



GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SUSTENTABLES

VERSIÓN 2022



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

Secretaría de Turismo de Guanajuato:

Miriam Cecilia Adame Alcaraz

Directora General de Planeación

Mariana Zurizadaí Torres Torres

Directora de Planeación Estratégica y Enlace Gubernamental

Modelo de Sustentabilidad Turística SECTOR Guanajuato:

Karla Thalía Méndez Álvarez

Gestora del Modelo de Sustentabilidad

Dulce Estela Campos Álvarez

Analista Técnico del Modelo de Sustentabilidad

Revisión por:

ES Eventos Sustentables

Alejandra González Castellanos

Directora de ES Eventos Sustentables

Diana Belén Chávez Juárez

Líder de Innovación y Conocimiento de ES Eventos Sustentables



TABLA DE CONTENIDOS



	5	INTRODUCCIÓN
	8	CONTEXTO
	9	• DESARROLLO SUSTENTABLE
	12	• SUSTENTABILIDAD EN EL TURISMO
	12	• BUENAS PRÁCTICAS DE SUSTENTABILIDAD
	13	• EVENTO SUSTENTABLE
	15	• OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) DE NACIONES UNIDAS (ONU)
	19	DISTINTIVO GUANAJUATO TURISMO SOSTENIBLE
	22	PRINCIPIOS DEL EVENTO SUSTENTABLE
	24	BENEFICIOS DEL EVENTO SUSTENTABLE
	26	• BENEFICIOS PARA EL COMITÉ ORGANIZADOR
	27	• BENEFICIOS SOCIALES
	27	• BENEFICIOS AMBIENTALES
	28	• BENEFICIOS ECONÓMICOS
	29	CONSIDERACIONES INICIALES
	30	• COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN
	30	• DIAGNÓSTICO Y PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS
	32	CONSIDERACIONES POR ETAPA
	34	ETAPA 1: DISEÑO Y PLANEACIÓN
	34	• POLÍTICA DE SUSTENTABILIDAD
	36	• COMITÉ DE SUSTENTABILIDAD Y PLAN DE ACCIÓN
	39	ETAPA 2: ORGANIZACIÓN
	44	• CONTRIBUCIÓN DEL EVENTO A LA COMUNIDAD ANFITRIONA
	54	ETAPA 3: EJECUCIÓN
	54	• COORDINACIÓN Y COMUNICACIÓN INTERNA
	55	• SUPERVISIÓN Y VERIFICACIÓN
	56	• COMUNICACIÓN CON EL USUARIO
	58	ETAPA 4: POST-EVENTO
	58	• EVALUACIÓN DE RESULTADOS
	59	• COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS
	61	PROTOCOLO GUANAJUATO SANO
	67	REFERENCIAS
	70	BIBLIOGRAFÍA
	73	GLOSARIO



**“LA VERDADERA GENEROSIDAD
PARA CON EL FUTURO CONSISTE EN
ENTREGARLO TODO AL PRESENTE”**

ALBERT CAMUS





INTRODUCCIÓN

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**

05



La Organización Mundial del Turismo (OMT) reconoce **la gran contribución del turismo de reuniones en la economía mundial** debido a su elevado nivel de gastos y su colaboración en la **mitigación de la estacionalización** en los destinos turísticos y la **generación de empleo**; sin embargo, **sus bondades no hacen que esté exento de provocar impactos** negativos en el medio ambiente por el alto consumo de recursos como energía, agua o alimentos, así como los residuos que son generados por estos consumos. También hay que pensar en los impactos sociales que los eventos tienen en las comunidades receptoras, ya que son los efectos más difíciles de resarcir o compensar.

La Secretaría de Turismo pone a disposición del sector turístico la presente guía que busca convertirse en una **herramienta que sirva como preámbulo para implementar el Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible y así reducir los impactos negativos generados por las reuniones y eventos**; orientar al personal responsable su organización sobre el proceso de integración de la sustentabilidad en el mismo de modo que puedan identificar los posibles impactos y las medidas a aplicar para minimizarlos o evitarlos; y establecer una comunicación efectiva de estas acciones con los asistentes; todo esto sin descuidar la calidad y el objetivo esencial del evento, lo cual suma a la maximización de oportunidades y beneficios para los organizadores, participantes, proveedores, patrocinadores y la comunidad local.





Con respecto a las **medidas sanitarias y de higiene**, es bien conocido que derivado de la pandemia por COVID-19, se ha vuelto necesario establecer las mejores prácticas de prevención y protección sanitaria en los eventos, mediante una serie de lineamientos basados en términos de seguridad e higiene, que procuren minimizar los riesgos entre los diferentes agentes que intervengan. Es por esta razón, **que la guía también incluye los lineamientos de prevención contenidos en el Distintivo Guanajuato Sano**, el cual es **reconocido por el World Travel and Tourism Council (WTTC)**. Dicho distintivo toma como referencia las directrices e indicaciones que emiten las autoridades competentes a través de un trabajo transversal.

Esta guía hace una **recopilación de las mejores prácticas, consejos y consideraciones** que sirvan de referencia a los organizadores de eventos para que puedan implementar prácticas orientadas hacia la sustentabilidad, así como el establecimiento de mejores prácticas de prevención y protección que contribuyan a que los **eventos y reuniones sean más amigables con el medio ambiente y con la comunidad anfitriona**.

Hay muchos actores trabajando para mejorar la calidad de vida de las personas y el medio ambiente en el que vivimos. **Cada uno de nosotros podemos hacer la diferencia a través de nuestras actividades, prácticas y hábitos.**

¡Contribuye a través de tus propias acciones!





CONTEXTO

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**

08



DESARROLLO SUSTENTABLE

Este término es conceptualizado por primera vez en 1987 por la Comisión de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo en el llamado Informe de Brundtland en el que se define como

“EL DESARROLLO QUE SATISFACE LAS NECESIDADES DEL PRESENTE SIN COMPROMETER LA CAPACIDAD DE LAS GENERACIONES FUTURAS PARA SATISFACER LAS SUYAS PROPIAS”.



Ilustración 1. Diagrama de los pilares de la sustentabilidad.





Cada vez que se desee conocer si alguna actividad o producto es sustentable, es preciso preguntarnos si podríamos hacerlo de manera continuada en el tiempo sin provocar efectos nocivos en el equilibrio de la naturaleza, las sociedades y la economía. De esta forma, el desarrollo sustentable tiene sus bases en 3 pilares fundamentales: Sociedad, Medio Ambiente y Economía, los cuales deben coexistir en equilibrio.

Para que la gestión de destinos y organizaciones sea sustentable, se debe considerar a los tres pilares al mismo tiempo y de preferencia, con la misma intensidad. Los pilares tienen una relación estrecha entre sí, cuando se combinan entre ellos tienen diferentes efectos. Por ejemplo, si en la planeación y operación se considera solamente a la sociedad y al medio ambiente, la gestión será soportable mas no sustentable; si toma en cuenta sólo a la sociedad y la economía, entonces será una gestión equitativa mas no sustentable; y por último, incluyendo la economía y el medio ambiente, será viable mas no sustentable. Para que sea sustentable, deben estar presentes los tres pilares.

SOCIEDAD

Que los modelos de desarrollo sean beneficiosos para toda la humanidad por igual, tomando siempre en cuenta a la comunidad local. Cuando hablamos de preservar los recursos, nos referimos también a nuestro patrimonio común compuesto por los recursos naturales y culturales; es por esto, que el desarrollo sustentable también debe respetar y favorecer la diversidad de las manifestaciones culturales de los pueblos.





MEDIO AMBIENTE

Gestionar de manera eficiente y responsable los recursos con los que contamos en la actualidad para no agotarlos de modo que las generaciones futuras también puedan disfrutar de estos recursos. Este pilar, se refiere a la responsabilidad que tenemos los habitantes de la tierra de garantizar las condiciones biológicas que propician que los servicios ambientales sean provistos para los que vienen después de nosotros.

