean reciclables y/o reutilizables;		++	
Compensar la huella y para eso, idear el instrumento-calculadora que permite medirla de manera sencilla;	+		
Cuando no se puedan evitar los viajes de larga distancia, realizar contrapartidas o compensaciones por las emisiones de GEI.		++	



FERIA CHILE ES TUYO 2012

Comuna de Las Condes, Región Metropolitana



La feria de turismo CHILE ES TUYO es la instancia de promoción turística más importante a nivel nacional, en dónde se da conocer la oferta turística de las quince regiones del país. **Se trata de una iniciativa que busca motivar a los chilenos a viajar por Chile a lo largo de todo el año y a través de la cual se muestran en un solo lugar, los mejores destinos y productos turísticos nacionales.**

La feria reunió a aprox. 50.000 asistentes durante sus cuatro días de funcionamiento en el Parque Padre Hurtado (Las Condes), los cuales aparte de conocer la oferta turística nacional, pudieron participar de diversas actividades de carácter cultural, relacionadas con música, folklor, gastronomía regional y artesanía viva, como también, actividades deportivas tales como escalada, paintball y canopy.

Más allá de la diversidad de elementos turísticos y culturales de la muestra, el evento fue planificado para cumplir con criterios de sustentabilidad ambiental, convirtiéndose en una de las primeras grandes ferias de carácter CARBONO NEUTRAL del país.

Para ello, SERNATUR, sometió la organización de la feria bajo los estándares de SCX (Santiago Climate Exchange), la primera bolsa climática privada del Hemisferio Sur, basada en los estrictos criterios y metodologías de contabilización de reducción de emisiones de GEI. De acuerdo a la cantidad de emisiones totales de la feria, se realizaron acciones de compensación a través de la compra de bonos de carbono.



A través de una encuesta aplicada a un importante número de asistentes, se consultó acerca del transporte utilizado para acceder al recinto. Las preguntas realizadas fueron:

- El tipo de medio de transporte utilizado (metro, bus, moto, bicicleta, caminando o vehículo particular);
- La distancia recorrida entre los lugares de origen y destino (expresada en km);
- La cantidad de personas que venían en dicho medio;
- El rendimiento de consumo de combustible del vehículo (para quienes accedieron en auto propio);
- El tipo de combustible utilizado por el vehículo.

Por otra parte se implementaron otras acciones para hacer de la feria un evento sustentable. Entre ellas podemos mencionar:

- Sistema de buses de acercamiento gratuitos, desde estación de metro;
- Implementación de sistemas de reciclaje;
- Baños con energía solar;
- Puesta en valor de la gastronomía típica local, ofreciendo productos típicos de cada región de Chile.



FUENTES ADICIONALES DE INFORMACIÓN

10 Easy tips for making your event more sustainable.

Green Meetings Industry Council. Estados Unidos, 2009.

An inconvenient booth: The economic impact of the Green movement on the trade show industry.

Exhibitor Magazine Group. Cleveland, Ohio. 2007.

Asesoría experta para el sector Turismo de Negocios en la región de Antofagasta.

CORFO / Pulso Consultores. Antofagasta, 2010.

Comportamiento del Turismo Receptivo.

SERNATUR, Santiago, 2011.

¡Es Fácil Ser Verde! Una Guía para planear y dirigir reuniones y eventos conscientes del ambiente.

Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos. Washington, 2003.

Estadísticas Mundiales de la Industria de las Reuniones,

Congresos y Convenciones 2000- 2009. ICCA, 2009.

Estudio de Caracterización y Diagnóstico del sector Turismo de Negocios Región de Antofagasta.

Esteban Zárate. Antofagasta, 2010.

Glosario de Turismo de Negocios.

Secretaría de Turismo de México. México D.F., 2004.

Green Meetings Report.

Convention Industry Council´s. Estados Unidos, 2004.

Guía para Reuniones Verdes:

Extienda la alfombra verde para los asistentes a su reunión. PNUMA/ ICLEI. Paris, 2009.

Guidelines for the Sustainable Organisation of Events.

Federal Environment Agency (UBA). Berlín, 2010.

Statistics Report 2002-2011.

ICCA, 2012.

Sustainability Reporting Guidelines & Event Organizers Sector Supplement.

Global Reporting Initiative. Amsterdam, 2012.

