



Congreso Nacional del Medio Ambiente
Cumbre del Desarrollo Sostenible

GRUPO DE TRABAJO

GT-ESOS

Eventos Sostenibles

Documento Preliminar

Índice

1. Introducción.....	pág. 2
2. Gestión de la sostenibilidad en los eventos.....	pág. 17
3. Algunas herramientas prácticas.....	pág. 47
4. Marketing, imagen y comunicación.....	pág. 72
5. Anexo. Algunas lecturas interesantes.	pág. 84
6. Bibliografía y páginas Web de interés.....	pág. 88
7. Comité técnico.....	pág. 90

1. Introducción

Justificación

El objeto del **Grupo de Trabajo de Eventos Sostenibles** (GT-Eventos Sostenibles) en el seno de **CONAMA 9** es el de conocer y presentar la evolución y situación actual de la sostenibilidad aplicada a los eventos y reuniones, particularmente en España; así como el de efectuar propuestas de gestión, comunicación y sensibilización sobre este tipo de eventos, dirigidas de forma general a todos los sectores convocantes y organizadores de eventos de cualquier tipología y tamaño, y de forma específica al sector de las empresas Organizadoras Profesionales de Congresos (OPC) que organizan eventos de forma profesional.

La relevancia que ha cobrado el sector de organización de eventos en nuestro país da medida de la importancia de introducir la sostenibilidad como uno de los criterios de organización de eventos, tanto por su impacto material (como gran consumidor de recursos ambientales) como por la oportunidad que representa para fomentar la cultura de la sostenibilidad, tanto de las empresas implicadas como de los participantes, dada su gran capacidad de proyección hacia la sociedad.

Es necesario abordar la sostenibilidad de los eventos desde los ámbitos de la gestión, la educación y la comunicación ambiental para que tengan el menor impacto ambiental y se construya un entorno amigable para la interiorización de experiencias en un entorno respetuoso con el medio ambiente. La gestión sostenible es un concepto ineludible que poco a poco va calando en todas las empresas que en un momento u otro de su actividad organizan una feria, congreso o jornada. Sin embargo, a pesar de la apuesta decidida por la sostenibilidad de un número cada vez mayor de organizadores, las múltiples facetas que la conforman hacen que, con frecuencia, el reto sobrepase sus capacidades y recursos.

Impactos ambientales de la celebración de eventos

La organización de cualquier tipo de evento implica una huella ecológica, un impacto sobre el entorno producido tanto por el consumo de recursos naturales (agua, energía, etc.) como por la generación de residuos y emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI). Minimizar este impacto mediante la realización de una gestión eficiente y sostenible deber ser el objetivo de todos los agentes que intervienen en su organización, para lo cual se requiere un cambio que conduzca a una celebración respetuosa con el medioambiente, socialmente justa y económicamente viable.

Existen una serie de factores condicionantes que favorecen que en el momento presente se avance de forma más acusada hacia la sostenibilidad global en los eventos. Entre ellos están:

- el cambio climático,
- la escasez y el coste de la energía,
- la preocupación por el reciclaje y la reutilización,
- la mayor y creciente sensibilidad ambiental de convocantes y participantes en todo tipo de eventos.

La sostenibilidad aplicada en el campo de la celebración de eventos permite ahorrar recursos, tiene un impacto positivo en la imagen de los organizadores y permite satisfacer la demanda creciente de sostenibilidad por parte de los clientes. Así mismo no cabe duda de que, con independencia de los condicionantes éticos y técnicos, la imagen de las entidades, empresas y destinos relacionados con el mundo de los eventos, necesita de una adaptación y una renovación a una imagen corporativa más responsable y sostenible; que esté en línea con los esfuerzos en este sentido que se vienen desarrollando desde las Administraciones públicas, los sectores productivos y la sociedad civil.

Antecedentes internacionales y nacionales

1. Los eventos sostenibles en el mundo

Aunque no se ha realizado un estudio en profundidad sobre la situación de los eventos sostenibles a escala internacional, podemos apuntar que hace más de una década empezó a usarse el término *greening event* (evento verde) para describir aquellos eventos que incorporaban buenas prácticas ambientales en su gestión con el objetivo de reducir su impacto ambiental.

Podríamos situar los primeros ejemplos de eventos sostenibles en Australia y Canadá. En estos dos países empezaron introduciendo, en un primer momento, el reciclaje de los residuos como un valor ambiental añadido en la celebración de grandes eventos festivos. Desde entonces, múltiples acontecimientos organizados en estos países y en muchos otros (principalmente Estados Unidos y países de la Europa occidental) han ido incorporando numerosas iniciativas ambientales (utilización de materiales verdes, fomento de la movilidad sostenible, educación ambiental, reciclaje de los residuos, etc.). El ámbito de aplicación también se ha ido extendiendo a todo tipo de eventos, más allá de los eventos festivos, y ya existen muchos ejemplos de eventos deportivos, cumbres internacionales, congresos y convenciones que se organizan aplicando principios de sostenibilidad. Actualmente tal vez sean los eventos relacionados con la celebración de jornadas, *meetings* y congresos los que están demandando e incorporando iniciativas sostenibles en su gestión con creciente interés. De la experiencia adquirida en estos eventos se ha publicado mucha bibliografía, en formato de guías de buenas prácticas, páginas web, hojas informativas, etc. (ver el apartado de bibliografía).

Para hacer una breve reseña histórica sobre la situación internacional de este tipo de eventos responsables, podríamos destacar la celebración, en el año 2004, del Simposio "*Greening Events*", que tuvo lugar en el Fórum de las Culturas de Barcelona. En este congreso, organizado por el Ayuntamiento de Barcelona y el ICLEI (*International Council for Local Environmental Initiatives*), participaron más

de 80 representantes de diferentes ciudades de todo el mundo y se posibilitó por primera vez una aproximación sistemática a la realidad de los eventos sostenibles. En los 3 días que duró el congreso se presentaron múltiples ejemplos de casos prácticos de ambientalización de eventos, así como se entablaron discusiones sobre metodología de planificación, gestión y evaluación de eventos sostenibles (ver bibliografía, Iniciativa del ICLEI para la ambientalización de eventos).

Un buen indicador de la importancia que se otorga a la organización de eventos sostenibles en algunos países del mundo es la existencia de diferentes asociaciones y organizaciones internacionales que promueven la celebración de *green events*. Algunos ejemplos son:

- la Asociación para reuniones y eventos verdes (*Association for Green Meetings and Events*), con sede en Georgia (Estados Unidos)
- el Consejo para la ambientalización de la industria de eventos y reuniones (*The Green Meeting Industry Council*), con sede en Mississippi (Estados Unidos).
- la iniciativa de ambientalización de eventos (*éco-evenements*) liderada por la Asociación Francesa de Profesionales Organizadores de Eventos (*Associations des professionnels de l'événement*).

Más información sobre estas asociaciones puede encontrarse en las páginas Web que se recogen en el apartado 8 del documento.

2. Los eventos sostenibles en España

En España tampoco hemos encontrado datos o estudios que recojan la evolución histórica de la celebración de eventos sostenible. Aunque no podemos dar una fecha exacta de la celebración del primer evento sostenible en nuestro país, sí que podemos apuntar que en la última década se viene detectando una mayor preocupación por introducir los principios de la sostenibilidad en la gestión de eventos, y existen numerosos ejemplos de actos de diferentes tipologías

(deportivos, exposiciones universales, fiestas, conferencias, etc.) que se han caracterizado por incorporar en su gestión alguna o muchas buenas prácticas sostenibles.

Un primer aspecto a considerar es que la mayoría de los eventos sostenibles han sido organizados por Administraciones públicas (ayuntamientos, gobiernos autonómicos, gobierno central) y fundaciones y organizaciones no gubernamentales, siendo las empresas privadas las que de momento parece que han presentado menos interés por trabajar en este campo. De todas maneras, también se ha detectado que algunas OPC's están ya ofreciendo en su catálogo de servicios la organización de eventos sostenibles. Este hecho puede interpretarse como un indicador de que está aumentando la demanda, por parte de los promotores de eventos, de incorporar los principios de la sostenibilidad en sus actos. Seguramente a partir del momento en que la organización de un evento sostenible se convierta en una oportunidad clara de negocio, proliferaran las ofertas de servicios de organización de eventos sostenibles, y como resultado la cantidad de este tipo de eventos aumentará.

También cabe señalar que muchos de los ejemplos de eventos sostenibles los hallamos en eventos que tienen un elemento en común: el objetivo de su celebración es discutir aspectos relacionados con alguno de los ámbitos de la gestión ambiental. Podríamos pensar que estos eventos, para ser legítimos con los contenidos que van a discutir o celebrar, se sienten más obligados a poner la teoría de la gestión sostenible a la práctica. Sin embargo, aún estamos lejos de poder certificar que todos los eventos que versan sobre temática ambiental se están celebrando siguiendo los principios de la sostenibilidad.

Así pues, no es de extrañar que por ejemplo en una jornada sobre sistemas de reciclaje no se lleve a cabo la recogida selectiva de los residuos que genera el propio acto, tal vez porque los organizadores no se lo plantearon en el diseño del evento o porque el lugar dónde decidieron realizarlo no disponía de la logística necesaria para cumplir tal objetivo. Sin embargo, también se está detectando en

los últimos años una mayor demanda, por parte de los asistentes a este tipo de eventos, a que se incorporen buenas prácticas de gestión ambiental.

Sin pretender ser un listado exhaustivo, presentamos en la tabla 1 algunos ejemplos de diferentes tipologías de eventos que han incorporado alguno de los principios de la sostenibilidad en su celebración. Algunos de estos eventos son neutros en carbono, es decir, que compensan las emisiones de gases de efecto invernadero derivadas de su celebración.

Tabla 1: Ejemplos de eventos sostenibles

- Fiesta mayor de la Universitat Autònoma de Barcelona (desde 1999).
- Feria de abril en Cataluña (Barcelona, desde la edición del 2002).
- Forum de la Culturas de Barcelona (Barcelona, 2004)
- Jornadas sobre municipios y sostenibilidad (San Sebastián, 2005)
- VI Asamblea de la Red Ciudades y Pueblos hacia la Sostenibilidad, Diputación de Barcelona (Vilafranca del Penedès, 2005)
- II Jornada de Universidades Responsables (Zaragoza, 2006)
- Ecoprocura 2006 (Barcelona, 2006)
- Concierto Oviedo Impact5 (Oviedo, 2006)
- 1er Congreso Iberoamericano de Responsabilidad Social Corporativa (Oviedo, 2006).
- CONAMA8, Congreso Nacional de Medio Ambiente (Madrid, 2006)
- Maratón de Madrid (Madrid, 2007).
- Convención de Cambio Climático y Sostenibilidad en España (Albacete, 2008)
- Expo Zaragoza 2008 (Zaragoza, 2008).
- EMSU 2008: Universidades frente a los cambios globales para la sostenibilidad (Barcelona, 2008)
- Congreso Nacional de Medio Ambiente (Madrid, 2008).

Fuente: elaboración propia y también a partir del web www.ceroco2.org

En lo referente al marco teórico y a la bibliografía sobre la celebración de eventos sostenibles en España podemos apuntar que también se han escrito diversos documentos que abordan esta temática. Algunos de los documentos de referencia se listan en el apartado de bibliografía, que no es un listado exhaustivo. En este sentido, uno de los objetivos del GT-Eventos Sostenibles sería el de crear y mantener actualizado un listado o base de datos con documentación de referencia sobre temática (marco teórico, casos prácticos, etc.) relacionada con la celebración de eventos sostenibles.

El concepto de evento sostenible

Para definir el concepto de evento sostenible podemos partir de la definición de cada una de las palabras que conforman el término: evento y sostenible.

Por **evento** entendemos aquella actividad que acoge a un número de participantes que se juntan para celebrar un acontecimiento, reunión, etc. que presenta un objetivo e intereses comunes para los participantes. En un sentido amplio, bajo el término de evento tendrían cabida las celebraciones lúdico-festivas, las actividades deportivas, las reuniones y encuentros de negocios, entre muchos otros.

Para definir **sostenible** recuperamos la clásica definición de desarrollo sostenible recogida en el Informe Brundtland (Nuestro Futuro Común, 1987) y que se articula como *"aquél desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones"*.

De la conjunción de evento y desarrollo sostenible podríamos concluir con el concepto teórico de que un evento, para que sea sostenible, tiene que celebrarse bajo unas condiciones que garanticen que las generaciones futuras podrán seguir organizando eventos. Esto implica que los eventos organizados por las generaciones actuales deben minimizar el uso de recursos naturales y de impactos, para así garantizar que habrá suficientes recursos para seguir celebrando eventos en un futuro.

Podríamos señalar también que el principal objetivo de un evento sostenible es minimizar los impactos negativos, reduciendo al máximo la huella ecológica, aprovechando las oportunidades que pueda aportar al entorno local en el que se lleva a cabo y coadyuvando a aumentar la conciencia de responsabilidad en todas las partes implicadas. En este punto hay que hacer especial hincapié en los aspectos sociales, que pueden ser vitales en los eventos que se desarrollan en destinos social o culturalmente sensibles.

Revisando la literatura existente también hemos encontrado alguna definición de evento sostenible en la misma línea.

Según ICLEI un "evento ambientalizado es aquél que está diseñado organizado y montado de acuerdo con los principios de sostenibilidad, centrándose especialmente en las cuestiones medioambientales, sanitarias y sociales, con el objetivo de reducir el consumo de recursos naturales, reducir el consumo al mínimo y proteger la biodiversidad y la salud de los seres humanos" .

En todo caso, en este momento resulta muy complejo definir con exactitud cuándo un evento se puede considerar sostenible y en qué medida, a partir de los estándares y marcos de referencia actualmente disponibles. En este sentido proponemos que este documento sea un punto de partida para empezar el debate sobre cuáles son los mínimos requisitos que debería cumplir un evento para ser definido como sostenible, es decir, cuántas y qué buenas prácticas de sostenibilidad tendría que incorporar en su diseño un evento sostenible. ¿Un evento en el que únicamente se realiza como buena práctica la recogida selectiva de los residuos se puede definir como evento sostenible? ¿O un evento tendría que cumplir un listado exhaustivo de buenas prácticas antes de catalogarlo como sostenible? Esperamos que en el debate que se genere en el GT-Eventos Sostenibles se obtengan conclusiones que permitan dar respuesta a estas cuestiones.

Marco teórico de la planificación de los eventos sostenibles

En este apartado abordamos de manera sintética los aspectos claves para la organización de un evento sostenible que responden a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes están implicados en la organización de un evento sostenible y cómo deben participar?
- ¿En qué etapas de la celebración del evento se deben tomar decisiones y realizar acciones que afectarán a la sostenibilidad del evento?
- ¿Cuáles son los principales ámbitos de trabajo en los que hay que centrarse?

Para elaborar este apartado del documento nos hemos basado en gran parte en el marco teórico elaborado en la "Guía para hacer más sostenibles los actos que organiza la UAB" (ver bibliografía).

Actores implicados en la organización del evento

En la organización de un eventos participan gran número y diversidad de actores (ver tabla 2) y resulta indispensable implicar a todos ellos en el proyecto de evento sostenible, ya que su actuación es clave para la implantación exitosa de las medidas de sostenibilidad planificadas.

Tabla 2. Actores implicados en la organización de un evento

Actores	Descripción y efectos de su actividad	Implicación y acciones para la sostenibilidad
Promotores y organizadores	Son los que organizan los actos, por tanto, los que fijan los objetivos, características y normas. Juegan un papel muy importante en la introducción de medidas de sostenibilidad, ya que sin su participación las actuaciones en esta línea serán mínimas o, incluso, inexistentes.	<ul style="list-style-type: none"> — Decidir las estrategias de gestión sostenible que se tienen que aplicar en la celebración y marcar la normativa que las apoya. — Definir a grandes rasgos el contenido de los mensajes que se difundirán durante el acto.
Organizadores Profesionales de congresos (OPC)	Son empresas dedicadas a la organización de eventos. Pueden ser contratadas para coordinar la organización de todo el evento, o bien asumir ciertas tareas concretas	<ul style="list-style-type: none"> — Suelen realizar tareas de secretaría técnica del evento. Pueden coordinar la contratación de los otros servicios (espacios, catering, transporte, etc.) — Es importante que sean conocedoras de las directrices ambientales marcadas por los promotores para que las cumplan durante el proceso de organización del evento.
Servicios logísticos	Permiten desarrollar el acto con normalidad y con todos los requisitos necesarios (montaje y desmontaje de instalaciones, mantenimiento y adecuación del espacio).	<ul style="list-style-type: none"> — Ayudar en la correcta ejecución de muchas medidas de sostenibilidad y participar. — Tienen que participar en el proceso de diseño de los acontecimientos y tener conocimiento de las medidas adoptadas y de cómo ejecutarlas. — Tienen que participar en el diseño de la movilidad en los alrededores del recinto.
Proveedores Distribuidores de bebidas y comida	Sus intereses son económicos o de promoción, aunque últimamente se interesan por la imagen de la marca que representan. La actividad que realizan consume recursos y energía. Tienen contratos para servir bebidas y comida a los visitantes. Durante su actividad consumen recursos, agua y energía y son la principal fuente de residuos.	<ul style="list-style-type: none"> — Tienen que cumplir la normativa en términos de sostenibilidad, contribuyendo entre otras acciones, a la minimización de residuos y ofreciendo productos ecológicos, locales y/o de comercio justo.
Servicios de limpieza y recogida de residuos	Son los encargados de la limpieza del recinto y de la recogida de las basuras.	<ul style="list-style-type: none"> — Tienen que participar en las reuniones que se harán para definir la elección del modelo de gestión de residuos y aplicarlo (fracciones que se tienen que recoger, mobiliario necesario para la recogida, turnos de recogida, etc.).
Operadores de transporte de personas	Son los encargados del transporte hasta el recinto festivo, u otros lugares donde se desarrollen actividades paralelas o visitas. Pueden ser públicos o privados.	<ul style="list-style-type: none"> — Tienen que participar en las negociaciones para determinar las acciones relacionadas con la gestión de la movilidad.
Patrocinadores	Representan una importante fuente de financiación de los acontecimientos y, a cambio, hacen publicidad de sus productos y/o servicios con la intención de crear imagen corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> — Se tiene que negociar para que las estrategias de difusión que utilicen estén en la línea de sostenibilidad marcada por los promotores.
Participantes y asistentes	El interés que tienen es sacar provecho del acontecimiento, aprender nuevos conocimientos, socializar, hacer contactos, etc. Consumen recursos y reciben mensajes y materiales.	<ul style="list-style-type: none"> — Su papel puede ser más o menos activo según el grado de implicación y el factor principal que se tiene que tener en cuenta es la estrategia de comunicación y de educación ambiental que se tiene que seguir para incrementar su sensibilización y concienciación hacia la sostenibilidad.