Los servicios ambientales son básicamente aquellos elementos de la naturaleza que sostienen la vida en la tierra, no sólo la vida humana, sino también por ejemplo: el agua, el suelo, los ecosistemas, la diversidad biológica, el aire que respiramos, los alimentos que consumimos; incluso la naturaleza también provee servicios ambientales del tipo cultural como es la belleza escénica, fuente de inspiración para artesanos y artistas y que han favorecido las costumbres, tradiciones, creencias y cosmovisiones de los diferentes pueblos que han habitado la tierra. Los espacios para ejercer el turismo y la recreación, son también un servicio ambiental.

ECONÓMICO

La economía también es un pilar de la sustentabilidad, ya que sin la rentabilidad económica no es posible garantizar fuentes de prosperidad, empleo y otros ítems que pueden apoyar al bienestar de las comunidades. Sin embargo, además de generar la rentabilidad, es preciso asegurarse de que los beneficios sean distribuidos de manera equitativa para todas las partes implicadas.

El desarrollo sustentable busca fortalecer los modos de vida de cada localidad de una manera amigable con el medio ambiente y con las comunidades, respetando la autenticidad de cada pueblo e incluyendo al mayor número de familias posible para que la comunidad prospere de manera equitativa. El desarrollo del talento local es clave para que la inclusión de la comunidad pueda ser más efectiva.





SUSTENTABILIDAD EN EL TURISMO

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) lo define como **“el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”** (OMT y PNUMA, 2005). Las mismas instituciones señalan como principios del turismo sustentable los siguientes:

- **Uso óptimo de los recursos** que constituyen un elemento clave en el desarrollo del turismo.
- **Respetar la autenticidad socio-cultural** de las comunidades receptoras.
- Asegurar **operaciones económicas viables y de largo plazo.**

BUENAS PRÁCTICAS DE SUSTENTABILIDAD

Las buenas prácticas de sustentabilidad pueden ser definidas como un **conjunto de acciones que pretende reducir el impacto negativo que una actividad puede causar**, favoreciendo la gestión eficiente de los recursos y maximizando los beneficios para el medio ambiente, la comunidad y la economía local.

Estas prácticas, también son conocidas como “mejores prácticas” y son **pautas aconsejables** en determinado contexto que, marcan la línea del cómo deben de hacerse las cosas para una correcta implementación de la sustentabilidad en el día a día de la organización. Son **experiencias que pueden tomarse de modelo** para otras entidades **y tienen efectos concretos que también son mensurables.**





EVENTO SUSTENTABLE

Para efectos de este documento, entenderemos por evento sustentable **aquel que durante todas sus etapas implementa prácticas y acciones para minimizar los impactos negativos sociales y ambientales**, así como para generar ahorro de recursos y un mayor beneficio para el destino que recibe el evento a través de la vinculación con la comunidad, el consumo responsable y la gestión responsable de los recursos.

La incorporación de la **sustentabilidad en los eventos siempre estará en constante evolución** y conforme se adquiere la experiencia, nacerán acciones de mejora hechas a la medida de cada evento, esto quiere decir que **un evento sustentable es un camino** que hay que emprender dando un primer paso.

La **comunicación tiene un papel protagonista**, ya que la manera en la que se transmiten los objetivos y medidas aplicadas a los diferentes grupos de interés (proveedores, clientes, patrocinadores, participantes y comunidad) influye directamente en la comprensión y percepción del mensaje en todos los niveles, lo cual promueve el involucramiento de las partes implicadas.





Las buenas prácticas que se encuentran en esta guía, son aplicables en los siguientes eventos, por categoría:

Eventos MICE

- Congreso
- Exposición
- Convención
- Viaje de incentivo

Eventos empresariales

- Conferencia
- Diplomado o seminario
- Lanzamiento de producto
- Junta de arranque o kick off
- Evento de integración

Eventos deportivos

- Torneo
- Olimpiada regional
- Carrera
- Eventos automovilísticos, de ciclismo o motocicletas
- Carrera tipo maratón, triatlón.

Eventos gastronómicos

- Exhibición y venta de alimentos
- Exposición gastronómica
- Festival gastronómico
- Concurso de alimentos
- Vendimia y cata
- Congreso o encuentros gastronómicos

Eventos culturales

- Feria cultural
- Festival cultural
- Exposición de artes
- Concierto
- Cinematografía

Eventos sociales

- Boda destino





OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) DE NACIONES UNIDAS (ONU)

En 2015 la Asamblea General de la ONU adoptó un plan de acción para fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia, a favor de las personas, el planeta y la prosperidad. La **Agenda 2030**, como se nombró a dicho plan de acción, se conforma por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas totales.

Con el propósito de que la humanidad cambie los modos de vivir y de interacción comercial, asimismo los eventos deben aportar a los ODS por medio de sus prácticas. Es necesario llevar a la acción la Agenda 2030 de forma inmediata desde la organización de eventos y poder romper fronteras para lograr un mayor impacto.

Hacer de los ODS la base común significa unirse a través de objetivos internacionales; poseer una visión a largo plazo; pasar de los compromisos a la acción; y crear alianzas sólidas que sumen a todos los actores en todos los niveles.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Ilustración 2. Infografía de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.
Fuente: Portal web de Naciones Unidas, consultado en diciembre de 2021.





¿QUÉ SIGNIFICA SER UN EVENTO CARBONO NEUTRAL?

Ser carbono neutral significa lograr que las emisiones de CO₂ sean equivalentes a cero. En algunos casos, cuando una parte de las emisiones no se pueden evitar, se pueden compensar para alcanzar la neutralidad.



PROCESO GENERAL DE UN EVENTO CARBONO NEUTRAL



Planeación: se definen las variables con las cuales se hará el cálculo de las emisiones de CO₂ y con base en ellas se podrán seleccionar buenas prácticas para reducir el impacto negativo medioambiental.



Ejecución: se supervisan las buenas prácticas y se lleva a cabo el levantamiento de datos y cifras de las variables seleccionadas.



Medición: se sistematizan los datos obtenidos durante el evento y se realizan los cálculos necesarios para tener la huella de carbono total del evento, sumando las variables.



Neutralización: con el total de emisiones de CO₂, se lleva a cabo la **compra de bonos de carbono** con asociaciones certificadas en materia de compensación de huella de carbono.

Fuente: Elaboración propia

Se puede conseguir tener un evento carbono neutral a través de un plan de acción de medición de huella de carbono, en donde primero se crean estrategias para reducir las emisiones de CO₂ generadas. Aquellas que no se puedan evitar, se compensarán mediante los bonos de carbono.





¿DÓNDE COMPRAR LOS BONOS DE CARBONO?

En México existen diversos organismos para comprar bonos de carbono. Al adquirirlos se generan proyectos de reforestación, conservación de bosques, flora y fauna. Esto hará que en un futuro los árboles absorban las emisiones de CO₂ que no se pudieron evitar en el evento. Algunos organismos avalados en el país son Cooperativa Ambio, Planeta Carbono Neutral y Pronatura.

CARACTERÍSTICAS DE LOS ORGANISMOS QUE EMITEN BONOS DE CARBONO

- Sus proyectos de mitigación tienen metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- Garantizan el impacto positivo de sus modelos. Ejemplo: supervisión por 20 años de los árboles reforestados.
- Generan reportes de monitoreo para comunicar la transparencia de sus acciones.
- Integran los tres pilares de la sustentabilidad, ofreciendo bonos de carbono que conllevan acciones ambientales, desarrollo comunitario y crecimiento económico de las localidades.
- Se encuentran bajo observación internacional. Ejemplo: están avaladas por la Iniciativa para la Transparencia de la Acción Climática (ICAT, por sus siglas en inglés).