WEB DE INFORMACIÓN

- Asociación Internacional de los Congresos y las Convenciones
iceworld.org
- Consejo de la Industria de las Convenciones
conventionindustry.org
- Consejo de la Industria de las Reuniones Verdes
gmic.org
- Federacion de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de America Latina
cocal.org
- Comunidad Internacional de Profesionales de las Reuniones
mpiweb.org
- Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos
iapco.org
- Asociación Internacional de Exhibiciones y Eventos
iaee.com
- Asociación Global de la Industria de las Exhibiciones
ufi.org
- Asociacion Internacional de Ferias de América
afida.org
- Asociación Internacional de Palacios de Congresos
aipc.org
- Asociación Internacional de Centros de Convenciones
laconline.org
- Asociación de Ejecutivos de Viajes Corporativos
www.acte.org
- Sociedad Europea de Asociaciones de Ejecutivos
esae.org
- Sociedad de Ejecutivos de los Viajes de Incentivo
siteglobal.com

GLOSARIO DE CONCEPTOS

Asamblea: Reunión de los miembros de una asociación, organización, gremio, sociedad, corporación u otra clase de grupo organizado para tratar o deliberar sobre un temas y/o temas determinados. Las conclusiones se someten a votación, convirtiéndose en recomendación de la asamblea.

Asamblea General: Reunión general y formal de un club, asociación, organización o compañía a la cual asiste un mínimo de sus miembros con el propósito de decidir sobre asuntos internos de orden legislativo, político o contable. Su frecuencia y lugar de celebración se establecen por anticipado.

Auditorio: Formato de montaje en el que las sillas se disponen todas juntas, como en un teatro. Este puede ser rectangular o semicircular.

Banquete: Formato de montaje en el que las sillas se disponen en torno a mesas redondas de 8, 10 ó 12 personas.

Captacion de Eventos: Se dice de las actividades vinculadas a la atracción de un evento a determinada sede o espacio. Este esfuerzo se realiza de manera coordinada entre asociaciones, organizaciones y buros de convenciones de un país o ciudad para lograr que un evento que rota en sede sea realizado en el país aspirante. Las sedes aspirantes, por lo general 2 o 3, presentan sus candidaturas durante la etapa final del evento en realización.

Centro de Convenciones: Instalación especialmente concebida para celebrar diferentes tipos de eventos de negocios.

Debe contar con facilidades indispensables para recibir participantes, tanto nacionales como extranjeros, y respetar las normas internacionales vigentes en materia de construcción. También debe ofrecer los servicios adecuados para la organización, la seguridad y la eficacia de los eventos que allí se celebren.

Conferencia: Encuentro convocado por una persona, empresa o entidad para transmitir un mensaje o dar a conocer un tema en particular, generalmente por invitación. Deben ser de corta duración para poder aprovechar al máximo la atención del auditorio y tratan un temario limitado.

Congreso: Reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico a un tema de interés. La iniciativa puede ser gremial o institucional, la convocatoria es abierta y la participación voluntaria. Se celebran una vez al año, y los de carácter internacional cada 24 meses, y su duración oscila entre los dos y los cinco días.

De acuerdo a su dimensión geográfica, los congresos pueden ser: local, regional, nacional, internacional, continental y mundial. La mayor parte incluye exposiciones entre sus actividades pero se suelen restringir sólo al público participante.

Convención: Evento formal y genérico de cuerpos legislativos, político- social o económico, cuyo propósito es proveer información respecto de una situación particular para luego deliberar y esta-

blecer consenso entre sus participantes.

Comité: Grupo de personas con una tarea dentro de la organización general de un evento o dentro de la ejecución de una serie de actividades concretas que forman parte de la organización general. Pueden existir diferentes tipos de comités en la organización de eventos de negocios, tales como científico, consultivo, de, hospitalidad, de logística, de promoción, de seguridad, de transportación, ejecutivo y organizador.

DMC. Destination Management Company.

Empresa local que ofrece itinerarios creativos y un manejo ejemplar de logística operativa con un conocimiento amplio de los viajes de incentivos. Suelen ser especialistas en el conocimiento de la plaza y proporcionan servicios y productos tanto turísticos como no turísticos. Se distinguen de los operadores locales por su especialización y por proporcionar todo tipo de solución a los problemas de un evento más allá de lo netamente turístico.

Encuentro: Una reunión entre dos o más personas. Puede estar organizado por una asociación para fomentar una actividad concreta.

Evento: Término genérico que designa cualquier tipo de reunión o encuentro de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas o conocimientos y experiencias entre los participantes.