Fuente: Adaptación del cuadro **Agentes implicados en la realización de los eventos festivos** publicado en: Adell, A.; Muñoz, P.; Rubio, M. & Ysern P., “*Grans esdeveniments festius: anàlisi i experiències per la sostenibilitat*”. Documento num. 9 de la colección “Documents de l’Agenda 21 de Barcelona”, Edita: Ayuntamiento de Barcelona, Barcelona 2004.

Metodología para la organización de eventos sostenibles

El proceso de introducción de criterios de sostenibilidad en un evento tiene que ir ligado desde el principio a la propia dinámica de diseño y organización de éste. Es importante integrar las consideraciones de sostenibilidad en la toma de decisiones durante todo el proceso.

Para que el proyecto de sostenibilidad se implante con éxito, es imprescindible el compromiso de los promotores a los más altos niveles de responsabilidad. Este proyecto tiene que ser entendido como una prioridad, sin que éste esté reñido con la calidad de los contenidos del evento y sus propios objetivos. Es importante designar responsables que trabajen para el cumplimiento real de estos criterios, así como destinar los recursos humanos y económicos necesarios para conseguir los objetivos fijados.

Es importante y útil trabajar teniendo en cuenta las diferentes etapas de un evento y establecer qué actuaciones de sostenibilidad debemos implantar en cada una de ellas.

- Planificación: Etapa inicial de diseño donde se toman importantes decisiones que determinaran la posibilidad o no de introducción de medidas posteriores. Es el momento de diseñar la estrategia global de sostenibilidad del evento.
- Organización: Etapa previa a la organización cuando se determinan aspectos concretos del evento y sus servicios (sede, programa, proveedores, etc.).
- Celebración: Etapa en la que se implantan las actuaciones planificadas en las dos etapas posteriores. Es importante reforzar la comunicación y hacer una buena monitorización del funcionamiento del proyecto de sostenibilidad.
- Desmontaje y evaluación: Etapa final del evento. Es importante hacer una buena evaluación de los resultados obtenidos que nos permitirá mejorar en eventos futuros.

En un evento hay múltiples interacciones y efectos hacia el medio ambiente. Para determinar qué actuaciones debemos aplicar para minimizar su impacto ambiental es útil identificar previamente cuáles son aquellos ámbitos del evento con incidencia ambiental, cuáles son los impactos generados en cada uno de ellos y qué iniciativas podemos introducir para minimizarlos.

- Administración y logística. Comprende las tareas internas administrativas y de logística. Estas tareas tienen numerosas repercusiones ambientales y también se deben incluir en el proyecto de sostenibilidad aunque sean las menos visibles.
- Espacios e instalaciones. La elección de los espacios dónde se celebra un congreso es un factor clave, ya que muchos aspectos como el consumo energético y de agua o los desplazamientos dependen del lugar escogido.
- Movilidad y transporte. En la celebración de un acto, sobre todo si éste tiene un alcance internacional, la movilidad es el principal causante de las emisiones de CO₂ generadas. Por lo tanto es primordial fomentar una movilidad más sostenible.
- Consumo responsable y materiales. La celebración de un evento implica el consumo de muchos materiales que, dependiendo de sus características, pueden comportar un gran impacto para el medio ambiente.
- Minimización y gestión de residuos. Cuando se celebra un acontecimiento se tienen que minimizar y gestionar correctamente los residuos generados.
- Servicios de restauración y de catering. El servicio de catering y de restauración es uno de los principales generadores de residuos, y su gestión se convierte en un aspecto muy visible por los asistentes. Por lo tanto, es importante que estos servicios lleven a cabo criterios de sostenibilidad.
- Difusión del congreso, documentación y señalización. Cuando se celebra un acto, se editan numerosos materiales para dar a conocer el acto (pósteres promocionales, trípticos), para dar información a los asistentes (programa,

planos, etc.) y para la señalización de los espacios. La producción de estos materiales tienen también importantes impactos ambientales asociados.

- Comunicación de las iniciativas de sostenibilidad y sensibilización. Tan importante como cumplir las iniciativas para mejorar la sostenibilidad de un evento, es trabajar para comunicarlas de una manera efectiva a los asistentes y actores implicados.

Propuestas del GT-Eventos Sostenibles

Para la generación de propuestas como resultado del grupo de trabajo, se proponen una serie de objetivos globales o de amplio alcance, tanto para reducir el impacto negativo sobre el medio ambiente como para producir un impacto positivo en la comunidad y para dejar un legado medio ambiental y social. Estos objetivos se tratarán de concretar en la medida de lo posible para los distintos contextos y destinos en los que se desarrolla el mercado de las reuniones. Lógicamente, la presión para la sostenibilidad en los eventos está muy relacionada con las condiciones previas de:

- infraestructuras,
- paisaje,
- disponibilidad de recursos ambientales,
- urbanismo,
- posición geoestratégica,
- profesionalidad y experiencia de las empresas locales,
- sensibilidad política

En cuanto a los requerimientos globales de sostenibilidad, conviene identificar cuatro campos para su desarrollo: ambiental, social, socio-cultural y relacionado con la identidad y, no menos importante, el económico financiero. Algunas líneas de exploración Para establecer modelos de aplicación se harán propuestas en torno a:

- la utilización de recursos de la comunidad local.
- las tres R: reducir, reutilizar y reciclar.
- gestionar el consumo energético y la movilidad de forma eficaz.
- compensar las emisiones ocasionadas.
- Involucrar a todas las partes implicadas (organizadores, subcontratistas, patrocinadores y asistentes) en el éxito del “evento sostenible”.
- aprovechar la oportunidad para difundir buenas prácticas.
- evaluar el impacto de las actuaciones.

De forma especial, se aborda la problemática de los acontecimientos singulares y grandes eventos que requieren de grandes inversiones en sedes, espacios, infraestructuras, que posteriormente no es posible rentabilizar de otro modo y se convierten en grandes consumidores de dinero público e incluso en una carga para los destinos durante largo tiempo.

Un último objetivo o reto que se plantea el GT-Eventos Sostenibles va en la línea de trabajar para que en el futuro no sea necesario utilizar el término de evento sostenible porque no tendremos que hacer distinción entre los eventos sostenibles y el resto de eventos; ya que entonces todos los eventos que se celebren estarán diseñados siguiendo los principios de la sostenibilidad. Que este día llegue antes o después dependerá del compromiso de actuar y fomentar los cambios necesarios a todos niveles y por parte de todos los actores que estamos implicados en la gestión de eventos.

Estructura del documento

En la primera parte del documento, se habla de la planificación y gestión de la sostenibilidad, con un repaso de las áreas fundamentales a tener en cuenta en la aplicación de criterios de sostenibilidad a la organización de un evento, empezando por un tema transversal, como es el ahorro y la eficiencia energética,

y siguiendo por temas clave como son la sede, el transporte, los residuos, la alimentación y los regalos. En todos ellos se plantea una reflexión general para continuar con una serie de recomendaciones y algunos ejemplos prácticos de referencia. El capítulo incluye la selección de algunos proveedores que puede ser de utilidad para los organizadores de eventos.

En la segunda parte hemos reservado un espacio para la descripción con más detalle de algunas herramientas disponibles en los apartados del capítulo anterior. No pretende ser exhaustivo, ni completo. Sólo dejar constancia de algunas herramientas que existen y están funcionando, así como del trabajo serio y comprometido de las entidades y profesionales que las han puesto en marcha. Se han escogido cuatro de los conceptos clave de la organización de eventos como son sede, compensación de emisiones, personal vinculado a la organización y recogida de residuos. Esta parte del documento queda abierta a futuras aportaciones que lo enriquezcan.

La fortaleza de realizar un esfuerzo en hacer sostenible un evento no sólo radica en los resultados netos ambientales y sociales que puedan conseguirse, sino también en la acción demostrativa que supone. Para ello, la política de comunicación del evento debe ser una pieza clave y por eso en la tercera parte del documento se revisan los conceptos básicos del marketing, la imagen y la comunicación desde la perspectiva de la organización de un evento sostenible: las oportunidades que se planteas, las herramientas disponibles, y también el peligro que supone hacer una política de comunicación excesiva, que no releje realmente unos compromisos claros y unos resultados concretos, y que convierta la etiqueta "evento verde" en algo artificial y vacío, devaluando el propio concepto en detrimento del trabajo serio que algunas instituciones están llevando a cabo.

2. Gestión de la sostenibilidad en los eventos

2.1 Ahorro y eficiencia energética

2.2 Sede

2.3 Transporte

2.4 Residuos

2.5 Alimentación

2.6 Regalos

2.7 Proveedores

2.1 Ahorro y eficiencia energética

El ahorro y eficiencia energética así como el uso de las Energías Renovables es una premisa de carácter horizontal (en la medida de lo posible) impulsada por las administraciones en cualquiera de sus actuaciones. Este factor ha generado una corriente social de concienciación hacia el cambio climático que ha de explotarse en todos los escenarios posibles, como es el caso de la celebración de eventos. Junto a ello, y con especial relevancia, aminorar los gastos económicos derivados del evento depende en gran medida de la adecuación del consumo energético a las previsiones realizadas.

La energía, en cualquiera de sus variantes, es un factor determinante en el desarrollo de actividades.

El correcto uso de la energía reduce los costes económicos de la organización y celebración.

La planificación correcta del uso de la energía para un evento permite:

- Ajustar la contratación energética a las necesidades reales. Ello repercute directamente en la reducción de los costes finales del evento.
- Reducción de la emisión de gases contaminantes

Aspectos clave a considerar

- La realización de un análisis de ahorro y eficiencia (previo y evaluación)
- La optimización de los recursos energéticos dispuestos para el evento
- Selección de espacios para la celebración del evento

RECOMENDACIONES: REALIZACIÓN DE CONSULTORÍA PREVIA Y EVALUACIÓN

- Contratación de empresa consultora que plantee un avance de las necesidades energéticas del evento, de manera que no se incurra en una cobertura energética innecesaria. El objetivo es optimizar el rendimiento de las infraestructuras existentes y diseñar los sistemas auxiliares desde la óptica de la sostenibilidad.
- Auditoría energética. Seguimiento del consumo de energía durante la celebración del evento y evaluación del mismo. Las conclusiones de las auditorías permitirán elaborar nuestro propio listado de recintos adecuados para congresos sostenibles. Por otra parte, ayudará a desvelar las claves de la optimización de recursos durante el evento y las 'fugas' detectadas.

2.2 Sedes

La celebración de un evento supone la convocatoria de un elevado número de personas que confluyen en un mismo lugar en un espacio de tiempo relativamente corto, con el consiguiente consumo de recursos y energía, generación de residuos y emisiones derivadas del transporte que conlleva el acceso a la sede de celebración desde el lugar de residencia de los asistentes así como de los desplazamientos internos en la ciudad de acogida del evento.

Es por ello que la minimización de estos factores teniendo en cuenta la gran afluencia de público deriva en un mayor o menor gasto de recursos, emisiones derivadas del transporte y generación de residuos. La huella de carbono asociada a cualquier evento será sin duda elevada debido que este tipo de actos conllevan una afluencia de público que si bien no siempre es masiva, siempre será numerosa ya que la misma esencia de un evento es la congregación de personas.

Teniendo en cuenta estos aspectos contribuiremos a reducir el consumo de materias primas, minimizar la producción de residuos, disminuir las emisiones de gases contaminantes y de efecto invernadero.

Por otro lado, derivado de la puesta en marcha de estas acciones sería recomendable una comunicación de las mismas a los asistentes persiguiendo un doble fin de sensibilización así como de exportación y replica de las medidas tomadas en la organización de otros eventos.

Sería importante explicarlo detalladamente en la documentación entregada a los asistentes.

RECOMENDACIONES

- Seleccionar la ubicación de la sede teniendo en cuenta la accesibilidad de la misma.
- Facilitar medios de transporte colectivos a los hoteles dónde haya un mayor número de asistentes alojados.
- Minimizar el uso de materiales desechables
- Utilización de nuevas tecnologías y soportes en detrimento de los folletos siempre que sea posible

CASOS PRACTICOS

Eventos planificados según estos criterios;

- Ecoprocura 2006
- UICN

- Sede con criterios bioclimáticos en su edificación: ECOBOX – Diversia
- Sede con criterios de sostenibilidad en su celebración para pequeños eventos (VIPS o prensa): Ecobar&Spa - www.ecobarspa.com
- Complejo ambiental de la Fundación Apadrina un Árbol [ver capítulo de herramientas].

2.3 Transporte

2.3.1 Introducción

De manera genérica, uno de los principales impactos ambientales derivados de la celebración de un evento suele ser el causado por el transporte. La propia definición de evento, como suceso importante y programado, de índole social, académica, artística, deportiva, etc. implica que en un espacio determinado se concentren personas y mercancías que han tenido que desplazarse a dicho lugar y que deberán desplazarse a su vez a sus orígenes una vez finalice el mismo.

El transporte o la movilidad asociada a la celebración de un evento debe contemplarse desde tres puntos de vista. Por un lado, desde el punto de vista de los viajes y desplazamientos de los **asistentes**. Éstos, fundamentalmente, son realizados hacia y desde el lugar de celebración del evento. Por otro lado, se deben considerar aquellos desplazamientos motivados por la propia **logística** del mismo (proveedores, etc.). Por último, y en muchas ocasiones éste es el aspecto más delicado, debe considerarse la **gestión de la movilidad de la localidad** en la que se celebre el evento.

El impacto asociado a la movilidad está directamente relacionado con las **emisiones** derivadas del transporte motorizado. Estas emisiones se podrían clasificar en dos categorías diferentes:

- Por una parte, la emisión de gases de efecto invernadero repercute de manera **global** en la atmósfera. Cabe señalar que la mayor parte de las emisiones de CO₂ generadas en un evento son debidas al transporte, debido a la quema de combustibles fósiles. En los últimos años ha ido ganando peso la idea de la movilidad o el transporte neutral, entendida dicha neutralidad fundamentalmente como la compensación de las emisiones generadas.

- Sin embargo, no se debe olvidar que actualmente el transporte motorizado predominante, ya sea de personas o mercancías, también genera emisiones de otros contaminantes¹ que inciden de manera más acusada en la calidad **local** del aire, y que por tanto, deben ser considerados y en su caso, minimizados.

Pero además de las consecuencias ambientales relacionadas con las emisiones, el transporte puede generar **otra serie de impactos y consecuencias** como son, por ejemplo, el grado de congestión de las vías de acceso, la ocupación de aceras o accesos rodados a recintos, el nivel de ruido, la pérdida de eficacia del transporte público, los conflictos con el peatón y con modos de transporte no motorizados, etc.

Por este motivo, en la organización de cualquier evento, **la planificación del transporte juega un papel fundamental en el balance global de la sostenibilidad** del mismo.

El **principal aspecto clave** en materia de movilidad para asegurar la sostenibilidad de un evento es la **adecuada planificación** del mismo. Un correcto **estudio de las necesidades de transporte** que va a generar un evento permite **anticiparse a los problemas** que se puedan generar, e **implementar las medidas adecuadas** para minimizar los impactos derivados.

No obstante, las distintas medidas que pueden adoptarse podrían clasificarse en tres grupos, dependiendo de en qué momento, respecto a la celebración del evento, se deben aplicar, si bien, cabe señalar de nuevo, que todas ellas deben plantearse durante la **planificación previa** del evento.