RECOMENDACIONES PARA LOGRAR SER CARBONO NEUTRAL:

- Desarrollar un plan de acción para medir la huella de carbono.
- Analizar los requerimientos del evento para buscar cómo disminuir el impacto a través de buenas prácticas en áreas como transporte, consumo de agua y energía, consumo de alimentos, materiales de producción y plan de gestión de residuos.





Algunos ejemplos de acciones concretas son:

- Hacer rutas eficaces en logística. Incentivar el uso de auto compartido.
- Elegir hoteles y recintos con certificaciones que garanticen operaciones sustentables.
- Vigilar el consumo de energía en salones y equipo audiovisual.
- Elegir menús con insumos locales y disminuir o evitar carnes rojas.
- Optar por materiales que se puedan reciclar y evitar plásticos de un solo uso.
- Reducir, reusar y reciclar los materiales antes, durante y después del evento.



CONSIDERACIONES PARA ELEGIR UN ORGANISMO DEL MERCADO DE CARBONO



Investigar sobre los **programas** que desarrolla y **dónde se encuentran** (país, área natural protegida, población, región).

Saber si es un modelo de **bonos** de carbono fiscales o de **donativos** por tonelada de CO₂.

Informarse si trabajan con **bonos verdes o azules**; es decir, si sus proyectos de captura de CO₂ se desarrolla en ecosistemas terrestres o marinos.

Conocer las **acciones concretas** que desarrollan con las comunidades y poblaciones donde tienen incidencia (trabajo digno, capacitación en cuidado de tierras, educación, entre otras).

Fuente: Elaboración propia





DISTINTIVO GUANAJUATO TURISMO SOSTENIBLE, PARA EVENTOS

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**

19



Este Distintivo nace para impulsar las acciones sustentables y disminuir los impactos negativos. Por ello, a través del Modelo de Sustentabilidad Turística de la Secretaría de Turismo, se genera una herramienta de gestión para ayudar a los organizadores a cumplir este objetivo.

El proceso para avalar el evento como sustentable consiste en un registro en el aula virtual de la Secretaría de Turismo, la capacitación en materia de eventos sustentables, la implementación de estándares, el envío de evidencias, la verificación en sitio de las prácticas por parte de un Evaluador Mystery, la revisión del Comité Evaluador y finalmente el otorgamiento de insignia.

La insignia que se otorga al comité organizador corresponde al nivel alcanzado en el Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible, en la categoría de eventos. El objetivo de dicha insignia es la comunicación como evento sustentable y existen 4 niveles:

- **Acción** (35% al 49% de los estándares).
- **Transformación** (50% al 69% de los estándares).
- **Impacto sostenible** (70% al 100% de los estándares).
- **Carbono Neutral** (aquellos eventos que cumplieron con el 70% de los estándares o más, y a su vez realizaron la medición y compensación de la huella de carbono).





Para el otorgamiento de la insignia, se consideran, además, **3 criterios de evaluación** con sus correspondientes porcentajes para la calificación o dictamen final. Estos criterios consisten en:

- Calificación de cuestionario al finalizar la capacitación (5%).
- Cumplimiento de las prácticas revisadas en sitio por el Evaluador Mystery (25%).
- Evidencias de estándares sustentables (70%).

Cabe señalar que la validez de la insignia tiene una duración correspondiente a una sola edición. Por ello, la plataforma del Distintivo estará abierta durante todo el año, para que próximas ediciones del mismo evento o eventos del mismo comité organizador puedan seguir el mismo proceso y obtener una nueva insignia correspondiente al nuevo nivel alcanzado.





PRINCIPIOS DEL EVENTO SUSTENTABLE

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**

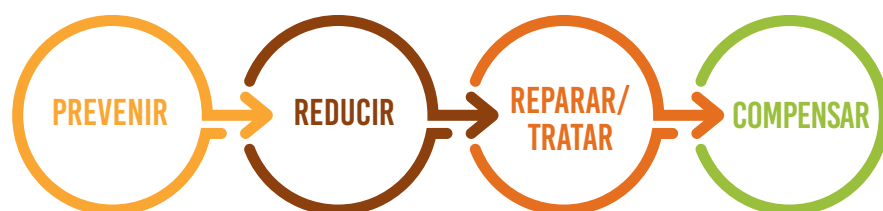
22



La Agencia para la Cooperación Alemana para el Desarrollo Sustentable en México (GIZ), nos indica que los eventos sustentables deben buscar en primera instancia evitar o prevenir impactos ambientales y sociales. La ilustración 3 representa los niveles de los principios que promueve, incorporando como primera opción la prevención y la compensación como último recurso (GIZ, 2012).

La prevención es la manera más barata de gestionar impactos, ya que estos no llegan a producirse, lo que evita costos imprevistos; conforme el principio avanza de nivel, las acciones a llevar a cabo implican un mayor costo y especialización. Por otra parte, el principio de la **reducción**, implica **tomar acciones con respecto al impacto que se ha identificado** que el evento produce para minimizarlo lo más posible.

No obstante, también puede ocurrir que el impacto no pueda prevenirse ni tampoco pueda reducirse, lo que significa que será necesario **adoptar medidas para reparar los daños** o impactos, y por último, si el daño no puede prevenirse, reducirse ni repararse, **entonces se buscará la compensación**, lo cual como mencionado, representa un costo mayor que debe prevenirse cómo cubrir desde la planeación del evento.



Principios del evento sustentable. Fuente: Manual de Soporte de la Guía para la Realización de Eventos Sustentables, GIZ (2012). Diseño propio"





BENEFICIOS DEL EVENTO SUSTENTABLE

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**

24



Desde hace al menos tres años, hemos escuchado **que el consumo responsable está en ascenso**, debido a que las personas se preocupan cada vez más de los impactos que tienen los productos y servicios que consumen.

De acuerdo a los informes anuales de tendencias globales de consumo de Euromonitor International, desde el año 2018 han sido constantes las tendencias relacionadas con una **vida más saludable**, la **autenticidad, experiencias únicas** que son preferidas sobre los bienes materiales, la **preocupación por el impacto ambiental** de productos y servicios, el **orgullo de pertenencia, la ética de consumo**. Incluso en 2021, a raíz de la pandemia COVID-19 y al sentimiento de solidaridad que está experimentando gran parte de la población han fortalecido las **tendencias relacionadas con la responsabilidad social en materia de salud y bienestar de la fuerza laboral** de las marcas, lo cual no ha eclipsado las preocupaciones medioambientales e incluso, **los consumidores y las sociedades en sí, demandan un cambio conductual** y también el cambio de la orientación de los modelos de negocios (Euromonitor International, 2018, 2019, 2020 y 2021).

Ante este panorama, la incorporación de buenas prácticas de sustentabilidad es una oportunidad que no se puede dejar pasar, ya que **las tendencias de consumo responsable, la economía circular, los viajes con propósito e impacto y los eventos cero emisiones netas no parecen ser pasajeros**, incluso serán el camino hacia el 2050 de la industria de reuniones a nivel internacional.





BENEFICIOS PARA EL COMITÉ ORGANIZADOR

Los beneficios que un evento puede obtener con motivo de la incorporación de prácticas de sustentabilidad, se aprecian en diferentes ámbitos, puesto que además de generar impactos positivos en el ambiente, la economía y la sociedad de la comunidad receptora, el comité organizador y el propio evento también perciben beneficios.