Evento deportivo de alcance internacional:

Eventos que convocan a atletas de diferentes países a participar de un torneo o competencia que se realiza durante más de una jornada. Son eventos que se realizan de manera regular y su sede rota por diversos países. Por ejemplo: Mundiales de Fútbol, Juegos Olímpicos y Rally Dakar, entre otros. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la celebración de un evento deportivo de este tipo le da al destino un mayor relieve internacional y ayuda a mejorar su posicionamiento como sede de reuniones.

Exposiciones: Predominantemente son promocionales e institucionales y de envergadura o nivel superior. Sólo se exhiben y promocionan productos y servicios pero el proceso completo de venta no se realiza en el momento, independientemente de la magnitud de la muestra. Aquellas donde ocurre sólo su exhibición y promoción. Muchas veces pueden realizarse ambas circunstancias (feria-exposición)

Ferias: Son eventos comerciales. En la feria se vende y eventualmente el producto se entrega en el lugar. Predomina la comercialización de los productos y servicios "in situ".

Festival: Serie de representaciones consagradas a un arte o un artista y que incluyen diversos programas de actividades y que suelen durar varias jornadas.

Foro: Todo tipo de oratoria, conversación o debate sobre un tema en el que participan todos los presentes. Generalmente, constituye la parte final de un simposio o una mesa redonda. Está dirigido por un coordinador, que permite la libre expresión de ideas, supervisando las

intervenciones y los tiempos.

Jornadas: Encuentro que, con la modalidad de talleres o conferencias, trata un tema ante un auditorio y cuyos resultados se publican posteriormente. Esta denominación se debe a que cada tema se desarrolla durante un solo día, se realizan las disertaciones, se debate y se arriba a conclusiones en una misma jornada.

Reunión de negocios: Se dice de los congresos, las convenciones, los incentivos, las ferias y exposiciones así como de todas las reuniones dependientes de estos encuentros: simposio, debate, panel, junta de trabajo, etc. En inglés se conoce con el genérico Meeting.

Sede: Lugar habilitado para celebrar eventos y que debe reunir un conjunto de requisitos que faciliten las condiciones óptimas para su éxito. Se utiliza también para designar la ciudad en que se celebra el evento.

Seminario: Reunión de estudio donde se desarrolla en profundidad un tema determinado. Cada uno de los oradores expone en forma individual desde su área específica y desde su punto de vista. Suele darse como actividad integrada o paralela en algunos congresos.

Simposio: Reunión de un grupo de entre tres y seis expertos o técnicos que exponen sucesivamente distintos aspectos del asunto tratado con una cantidad limitada de personas. Cada intervención se extiende durante 15 minutos y aborda un área particular del tema que lo convoca. De esta manera el público tiene una visión integrada del tema que los ocupa.

Traducción consecutiva: Se realiza en forma oral y resumida en los momentos

en que el orador hace una pausa para ello.

Traducción simultánea: Proceso de traducir de un idioma a otro mientras el conferencista habla, empleando generalmente algún tipo de equipamiento para la transmisión de voz.

Turismo de Reuniones: Se refiere a las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión o conferencia, o de acompañar a una persona que participará en la misma.

Viaje de familiarización: Viaje de visita a un lugar para conocerlo en forma general: sus instalaciones, sus atractivos, sus actividades, sus servicios. Permite al organizador darse una idea de las posibilidades de un destino para la recepción de grupos y reuniones. Generalmente es patrocinado por los proveedores (hoteles, líneas aéreas, etc.) en conjunto con autoridades turísticas locales (OCV's) y se dirige tanto a organizadores de reuniones como para compradores potenciales, agentes de viajes o miembros de la prensa para que puedan conocer y evaluar los servicios de un destino.

Viajes de incentivos: Es una estrategia moderna gerencial utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común al premiar a los participantes con una experiencia extraordinaria. El viaje de incentivo es un premio que alcanzan los que demuestran un mejor desempeño en su trabajo.

Viaje de inspección: Viaje que realiza un organizador de congresos, convenciones o incentivos con el objetivo específico de analizar con ojo crítico y a profundidad las instalaciones, sus atractivos, sus actividades, o sus servicios.

TURISTIKO[®]
consultores 

«Autorizada su circulación en cuanto a los límites y fronteras actuales de Chile, por Resolución N° 436 del 22 de octubre de 2012 de la Dirección Nacional de Fronteras y Límites del Estado». La edición y circulación de mapas, cartas geográficas u otros impresos y documentos que se refieran o relacionen con los límites y fronteras de Chile no comprometen, en modo alguno, al Estado de Chile, de acuerdo con el Art. 2° letra g del DFL N° 83 de 1979, del Ministerio de Relaciones Exteriores. TIRAJE: 10.000 ejemplares.



Gobierno
de Chile