En definitiva, la celebración de un evento sostenible en materia de movilidad debe servir no sólo para minimizar el impacto concreto que el transporte puede generar, sino para promover una **nueva cultura y hábitos de movilidad** en los ciudadanos².

¹ Por ejemplo, gases precursores del ozono troposférico como son el O₃, o gases que afectan a la capacidad de oxidación de la atmósfera como el óxido nítrico (NOx), el anhídrido carbónico (CO) o los Compuestos Volátiles Orgánicos (VOC)

² En este sentido cabe señalar la importancia de contemplar los principios del Libro Verde de la Comisión Europea "Hacia una nueva cultura de la movilidad urbana", elaborado en 2007, que expresa el estado de la cuestión de la movilidad urbana en Europa, identificando aquellos aspectos fundamentales que es necesario afrontar en materia de movilidad para superar los retos que se plantean en nuestra sociedad.

2.3.2 Aspectos a considerar

Previos a la celebración del evento

A continuación se indican medidas que tienen especial importancia en la fase previa a la celebración del evento:

1. Elección de la sede: En muchos casos, las opciones a la hora de seleccionar la sede son limitadas. Sin embargo, este aspecto es relevante desde el punto de vista del tipo de evento, ya que no es lo mismo un evento de carácter internacional de duración larga, como pueden ser unos juegos olímpicos, que un evento internacional de duración limitada, como una conferencia, o bien un evento local de larga duración, como una exposición de arte, respecto a un evento local de corta duración pero con una masiva afluencia de público, como un partido de fútbol.

En este sentido, se debe tener en cuenta cómo puede ser la asistencia al evento en función, entre otros, del tipo de público, la cantidad de asistentes, las afluencias máximas esperadas, las necesidades de accesibilidad y el análisis del reparto modal de los desplazamientos. Desde el punto de vista del transporte, siempre será conveniente elegir emplazamientos que cuenten con fácil y cercano acceso al transporte público.

2. Creación de la figura de un gestor de la movilidad del evento: la organización debe designar a un responsable que centralice y gestione todas aquellas medidas que se vayan a implantar que estén relacionadas con la movilidad asociada al evento. Un paso previo deberá ser realizar un diagnóstico previo de la situación de los medios de transporte disponibles para acceder al lugar de celebración y su idoneidad o no de acuerdo a las características del evento, con el fin de poner en marcha las medidas necesarias.
3. Contratación de empresas comprometidas con la movilidad sostenible: se debe primar la contratación de empresas proveedoras de servicios y

bienes comprometidas con la movilidad sostenible, bien porque hayan adoptado formalmente una política al respecto, hayan desarrollado un plan de transporte al trabajo de sus trabajadores, hayan desarrollado e implantado un plan de movilidad en la empresa, apliquen medidas que reduzcan el impacto de la movilidad asociada a su actividad, como por ejemplo la compensación de sus emisiones, impartan cursos de conducción eficiente a sus empleados, etc.

4. Cursos de conducción eficiente: para los conductores que vayan a ofrecer un servicio durante la celebración del evento: repartidores, conductores de invitados, etc. Estos cursos deben impartirse previamente a la celebración del evento con el fin de que sus beneficios se constaten durante la celebración del mismo (fundamentalmente, menor consumo de combustible y por tanto menores emisiones).
5. Proporcionar información a los asistentes y participantes: incluir en las invitaciones la información necesaria, clara y suficiente sobre todas las posibilidades de acceso al lugar de celebración, con especial énfasis en los medios de transporte no motorizado y público, así como sobre las posibles medidas de promoción y/o restricción adoptadas (medidas pull & push). En el caso del transporte de larga distancia, incidir en la preferencia de la utilización del tren o el autobús frente al avión.
6. Planificación del control de las emisiones: resulta indispensable realizar una previsión de cuáles van a ser las emisiones generadas por la movilidad asociada al evento, con el fin de poder calcular, una vez finalizado, cuál ha sido el ahorro que ha supuesto la aplicación de las diferentes medidas. Para ello se debe llevar a cabo una caracterización (estimación del nº de participantes y medios de transporte utilizados por cada uno, etc.) así como contar con medios de monitorización³.

Durante la celebración del evento

Aunque todas las medidas que se ofrecen a continuación **realmente deben ser planteadas y planificadas con anterioridad al evento**, su aplicación y repercusión se produce durante la celebración del evento. El **objetivo fundamental** de todas ellas sería **evitar la utilización del vehículo privado a**

³ Cabe señalar que hay cierta disparidad entre las metodologías de cálculo y estimación de las emisiones.

motor para acceder al lugar del evento. Para todo ello se plantea una batería de medidas:

1. Alojamiento: dado que en numerosas ocasiones los asistentes o participantes no son residentes locales, la selección del alojamiento juega un importante papel en la movilidad asociada al evento. Para ello:
 - Se deben seleccionar alojamientos con ubicaciones adecuadas, a ser posible cercanos al lugar de celebración. En este sentido, deben ofrecerse alternativas de alojamientos accesibles a personas con movilidad reducida.
 - Debe ser posible llegar hasta la sede del evento a pie o bicicleta, o bien en transporte público. En el primero de los casos es recomendable señalar el camino o ruta óptima entre ambos lugares, considerando asimismo cuál es la ruta óptima accesible para personas con movilidad reducida, así como ofrecer un servicio de alquiler de bicicletas y aparcamiento en origen y destino.
 - Como alternativa se puede ofrecer un servicio de enlace (lanzaderas) entre los hospedajes y la sede del evento, o bien entre éstos y la red de transporte público.
 - Así mismo se debe ofrecer un servicio de enlace entre las estaciones de tren o el aeropuerto en el caso de que dicho trayecto no esté bien cubierto por transporte público.
2. Transporte no motorizado: este es, claramente, el transporte más ecológico y sostenible. Considerando que los desplazamientos de una distancia inferior a 2 km pueden hacerse perfectamente andando, y que aquellos con distancias entorno a 5 - 7 km son adecuados para la bicicleta, se pueden establecer una serie de medidas tales como:
 - Establecer para peatones y bicicletas recorridos cómodos y seguros hacia el lugar de celebración del evento. Estos recorridos pueden partir desde puntos estratégicos tales como lugares emblemáticos, estaciones intermodales de la red de transporte público, etc. siempre y cuando se encuentren a las distancias

anteriormente indicadas y procurando aprovechar las infraestructuras existentes, tales como los carriles bici en el caso de las bicicletas.

- Establecer un servicio de bicicletas de alquiler para acceder desde los anteriores lugares al lugar de celebración del evento.
- Instalación de aparcamientos para bicicletas.

3. Transporte público: fomentar su uso, mediante medidas tales como:

- Proporcionar información de forma sistemática sobre cómo acceder a la sede del evento en transporte público, y cómo desplazarse desde allí hacia otros lugares, por ejemplo, mediante la instalación de paneles en lugares estratégicos, la página web, o en los medios en los que se publicite el evento: prensa escrita, medios audiovisuales, etc. Se debe prestar atención a las condiciones de accesibilidad para las personas con movilidad reducida.
- Exender billetes gratuitos o a precio especial para los participantes o asistentes al evento.
- Establecer billetes combinados de entrada al evento y transporte al mismo.
- Señalizar las estaciones de tren y metro, así como las paradas de autobús, a ser posible indicando los horarios aproximados y frecuencias de paso.
- En relación con el taxi, además de señalar las paradas, se deben instalar, en los hospedajes y en la sede del evento, carteles donde se indiquen los números de teléfono de las empresas de taxi que operan en la zona.
- Establecer servicios especiales de transporte público (tren, metro, autobús, etc.) en colaboración con las administraciones locales o regionales responsables del mismo. Este hecho puede suponer una buena oportunidad para incrementar y mejorar la oferta de transporte público en el área donde se celebra el evento.

4. Transporte interno en la sede del evento: estas medidas deben aplicarse especialmente a la flota de vehículos del organizador del evento en caso de que las distancias sean excesivamente largas para afrontarlas a pie:
- Proporcionar medios de transporte ecológicos, como por ejemplo, bicicletas.
 - O bien vehículos poco contaminantes, tales como vehículos eléctricos, híbridos, o que empleen combustibles alternativos, tales como el GNC, GLP o biocombustibles.
5. Vehículo privado a motor: debe limitarse al máximo su utilización. Para ello:
- Debe evaluarse la demanda de aparcamiento real, utilizando las plazas de aparcamiento existentes y no estableciendo plazas adicionales que puedan fomentar el uso del vehículo privado a motor.
 - El sistema de aparcamiento debe ser ordenado con una adecuada señalización de los caminos para coches y autobuses, sin que se vea afectado el transporte público y sin molestar a los residentes en la zona.
 - Deben implantarse medidas disuasorias como por ejemplo limitar la disponibilidad de plazas de aparcamiento y estableciendo tarifas adecuadas al efecto.
 - Establecer zonas donde esté prohibido aparcar, cordones y restricciones de acceso.
 - Establecer límites de velocidad en los alrededores al lugar de celebración del evento.
 - También pueden aplicarse medidas de promoción, como por ejemplo, alentar el uso compartido de coches (concepto “coche compartido”) facilitando plazas de aparcamiento gratuitas o situadas en lugares preferentes. Esta medida también podría aplicarse para aquellos vehículos a motor poco contaminantes.

- En caso de que la distancia entre el aparcamiento y el recinto donde se celebra el evento sea considerable, debe establecerse un servicio gratuito de enlace entre ambos.
6. Servicios de emergencias o especiales: Deben ofrecerse rutas específicas para ambulancias, bomberos, vehículos de prensa, personalidades o asistentes especiales, entre otros.

Después de la celebración del evento:

1. Análisis de los aspectos mejorables: si el evento es recurrente y se prevén nuevas ediciones, se deben analizar detenidamente cuáles han sido los aspectos mejorables en materia de movilidad con el fin de adoptar las medidas necesarias para su corrección. Esta tarea debe realizarse lo antes posible, ya que la corrección de dichos aspectos puede requerir de acciones coordinadas de diferentes administraciones/organismos, y por tanto deben ser estudiadas, diseñadas y presupuestadas con suficiente antelación.
2. Cálculo y compensación de la huella de carbono: la compensación financiera de las emisiones generadas en un evento, destinando los importes a proyectos de ahorro energético o de captura de CO₂, es un elemento que debe ganar importancia en la celebración de eventos. Esta medida debe entenderse como un **complemento al resto de medidas de evitación o reducción de emisiones** implantadas antes y durante la celebración del evento. Así mismo, se debe promover que los participantes evalúen su comportamiento en materia de transporte para reducir el impacto ambiental. Una de las características básicas que deben tener estos mecanismos de compensación es la transparencia de las iniciativas que promueven, así como su clara vinculación a los mecanismos de desarrollo limpio (Clean Development Mechanism, CDM) establecidos por el protocolo de Kyoto.

En este sentido, hay iniciativas que permiten realizar el cálculo de las emisiones generadas en diversos medios de transporte y su posterior compensación a partir de los anteriormente mencionados mecanismos.

En el caso particular de los viajes en avión, opción inevitable en muchos casos, sí se puede tener en cuenta el mayor impacto ambiental de este

modo de transporte y plantearse la compensación ambiental de tales desplazamientos. Hoy en día este servicio de compensación ya es ofrecido por numerosas compañías aéreas, bien directamente, o bien a través de iniciativas nacionales e internacionales que realizan el cálculo de las emisiones y gestionan la compensación a través de diferentes proyectos.

2.3.3 Casos prácticos

A continuación se ofrece información sobre las medidas adoptadas por algunos eventos en materia de movilidad y transporte.

- Expo Zaragoza 2008:

Se elaboró una guía de buenas prácticas sobre la organización de eventos sostenibles. Uno de los capítulos de dicha guía versaba sobre el transporte, considerando tanto los desplazamientos al lugar de celebración del evento, como los desplazamientos realizados durante el evento, tanto internos como externos. Entre las medidas llevadas a cabo destacan:

- La campaña informativa sobre los medios de transporte para acceder al recinto, que incluía completa información sobre todos los medios disponibles de acceso (autobús urbano, transporte discrecional, bicicleta, telecabina, barco, taxi, coche y segway).
- Telecabinas adaptadas para personas con movilidad reducida
- Transporte fluvial por medio de motonaves electrosolares.
- Aparcamientos para bicicletas en las puertas de acceso y establecimiento de un servicio de bicitaxi (Gotaxi) desde la ciudad hasta el recinto. También se proporcionó en la web el plano de carriles bici de Zaragoza, y un link al servicio de bici pública de la ciudad: BIZI.
- Entre los aparcamientos de coches y las entradas al recinto se estableció un servicio de autobuses lanzadera gratuitos.

- V Seminario Internacional de Innovación y Turismo:

Este seminario, celebrado en Palma de Mallorca del 22 al 24 de octubre de 2008, estableció toda una serie de acciones de reducción del impacto del

evento sobre el medio ambiente, incluyendo el fomento de la movilidad sostenible.

- Para ello se realizó una primera estimación de las toneladas de CO₂ equivalente que supondrían los desplazamientos de los asistentes.
 - Con el fin de minimizar los trayectos largos en transporte, se seleccionó el lugar de celebración del Seminario y los actos relacionados, así como la ubicación del Hotel, en lugares cuya distancia pudiera ser recorrida a pie, sin la necesidad de utilizar transporte. Además, la web del Seminario, www.visitinnovation.com, proporcionaba alternativas limpias para desplazarse desde distintos puntos de Mallorca hasta el Centre Cultural Sa Nostra donde se celebraba el Seminario.
 - La organización del evento invitó a los participantes a reducir la huella climática de su participación en el mismo, utilizando medios de transporte sostenibles para llegar al lugar del evento, y colaborando en todas aquellas acciones que se estaban llevando a cabo para reducir el impacto del evento sobre el clima, y sobre el medio ambiente en general.
 - Por último, el Govern de les Illes Balears calculó y compensó las emisiones de CO₂ derivadas, entre otras, del transporte de los ponentes.
- Mundial de fútbol Alemania 2006:

Alemania diseñó un ambicioso plan para que la organización de la Copa Mundial de Fútbol 2006 no supusiera un impacto sobre el medio ambiente. Dentro de la campaña "Green Goal" se llevaron a cabo numerosas iniciativas destinadas a gestionar la masiva afluencia de público durante los días de celebración del evento, no tanto por los desplazamientos dentro de una determinada ciudad sino por los desplazamientos entre las localidades anfitrionas de los partidos (trayectos regionales). Entre las medidas adoptadas se pueden destacar:

- Mejora de las conexiones del transporte público entre estadios, por ejemplo, ampliando la longitud de las líneas de metro para llegar a todos ellos, ampliando la capacidad de las rutas y paradas de metro, bus y tranvías, y mejorando la accesibilidad a personas de movilidad reducida. A esta medida se dedicaron 802 millones de euros.
- Aumento de la frecuencia y horarios de los servicios del transporte público, coordinando los horarios con la finalización de los partidos, añadiendo hasta 33 nuevos servicios en algunas líneas de trenes de cercanías.

- Establecimiento de precios especiales a través de billetes especiales, tales como el "World Champion Ticket", el "World Champion Pass" o el "World Champion Surf&Rail".
- Entrega de folletos informativos "Your way" en 4 idiomas, que se entregaban con cada uno de los anteriores billetes, y que proporcionaban información práctica sobre cómo moverse en transporte público durante el evento.
- Creación de un "Centro de Transportes" on-line bajo el dominio web de la FIFA, para que todos los interesados pudieran consultar toda la información concerniente al trayecto requerido.
- Servicios de autoguiado en el transporte público, a través de un sistema modular auto explicativo "Rutas al vistazo", que indicaba el recorrido directo a cada uno de los estadios.
- Mostradores de bienvenida en cada estación de tren donde se proporcionaba información en cada uno de los idiomas de los países participantes.
- Servicios charter de trenes, con unos 300 servicios especiales de larga distancia adicionales a los habituales.
- Por primera vez en una Copa Mundial de fútbol se despacharon entradas combinadas que servían también como billetes de tren y de autobús, sin coste adicional, el llamado "KombiTicket".
- La empresa alemana de ferrocarriles, la Deutsche Bahn AG, proporcionó a los 6.000 periodistas acreditados la tarjeta "Mobility BahnCard", para que se desplazaran gratis en tren por el país, tanto en viajes de cercanías como de largo recorrido, durante seis semanas.
- Ausencia de aparcamientos para vehículo privado a motor en los estadios. En su lugar se ofrecieron facilidades "Park&Ride" para facilitar el trasbordo al transporte público.
- Establecimiento de zonas especiales de tráfico alrededor de los estadios y de las zonas residenciales de los alrededores de los estadios.
- Establecimiento de lanzaderas, entre los principales hoteles y las estaciones de tren y aeropuertos, para visitantes especiales, personal de la organización y periodistas.
- Fomento de la utilización de la bicicleta, instalando aparca bicis con espacio hasta para 600 bicicletas en cada estadio.
- Utilizando vehículos ambientalmente respetuosos, como por ejemplo, autobuses de pila de combustible cuyo hidrógeno ha sido generado con electricidad de procedencia renovable.