- Promueve una orientación del evento dirigida al usuario que refuerza la relación con los clientes
- Favorece la innovación dentro de la organización
- Ventajas competitivas, promocionales y de imagen
- Sensibilización de los colaboradores de la organización y los clientes
- Creación de experiencias únicas en el evento que lo harán diferente de su competencia o de ediciones anteriores
- Posicionamiento como evento o marca responsable
- Valor añadido al evento en materia humana y medio ambiental
- Promueve un cambio de relación con la tierra y con los demás
- Creación de vínculos emocionales relacionados con el evento, la marca y la empresa
- Refuerza relaciones con grupos de interés
- Nuevos patrocinios y patrocinadores para fomentar las acciones sustentables
- Contar con una certificación o distintivo de sustentabilidad para el evento
- Acceder a apoyos gubernamentales o de la iniciativa privada en materia de sustentabilidad





BENEFICIOS SOCIALES

- Mejora del servicio y satisfacción de participantes y clientes
- Apoyo a entidades sociales a través de la donación o acciones de voluntariado
- Fomento a la formación de una cultura de la sustentabilidad entre colaboradores y asistentes
- Promoción de la toma de decisiones responsables
- Fomento de la creatividad e innovación
- Recurso humano desarrollado a través de la capacitación y la mejora continua
- Menor impacto en el patrimonio común
- Promover la accesibilidad universal y la no discriminación
- Diferenciador que aporta ventaja competitiva
- Impacto positivo en las relaciones públicas
- Apoyo a iniciativas comunitarias a través de la sociedad civil organizada
- Salvaguardar el patrimonio biocultural
- Se teje una red colaborativa con beneficios estatales
- Se potencializa el desarrollo social y comunitario de la región

BENEFICIOS AMBIENTALES

- Reducción en la generación de basura y consumo de materiales innecesarios
- Ahorro de recursos: agua, energía, combustibles, minerales, gas natural, entre otros
- Menor impacto ambiental en los atractivos turísticos del estado
- Salvaguardar el patrimonio biocultural
- Reducción de la huella ecológica
- Sensibilización ambiental entre todas las partes implicadas y la población a la que llegue la información
- Fomento al uso de tecnologías más eficientes





BENEFICIOS ECONÓMICOS

- Eficiencia de los recursos materiales y económicos
- Fomento del consumo local e impulso a empresas locales/regionales
- Cambio de paradigmas de las empresas hacia modelos de negocio con enfoque socioambiental
- Generación de nuevos negocios con una propuesta de valor sustentable
- Generación de empleos temporales a nivel local
- Aumento de la rentabilidad del evento





CONSIDERACIONES INICIALES

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**

29



Se sabe que no siempre es posible realizar cambios al 100% en la organización de los eventos ya que influyen varios factores que están fuera de las manos del comité organizador; sin embargo, incluyendo al menos un par de criterios en cada una de las etapas del evento, el evento será un poco más sustentable de lo que normalmente sería.

Incluso al iniciar el proceso del Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible, los cambios del evento se podrán realizar por niveles: **Acción, Transformación, Impacto sostenible y Carbono neutral.** Para más información consultar la página <https://sectur.guanajuato.gob.mx/sustentabilidad/>

COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN

Que los líderes del evento decidan **asumir un compromiso con la sustentabilidad es clave** para la transformación del evento y el éxito de los esfuerzos que se emprendan en la organización, de lo contrario la autorización y disponibilidad de los recursos financieros, humanos y materiales necesarios para lograr las metas, pueden verse afectados.

Por otro lado, manifestar este compromiso es un mensaje fuerte y claro de que el comité organizador está consciente de sus impactos y está dispuesto a asumir la responsabilidad de los mismos. Lo anterior, comunicando de manera correcta puede marcar una diferencia para el **posicionamiento como un evento responsable** y para mejorar las relaciones públicas de la organización.

DIAGNÓSTICO Y PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

Es importante mencionar que tomar la decisión de comprometerse con la sustentabilidad no es suficiente, sino que hay que **aterrizar este compromiso en una serie de lineamientos o criterios** a cumplir en todas las etapas del evento y para definir éstos es necesario la elaboración de un diagnóstico.





Para elaborar el diagnóstico, primero se **debe identificar cuáles son las prácticas y criterios actuales** que son tomados en cuenta al momento de elegir insumos y materiales, sede, herramientas, proveedores, patrocinadores y socios, medios de comunicación y servicios necesarios para la realización de un evento de calidad. Por otro lado, es necesario también **evaluar cuáles serían los posibles impactos del evento** para posteriormente establecer medidas para evitarlos, reducirlos, repararlos o compensarlos.

Una vez identificadas las prácticas vigentes, es preciso **contrastar con las mejores prácticas de sustentabilidad** así como el perfil del asistente al evento, e incluso realizar un análisis FODA, que será útil para **reconocer lo que se está haciendo bien y lo que se está haciendo no tan bien**, para fortalecer o mejorar según sea el caso y de ésta forma, **establecer cuáles serán los objetivos del evento en materia de sustentabilidad**, haciendo énfasis en **atender las áreas de oportunidad** que existen en el haber y las prácticas del evento actuales. Es conveniente que los **objetivos sean tanto cuantitativos como cualitativos**.



ELEMENTOS DEL DIAGNÓSTICO

- **Antecedentes** de prácticas sustentables (criterios de selección de los servicios, insumos e involucrados en el evento).
- **Recursos financieros disponibles** en ediciones anteriores
- Posibles **impactos positivos y negativos** del evento
- Contraste con mejores **prácticas de sustentabilidad**
- Contraste con **perfil del asistente** al evento
- Análisis **FODA**
- **Definición de objetivos** del evento en materia de sustentabilidad
- **Selección de prácticas** que pueden ayudar a evitar, reducir, reparar o compensar los posibles impactos negativos.
- Establecimiento de **metas y objetivos** en materia de sustentabilidad

Fuente: Elaboración propia

Este es el momento para **analizar los recursos materiales, financieros, humanos y tecnológicos** que se poseen con la finalidad de cruzarlos con los recursos disponibles en ediciones anteriores y con las necesidades de la organización regular del evento, así como los recursos necesarios para la implementación de las iniciativas de sustentabilidad para hacer un balance que sirva como insumo para elegir las medidas a ejecutar en las siguientes etapas del evento.





CONSIDERACIONES POR ETAPA

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**

32



En esta sección, se realizará una descripción muy breve de cada etapa, así como las **consideraciones básicas para cada una de ellas**. Para estos efectos, la organización del evento será dividida en cuatro etapas básicas: **diseño y planeación, organización, ejecución y post-evento**.

Al final de cada etapa, se encuentra un apartado con el compendio en el cual se presenta una recopilación de las mejores prácticas y **recomendaciones de acuerdo al tipo de servicios, insumos o procesos** que se requieren para llevar a cabo el evento de una manera más amigable con el medio ambiente y con la comunidad local.

Las buenas prácticas se han de organizar por tema (por tipo de servicio o proceso), el pilar de la sustentabilidad que lo caracteriza: medio ambiente, social y economía; y adicionalmente, se ha integrado el Objetivo de Desarrollo Sostenible al que aporta.





ETAPA 1: DISEÑO Y PLANEACIÓN

La etapa de planeación es decisiva ya que es cuando se define cuál será la esencia del evento, es decir, sus características, definiendo recursos humanos, materiales y financieros requeridos, así como los patrocinadores. También se determina cuáles serían los alcances, los objetivos generales y específicos del evento, el aforo esperado, el público objetivo, la duración en días, etc.

POLÍTICA DE SUSTENTABILIDAD

Para la formalización del compromiso del evento con la sustentabilidad, es necesario que, **con base en el diagnóstico y los objetivos**, se establezca una **política de sustentabilidad que defina los criterios que el evento debe cumplir** para minimizar los impactos negativos en aras de afianzar el compromiso con la mejora continua y la satisfacción del cliente.



CARACTERÍSTICAS DESEABLES EN LA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDAD

- **Breve**
- **Clara**
- Promotora de los **valores y el enfoque** de sustentabilidad del evento
- **Coherente** con la visión institucional
- **Compatible** con la esencia del evento



Fuente: Elaboración propia con base en la Política Ambiental de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato.





Esta parte de la planeación, ya debe definir muy bien los criterios de selección de proveedores, así como definir las metas de ahorro de materiales y otros recursos. Se recomienda que el comité organizador tenga presentes las certificaciones en materia de sustentabilidad, lo cual ayudará a la selección de proveedores y favorecerá la implementación de diversas buenas prácticas durante el evento.

CERTIFICACIONES, SELLOS, DISTINTIVOS O INSIGNIAS QUE PUEDEN POSEER LOS PROVEEDORES



Fuente: Elaboración propia

Una política de sustentabilidad es una manifestación clara de los principios y propósitos en materia de sustentabilidad la cual debe ser comunicada a los grupos de interés.

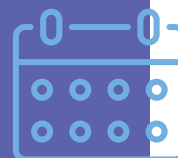
La **política de sustentabilidad debe ser aprobada de manera formal por la alta dirección** mediante un escrito, además de que debe hacerse del conocimiento de todos los integrantes del equipo de trabajo de manera permanente, ya que es con base en esta política que se definirá el plan de acción y las acciones de evaluación y seguimiento.



CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE ACCIÓN

- **Objetivos**
- Actividades específicas a **realizar**
- **Responsables** de implementación y monitoreo de cada actividad
- Acciones de **verificación**
- **Indicadores**
- **Plazos límite**

Fuente: Elaboración propia.





COMITÉ DE SUSTENTABILIDAD Y PLAN DE ACCIÓN

Dentro del comité organizador debe existir un grupo dedicado a la supervisión del cumplimiento de la política de sustentabilidad a través de la elaboración de un **plan de acción** que señale los objetivos específicos, detalle las responsabilidades de cada uno de los involucrados en la organización a través de **acciones muy concretas** la manera en la que se buscará lograr los objetivos y criterios así como la manera en que se realizará la **supervisión de la implementación así como el registro y la evaluación de los resultados** obtenidos al concluir el evento para posteriormente, realizar una **retroalimentación del plan de acción ejecutado**. En este punto, también es conveniente acordar cuáles serán las **acciones de verificación**, así como la manera de **sistematizar la información relativa a los resultados** de cada acción para tener posibilidad de comparar.

Es pertinente que el Comité de Sustentabilidad se establezca mediante un acuerdo por escrito y autorizado por los directivos, también debe estar integrado por un miembro de cada área de modo que cada quién pueda implementar las acciones desde el área a su cargo, además de designar a un responsable general o coordinador del Comité de Sustentabilidad dentro del comité organizador. **Cada integrante debe estar informado acerca de todas las acciones que se llevarán a cabo independientemente que sean de su área o no.**





COMPENDIO DE BUENAS PRÁCTICAS

Los servicios o procesos en los que se pueden implementar mejores prácticas están relacionados principalmente con los criterios que se consideran para la selección de proveedores de alimentación, alojamiento, espacios, entre otros. Por otro lado, también se encuentran temas como los protocolos de bioseguridad, la capacitación en materia de sustentabilidad y el apoyo a la comunidad anfitriona.



HOTEL, RECINTO, ALIMENTOS Y PROVEEDORES

Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
Elegir espacios o servicios que cuenten con una certificación y/o política de sustentabilidad, en caso de no contar con ello verificar que apliquen prácticas sustentables.	Económico, social y ambiental	11. Ciudades y comunidades sostenibles
Optar por espacios, servicios o productos locales o del estado de Guanajuato.	Económico	8. Trabajo decente y crecimiento económico
Preferir espacios o servicios que cuenten con un programa de donación o apoyo a la comunidad.	Social	1. Fin a la pobreza
Elegir espacios o servicios que cuenten con un programa de bioseguridad o que sean parte del programa Guanajuato Sano.	Económico, social y ambiental	3. Salud y bienestar
Elegir espacios, servicios o productos que busquen reducir las emisiones de CO2 en sus operaciones.	Ambiental	13. Acción por el clima
Optar por espacios o servicios donde sus colaboradores hayan cursado o sean parte de un programa estatal de capacitación y/o sensibilización en materia de prácticas sustentables.	Económico, social y ambiental	4. Educación de calidad





COMUNIDAD

Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
Elegir que el destino o ciudad sede cuente con una certificación o criterios de sustentabilidad.	Ambiental	11. Ciudades y comunidades sostenibles
Detectar asociaciones sin fines de lucro locales o del estado para crear acciones de responsabilidad social.	Social	17. Alianzas para lograr los objetivos
Apoyar medidas contra el turismo sexual infantil o tráfico de personas.	Social	16. Paz, justicia e instituciones sólidas
Identificar el semáforo epidemiológico del estado, municipio y ciudad de Guanajuato para llevar a cabo los protocolos alineados y no poner en riesgo a los asistentes y a la comunidad anfitriona.	Social	3. Salud y bienestar
Se aplica la filosofía de responsabilidad social o compromiso ambiental de la empresa u organismo a través del diseño de campañas durante el evento.	Ambiental y social	16. Paz, justicia e instituciones sólidas
Previo al evento, capacitar en materia de sustentabilidad, calidad del servicio y/o atención al cliente a voluntarios de la comunidad anfitriona que se involucren en el evento.	Económico, social y ambiental	4. Educación de calidad



COMUNICACIÓN

Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
Crear una política de sustentabilidad para el evento, así como definir la ventaja competitiva desde un enfoque sustentable.	Económico, social y ambiental	17. Alianzas para lograr los objetivos
Seleccionar proveedores de comunicación, marketing y promoción que cuenten con criterios de sustentabilidad.	Económico, social y ambiental	11. Ciudades y comunidades sostenibles
Implementar un programa para la reducción de las impresiones en todas las etapas del evento, promoviendo el uso de correo electrónico y distintas unidades de almacenamiento para reducir el consumo de tintas y papel.	Económico	12. Producción y consumo responsables
Crear una guía para el participante de cómo tener un viaje y/o asistencia sustentables durante el evento.	Económico, social y ambiental	17. Alianzas para lograr los objetivos





ETAPA 2: ORGANIZACIÓN



Durante la etapa de la organización, es cuando **se ponen en práctica los criterios** que el comité de sustentabilidad definió en la etapa anterior a través de la aplicación de listas de verificación y selección de proveedores. Por otro lado, también incluyen la logística del evento durante la cual **se determinan los roles específicos** de todas las personas que estarán involucradas en la ejecución del evento y sobre todo las **responsabilidades de cada integrante del comité** de sustentabilidad y el comité organizador.



RECOMENDACIONES DE PROMOCIONALES CON USO PRÁCTICO Y SUSTENTABLE

- Temporizadores para duchas
- Memorias USB fabricadas con **materiales biodegradables**
- Mouse pad de material reciclado
- Organizadores de oficina hechas de material reciclado
- Mini pizarras **reutilizables**
- Jabones, shampoo sólido y cremas **artesanales**
- Plantas de bajo mantenimiento (suculentas, cactus, espadas, potus, cintas)
- Vasos/ termos no plásticos
- Cubre bocas
- Aceites esenciales para aromaterapia
- Semillas de hierbas de olor
- Productos alimenticios artesanales (salsas, mermeladas, pan, etc.).
- Baterías externas (de calidad)
- **Kits ecológicos:** cubiertos o popotes reutilizables, loza plegable, etc.
- **Manuales y guías:** Huertos orgánicos, lombricomposta, bioconstrucción, buenas prácticas para turistas



Fuente: Elaboración propia.





COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

Es en este momento cuando se comienza con la difusión del evento, lo cual representa una oportunidad excepcional para **iniciar la comunicación de cuáles serán las medidas para fortalecer la responsabilidad del evento** como marca. También, **han de seleccionarse los medios que se utilizarán para dar a conocer e involucrar a los grupos de interés** en las iniciativas y acciones de sustentabilidad, pensando en qué tipo de medio o plataformas sociales pueden ser más efectivas de acuerdo a las características de cada grupo de interés.

¿QUIÉNES DEBEN ESTAR INVOLUCRADOS?