- Aunque con las medidas aplicadas en el programa "Green Goal" se consiguió evitar la emisión de 17.000 toneladas de CO₂, se llevó a cabo la compensación de las emisiones de GEI que no pudieron ser evitadas, a través de proyectos llevados a cabo en Sudáfrica y en el Sudeste de Asia.
- Festival Rock in Rio-Madrid 2008:

La edición de 2008 celebrada en Arganda, Madrid, entre otras acciones, y dentro de su Plan de reducción de emisiones "Programa Carbonocero" tuvo en cuenta acciones relacionadas con la movilidad:

1. Fomentando el uso del transporte público para la llegada al recinto, mediante un plan de transportes gratuito - sistema único para un evento de estas dimensiones - muy exigente que se sustentó en líneas directas de autobuses desde diferentes puntos de la ciudad con una frecuencia de salida continua en ambos sentidos.
2. También estableció ofertas que incluían paquetes de bus más entrada, con una serie de descuentos específicos.
3. Estableciendo que la flota de coches utilizados por la producción del festival fueran modelos híbridos.

2.3.4 Lista de proveedores, empresas, productos, asociaciones expertas en este tema

A continuación se indican algunos proveedores de servicios, empresas, productos y asociaciones relacionados con el transporte que ofrecen algún servicio en materia de movilidad sostenible.

CERO CO₂: CeroCO₂ es una iniciativa conjunta de la Fundación Ecología y Desarrollo y de la Fundación Natura. Las Entidades Asociadas son organizaciones que prestan apoyo técnico y económico para el funcionamiento del proyecto (Ayuntamiento de Barcelona, Ayuntamiento de Zaragoza, Gobierno de Cantabria, Junta de Andalucía, etc.).
<http://www.ceroco2.org/compensar/default.aspx>

ACTION CARBONE: programa responsable y solidario para luchar contra el cambio climático llevado a cabo por la asociación sin ánimo de lucro

GoodPlanet.org, en la que participan distintos organismos y asociaciones francesas. Colaboran, entre otras, con la compañía aérea Air France-KLM. www.actioncarbone.org (

THE CARBON NEUTRAL COMPANY: compañía participada principalmente por Zouk Ventures y Triodos Bank, que ofrece soluciones para luchar contra el cambio climático. <http://www.carbonneutral.com/>

MY CLIMATE PROTECT OUR PLANET: fundación sin ánimo de lucro de ámbito internacional. Es el organismo con el que colaboran, entre otros, las compañías aéreas Swiss Air y Lufthansa. <http://www.myclimate.org/index.php?lang=en>

EKOPASS: asociación sin ánimo de lucro cuyo objetivo fundacional es la puesta en marcha de iniciativas para la reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero. Está patrocinada por el Gobierno Vasco. <http://www.ekopass.org/>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA: la calculadora que ha desarrollado esta universidad permite el cálculo de la huella de carbono en numerosos campos de actuación. Establece la equivalencia en euros y la opción de hacer dicha donación a varios proyectos gestionados por la propia universidad que implican reducción de emisiones/captura de CO₂.

<http://www.uab.cat/servlet/Satellite?cid=1174893026842&pagename=i-UAB%2FPage%2FTemplateGenericHeaderSite>

EARTHLAB: esta fundación lleva a cabo numerosas iniciativas en pro del desarrollo sostenible, ofreciendo, entre otras utilidades, una calculadora de la huella de carbono tanto en desplazamientos (barco, avión, tren, etc.) como en el hogar, etc. <http://www.earthlab.com>

AIR FRANCE-KLM: Cuenta con un compensador de emisiones de CO₂ que puede utilizarse en cualquier momento. El sistema instalado contempla los vuelos operados por Air France y KLM, así como los de sus socios regionales (BritAir, CityJet, Régional, Airliner, CCM Airlines or KLM CityHopper). Una vez hecho el cálculo de las emisiones, la compañía permite la compensación de las mismas a través del programa "ActionCarbone".

SAS (Scandinavian Airlines) y SPANAIR (en condición de perteneciente al grupo SAS): Muy parecido al sistema anterior. Una vez hecho el cálculo permite la compensación de las emisiones de CO₂ a través de "The Carbon Neutral Company".

BRITISH AIRWAYS: El sistema de esta compañía es diferente a los anteriores, ya que la opción de compensar se ofrece directamente en el momento de hacer la reserva del vuelo, dando la opción de su compensación antes de proceder al pago. El dinero obtenido con la compensación se destina a proyectos gestionados por la compañía Morgan-Stanley, y cuya información se ofrece en la propia web.

SWISS INTERNACIONAL AIRLINES: Esta compañía aérea permite compensar sus vuelos a través de la fundación "My climate-protect our planet".

QUANTAS: Sistema similar al de Air France-KLM. El dinero recaudado por la compensación de los vuelos se destina a un programa gubernamental de plantación de árboles.
<http://www.qantas.com.au/travelcontent/dyn/carbonCalculator/index>

CLICKAIR: Esta compañía aérea permite colaborar con la Fundación+árboles para la creación de un bosque en el Delta del Llobregat. A través de su web permite calcular las emisiones de un vuelo concreto y el importe equivalente se puede destinar a dicho proyecto.

ATMOSFAIR: Se trata de una iniciativa fundada en el año 2005 entre el Foro Anders Reisen y la organización ambiental y de sostenibilidad Germanwatch, y apoyada por la Agencia Ambiental Federal Alemana, que permite el cálculo de las emisiones correspondientes a cualquier vuelo y la posterior compensación a través de una serie de proyectos de Mecanismos de Desarrollo Limpio. La organización registra la compensación en la Agencia Ambiental Federal Alemana y emite un certificado para el interesado. <http://www.atmosfair.de>

ALSA: El grupo Alsa planea incorporarse al sistema de compromisos voluntarios de reducción de emisiones que forma parte del Plan de Medidas Urgentes de la Estrategia Española de Cambio Climático y Energía Limpia. Entre los proyectos para reducir emisiones que ha puesto en marcha Alsa, se encuentra el empleo de energías alternativas, con el uso de biodiesel en distintos porcentajes hasta alcanzar el 100%, la puesta en marcha de vehículos movidos por bioetanol al 95%, el autobús eléctrico que funciona en León y la incorporación anticipada de autobuses que cumplen con la norma Euro 5.

HERTZ: esta empresa ofrece dos líneas de vehículos ecológicos de alquiler: por una parte la línea Hertz Green Collection, introducida a finales de 2006, ofrece coches más ecológicos y con un menor consumo de combustible. Los vehículos de esta línea, que se agrupan en seis categorías con distintas marcas y modelos, ofrecen un nivel ponderado de emisión de CO₂ inferior a 140 g/km y un consumo de entre 3,6 y 5,8 litros/100 km, dependiendo del tamaño del vehículo.

Asimismo, Hertz, junto con la empresa Going Green de vehículos eléctricos, cuenta con un servicio de motos eléctricas disponibles en las estaciones de Atocha y de Chamartin, de Madrid.

SEUR: esta compañía de mensajería cuenta con una línea de Transporte Urgente y Ecológico, SEUR City, que desarrollan en el centro de Madrid, consistente en plataformas de carga dotadas de motor eléctrico que gestionan de modo amigable la movilidad de mercancías en zonas peatonales.

BOYACA: empresa logística de transporte que entre otras ha desarrollado medidas en el transporte de mercancías que se traducen en una reducción de emisiones, abordando diferentes planes que incluyen el desarrollo de un prototipo de coche eléctrico para el reparto de prensa en el interior de la ciudad, los incentivos a los conductores por la reducción de consumos, la promoción del reparto nocturno, la localización de plataformas de reparto desde donde distribuir con vehículos pequeños más eficientes y el rediseño de rutas en función del domicilio de los trabajadores.

Mensajería en bicicleta: dentro de este tipo de servicios se encuentran numerosas compañías, tales como **Ecoprest**, cooperativa de mensajería en bicicleta que funciona en Palma de Mallorca desde el año 1996, **La Veloz Ecomensajería**, cooperativa aragonesa que desde 1993 se dedica a la mensajería urgente siendo la primera empresa de transporte urgente en España que introdujo las bicicletas como medio eficaz, rápido, alternativo y no contaminante para la distribución de pequeña paquetería en Zaragoza, **Trévol Barcelona**, unas de las empresas pioneras en el desarrollo de la ciclomensajería en España, **Trebol Madrid**, franquicia de la anterior, etc.

2.4 RESIDUOS

La celebración de un evento supone la coordinación de una actividad compleja en la que están incluidas muchas actividades, cada uno de los procesos de estas actividades generan en la mayoría de los casos residuos.

En los eventos podemos diferenciar claramente tres fases: Montaje, Celebración y Desmontaje.

En todas estas fases se producen residuos y es necesario actuar de una manera respetuosa con el medio, reduciendo en un principio los materiales a emplear con lo que conseguiremos que haya menos residuos y posteriormente realizando una correcta gestión de los mismos evitando que vayan a vertedero.

Los tipos de residuos más comunes generados en los eventos son:

Montaje y desmontaje: Moqueta, cartón, papel, plástico (film), metales (aluminio y acero)

Celebración: Envases ligeros y en alguna ocasión en función del tipo de evento vidrio.

El considerar como un objetivo la minimización de residuos implica la disminución del uso de materias primas, reducción en la emisión de gases de efecto invernadero, reutilización de materiales que sin una correcta gestión hubiesen acabado en vertedero y por tanto, prolongación de la vida de los vertederos

Al mismo tiempo, al realizar una correcta gestión con los residuos se está contribuyendo a introducir los mismos en una cadena de valor, creando puestos de trabajo y líneas de actividad y de negocio.

RECOMENDACIONES

- Estudio de los materiales a emplear, minimizando aquellos que no sean realmente necesarios con lo que evitaremos que posteriormente se conviertan en residuos.
- Fomentar la reutilización de los materiales con los que se realizan los stands de modo que puedan ser utilizados en distintas ferias, evitando el

uso de materiales que no pueden ser reciclables o de muy difícil reciclabilidad.

- Establecer sistemas de gestión de los residuos producidos en las diferentes fases de los eventos con el fin de reciclarlos.
- Garantizar la trazabilidad de los residuos, entendiendo por esta el conocimiento de la cadena de reciclado desde su origen hasta su destino final de reciclado.
- Sensibilización. Establecer una cultura del reciclaje educando a los ciudadanos, trasladando el acto que realizamos en nuestros domicilios de separar envases a otros lugares donde también desarrollamos nuestra vida cotidiana: ferias, congresos, campos de fútbol, conciertos, parques temáticos, aeropuertos, etc.
- Otro objetivo que se pretende conseguir a través de los proyectos es explotar su lado mediático, las instituciones o centros donde se realizan estas recogidas tienen en ocasiones un gran impacto social y otras veces los proyectos se realizan con un componente de Responsabilidad social corporativa importante.

CASOS PRÁCTICOS

- Madrid 2012: recogidas selectivas en 23 grandes eventos como campeonatos del mundo (tiro con arco), campeonatos de Europa (natación, indoor), copas del mundo (triatlón, mountain bike) preolímpicos (voleibol) y varios (antorcha, juegos del sol, etc....)
- Master tenis masculino y femenino
- Circuito de Cataluña
- Ayuntamiento de Madrid: proyecto 2016 (maratón, clausura de juegos escolares, gimnasia artística, natación sincronizada).

2.5 ALIMENTACIÓN

La alimentación es uno de los elementos fundamentales de la organización de eventos sostenibles que puede transmitir el mensaje de la sostenibilidad, en los aspectos relacionados con el transporte y origen del aprovisionamiento.

Fomentar el consumo de productos locales implica una disminución de las emisiones asociadas al transporte de los alimentos y el consumo de alimentos de origen biológico implica un compromiso con el proceso de producción, evitando el uso de fertilizantes, pesticidas y herbicidas y por tanto evitando el uso de sustancias contaminantes que afectan a la calidad del aire, agua y a la del usuario final que no puede evitar la ingesta de sustancias tóxicas que se acumulan en su organismo.

RECOMENDACIONES

- Consumir alimentos de estación del lugar en el que se realice el citado evento, preparando los menús según productos disponibles en cada estación, evitando productos exóticos que constituyan una amenaza ecológica y que tengan un coste mayor de transporte.
- Consumir productos en cuya elaboración la distancia entre el producto y el consumidor sea mínima.
- Consumir alimentos procedentes de la agricultura y ganadería ecológicas.
- Consumir preferentemente productos que provengan del comercio justo, seleccionando productos que estén debidamente certificados con el sello del comercio justo.

- Minimizar los envases y embalados de los productos, realizando compras al por mayor, evitando envases especialmente contaminantes.
- Minimizar los productos desechables y promover los productos biodegradables.
- Seleccionar empresas, catering o proveedores de productos de alimentación que cumplan una serie de requisitos específicos en materia de sostenibilidad y RSC. En este sentido, se pueden incluir cláusulas en el contrato para que la empresa restauradora ofrezca productos ecológicos, procedentes del comercio justo, envases reciclables, etc.
- También existen determinados centros especiales de empleo (cuyo porcentaje de personal con discapacidad en plantilla supera el 70%) que ofrecen servicios de catering para eventos, así pues, su contratación sería una buena práctica, ya que se cubriría un servicio creando valor social, por otra parte, existen otras entidades ONGs o fundaciones que ofrecen este tipo de servicios de catering, con el objetivo de financiar sus proyectos sociales, así pues, otro elemento a tener en cuenta en un evento sostenible sería la contratación prioritaria de este tipo de entidades.
- Aplicar la reglamentación vigente en materia sanitaria y de higiene.

Menos alimentos	Más alimentos
Desconocer origen de los alimentos	Elegir productos con certificación que garantice las características el producto (sello comercio justo, sello europeo de agricultura ecológica)
Alimentos que impliquen largos traslados (por ejemplo mango, piña u otras frutas y verduras tropicales)	El menú debe elaborarse con productos de estación y de la zona en la medida de lo posible, logrando que se acorten lo máximo posible

	los traslados
Productos de no se cultivan en el país	Hay marcas de té, café y otros productos que tienen el sello del comercio justo.

Fuente: Guía de Buenas Prácticas Ambientales. Expo de Zaragoza

2.5.1 Aclaración de los conceptos de comercio justo, comercio ético y productos biológicos. Certificaciones que acreditan dichos productos.

El Comercio Justo se define como un enfoque alternativo del comercio internacional. Es una alianza comercial, orientada al desarrollo sostenible de los productores excluidos y en desventaja. Trata de conseguirlo facilitando mejores condiciones comerciales, haciendo campañas de sensibilización y mediante lobby (FINE).

Sin embargo, el comercio ético es un enfoque de la cadena de distribución, normalmente realizado por grandes marcas multinacionales o distribuidores, que implica el uso de códigos de conducta para asegurarse de que los proveedores cumplen con unos requisitos mínimos de derechos laborales, seguridad y salud en el trabajo y otros aspectos sociales.

Hay varios sellos de comercio justo. El sello o certificación apoyada por las ONG es el que otorga FLO International. Sin embargo, hay otros sellos como el de Fair Trade Certified. Hay que distinguir entre la certificadora y la marca. Con el mismo sello de FLO se comercializan distintas marcas de producto justo como por ejemplo Café Direct en Reino Unido o Max Havelaar en Francia o en Holanda.

En cuanto a los productos, la mayor parte de las ventas proviene de la alimentación; cerca de la mitad de la alimentación viene del café. El resto, con distintas importancias relativas, lo explicarían otros alimentos como el té y los frutos secos; el cacao; el azúcar y los productos elaborados.

Actualmente existen 17 categorías de productos que pueden recibir el Sello FAIRTRADE: café, té, azúcar, cacao, fruta fresca, bananas, frutos secos, frutos desecados, arroz, miel, vino, zumos de frutas, quinua, especias, flores, algodón y balones de fútbol. FLO tiene previsto aumentar el número de productos que pueden recibir la certificación para que sean más los productores que puedan acceder al mercado y beneficiarse de las ventajas del Comercio Justo.



Por otra parte nos encontramos con los productos biológicos, la tendencia en el sector alimentario demuestra que los consumidores optan cada vez más por un consumo biológico, y así lo demuestran también los analistas de mercados, que pronostican tasas de crecimiento anual del 20% al 30% en algunos países.

El Codex Alimentarius define la producción de alimentos ecológicos como "un sistema de ordenación de la producción que promueve y mejora la salud del agrosistema, con inclusión de la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo".

La característica básica de la agricultura y la ganadería ecológica es la utilización, a lo largo de todas etapas productivas, de medios y materiales naturales, respetuosos con el medio ambiente, en lugar de compuestos sintéticos. Por supuesto, quedan excluidos los alimentos transformados genéticamente.

La agricultura biológica se caracteriza por mantener los agrosistemas, incluir la biodiversidad, respetar los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo.

En España, las competencias en cuanto al control del mercado han sido transferidas a las Comunidades Autónomas, por lo que existen en nuestro país 17 centros de control. Todos ellos identifican los productos ecológicos con una etiqueta similar, salvo en el caso de Andalucía, que difiere del resto. Una de sus



funciones básicas es la supervisión de las operaciones en cuanto a producción y manipulación, e incluso pueden llevar a cabo inspecciones una vez que los alimentos ya han entrado en la cadena comercial. Con ello se pretende asegurar la perfecta adecuación de los productos a la legislación vigente.

2.6 REGALOS

En congresos y eventos se entregan múltiples regalos y materiales promocionales a los asistentes. Estos regalos tienen un valor simbólico, pero a la vez también son transmisores de los valores de la entidad en cuestión y en este caso concreto, de la sostenibilidad, así pues, deben ser seleccionados atendiendo a criterios sostenibles.

RECOMENDACIONES

- Elegir regalos perdurables y que no se desechen en seguida.
- Elegir regalos con el menor coste posible de traslado, priorizando regalos de producción cercana al lugar en el que desarrollamos nuestro evento.
- Todos los materiales de los regalos deben ser de fabricación sostenible, para lo cual será importante tener en cuenta los sellos o certificaciones que puedan tener dichos regalos.
- Bolígrafos y papel: Elegir portaminas de cartón o papel maché, lápices sin pintura o portaminas de madera. Para ello debe tener la certificación Forest Stewardship Council (FSC) (www.fscoax.org) (certificador independiente para productos forestales, trata de ofrecer una garantía creíble de que la madera utilizada en la fabricación de determinados productos proviene de bosques gestionados de forma sostenible, desde un triple punto de vista: económico, social y medioambiental).

- Pueden ser aquellas realizadas en centros especiales de empleo, es decir, por personas discapacitadas.
- Uso de papel reciclado o blanqueado sin cloro para cuadernos de notas y carpetas para los asistentes.
- Mochilas, camisetas y otros textiles: Fabricadas con algodón ecológico.
- Artesanías: especialidades de la zona o bien selección de artesanías procedentes del comercio justo, también existen centros especiales de empleo que realizan este tipo de artesanías.
- Evitar flores para obsequiar o decorar, muchas flores viene de África o América del Sur, lo cual implica coste ecológico y del medio de transporte, en todo caso usar flores de invernaderos o jardines certificados por el FLP (Flower Label Programe).
- Como en el caso de la alimentación, se puede recurrir al comercio justo para la adquisición de los regalos o artesanías para los asistentes al evento, las entidades y ONGs indicadas en el apartado de comercio justo del cuadro antes indicadas, además de alimentos, disponen de una serie de artesanías y regalos. También otras entidades de carácter ecologista disponen de tienda, y sus fondos se destinan a diversos proyectos de respeto del medio ambiente (Greenpeace, por ejemplo).

CASO PRÁCTICO

Para la elección de los regalos propongo como caso práctico, en vez de realizar regalos con empresas normales, proponer el uso de centros especiales de empleo y ONGs con finalidad social.

En este sentido, la persona que organice un evento puede realizar una búsqueda a través de distintos medios, por ejemplo la Fundación Lealtad.

A través de la Fundación Lealtad (www.fundacionlealtad.org) en su buscador de compras solidarias se pueden encontrar diversas entidades que realizan regalos, artesanías y otros productos que pueden ser susceptibles de regalar a los asistentes de los eventos.

Evidentemente no es el único medio para identificar estas ONG, pero sí un sistema seguro ya que las entidades recogidas han sido auditadas por la propia fundación.

Pero también pueden ser proveedores de los regalos entidades ya indicadas en el apartado de comercio justo (también existe una asociación que recoge a todas las entidades del comercio justo que tienen la certificación del sello FLO, allí se puede ver el listado completo), o bien el listado de centros especiales de empleo que adjunto con esta documentación.

2.7 Proveedores

FUTUR – Restauración sostenible.

TREVOL – Mensajería con bicicletas y coches eléctricos (Barcelona)

EL TINTER - Comunicación integral, servicios de edición, producción editorial, producción audiovisual, diseño gráfico, ecodiseño e imprenta.

MADRETIERRA – Catering sostenible (<http://www.madretierra.semilla.net/>)

MILHISTORIAS S.L. (Fundación RAIS) - Ofrece cestas que contienen 7 k de fruta y hortalizas ecológicas. Son siempre productos de temporada que provienen de

su huerta ecológica y lo completa (para hacerla más variada) con la producción de otros productores, también certificados.

ECOEMBES- Gestión de residuos

ECOLINEA - Empresa de economía social que trabaja en la reutilización y reciclaje de materiales de residuos generados por empresas y particulares transformándolos en productos útiles, actividad que contribuye con la conservación del medio ambiente y promueve la creación de empleo. Desde Fundación se valoran los servicios de reciclaje de textiles, lonas publicitarias y aceite vegetal usado. Así mismo se valora la compra de productos cuya elaboración supone la aplicación de las 3Rs (reducir, reutilizar, reciclar).
www.ecolinea.org / www.admolinos.org

ECORECICLAT

Material de papelería reciclado o sostenible. www.ecoreciclat.info

VAHO - Creación de nuevos productos a partir de productos propios de la empresa desechados. El Museu aprovecha las lonas de exposiciones para, a través de Vaho, convertirlas en bolsas únicas y originales. www.vaho.ws

RUW - Ruw diseña, produce y comercializa complementos de moda a partir de materiales reciclados, destinando una parte muy importante de los beneficios a apoyar a las asociaciones ciudadanas y ONG's en su labor social y humanitaria.
www.ruw-design.org

MÓN ECOLOGIC - Proveedor de material de oficina con sección específica de material ecológico o sostenible. <http://www.mon-ecologic.com/>

IDEAS - (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria), es una Organización de Comercio Justo cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de Comercio

Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable, tanto en el ámbito local como internacional. Todas las acciones de la organización se fundamentan en principios de igualdad, participación y solidaridad. www.ideas.coop

CATERING FUTUR - Catering sostenible. Comida de comercio justo y ecológica y puestos de trabajo encaminados a la reinserción laboral
www.fundaciofutur.org/indexesp.html

3. Algunas herramientas prácticas

3.1 Introducción

3.2 Recuperación selectiva y reciclaje de envases

3.3 Eventos CeroCO2: Cálculo, Reducción y Compensación de emisiones de CO2

3.4 La Fundación Apadrina un Árbol: Un complejo ambiental como sede de eventos sostenibles

3.5 Voluntariado ambiental

3.1 Introducción

La celebración de un evento, como toda actividad humana, tiene un impacto en el medio ambiente tanto por el consumo de recursos naturales (agua, energía, etc.) como por la generación de residuos y emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI). Minimizar este impacto deber ser el objetivo de todos los agentes que intervienen en su organización para lo cual se requiere un cambio de estilo de gestión que conduzca a una celebración respetuosa con el medioambiente, socialmente justa y económicamente viable.

La gestión sostenible es un concepto ineludible que poco a poco va calando en todas las empresas que en un momento u otro de su actividad organizan una feria, congreso o jornada. Sin embargo, a pesar de la apuesta decidida por la sostenibilidad de un número cada vez mayor de organizadores, las múltiples facetas que la conforman hacen que, con frecuencia, el reto sobrepase sus capacidades y recursos. Para dar respuesta a estas carencias y dificultades, en los últimos años han surgido entidades, tanto privadas como sin ánimo de lucro, que han desarrollado iniciativas y metodologías que facilitan la integración de las diferentes dimensiones del desarrollo sostenible en la gestión de un evento.

En este capítulo, sin ánimo de ser exhaustivo, se presentan algunos ejemplos de herramientas que ayudan a los organizadores a trazar la senda de la sostenibilidad como la eficiente gestión de los residuos mediante la recuperación selectiva de envases y su reciclaje que ofrece ECOEMBES, la minimización del impacto en el clima mediante el cálculo, reducción y compensación de las emisiones de GEI que propone CeroCO2, el complejo ambiental de la Fundación Apadrina un Árbol como sede de eventos sostenibles o la experiencia del voluntariado ambiental de Cruz Roja.

3.2 Recuperación selectiva y reciclaje de envases

3.2.1 Descripción de la herramienta

En la organización y gestión de eventos ya tengan estos fines mercantiles, lúdicos, artísticos, deportivos etc. se generan residuos, estos residuos pueden ser de diversas clases en función del tipo de evento y se producen en general en tres momentos o fases: Montaje, celebración y desmontaje.

ECOEMBES es la entidad gestora del sistema integrado de gestión para los envases y residuos de envases por lo que nos centraremos en este tipo de residuos.

El actual modelo de consumo de nuestra sociedad ha provocado un aumento de la demanda de productos envasados y en consecuencia en la generación de residuos de envases.

Esta fracción de residuos es muy significativa dentro de la producción total de residuos. Para dar respuesta a este problema y marcar las directrices de cómo hacerlo, el parlamento Europeo promulgó la Directiva 94/62/CE el 20 de diciembre de 1994 relativa a envases y residuos de envases, que pretende minimizar el impacto ambiental de los residuos de envases.

Esta Directiva se traspuso al derecho Español mediante la ley 11/97 de 24 de abril de envases y residuos de envases.

Tipo de residuos

Los tipos de residuos más comunes generados en los eventos son:

- Montaje y desmontaje: Moqueta, cartón, papel, plástico (film), metales (aluminio y acero)
- Celebración: Envases ligeros y en alguna ocasión en función del tipo de evento vidrio.

Objetivos

Durante la organización de eventos y desde sus primeras fases incluida la de diseño han de tenerse en cuenta los siguientes objetivos:

- Implantación de recogidas selectivas con el objeto de separar correctamente los residuos y darles un tratamiento adecuado.
- Establecer una cultura del reciclaje educando a los ciudadanos, trasladando el acto que realizamos en nuestros domicilios de separar envases a otros lugares donde también desarrollamos nuestra vida cotidiana: ferias, congresos, campos de fútbol, conciertos, parques temáticos, aeropuertos, etc.
- Sensibilización de todos los agentes implicados.
- Colaboración con la gestión sostenible de los recursos.
- Otro objetivo que se pretende conseguir a través de los proyectos es explotar su lado mediático, las instituciones o centros donde se realizan estas recogidas tienen en ocasiones un gran impacto social y otras veces los proyectos se realizan con un componente de Responsabilidad social corporativa importante.
- Conocer la trazabilidad de los residuos que se producen y garantizarles un correcto tratamiento. (Entendemos por trazabilidad el conocimiento de los integrantes de la cadena de reciclado desde su origen hasta su destino final.)

3.2.2 Utilización de la herramienta

Realización de proyectos y/o estudios

Cada evento requiere un estudio independiente, se construye dándole un armazón propio, siempre con el núcleo central de realizar una recogida selectiva muestran y hay que tener en cuenta sus singularidades, en unos casos se hace énfasis en el aspecto social, otros proyectos buscan cumplir con los requisitos de la ISO 14001.

Los proyectos:

- Deben ser sostenibles, deben tener vocación de continuidad y sensibilización social.
- Son acuerdos multilaterales, suele haber una media de 4 entidades, empresas involucradas (Ente propietario de la instalación, empresa que realiza la recogida, empresa que realiza la selección del material y Ecoembes)

Contenido de los proyectos

Los proyectos deberían constar de las siguientes partes a las que se debe intentar dar respuesta: introducción, objetivos, objeto del proyecto, alcance del mismo, generación estimada y tipo de residuos, situación actual de la gestión de residuos, propuesta de gestión que consta de un estudio de la contenerización necesaria así como una propuesta para su recogida, transporte y selección) existiendo un apartado especial de comunicación y haciendo referencia a las instalaciones.

Desarrollando brevemente el contenido de los proyectos anteriormente descrito:

- Introducción

Debe explicar las razones por las que se realiza la recogida selectiva, legislación relacionada y encuadrar el proyecto en el contexto del evento.

- Objetivos

Se detallan los aspectos que se quieren conseguir con el proyecto.

- Objeto y alcance del proyecto

En este apartado se definen todas las partes en que se divide la instalación y se detallan aquellas en las que se van a realizar las actuaciones de recogida selectiva.

- Generación estimada y tipo de residuos

En este apartado hay que detallar una cantidad de los residuos y tipo que se van a generar, ya sea con datos reales aportados por el lugar donde se va a realizar el evento o por realizarse una estimación por medio de caracterización.

- Situación actual de la gestión de residuos

En este apartado se describe la gestión actual de la entidad para los diferentes tipos de residuos

Propuesta de gestión.

Contenerización

Hay que dotar a las instalaciones de los elementos de contenerización adecuados para que el público asistente pueda depositar los residuos, para ello habrá que hacer un análisis de cada instalación e identificar los lugares potenciales donde se generarán más residuos.

La contenerización debe contemplar tanto los elementos necesarios para recoger los residuos de cara al público como los contenedores o compactadores que serán retirados posteriormente a las instalaciones de tratamiento.

Hay que tener en cuenta en este apartado que hay que dimensionar adecuadamente la contenerización al número de público/visitantes que puedan asistir.

En este apartado hay que calcular el volumen aproximado que se va a generar de los distintos residuos, así como planificar la frecuencia de las recogidas.

Recogida de residuos

La recogida de las papeleras, contenedores es otro elemento a tener en cuenta, en este caso hay que coordinarse con la empresa encargada de la limpieza que puede ser la que realiza la limpieza habitualmente en la instalación o una empresa contratada para el evento en sí.

Se deben recoger los residuos por separado, en las distintas fracciones (Envases ligeros, papel cartón, vidrio, resto) y depositarlos en los contenedores/compactadores para cada fracción, es necesario habilitar un espacio adecuado para estos contenedores.

Retirada del material una vez recogido

Una vez recogido el material sin mezclar y depositado en los contenedores/compactadores, por la empresa de limpieza, el material debe ser retirado por fracciones y llevar cada fracción a la planta de tratamiento correspondiente, cuanto mejor sea el material depositado en los contenedores más fácil será el trabajo a realizar en las diferentes instalaciones de tratamiento.

Hay que coordinar las labores de recogida del material en las instalaciones con la empresa que realiza las retiradas a las plantas de tratamiento.

Selección del material

Si todo se ha hecho bien, cada fracción llega a las plantas de tratamiento adecuadas donde se procede a una selección y depuración del material, en el caso de los envases ligeros, se debe proceder a separar el material en los diferentes tipos de plástico (PET, PEAD, OP, LDPE) acero, aluminio y brik.

El papel cartón llegaría a un recuperador que tras su acondicionamiento llevaría el material a una fábrica de papel.

Los residuos urbanos que no hubieran sido separados se llevarían a una planta de compost.

Comunicación y sensibilización

Es muy importante que durante el evento se informe de las actuaciones medioambientales que se van a llevar a cabo: Carteles, trípticos, megafonía etc. siempre en relación a lo que se va a hacer y generando el mínimo residuo posible.

Instalación

Horarios de recogida: Hay que hacer tanto las recogidas de las papeleras como la retirada de los contenedores/compactadores en horarios que no perturben la marcha normal de los eventos.

Hay que tener en cuenta el tipo de residuo que se va a producir, normalmente será urbano: Papel cartón, vidrio, envases y resto pero en ocasiones durante la actividad se pueden generar otro tipo de residuos como los hospitalarios si es que hay salas de cura, en este caso podemos estar ante residuos hospitalarios de clase II e incluso III que necesitan tratamiento diferenciado, en el caso de los de clase II (Inespecíficos) se puede mezclar con la fracción resto (vendas, esparadrapos etc.) pero en el caso de los de tipo III (sangre, vendas con sangre, agujas, etc.) se deben recoger en contenedores especiales y tienen un tratamiento especial.

Si hay medicinas, botiquines etc. se deben llevar los medicamentos caducados a una farmacia o contactar con el SIG de farmacia: El SIGRE.

Hay ciertos residuos que se gestionan a través de otros sistemas de gestión diferentes a Ecoembes y que se pueden encontrar en menos medida : Fluorescentes, aparatos eléctricos, etc.

3.2.3 Experiencia práctica

Ejemplos de Proyectos realizados e implantados con la colaboración de Ecoembes antes de 2008:

- Colaboración con Madrid 2012, en este proyecto se realizaron recogidas selectivas en 23 grandes eventos como campeonatos del mundo (tiro con arco), campeonatos de Europa (natación, indoor), copas del mundo (triatlón, mountain bike) preolímpicos (voleibol) y varios (antorcha, juegos del sol etc.)
- Master tenis masculino y femenino
- Warner Bross park, Ciudad de la banca de Santander, Torre del BBVA, aeropuertos de Barcelona (premio flyers) Málaga, aeropuertos de Canarias,

proyecto social el Misionero (Inserción laboral), Citroen Vigo, hoteles de Barcelona.

- Real Madrid, en este proyecto se han recuperado más de 300 tns de envases durante la temporada 07/08.
- Firma de un convenio con AENA para la implantación y mejora de las recogidas selectivas en aeropuertos.

Proyectos realizados durante el año 2008:

Universidad politécnica de Valencia, Expo, estaciones de servicio de Alicante, colegios y zonas de acampada de Alicante, Circuito de Cataluña, Instituciones penitenciarias, centro de Navalcarnero (Hay unos 40 centros en los que se podrían llevar a cabo recogidas) ayuntamiento de Madrid: proyecto 2016 (maratón, clausura de juegos escolares, gimnasia artística, natación sincronizada) aeropuerto de Bilbao y Granada, Barajas.