Es preciso que se integren a todos los grupos de interés del evento, que, de acuerdo a la Universidad de Cantabria, los más frecuentes son: **la alta dirección, socios y colaboradores, los proveedores, el comité organizador, clientes (asistentes al evento), los medios de comunicación**

GRUPOS DE INTERÉS CLAVE

- Directivos
- Colaboradores, socios y voluntarios
- Comité organizador
- Patrocinadores
- Asistentes al evento
- Medios de comunicación
- Sociedad civil organizada
- Gobiernos locales



Fuente: Universidad de Cantabria, 2010



(Universidad de Cantabria, 2010). Sin embargo, se considera conveniente integrar también a **la sociedad civil organizada** de la comunidad receptora como un grupo de interés con el que se debe interactuar en vías de fortalecer la responsabilidad social del evento.





CAPACITACIÓN, CONCIENTIZACIÓN Y SOCIALIZACIÓN

Por otra parte, es conveniente que se considere la realización de **actividades de capacitación o sensibilización para colaboradores y voluntarios**, tanto en los criterios como en los presupuestos. Será necesario elegir los métodos que se utilizarán para **socializar el plan de acción a los involucrados**, así como el **protocolo de acción por área para la implementación de las medidas a adoptar y verificar** durante la ejecución del evento.



SOCIALIZACIÓN DE PRÁCTICAS SUSTENTABLES

Staff

- **Entrenamiento previo** de las acciones sustentables
- Juntas previas de **concientización**
- **Involucrar a staff** en las acciones posteriores de seguimiento



Asistentes

- **Comunicación** en señalamientos, pantallas, banners y diversos puntos de comunicación del evento
- **Anuncios** durante el evento, a través de: ponentes, maestro de ceremonias, etc.
- **Activaciones** dentro del evento para **hacer partícipe a las personas** en las prácticas sustentables
- **Campañas de concientización**. Ejemplo: fomentar que los asistentes lleven sus propios termos o cilindros para agua para disminuir las botellas plásticas
- **Comunicación creativa** en diversos momentos y escenarios del evento



Fuente: Elaboración propia.

Entre los beneficios de socializar las prácticas con los diferentes grupos de interés se encuentra el mayor compromiso de los actores involucrados para el cumplimiento de las mismas; un alcance profundo y transversal de los principios del desarrollo sustentable, teniendo una presencia incluso fuera del evento; y el exposure del evento y las asociaciones involucradas.





PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Un aspecto relevante a tomar en cuenta es el **mensaje que transmiten nuestras acciones** y el mensaje que captan los grupos de interés durante todas las etapas del evento, y que **no necesariamente se limita a los mensajes públicos del evento** a través de medios de comunicación y redes sociales. Todo comunica y los detalles lo son todo.

Es importante **poner atención a cada detalle**, desde la manera en la que extendemos la invitación a nuestros invitados, la manera en la que comunicamos **las medidas que se están tomando para que el evento logre ser sustentable**, hasta los materiales utilizados en elementos promocionales, publicitarios y los obsequios que se entregan a los participantes e invitados especiales. Los detalles deben de ser congruentes con la imagen de responsabilidad y conciencia ambiental que se pretende proyectar a los grupos de interés. Los souvenirs y obsequios, por ejemplo, son piezas de comunicación extremadamente importantes porque es nuestra imagen con el cliente y el usuario, la imagen que se llevan a su casa y que relacionarán directamente con la marca del evento y la experiencia que le brindó su participación. Por lo tanto, es prudente utilizar materiales amigables y pensar en amenidades y artefactos que tengan una mayor vida útil, así como un uso práctico posterior al evento.

ALIADOS ESTRATÉGICOS Y PATROCINADORES

Los aliados estratégicos y patrocinadores del evento, también son parte de la imagen y por lo tanto, comunican. Por esta razón, para mantener la congruencia es deseable que los organismos con los que se establezca una alianza, sean **entidades socialmente responsables**, sean **organizaciones con propósito** y que no hayan estado involucradas en alguna controversia pública que involucre daño al medio ambiente, la integridad física y emocional de las personas, así como sus derechos. En el siguiente gráfico se puede identificar cada grupo de interés clave e involucrados para esta etapa del evento, su nivel de influencia e impacto:





MATRIZ DE INFLUENCIA E IMPACTO DE ALIADOS CLAVE

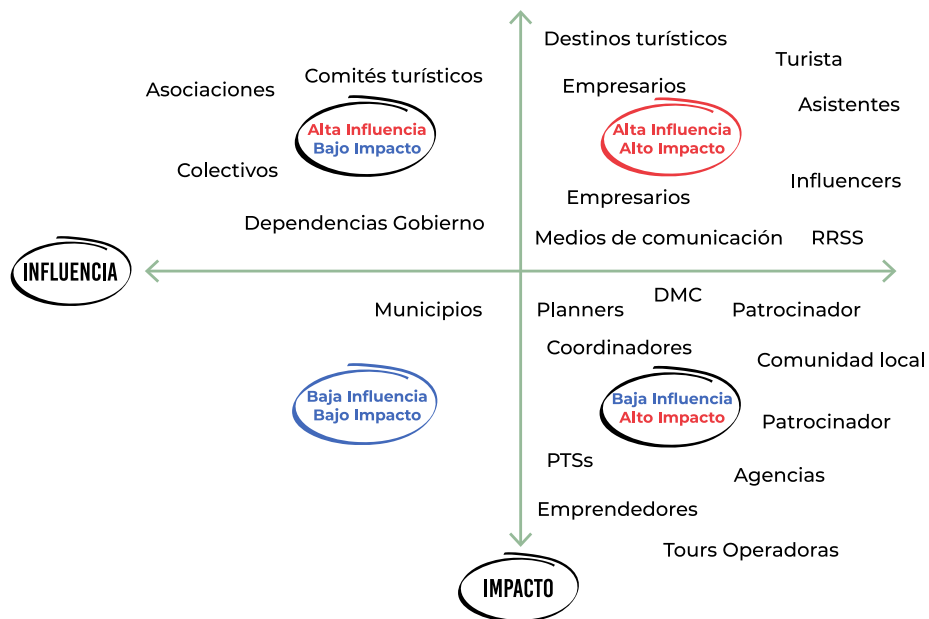


Ilustración 4. MATRIZ de influencia e impacto de aliados clave.
Fuente: Elaboración propia (diciembre 2021).

En el cuadrante: **Alta influencia Alto Impacto**; se encuentran los aliados más importantes, reconocerlos y mantener una comunicación estratégica puede enaltecer tu evento. Se pueden generar mensajes clave para cada uno, así como contenidos personalizados en el caso de medios de comunicación, líderes, influencers y redes sociales.

En el cuadrante: **Baja influencia Alto Impacto**; se encuentran todos los aliados que marcaran la diferencia en la organización, proyección y ejecución del evento. Mantener una relación efectiva y constante con ellos será clave para lograr los objetivos comunes en beneficio de todos.

En el cuadrante: **Alta influencia Bajo impacto**; se encuentran todos los aliados que potencializan el evento y ayudan a que pueda llevarse a cabo de manera óptima, mantener acuerdos claros y anticipados será clave para la adecuada ejecución del evento.

En el cuadrante: **Baja influencia Bajo impacto**; se ubican aquellos aliados que tienen una postura neutral, sin embargo, dependiendo de las circunstancias su nivel dentro de la matriz puede ir cambiando.





GESTIÓN DE PERMISOS Y AUTORIZACIONES

Es muy importante que, durante esta etapa, **se soliciten los permisos con las autoridades municipales y estatales correspondientes**, por ejemplo, si el evento se pretende realizar en una zona con declaratoria de protección ya sea de orden cultural o natural, es indispensable contar con la autorización pertinente para asegurar que el evento no será acreedor a multa alguna además de que se asegura la alineación a la normativa aplicable.

En caso de los eventos masivos, será necesaria la realización de una manifestación de impacto ambiental y deberán acatar las recomendaciones y condiciones establecidas por las autoridades competentes.