3.2.4 Indicadores de sostenibilidad

A continuación se detallan una serie de indicadores que se pueden implantar a la hora de medir con criterios de sostenibilidad un evento:

- Producción de residuos total por visitante
- Producción de residuos por unidad de superficie
- Cantidad de residuo recuperado/reciclado por visitante
- Cantidad de residuo recuperado/reciclado por superficie
- % de residuo recuperado frente al generado total
- Producción de residuo total
- Reciclado total

3.3 Eventos CeroCO2: Cálculo, Reducción y Compensación de emisiones de CO2

3.3.1 Descripción de la herramienta

El aumento de temperatura sufrido por la superficie terrestre en el siglo XX ha sido el mayor sufrido en los últimos años, un calentamiento producido en su mayor parte por el aumento de la concentración de CO2 y otras gases de efecto invernadero (GEI) generados por la humanidad. Por tanto, la celebración de eventos, como toda actividad humana, tiene asociadas emisiones de Gases de Efecto Invernadero que impactan en el clima.

Quizás una de las características que diferencian el cambio climático de otros problemas medioambientales es su condición de globalidad. Esto implica que, aunque son los países desarrollados los que contribuyen en mayor medida a agravar el problema las consecuencias están afectando a todo el planeta con la paradoja de que son los países más desfavorecidos los que están sufriendo debido a su menor capacidad de adaptación.

CeroCO₂ Herramientas para la acción

CeroCO₂ es una iniciativa promovida por las **ONGs** Ecología y Desarrollo y Acción Natura que **proporciona herramientas** a empresas, instituciones y particulares **para una eficiente gestión de** las emisiones de CO₂. **CeroCO₂ ayuda a los organizadores del evento** a poner en marcha todas las fases del proceso que conducirán a la **celebración de un evento neutro en carbono**:

1.- Cálculo de las emisiones de CO₂. No se puede actuar sobre lo que no se conoce por eso CeroCO₂ proporciona herramientas para calcular las emisiones de CO₂ generadas durante la celebración de un evento

2.- Reducción de emisiones de CO₂. Las emisiones con menor impacto en el clima son las que no se producen. De ahí que para CeroCO₂ la prioridad sea apoyar a los organizadores a identificar y adoptar medidas que minimicen las emisiones in situ

3.- Compensación voluntaria de las emisiones de CO₂. Una vez que se han acometido todas las medidas de reducción siempre quedan emisiones que no se pueden evitar. CeroCO₂ propone la compensación de estas emisiones en proyectos con un doble objetivo la lucha contra el cambio climático y lucha contra la pobreza.

La compensación de emisiones de CO₂ consiste en la donación de una cantidad de dinero a un proyecto en países en vías de desarrollo de energías renovables, eficiencia energética, reforestación, deforestación evitada o tratamiento de residuos que logra reducir una cantidad de emisiones de CO₂ equivalente a la que no es posible evitar in situ.

4.- Comunicación de la acción. El evento en si mismo es un excelente vector para conseguir la sensibilización e implicación de los asistentes en al lucha contra el cambio climático. Por lo tanto, CeroCO₂ apoya en las labores de comunicación y difusión del compromiso con el clima del evento y las acciones que se han llevado a cabo para ello.

Reconocimiento del compromiso con el clima

Para CeroCO₂ todos los esfuerzos cuentan y por ello establece **varios reconocimientos del grado de compromiso con el clima de un evento:**

- Los eventos que deciden compensar parte de las emisiones de CO₂ reciben un diploma de compensación que pueden mostrar durante la celebración del evento en el que se hace constar la cantidad de toneladas de CO₂ y el proyecto beneficiario.
- Los eventos que deciden implicarse de manera más intensa en la lucha frente al cambio climático calculando compensando la totalidad de las emisiones y adoptando medidas de reducción de emisiones de CO₂ pueden optar a la concesión del **Sello Evento CeroCO₂**, bajo los requisitos del mismo.

3.3.2 Utilización de la herramienta: Hacia un evento CeroCO₂

Los pasos a seguir para llegar a la celebración de un Evento CeroCO₂ son los siguientes:

1.- Diagnóstico de emisiones de CO₂

El impacto en clima de la celebración de eventos está originado por el consumo de combustibles fósiles y electricidad asociado a las diferentes actividades que tendrán lugar durante la celebración del evento. Por lo tanto, el objetivo de esta fase es la identificación de las principales fuentes de emisión de CO₂ y su relevancia.

Principales de las fuentes de emisión de CO₂

- Consumo de combustible fósiles de los sistemas de calefacción o climatización y agua caliente sanitaria de las instalaciones donde va a acelerarse el evento
- Consumo de electricidad de sistemas de iluminación, equipos informáticos u otros cualesquiera que consuman electricidad.
- Otras fuentes de emisión y su relevancia como:
 - Los medios de transporte en los que viajarán los participantes y asistentes
 - El consumo de electricidad y combustibles fósiles asociado a la estancia en el hotel del los equipos de balonmano.
 - El consumo de papel tanto para la promoción y publicidad del evento como para el utilizado durante el mismo dado que el proceso de fabricación del mismo requiere de una gran cantidad de energía, obtenida a partir de recursos fósiles no renovables que generan gases de efecto invernadero.

- El consumo de otros productos que durante su proceso de fabricación puedan generar una cantidad significativa de emisiones (material promocional, regalos)
- Servicios de catering
- Los residuos generados.

A partir del diagnóstico se determinarán las fuentes de emisión más significativas y el alcance que se utilizará en el cálculo.

2.- Cálculo de las emisiones de CO₂.

A la luz de los resultados del diagnóstico, el objetivo de esta fase es calcular una estimación de los gases de efecto invernadero que se producirían durante la celebración del evento.

Recogida de datos de las fuentes de emisión. Se recopilan:

- Facturas de consumos eléctricos y de combustibles en eventos similares que hayan tenido lugar en el pabellón
- Datos sobre viajes y desplazamientos
- Consumos de papel y otros productos

Cálculo de las emisiones de CO₂.

La metodología utilizada para el cálculo de emisiones ha sido desarrollada por CeroCO₂ basándose en la metodología de mayor reconocimiento internacional: el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol en inglés) promovido por el World Resources Institute y el World Business Council for Sustainable Development que tiene como marco de referencia el manual "IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories", elaborado por el Panel Intergubernamental para el Cambio Climático y fuentes adicionales.

Para cada tipo de emisión es necesario utilizar los factores de emisión más actualizados y del alcance territorial más aplicable.

La metodología de cálculo de emisiones, los proyectos de compensación y la plataforma de gestión de CeroCO₂ han sido revisados mediante un servicio pro bono por KPMG Asesores.

Informe del cálculo

Se elabora un informe presentando los resultados del cálculo según las fuentes de emisión para poder determinar aquellas que tiene mayor impacto en el clima.

3.- Plan de reducción de emisiones de CO₂.

El objetivo del plan de reducción de emisiones es minimizar el impacto en el clima de la celebración del evento. A partir del diagnóstico y el cálculo de las emisiones de CO₂ se establece el plan de reducción de emisiones teniendo en cuenta las áreas con mayor impacto

Ejemplos acciones que puede incluir el plan de reducción de emisiones:

Lugar del evento

- La política medioambiental del lugar de celebración debe ser un aspecto más a tener en cuenta a la hora de elegir el lugar.

Transporte

- Comunicar en la página web, o vía e-mail, la forma más sencilla, económica y ecológica de llegar hasta el lugar del evento, desde diferentes puntos clave (aeropuerto, centro de la ciudad). Invitar a la gente a utilizar

el transporte público, con enlaces a las páginas web principales de información sobre transporte público.

- En caso de venir en coche, invitar a los asistentes a intentar llenar al máximo cada coche en cuanto a personas, compartiendo el viaje, y utilizando el coche que menos consuma de entre los disponibles. Durante el viaje, seguir los consejos de conducción eficiente.
- Ofrecer tarjetas de transporte (ideal multiviaje) a los asistentes, para sus desplazamientos por la ciudad. Tener un “stock” de planos de transporte público en la recepción del evento, invitando a los asistentes a que utilicen el transporte público en sus desplazamientos por la ciudad.
- Promover desde la organización la recogida de varios asistentes desde el aeropuerto (cuando se sepa que vienen con horarios similares). En caso de un evento masivo, considerar la puesta a disposición de lanzaderas entre el lugar de llegada, y el lugar de celebración del evento.
- Calcular y compensar las emisiones de CO₂ derivadas del transporte de los asistentes, ponentes, etc.

Alojamiento

- En el caso de ofrecer una lista de hoteles, recomendar sobre todo aquellos que tengan prácticas ambientales implantadas (ISO, EMAS, etc.) y que estén mejor comunicados por transporte público.

Material para asistentes

- Imprimir todos los documentos en papel reciclado y libre de cloro, a doble página.
- Minimizar el uso de material durante el congreso. Poner a disposición de los asistentes los documentos en la página web antes del evento, para que cada uno se pueda imprimir la presentación, ponencia, etc. que realmente le interese, y traiga la copia ya impresa.

- En caso de entregarse carpetas, intentar que estén hechas de material reciclado, y sobre todo reciclable. Hacer un diseño lo suficientemente atractivo y genérico como para que los asistentes lo reutilicen una vez acabado el congreso.
- En caso de querer obsequiar con bolígrafos, maletín, libreta, etc., comprar los modelos más ecológicos.

Catering

- Para el servicio de catering, contratar una de las múltiples agencias existentes: que utilizan embalajes reciclados o reciclables y que ofrecen productos de la zona, ecológicos y de comercio justo.
- Para el tema del agua, no utilizar botellas de plástico, sino botellas de vidrio, o mejor aun tanques, o fuentes de agua.
- Preguntar la opción de ofrecer la comida sobrante a un programa de donación de comida.

Comunicación

- Comunicar las acciones "verdes" que se han llevado a cabo a los asistentes, demás partes interesadas, y a los medios de comunicación. Dar ejemplo, y consolidar y compartir buenas prácticas.

4.-Compensación de emisiones de CO₂.

Una vez acometidas las acciones posibles para reducir el impacto, siempre se puede ir más allá compensando las emisiones inevitables con proyectos de energías renovables, eficiencia energética tratamiento de residuos y reforestación en países en vías de desarrollo consiguiendo equilibrar el balance de emisiones, para ser "CeroCO₂"

En qué consiste la compensación de emisiones de CO₂.

La compensación voluntaria de emisiones de CO₂ se basa en la aportación de una cantidad económica proporcional a las toneladas de CO₂ emitidas en la celebración del evento que se dedicará a proyectos en países en vías desarrollo que:

- Captan una cantidad de toneladas de CO₂ equivalente a la cantidad emitida mediante la puesta en marcha de un proyecto de sumidero de carbono por reforestación.
- Evitan la emisión de una cantidad de toneladas de CO₂ equivalente a la cantidad emitida por medio de un proyecto de eficiencia energética, sustitución de combustibles fósiles por energías renovables, gestión de residuos o deforestación evitada.

Compensación en países en vías de desarrollo: Lucha contra el cambio climático y lucha contra al pobreza

Los proyectos de compensación de la plataforma CeroCO₂ siempre se desarrollan en países en vías de desarrollo, inspirándose en los mecanismos flexibles del protocolo de Kyoto. Esto supone un valor añadido para los organizadores del evento ya que su compensación no solo permite combatir el cambio climático sino que también permite luchar contra la pobreza gracias a la transferencia de recursos y tecnologías que permiten un desarrollo limpio de las comunidades donde se llevan a cabo. Además, para asegurar la rigurosidad de la compensación, todos los proyectos han verificado las reducciones de emisiones (VERs) de CO₂ que generan siguiendo estándares del mercado voluntario reconocidos internacionalmente. La plataforma CeroCO₂ compensa en proyectos que generan reducciones de emisiones verificadas (VERs) ya que los menores costes en tiempo y dinero de los procesos de verificación permiten que accedan proyectos de menor escala, frecuentemente, con mayores beneficios sociales y económicos para las comunidades donde se desarrollan

3.3.3 Experiencia práctica

CeroCO₂ tiene una dilatada experiencia con más de 3 años ayudando a eventos a calcular, reducir y compensar sus emisiones de CO₂:

VII Asamblea de la Red de Ciudades y Pueblos hacia la Sostenibilidad DIBA

Viajes a la Conferencia de Bali de la delegación del Ministerio de Medio Ambiente

VI Asamblea de la Xarxa Ciutats i Pobles Cap a la Sostenibilitat

Bicicleta Club de Catalunya: Semana de la Bici en Barcelona

Colaboración Semana de la Movilidad en Sant Boi

Concierto Oviedo Impact5

VIII Congreso de Ambientólogos de Cataluña

I Congreso Europa-Iberoamérica de RSC

Congreso Illes Balears Forum 2006

I Convención de Cambio Climático y Sostenibilidad en España

Ecoprocura 2006

Festival de Danza Oriental en Rubi

Forum sobre Medio Ambiente y Mundo Local

II Taller de Empresas del Patronato de la Fundación Carolina.

Convención Catalana de Cambio Climático

I Encuentro de cooperación para el desarrollo

Jornadas de cambio climático y lucha contra la pobreza IPADE

III Jornadas de Educación Ambiental de Aragón

II Jornadas de Universidades Responsables

Jornadas sobre municipios y sostenibilidad

Premio Voto Ecológico. Fundación Eroski

Presentación de la Nueva Ordenanza Pública

Retiros de Salud y Yoga de Ananda Convenciones de comerciales y propietarios de SEUR.

I Convención sobre Cambio Climático y Sostenibilidad en España

3.3.4 Indicadores para la sostenibilidad

A continuación se detallan una serie de indicadores que se pueden implantar a la hora de medir la sostenibilidad de un evento con relación a su impacto en el clima:

- Emisiones de CO2 totales (tCO2e)
- Emisiones de CO2 por superficie del recinto (tCO2e/m2)
- Emisiones de CO2 por asistente (tCO2e/asistente)
- Emisiones de CO2 reducidas respecto a ediciones anteriores. (tCO2e)
- Emisiones de CO2 compensadas en proyectos de reducción en países en vías de desarrollo (tCO2e)

3.4 La Fundación Apadrina un Árbol: Un complejo ambiental como sede de eventos sostenibles

3.4.1 Descripción de la herramienta

La Fundación Apadrina un Árbol es una organización sin ánimo de lucro que nace tras el incendio que, en julio de 2005, arrasó 13.000 hectáreas de bosque en la provincia de Guadalajara y acabó con la vida de 11 miembros de un retén.

El proyecto de la Fundación surge de la iniciativa de la Fundación Rayet, la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y la Diputación Provincial de Guadalajara con un marcado carácter ambiental y educativo, teniendo como objetivos básicos la recuperación ambiental y social de la zona, el desarrollo rural y la educación en valores a través de una serie de iniciativas propuestas sobre la Finca "Dehesa Común de Solanillos", en el término municipal de Mazarete (Guadalajara), dentro de la comarca de los Pinares del Ducado de Medinaceli y el Alto Tajo.

La Fundación Apadrina un Árbol cuenta con un complejo de educación ambiental que es utilizado por grupos de escolares, universitarios e investigaciones para realizar estudios. A su vez grupos de empresas, asociaciones y otras entidades hacen uso de unas instalaciones que se caracterizan por su respeto al medio ambiente.

Los pabellones dotados con aulas, habitaciones, comedores, cocina, sala de reuniones, salas de audiovisuales, salón de actos y usos múltiples, cafetería, almacenes, viviendas para el personal y oficinas, están ubicados en plena naturaleza.

El complejo gestiona sus residuos, recicla los materiales y está suministrado por energías renovables. Además de preservar el medio ambiente, el objetivo de estas instalaciones es educar a sus visitantes en valores que les enseñen a cuidar y respetar la naturaleza.

Las instalaciones de Solanillos y las energías renovables.

Uno de los objetivos fundamentales es que este Centro de Educación Ambiental se convierta también en un ejemplo de gestión sostenible, demostrando que el desarrollo no está reñido con la conservación de los espacios naturales. En consecuencia, el centro cuenta con una instalación energética basada fundamentalmente en energías renovables. Dicha instalación cumple con los siguientes objetivos:

- Sostenibilidad
- Didáctica
- Innovación tecnológica

Cualquier instalación energética sostenible, además de ser limpia, debe ser económicamente rentable, de forma que la inversión inicial sea amortizable en pocos años. Pero profundizando un poco más en el concepto de sostenibilidad, es fundamental que el recurso con el que funcione la instalación sea autóctono, cerrando así el ciclo a escala local y evitando la dependencia del exterior.

Por ello, se ha optado como principal recurso renovable para el abastecimiento energético del centro por la Biomasa procedente de los residuos forestales propios de la actividad de cuidado y conservación del monte realizada por la Fundación. De esta forma, no sólo se obtiene un recurso sino que además se da salida a un residuo generado durante la gestión forestal de la Finca.

Aunque con la biomasa se podría cubrir prácticamente la totalidad de las necesidades energéticas del Centro, fundamentalmente en lo que se refiere a calefacción y agua caliente sanitaria, para cumplir con el segundo de los objetivos, se ha diversificado el sistema, incluyendo una instalación de energía solar térmica de apoyo a la calefacción.

El diseño de la instalación está pensado para que pueda ser mostrado a todo tipo de visitantes, desde escolares, hasta profesionales del sector y grupos en formación. Para cumplir con este objetivo, se monitorizarán y se adecuarán las instalaciones para permitir la observación de los visitantes, colocándose también

paneles explicativos en los principales elementos de la instalación y en el centro de control de la misma.

Finalmente, cabe destacar que desde la Fundación Apadrina un Árbol se pretende ofrecer esta instalación como una oportunidad para el desarrollo de tecnologías aplicadas a las energías renovables. En esta línea, se ha comenzado a trabajar en la búsqueda de una caldera de biomasa con cogeneración, para convertir el Centro en un exponente de la innovación tecnológica concerniente a las energías renovables.

Cómo valor añadido al proyecto de energías renovables de la Fundación, esta instalación energética descrita se completa con la creación de un área didáctica interactiva para la divulgación de las energías renovables entre los escolares y un aula formativa sobre éstas.

3.4.2 Utilización de la herramienta

Sede de eventos sostenibles

Las características anteriormente citadas convierten al complejo ambiental de Solanillos en una sede idónea para la celebración de reuniones, congresos, encuentros y todo tipo de eventos en los que esté presente la preservación de la naturaleza y el cuidado del medio ambiente.

Las reuniones de trabajo y las celebraciones en este complejo suelen ir acompañadas de algún tipo de labor ambiental o forestal que ayude a la recuperación de la zona afectada por el incendio y a la educación en valores ambientales.

El complejo, sus instalaciones, productos y servicios están completamente adaptados para ofrecer al cliente unas jornadas sostenibles. Material reciclado, energías renovables, gestión de residuos, uso de productos locales, contratación de personal en la comarca, creación de redes y rutas turísticas, fijación de

población en la zona, potenciación de visitas e impulso del turismo, etc., son la prueba de que el centro ambiental de solanillos ofrece a sus visitantes sostenibilidad en todas sus vertientes.

3.4.3 Experiencia práctica

Sostenibilidad de eventos con la fundación apadrina un árbol: un caso concreto

El pasado mes de octubre de 2007, el festival musical Rock in Río fue presentado en una fiesta celebrada en la plaza de toros de las ventas, a la que acudieron cerca de 900 personas. Toyota España, como patrocinador social de Rock in Río Madrid 2008, contribuyó a la compensación de las emisiones producidas durante el acto de presentación mediante el apadrinamiento de 900 de los árboles de la Finca de Solanillos, afectada por el incendio de julio de 2005 en la provincia de Guadalajara y en sobre la que la Fundación Apadrina un Árbol está realizando su proyecto de recuperación ambiental.

De este modo, cada uno de los asistentes a la fiesta de inauguración del Rock in Río 2008, apadrinó y cedió su nombre a un árbol que recibirá una serie de cuidados especiales por parte de la Fundación Apadrina un Árbol gracias a la aportación económica realizada por la empresa automovilística.

Como complemento al apadrinamiento de árboles, cualquier empresa o colectivo puede organizar jornadas de diversa índole en las instalaciones del Complejo de Educación Ambiental de Solanillos, convirtiéndose los participantes de las mismas en parte activa de los cuidados y trabajos de regeneración del monte que desde la Fundación Apadrina un Árbol se vienen realizando.

Así, el pasado 5 de abril Toyota España y la Fundación Apadrina un Árbol celebraron junto a más de 50 personas una jornada en la que se realizaron las labores que las especies que conforman la parcela apadrinada por Toyota

necesitaba en esta época del año: desbroce y escarda sobre pinos, resalveo de quercíneas...

3.4.4 Indicadores de Sostenibilidad

Con carácter enunciativo, estos son algunos de los indicadores de Sostenibilidad que pueden utilizarse para los eventos que tienen lugar en Solanillos:

- CO₂ secuestrado por los árboles apadrinados.
- Superficie sobre la que se ha trabajado realizando actividades forestales.
- CO₂ evitado mediante el uso de las propias instalaciones de energías renovables del Centro durante la celebración del evento en comparación a su obtención por energías convencionales.
- CO₂ evitado mediante el uso de transporte público para acceder al centro.
- Cómputo de Materiales reciclados utilizados.
- Cómputo de residuos recogidos para su tratamiento.

3.5 Voluntariado ambiental

3.5.1 Descripción de la herramienta

Creación y formación de un equipo específico de Voluntarios dedicados al seguimiento y puesta en marcha de las medidas ambientales incluidas en el evento, así como de sensibilización al público y otros agentes (prensa, otros voluntarios, etc.).

La figura del Voluntario Ambiental garantiza que las medidas medioambientales se implementen lo mejor posible y que se realice la toma de datos necesaria para la posterior evaluación de las mismas.

La implicación de todos los integrantes del evento deportivo en los aspectos ambientales resulta fundamental para el éxito de las medidas adoptadas. En este sentido, el papel de los Voluntarios Ambientales, por su proximidad y contacto directo con todos los agentes implicados, resulta enormemente beneficioso.

3.5.2 Utilización de la herramienta: Voluntariado Ambiental

Para asegurar el óptimo funcionamiento de la herramienta, será necesario proporcionar al equipo de Voluntarios Ambientales una formación previa y una reunión con los distintos agentes implicados en el evento.

Entre las funciones propuestas a desarrollar por los Voluntarios Ambientales se barajan:

- Información y sensibilización al público asistente.
- Control de la correcta ubicación y funcionamiento de los puntos de gestión de residuos
- Realización de encuestas al público y otros agentes (personal de stands, etc.)
- Coordinación con el referente de medio ambiente de la organización, para comunicación de incidencias.
- Diagnóstico del funcionamiento de otras medidas medioambientales.

3.5.3 Experiencia práctica

El Voluntariado Ambiental de Cruz Roja Madrid viene colaborando desde hace ya dos años, en apoyo al Área de Gobierno de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Madrid, en eventos deportivos como el Maratón Popular de Madrid, el EuroBasket07, la Copa del Mundo de Triatlón o el Tennis Máster Series.

4. Marketing, imagen y comunicación de los eventos sostenibles.

-
- 4.1 Introducción
 - 4.2 Conceptualización y definición de la imagen corporativa de un evento sostenible.
 - 4.3 La identidad corporativa de un evento sostenible.
 - 4.4 El manual de comunicación.
 - 4.5 Política de comunicación y RRPP.
 - 4.6 Acciones de comunicación en medios generales.
 - 4.7 Acciones de comunicación en medios especializados.
 - 4.8 Acciones de sensibilización.
 - 4.9 Comunicación de la RSC en los eventos sostenibles.
 - 4.10 Imagen y comunicación de la responsabilidad social en los eventos.
-

4.1 Introducción.

La comunicación de los eventos sostenibles abarca una gran cantidad de interrelaciones con todo lo que rodea al evento, lo justifica y le da forma:

- convocantes,
- participantes,
- organizadores,
- proveedores,
- servicios y suministros,
- sedes,
- destinos,
- paisaje y territorio,
- recursos patrimoniales,
- los propios medios de comunicación encargados de transmitirlo.

La incorporación de elementos de sostenibilidad a los eventos plantea pues un reto añadido, que es el de cómo se incorporan estas abundantes y diversas variables de sostenibilidad al conjunto de la imagen, de la comunicación y en general del marketing del evento; de cara tanto a los colectivos y sectores productivos implicados directa o indirectamente en el mismo, como al conjunto de la sociedad.

No cabe duda de que los eventos de gran tamaño tienen un enorme poder de convocatoria y de diseminación de ideas, y ello genera la necesidad y la tentación de utilizarlos para transmitir nuevos comportamientos más sostenibles en relación al consumo de recursos y al impacto generado por el evento. Ello es especialmente importante en lugares donde existen problemas importantes de sostenibilidad global o en determinados sectores productivos.

Esta política de comunicación es complementaria de la diseminación del conocimiento sobre qué herramientas están disponibles en el mercado, para que el organizador o el convocante de un evento pueda incorporar elementos de sostenibilidad en el mismo. Ello es objeto de otro apartado dentro de este documento de trabajo, aunque existe una gran relación entre ambos: si se realizan grandes esfuerzos en comunicación y sensibilización sobre la necesidad de la sostenibilidad en los eventos, pero ellos no van acompañados de posibilidades cercanas y accesibles de llevarla a cabo, el "gap" producido entre la comunicación y la realidad puede llevar a la desconfianza al consumidor, sea convocante o participante. Ello generaría además una idea de que se trata de una oferta de "greenwashing" más, sin contenido real, como se da con frecuencia en otros campos, especialmente en el turismo.

Por ello es importante, y a ello se dedica a este apartado, que se conozcan en detalle las herramientas y conceptos de imagen y comunicación necesarios para la inclusión de la sostenibilidad en los eventos y su transmisión fuera de ellos, complementado el trabajo técnico de creación de herramientas.

La mayor complejidad puede generarse al tratar de incorporar medidas de sostenibilidad en eventos en lugares en los que no se dispone de los medios adecuados, como puede ser el caso de los entornos rurales aislados o los países en desarrollo.

La gran transversalidad de la organización y celebración de eventos también hace compleja tanto la definición como la difusión de su imagen corporativa, al tocar prácticamente todos los elementos de la vida productiva humana y de los recursos disponibles.

4.2 Conceptualización y definición de la imagen corporativa de un evento sostenible.

La imagen corporativa está formada por una serie de rasgos esenciales que definen al evento desde el punto de vista de su vocación y objetivos, de su filosofía de implantación en el entorno, y de sus relaciones con todo lo que le rodea:

- paisaje,
- condiciones ambientales,
- condiciones sociales,
- identidad cultural,
- relaciones con la comunidad local,
- etc.

La imagen corporativa puede incorporar rasgos de sostenibilidad en todos los casos, aún en el destino más insostenible; siempre y cuando ello se haga avisando al público por medio de una política afinada de comunicación, de que se están tomando ciertas medidas, por pequeñas que sean, y mostrarlas.

Uno de los valores de los eventos, especialmente de aquellos que incorporan a público final, es su gran capacidad de generar efectos demostrativos y modelos

replicables en cualquier escala geográfica. Ello obliga así mismo a ser cautelosos y a incorporar únicamente elementos muy diferenciales y marcados de sostenibilidad en la imagen corporativa de los eventos, cuando se está realmente en condiciones de aportar dicha diferenciación; por ejemplo, disponiendo de recogida selectiva o de medidas de transporte sostenible a disposición generalizada de expositores y participantes.

La sobrecomunicación a la que está sometido el mercado sobre medidas y marcas ambientales sobre todo tipo de productos, desaconseja claramente insistir en marcas de sostenibilidad y mensajes genéricos, que no precisen exactamente de qué medidas concretas estamos hablando.

La imagen corporativa debe incorporar aquellos elementos más diferenciales del evento, que le distinguen de otros de su categoría o tamaño. Esta misma estrategia puede aplicarse a las sedes y a los destinos que acogen los eventos.

Es esta imagen la que contribuye al posicionamiento del evento, sede o destino; es decir, la que consigue que el mercado asocie automáticamente la imagen del evento con un determinado rasgo que incorpore estrategias activas hacia la sostenibilidad como las citadas.

En función del tipo de evento, sobre todo aquellos que están abiertos a grandes flujos de público, la imagen corporativa podrá incorporar otros rasgos:

- accesibilidad a personas discapacitadas
- atención a la multi-culturalidad
- estímulo y primacía del consumo de productos locales
- políticas activas de igualdad de género
- políticas de empleo equitativas
- etc.

También influye en la imagen corporativa el lugar donde se celebre el evento: un evento de pequeño tamaño celebrado en una gran ciudad de turismo de

reuniones, puede pasar totalmente desapercibido; mientras que si se celebra en un pequeño destino, su capacidad de influencia sobre la imagen del propio lugar y sobre las decisiones locales puede ser muy grande.

Todos estos rasgos y condicionantes aplicados a la imagen corporativa de un evento son extensibles a la sede, el destino, los proveedores, las entidades colaboradoras; y de hecho lo deseable es que los rasgos fundamentales de las imágenes corporativas de todos ellos estén coordinados y no se produzcan grandes discordancias.

4.3 La identidad corporativa de un evento sostenible.

La identidad corporativa estaría formada por todos aquellos elementos visuales y tangibles que permiten reconocer la imagen corporativa que se ha definido. La imagen corporativa es un valor intangible, formado por un conjunto de mensajes y afirmaciones filosóficas, de intenciones y objetivos; mientras que la identidad es un valor tangible, y que puede ser medido en su eficacia y en su forma de ser aceptado por el entorno del evento y por los participantes en el mismo. Es la única forma en que la imagen corporativa puede ser tangibilizada por el público no experto.

A la hora de traducir la imagen corporativa a elementos de identidad, son muchos los elementos y soportes que se pueden utilizar:

- logotipos,
- tipos de letra,
- colores corporativos,
- texturas del papel,
- tipos de materiales,
- jingles o músicas de acompañamiento,
- olores,

- imágenes asociadas, como personas o lugares que representen los valores que la imagen corporativa quiere transmitir.

Lo más importante es que la imagen corporativa esté totalmente coordinada con sus elementos o signos de identidad, y que no se produzcan discordancias internas: si hacemos gala de un gran despliegue de distribución indiscriminada e innecesaria de publicidad en papel, por ejemplo, se estará produciendo un desfase entre la imagen y la identidad.

Es mucho más difícil, sin embargo, conseguir que se coordinen y armonicen las identidades corporativas entre los distintos integrantes del evento, como la sede y el destino, con el propio evento, aunque es lo deseable. La mayor dificultad estriba en que al ser políticas de comunicación y de imagen que dependen de entidades públicas y privadas muy diversas, es muy complicado llegar a pactos de imagen conjuntos.

En todo caso, lo que sí puede hacer el evento en sí mismo es promover dicha armonización entre todos los que lo integran, fundamentalmente proveedores y expositores, e incluso marcar unas mínimas reglas de juego para evitar grandes desfases entre unos y otros. Se trata especialmente de no generar confusión en la demanda. Las medidas de imagen corporativa van a veces incluidas en programas más amplios de calidad de procesos y de calidad de servicio.

4.4 El manual de comunicación.

El manual de comunicación será la herramienta fundamental, por medio de la cual cualquier persona relacionada con el evento podrá tener claro cuál es la imagen corporativa que se pretende transmitir; y cuáles son los elementos y signos de identidad corporativa a utilizar en cualquier proceso o soporte de comunicación. Normalmente, el manual de comunicación está elaborado por profesionales de la comunicación y destinado a ser utilizado por los mismos.

Sin embargo, es importante que dicho manual de comunicación pueda ser difundido y utilizado por personas de todos los niveles de decisión, como proveedores, expositores, etc. , de forma que sepan de una forma general qué es lo que se pretende transmitir y cuáles son las causas finales de las decisiones que se toman a la hora de elegir un determinado tipo de papel o un determinado tipo de transporte , por ejemplo; es decir, justificar las decisiones técnicas directamente ligadas a la sostenibilidad.

El manual de comunicación precisa también los elementos de comunicación más adecuados a cada tipo de soporte, así como las posibles incompatibilidades de la imagen corporativa de un evento sostenible con otras imágenes o rasgos.

4.5 Política de comunicación y RRPP.

La política de comunicación y relaciones públicas debe de estar muy bien definida de modo que una estrategia global oriente las acciones concretas y locales. En el caso de la sostenibilidad en eventos, esta política se traduce en medidas concretas que le recuerdan al mercado periódicamente que el evento en cuestión está comprometido con la sostenibilidad. Lo más importante en la política de comunicación de un evento sostenible es que no se produzcan grandes discontinuidades en el tiempo, ni grandes fisuras entre lo que se transmite desde los distintos agentes que intervienen en el evento.

Desde el punto de vista de la comunicación hacia el exterior del evento, debe tratarse de que exista la máxima homogeneidad de imagen corporativa entre sedes, eventos y destinos, así como todos los demás implicados en el evento.

Sería deseable además que exista alguna medida que permita que el público final que asiste al evento, sea un colectivo concreto o sea público en general, tenga la posibilidad de ejercer de forma activa su compromiso con la sostenibilidad y de comprobar la efectividad del mismo:

- reducción en las emisiones de CO2,
- reducción en el gasto:
 - o de envases y embalajes ,
 - o de energía,
 - o de agua,
 - o de baterías y pilas,
 - o etc.

Más allá de la simple educación ambiental, la interpretación del patrimonio pone a disposición herramientas y técnicas muy útiles para que el público final se sienta comprometido e identificado con la consecución de una mayor sostenibilidad en el evento, y haga de ello una experiencia tangible, emocional y amena.

No hay que olvidar tampoco que los profesionales que asisten a un evento pueden ser grandes prescriptores de las medidas de sostenibilidad cuya eficacia hayan comprobado in situ, generando así un efecto multiplicador muy beneficioso dentro de sus respectivos sectores.