CONTRIBUCIÓN DEL EVENTO A LA COMUNIDAD ANFITRIONA

Una manera de crear vínculos con la **comunidad** es la **organización de una actividad de retribución a la comunidad**. Para elegir la actividad que sea más adecuada de acuerdo a las características de nuestro evento y a las necesidades de la comunidad, es importante tener **acercamiento con organismos gubernamentales o de la sociedad civil organizada** para obtener información acerca de las necesidades específicas de la comunidad para **encontrar la mejor manera de contribuir** y de esta forma lograr que el evento deje un legado positivo en la comunidad anfitriona.





Las actividades de retribución pueden estar relacionadas al medio ambiente, al desarrollo local o a las necesidades específicas de grupos vulnerables. Por ejemplo: reforestación, apoyo a alguna asociación sin fin de lucro con algún proyecto de mejora para la comunidad, limpieza de espacios públicos, donaciones en especie, recaudación de fondos, entre otras.



CONSEJOS PARA LA SELECCIÓN DE UN ALIADO DE LA SOCIEDAD CIVIL

- Infórmate sobre las **asociaciones activas en la comunidad** y sus proyectos
- Verifica que cuente con un **acta constitutiva notariada**
- Verifica que cuente con registro como **donataria autorizada**
- Investiga **referencias y proyectos previos**
- Selecciona el proyecto que vaya acorde con **los valores y la esencia** de tu evento

Fuente: Elaboración propia con base en Dirección de Desarrollo Económico de San Miguel de Allende (2021).

RECOMENDACIONES PARA ORGANIZAR UNA REFORESTACIÓN RESPONSABLE

- Infórmate sobre **proyectos de reforestación ya activos en la comunidad** a través de la sociedad civil organizada.
- Infórmate acerca de la **vegetación endémica** o la paleta vegetal del sitio.
- Utiliza sólo vegetación endémica o que se encuentre dentro de la **paleta vegetal**
- ¡Acércate con la **Dirección de Ecología o Medio Ambiente** de la comunidad sede!
- Asegura el mantenimiento de los árboles reforestados por lo menos durante 2 años.
- ¡Gestiona con una **asociación civil local**!
- **Temporalidad:** No se puede plantar árboles todo el año ¡Aprovecha la temporada de lluvias!

En temporadas en que no se pueda hacer plantación puedes colaborar con otras acciones como: recajeteo, riegos de auxilio, colocación de tutores, deshierbe o recolección de basura.

Siempre considera en la logística **estaciones de hidratación y fruta de mano** como naranja o plátano. **Delimita el polígono** donde plantarán los árboles con alguna señal distintiva.

Si es posible, gestiona que las **cepas se realicen previo al evento de reforestación**.

Fuente: Elaboración propia.





Un evento con enfoque sustentable busca mejorar las condiciones del destino turístico y de la población anfitriona; se incrementan los niveles de compromiso y confianza, incrementa la satisfacción por parte de la población anfitriona. Se mejoran los vínculos interpersonales (dentro y fuera de la organización). Incrementa la gestión del cambio.



TIPS PARA ELEGIR UNA CAUSA SOCIAL



- Analizar los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** y sus metas para seleccionar aquellas que se encuentren alineadas a la visión del cliente o a la temática del evento.
- Investigar las **fundaciones, asociaciones o comunidades del destino sede** del evento para posteriormente seleccionar alguna y formar una alianza estratégica.
- En caso de otorgar regalos en el evento, seleccionar **opciones con causa o marcas locales**. Ejemplo: Marca Guanajuato.
- Optar por fundaciones o asociaciones con actividades donde **colaboradores o staff del evento y personas beneficiarias** puedan convivir. Ejemplo: voluntariado en comedores, breves sesiones de talleres en asilos o casas hogares.
- **Donar materiales sobrantes** del evento a fundaciones locales que puedan reutilizarlos como: libretas, bolígrafos, lonas, plantas, entre otros.

Fuente: Elaboración propia





COMPENDIO DE BUENAS PRÁCTICAS

En la etapa de organización, los temas, servicios o procesos en los que se pueden implementar mejores prácticas se relacionan con hospedaje, recinto, alimentos, comunidad, proveedores y comunicación y a su vez con el cuidado de los recursos naturales y el medio ambiente, la gestión integral de los residuos, el impacto social en la comunidad anfitriona y la promoción y comunicación de las buenas prácticas.

 HOTEL		
Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
Escoger alojamientos con ubicación de fácil acceso para que los asistentes lleguen por cualquier medio de transporte (transporte público, a pie, bicicleta, entre otros medios que reduzcan emisiones de CO ₂).	Ambiental	11. Ciudades y comunidades sostenibles
Dar preferencia a un alojamiento cercano al recinto donde se celebrará el evento para reducir desplazamientos hotel-recinto y fomentar los traslados a pie.	Ambiental	7. Energía asequible y no contaminante
Escoger alojamientos que cuenten con un programa para el uso eficiente de la energía. Ejemplos: iluminación de bajo consumo (LED), inteligente (automatizada por controles) o celdas solares.	Ambiental	7. Energía asequible y no contaminante
Verificar que el alojamiento cuente con personal entrenado y capacitado en la atención inclusiva.	Social	10. Reducción de las desigualdades
Escoger un alojamiento que garantice buenas condiciones de trabajo y promueva el empleo local.	Social y económico	8. Trabajo decente y crecimiento económico





RECINTO

Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
Elegir preferentemente recintos que tengan un control de iluminación y climatización independientes.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables
Seleccionar recintos que cuenten con espacios iluminados por luz natural para optimizar el aprovechamiento energético y priorizar su uso.	Ambiental	7. Energía asequible y no contaminante
Elegir un recinto que utilice dispositivos ahorradores de agua (controles manuales o electrónicos o reductores de presión para dispositivos de bajo flujo de agua en llaves, retretes y mingitorios, riego inteligente) y que cuenten con un programa para el uso racional de la misma.	Ambiental	6. Agua limpia y saneamiento
Escoger un recinto que garantice buenas condiciones de trabajo y promueva el empleo local.	Social y Económico	8. Trabajo decente y crecimiento económico
Verificar que el recinto cuente con personal entrenado y capacitado en la atención inclusiva.	Social	10. Reducción de las desigualdades



ALIMENTOS

Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
Priorizar la compra de insumos locales, de temporada, endémicos, provenientes de comercio justo, agricultura ecológica o ganadería ética.	Ambiental y social	15. Vida de ecosistemas terrestres
Escoger café, vino y bebidas de productores estatales, nacionales o certificados como orgánicos o de comercio justo.	Ambiental y social	8. Trabajo decente y crecimiento económico
Informar al banquetero, cocinera tradicional o proveedor de alimentos, el número exacto de comensales para evitar desperdicios.	Ambiental y social	2. Hambre cero
Revisar que cualquier tipo de marisco servido satisfaga los criterios para ser sustentable y respete la veda de temporada de los mariscos.	Ambiental	14. Vida submarina
Solicitar que se implemente un programa de reciclaje programa de separación de residuos orgánicos e inorgánicos reciclables (PET, plásticos, cartón, papel, vidrio, aluminio, TetraPack, madera, electrónicos, baterías y aceites).	Ambiental	12. Producción y consumo responsables





El despilfarro de alimentos es un grave problema del que se tiene que estar consciente al organizar un evento, de acuerdo a estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, **un tercio de todos los alimentos** producidos a nivel mundial se pierden o se desperdician. A continuación se mencionan algunas recomendaciones para evitarlo.