4.6 Acciones de comunicación en medios generales.

De forma especial, las acciones de comunicación en medios generales pueden utilizarse para comunicar aquellas acciones que pueden influenciar o sensibilizar mejor a grandes conjuntos de público o a la sociedad en general.

Las acciones de comunicación sobre los eventos sostenibles en medios generales son por su propia naturaleza indiscriminadas y masivas; es decir, van orientadas a generar la mayor cantidad posible de impactos en la mayor cantidad posible de audiencia. No cabe duda de que ello abre otro camino hacia la utilización de los acontecimientos singulares y grandes eventos, que alcanzan a ser consumidos o

disfrutados hasta por varios millones de personas, para transmitir todo tipo de mensajes de responsabilidad ambiental y social.

También es cierto que la relativa novedad de la incorporación de estrategias activas de sostenibilidad al mundo de los eventos, y el hecho de que todavía no hay demasiadas herramientas disponibles, aconseja cierta cautela en las políticas masivas de comunicación, que deberán ser progresivas hasta que no se cuente con más herramientas efectivas disponibles, de aplicación universal. De otro modo, lo que se genera en los visitantes es frustración, confusión y pérdida de confianza en sucesivas acciones que se adopten.

4.7 Acciones de comunicación en medios especializados.

Las acciones de comunicación en medios especializados son por su propia naturaleza mucho más sencillas de abordar, ya que están elaboradas por especialistas para especialistas. Lo importante de las acciones de comunicación en medios especializados es que sean capaces de aportar soluciones prácticas y técnicas para otros organizadores de eventos de cualquier rama de actividad y nivel de decisión, que va ser lo que les será demandado. A este respecto, es aconsejable fomentar la creación de redes nacionales e internacionales, que asuman e integran las medidas de sostenibilidad para eventos que ya existen, como es el caso de GMIC – Green Meeting International Council, y de grupos de otros países en donde los códigos de sostenibilidad en eventos están más avanzados, como es el caso de Estados Unidos y Reino Unido, por citar un par de ellos relevantes.

No tiene sentido generar una extrema competitividad en incorporar al mercado de forma compulsiva variables y novedades para la sostenibilidad en eventos, cuando existen ya desde hace años una serie de medidas testadas y suficientes para empezar en entornos similares al caso español.

Sobre todo es importante que estas acciones de comunicación especializadas se transmitan a las empresas OPC de menor tamaño o más dispersas en el país, que tienen un acceso más difícil a proveedores de información que las que están concentradas en los grandes destinos de reuniones.

4.8 Acciones de sensibilización.

Las acciones de sensibilización orientadas a la incorporación de medidas de sostenibilidad en eventos tienen muy diversos destinatarios:

- las Administraciones públicas implicadas
- las entidades o empresas convocantes
- las empresas organizadoras y proveedoras
- el público en general

Puede haber muchas vías para estimular esta incorporación: premios a las mejores prácticas, mecenazgo, patrocinio, trabajos de investigación, de todo lo que esté relacionado con la incorporación de la sostenibilidad a los eventos, volviendo al tema de la transversalidad: son muchas las disciplinas que intervienen en la gestión de la sostenibilidad en los eventos, y lo que falta es el estímulo para generar más conocimiento, gestionarlo y compartirlo.

En el momento actual aún no se dispone de criterios ni de elementos de juicio y herramientas suficientes como para generar una certificación o un sello de garantía sobre sostenibilidad en eventos, pero sí se pueden ir incorporando progresivamente medidas de sostenibilidad en los conjuntos ya existentes de las medidas de calidad aplicables a los distintos elementos que conforman el evento: destino, sede, empresas organizadoras, empresas proveedoras, ... aunque no sean en todos los casos medidas específicamente pensadas para los eventos, sino genéricas; pero ello puede ser objeto de una segunda fase, una vez que el sector de los eventos y reuniones haya asumido plenamente la sensibilización sobre la

necesidad de la sostenibilidad, y se haya diseminado mucho más el conocimiento existente.

4.9 Comunicación de la RSC en los eventos sostenibles.

La sostenibilidad de los eventos como objetivo y como esquema de gestión puede también adaptarse a los principios y objetivos de la responsabilidad social corporativa, de modo que el convocante o participante de un evento aprovecha la celebración del mismo para ejercer sus estrategias de RSC, extenderlas y confirmarlas ante la sociedad.

Ya hemos mencionado anteriormente que determinados acontecimientos singulares y grandes eventos se adaptan muy bien a la transmisión de propuestas y acciones de amplio alcance, que sensibilizan al conjunto de la sociedad; mientras que los eventos corporativos y sectoriales se adaptan mejor a la transmisión de conocimientos técnicos y el ejercicio de sensibilidades concretas dirigidas a colectivos específicos.

De modo especial, la celebración del evento puede servir para ejercer RSC sobre el propio lugar en el que se celebra o sobre un determinado colectivo local, favorecer determinadas campañas u organizaciones locales, que estén relacionadas con el fin o contenido del evento.

La RSC sirve en este caso como imagen asociada a la imagen corporativa del destino, reforzando cualquiera de sus rasgos.

4.10 Imagen y comunicación de la responsabilidad social en los eventos.

La comunicación de la responsabilidad social y de sostenibilidad social en los eventos no puede separarse de los aspectos ambientales desde un punto de vista ético. Uno de los ejemplos más visuales de esta contradicción es la celebración de eventos en países en desarrollo, a veces incluso con objetivos relacionados

con la cooperación, el desarrollo o la sostenibilidad. Es frecuente, por falta de criterio o de voluntad, que se desarrollen bajo el esquema de ghetto totalmente al margen de la población local que es beneficiaria teórica de los mismos, y que finalmente no puede beneficiarse de ellos porque no está incluida en el esquema de producción.

Como en todo lo relacionado en el medio ambiente, existe una ética y una estética. No cabe duda de que es un concepto ético sobre la sostenibilidad global del planeta el que debe alimentar finalmente la lucha por la sostenibilidad en los eventos, como en el caso del turismo, del transporte y de prácticamente todas las actividades productivas humanas. Pero si ello no va acompañado de una estética, clara y atractiva, es muy difícil que llegue al gran público; e incluso es difícil que llegue al congresista o al comercial que se encuentra en una convención, demasiado ocupado pensando en su misión en dicho evento como para pararse a pensar si está malgastando papel u otros recursos innecesariamente.

De forma especial, los elementos de gran distribución en los eventos, como los regalos, el merchandising, los materiales didácticos, son susceptibles de ser utilizados como soporte de la comunicación de la sostenibilidad por su gran capacidad de diseminación y por su permanencia en el tiempo después del evento.

El viejo dicho de que no sólo hay que ser bueno sino que también hay que parecerlo se aplica en este caso a la sostenibilidad en los eventos, especialmente al tratarse de un tema desconocido para el conjunto de la sociedad, pero que tiene una gran influencia tanto económica como ambiental en los destinos en los que se celebran.

5. Anexo. Algunas lecturas interesantes.

[10 ideas sostenibles para organizadores de eventos](#)

Con el anuncio de su iniciativa sostenible, la asociación francesa de agencias de eventos (ANAé) ha elaborado una lista de 10 propuestas para maximizar la sostenibilidad en eventos.

http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/CALIDAD_AMBIENTAL/COMVERD/CATALOGO

Catálogo de productos y proveedores para compras verdes publicado por el Gobierno de Aragón.

[Guía para la contratación pública responsable en Andalucía. Ambientalización de eventos: otra posibilidad con una fuerte visibilidad.](#)

La Consejería de Medio Ambiente de Andalucía conjuntamente con IDEAS presentan en este documento las posibilidades de la organización de eventos para ejercitar prácticas ambientales y éticas, minimizando los efectos negativos que dichos eventos pudieran tener en el entorno y logrando una mayor concienciación de los participantes y proveedores.

[Conclusiones de un evento sostenible Oviedo 2006](#)

Proyecto de diseño metodológico para reducir el impacto medioambiental de encuentros multitudinarios impulsado por la Fundación Asturiana de Medio Ambiente.

[Ejemplo de evento sostenible - I Congreso Europa - Iberoamérica de RSC PARTE 2](#)

Ejemplo de un evento sostenible presentado por la Fundación Asturiana de Medio Ambiente: el I Congreso Europa-Iberoamérica de Responsabilidad Corporativa celebrado en Oviedo en junio del 2006.

[Ejemplo de iniciativas empresariales en eventos sostenibles](#)

Artículo sobre bodas ecológicas que triunfan en Estados Unidos.

[Eventos CeroCO2](#)

Documento que explica la compensación de emisiones de gases de efecto invernadero que el Proyecto CeroCO2 pone a disposición de los organizadores de eventos.

[Eventos solidarios](#)

Artículo publicado en el número de abril-mayo 2006 de la revista Eventomagazine sobre los eventos solidarios y los eventos ecológicos, como una consecuencia de la política de RSC implantada en las empresas.

[Fiestas y grandes eventos como oportunidad de educación medioambiental - Ejemplo: Fiesta mayor de la UAB](#)

Comunicación técnica publicada en el libro Educación Ambiental en España del VI CONAMA que presenta el trabajo de la UAB desde la gestión, la educación y la comunicación ambiental para que la fiesta tenga el menor impacto ambiental y se construya un entorno amigable para la interiorización de experiencias en un entorno respetuoso con el medio ambiente.

[GMIC Green Meeting Guidelines](#) [En inglés]

Guía publicada por la Convention Industry Council's que, en 2003, impulsó un grupo de trabajo para la creación de una guía de buenas prácticas para la implementación de políticas de sostenibilidad dirigida a los organizadores de eventos y proveedores.

[Guia ambientalització Jornades](#) [En catalán]

[Guía Ambientalización de Jornadas](#) [En castellano]

Documento de trabajo de la Diputación de Barcelona para proporcionar la información necesaria para celebrar unas jornadas con el menor impacto ambiental posible.

[Guía de Consumo Responsable y Solidario en la Comunidad de Madrid](#)

El Colectivo ConSuma Responsabilidad publica esta guía con el objetivo de canalizar nuestro poder como consumidor@s para intervenir en la sociedad. La guía pone a disposición del público los cauces para un consumo responsable y solidario en la Comunidad de Madrid.

[Guía de prevención y Reciclaje de de los Residuos de las Ferias](#)

Guía centrada en la prevención y el reciclaje de dichos residuos realizada por el Centro Catalán del Reciclaje de la Agencia de Residuos de Cataluña (CCR-ARC), entidad que promueve la prevención y el reciclaje de los residuos, en colaboración con la Federación de Ferias de Cataluña (FEFIC) y el Instituto de Ciencia y Tecnología Ambientales de la UAB (ICTA-UAB).

[Guía de turismo sostenible](#)

Turismo sostenible en Zaragoza. Guía de buenas prácticas realizada en el marco de la I Jornada de Turismo Sostenible de Zaragoza, celebrada en diciembre de 2007 organizada por el Ayuntamiento de Zaragoza y la Fundación Ecología y Desarrollo.

[ICLEI Greening Events and leaving positive legacies](#) [En inglés]

Resultados del Primer Simposio Internacional sobre "Ambientalización de Eventos" organizado en Barcelona en 2004 por ICLEI-Gobiernos Locales por la Sostenibilidad.

[MANUAL CONGRESOS DISCAPACITADOS](#)

"Manual para la organización de congresos y ferias para todos" publicado por PREDIF, Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos, con la colaboración de la Escuela Universitaria de Turismo de Asturias.

[Marketing para eventos sostenibles I](#)

"El Marketing Ecológico" es una clase en línea sobre medio ambiente en www.5campus.org

[Marketing para eventos Sostenibles II](#)

Lección sobre marketing para eventos sostenibles de la Universidad de Cádiz.

[Organización Eventos Sostenibles Expozaragoza 2008](#)

Guía elaborada para la organización de la Expo Zaragoza 2008, adaptada de la Guía publicada por la Presidencia Austriaca de la Comisión Europea con el fin de promover eventos más verdes y sostenibles.

[Seminario Compras Verdes.](#)

Documento de síntesis del Seminario sobre compras verdes: *La contratación de productos y servicios con criterios ambientales* organizado en octubre de 2004 por la Fundación Ecología y Desarrollo y el Gobierno de Aragón.

[SustainableEventsGuide](#) [En inglés]

Guía publicada por el "Department for Environment, Food and Rural Affairs" británico con el objetivo de ayudar a los organismos gubernamentales a planificar eventos sostenibles.

6. Bibliografía y páginas Web de interés

Publicaciones y artículos relacionados con los eventos sostenibles

- Adell, A.; Muñoz, P.; Rubio, M. & Ysern P., *"Grans esdeveniments festius: anàlisi i experiències per la sostenibilitat"*. Documento Num. 9 de la colección "Documents de l'Agenda 21 de Barcelona", Edita: Ayuntamiento de Barcelona, Barcelona 2004.

- Ayuntamiento de Barcelona- ICLEI (Local Governments for Sustainability). *Greening Events-L'ambientalització d'esdeveniments - La ambientalización de eventos*. Documento Núm. 11 de la Colección "Documents de l'Agenda 21 de Barcelona". Edita: Ayuntamiento de Barcelona, Barcelona 2005.

- Rieradevall, J.; Núñez, M.; Jodar, S. et all, "Guía de prevención y reciclaje de los residuos de las Ferias de Cataluña. Arquitecturas efímeras". Edita: Generalitat de Catalunya, Barcelona 2006. Se puede consultar en http://www.arc-cat.net/es/publicacions/pdf/ccr/guia_prm_fires.pdf

- Oficina de Medio Ambiente, Universitat Autònoma de Barcelona: "Guía para hacer más sostenibles los actos que organiza la UAB ", 2007 (publicación electrónica). Se puede consultar en: http://uab.cat/Document/guia_UAB.pdf

-Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, "Guía para la organización de eventos sostenibles", 2008 (publicación electrónica). Se puede consultar en: http://www.crana.org/archivos/consumo/consejos_practicos/guias_y_manuales/29_04_2008/GuiaEventosSostenibles.pdf

- Agencia de Recursos Ambientales-Expo Zaragoza 2008, "Guía de buenas prácticas ambientales: organización de eventos sostenibles" (Zaragoza, 2007).

Páginas Web de interés

Deporte sostenible: estrategia nacional sobre deporte y sostenibilidad

<http://www.deportesostenible.es/index.php>

Iniciativa del ICLEI para la ambientalización de eventos

<http://www.iclei-europe.org/index.php?id=greening>

Web francesa de la asociación de profesionales organizadores de eventos que recoge buenas prácticas ambientales que la asociación promueve.

<http://www.eco-evenement.org>

Web del Consejo para la ambientalización de la industria de eventos y reuniones (The Green Meeting Industry Council)

<http://www.greenmeetings.info/>

Iniciativa de diversos actores y liderada por **Oceans Blue Foundation** que trabaja para potenciar buenas prácticas ambientales en todos los sectores de la industria del turismo.

<http://www.bluegreenmeetings.org>

Web de eventos sostenibles de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos

<http://www.epa.gov/oppt/greenmeetings>

Web de la Iniciativa del Gobierno de Sur Australia para la reducción de residuos en eventos: Zero Waste Events.

http://www.zerowaste.sa.gov.au/prog_events.php

Web de la Asociación para reuniones y eventos sostenibles de Estados Unidos (Association for Green Meetings and Events)

<http://www.agmeinc.org/>

Coordinadores:

Alicia Torrego. Fundación CONAMA.

Gustavo Paredes Prahí Fundación CONAMA

Relatores:

Guy Bigwood. MCI

José María de Juan. Sociedad Española de Ecoturismo

Cecilia Foronda. Fundación Ecología y Desarrollo. Cero CO2.

José Lucio Gutiérrez Pedrosa. Fundación Carolina

Piedad Molina-Niñirola Moreno. Grupo Ferrovial

Marta Rubio Blanco. Universidad Autónoma de Barcelona

Colaboradores técnicos:

Alicia Alemán. Fundación Agbar.

Juan Azcarate. Ayuntamiento de Madrid

Francesca Colomé. Fundación Agbar

Sergio Fernández Balaguer .Fundación Movilidad

Daniel Fernández Gómez. Cruz Roja Española

Ricardo García-Viana. UEM

José María González Martínez. Garrigues Medio Ambiente

Montserrat Hernández Zoido. Agencia Andaluza de la Energía

Ángel Hervella. ECOEMBES

Elisabeth Marcos. AGBAR

Manuel Martínez. Fundación CONAMA

Nuria Martínez Álvarez. Fundación Sando

Marta Medina Moreno. Madrid espacios y congresos

Maria Sol Mena Rubio Ayuntamiento de Madrid

Maria Jesús Merino Poyo. Fundación Apadrina un Árbol

Sylvia Nott Bilbao. Cruz Roja Española

Amalia Ocaña Castillo Fundación Sando
Raquel Pascual. AGBAR
Alba Pracucci. Synergie Consultores
Inma Pruna. Diputación de Barcelona
Nieves Rey. ECOEMBES
Isabel Roser. Fundación Carolina
Maria Ruspoli. OHL
Laura Santiago. Garrigues Medio Ambiente
Ignacio Serrano Ramos. Madrid Espacios y Congresos