CONSEJOS PARA EVITAR EL DESPILFARRO DE ALIMENTOS

- Planificar garantías en banquetes de acuerdo al número de asistentes confirmados.
- Implementar un sistema de raciones que contemple opciones como medias raciones, miniplatos, etc, y comunicarlo durante el evento para que los asistentes tengan la ración deseada. Evitar las porciones abundantes en el evento; por ejemplo, desayuno buffet, coffee break continuo en la mañana, comida buffet, coffee break continuo por la tarde, cóctel con canapés por la noche y cena buffet.
- Verificar en cocina o almacenes que la temperatura y la humedad se encuentren en los niveles correctos; así como una adecuada ventilación y la reducción de exposición a la luz para preservar la durabilidad de los alimentos.
- Con los banqueteros, buscar la máxima información sobre los ingredientes para su mejor aprovechamiento en platos, bebidas y nuevas recetas.
- Gestionar una donación de comida para asilos, casas hogares o refugios locales con ayuda de asociaciones dedicadas al rescate de alimentos, algunas opciones son Alimentos para Todos I. A. P. y Banco de Alimentos de México.
- Crear una campaña de comunicación durante el evento dirigida a los asistentes a través de la cual se les informe sobre el consumo responsable de los alimentos para evitar el despilfarro de alimentos y reducir la huella de carbono.

Fuente: Elaboración propia (2021).





 COMUNIDAD			
Id	Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
1	Utilizar productos y servicios locales para fomentar la economía local.	Económico y social	8. Trabajo decente y crecimiento económico
2	Identificar productos con causa o que impacten positivamente a comunidades en el destino sede.	Social	1. Fin a la pobreza
3	Incorporar un plan de bienestar para los asistentes y colaboradores del evento	Social	3. Salud y bienestar
4	Generar un entorno de trabajo seguro donde los colaboradores reciben un salario digno y se respeten sus derechos laborales	Social	8. Trabajo decente y crecimiento económico
5	Realizar una convocatoria local para difundir vacantes, proveedores, staff o voluntariado	Económico y social	8. Trabajo decente y crecimiento económico

La perspectiva de género es un tema de vital importancia que debe verse reflejado en los eventos y sus diferentes áreas; sin embargo, en muchas ocasiones se pierde de vista al no generar acciones que partan de ella o se planifiquen con dicho enfoque. A continuación se presentan algunas recomendaciones para implementar prácticas de perspectiva de género.

CONSEJOS PARA UN EVENTO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

- **Promover activamente el equilibrio de género** en la composición de las delegaciones, mesas directivas, paneles, podios, oradores y comités.
- Desarrollar una **política o código de conducta** para un evento libre de acoso y violencia de género, y establecer medidas para su supervisión durante el evento.
- Fortalecer la **equidad de género en el comité organizador**. Esto permitirá que diversas voces tomen decisiones sobre el evento.
- **Comunicar los principios de perspectiva de género** en invitaciones, formatos de registro, convocatorias y otros materiales de comunicación. Ejemplo: “Evento libre de violencia y acoso de género”, “Evento organizado desde la equidad de género” “Espacio seguro y libre de discriminación”.
- **Divulgación post evento** por medio de materiales de comunicación con cifras y datos relevantes sobre la participación activa de mujeres y población LGBTIQ+ en proveeduría, empleo, asistentes y paneles.

Fuente: Elaboración propia (2021).





Es importante que los eventos sean diseñados desde múltiples perspectivas, esto con el fin de generar espacios y momentos donde todas las personas puedan ser parte. Por ello la accesibilidad universal es un eje que no puede faltar; ya que permite a todas las personas el acceso, la comprensión, la utilización y el disfrute cómodo, seguro y eficiente de los entornos, los productos y los servicios.

CONSEJOS PARA UN EVENTO ACCESIBLE

- Colocar preguntas en el registro con el fin de **conocer el perfil de los asistentes y saber si tiene alguna solicitud específica de accesibilidad y movilidad**.
- Durante el scouting, revisar que los **espacios sean accesibles** y cómo será el acceso y desplazamiento de los asistentes en el evento.
- **Capacitación previa al staff** para asistir correctamente a los asistentes que requieran apoyo en el evento.
- Generar alianzas con fundaciones para **dar empleo a personas con discapacidad** como staff o anfitriones del evento.
- **Habilitar elevadores, rampas, menús en braille y demás equipamiento** que facilite la estancia para personas con alguna discapacidad.
- Enviar a expositores **sugerencias para la preparación de presentaciones accesibles** (subtítulos, descripción de imágenes, evitar efectos de transición, evitar el uso de cursivas o itálicas), así como sugerencias de lenguaje respetuoso para denominar a personas con discapacidad.
- Facilitar el **ingreso digno y apoyo** para el buen desempeño de animales de asistencia, invitando a otros participantes a no distraerlos o acariciarlos.
- **Promover activamente la diversidad** en la selección de personas para la conformación de delegaciones, mesas directivas, paneles, podios, oradores, expositores y comités.

Fuente: Elaboración propia (2021).





 COMUNICACIÓN		
Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
Dar preferencia a las impresiones en blanco y negro, el uso de tintas no tóxicas, información breve, impresión en ambos lados o el uso de papel reciclado cuando las impresiones no puedan ser evitadas.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables
Adquirir y proveer sólo la papelería necesaria, tanto para el comité organizador como para los asistentes, utilizando materiales de papel reciclado o certificado, plástico reciclado, corcho natural, cartón, entre otros.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables
Adquirir souvenirs que supongan el menor costo de traslado, que sean perdurables o de uso práctico.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables
Sumar al legado cultural del sitio donde se lleva a cabo el evento a través de los regalos, exaltando las artesanías y productos locales o regionales.	Social	8. Trabajo decente y crecimiento económico
Comunicar previo al evento las acciones de sustentabilidad a los participantes y cómo podrán involucrarse durante el evento.	Económico, social y ambiental	17. Alianzas para lograr los objetivos





A continuación, se describen algunas buenas prácticas que se pueden llevar a cabo con los proveedores. Estas prácticas sustentables requieren de la colaboración y el trabajo en equipo considerando transporte, audiovisual, producción de stands y escenografía, decoración, promocionales, mobiliario, entretenimiento y espectáculos.

 PROVEEDORES		
Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
Solicitar a proveedores realizar rutas eficientes para el traslado de pasajeros, materiales, montaje y desmontaje, etc.	Ambiental	7. Energía asequible y no contaminante
Solicitar a proveedores el uso eficiente de recursos: energía, agua, combustibles, papel, entre otros.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables
Eliminar la producción y el consumo de materiales innecesarios y fomentar la economía circular.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables
Solicitar a los proveedores el uso de materiales ecoamigables o sustentables en sus productos o servicios.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables
Crear un programa para el monitoreo de emisiones de CO2 de los proveedores antes, durante y después del evento.	Ambiental	13. Acción por el clima





ETAPA 3: EJECUCIÓN



La etapa de ejecución consiste en la coordinación de todos los involucrados en la producción del evento, tanto el equipo técnico como el operativo. La verificación y la supervisión son muy importantes, ya que es una forma de asegurarse que efectivamente el evento se está llevando a cabo de acuerdo a lo planeado. En caso de estar registrado para el Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible, en esta etapa se trabajará una serie de formatos para subir las evidencias a la plataforma y, a su vez, para que sean revisados por el Comité Evaluador.

COORDINACIÓN Y COMUNICACIÓN INTERNA

El contacto y la comunicación son claves en todo momento, debe procurarse que los miembros del staff puedan estar en contacto entre ellos y con el comité organizador. La etapa de la ejecución exige una coordinación permanente ya sea con proveedores y staff para realizar tareas como el montaje, registro y recepción de participantes, manejo de invitados especiales y atención a acompañantes, desarrollo del programa del evento y aplicar los controles pertinentes para garantizar la calidad del evento y evitar imprevistos o en su caso, dar atención a los mismos y resolverlos de la mejor manera.





SUPERVISIÓN Y VERIFICACIÓN

En esta etapa, ya todos saben qué deben hacer; sin embargo, es necesario **ejercer la supervisión y verificación** sobre el **cumplimiento de las responsabilidades del comité**, así como los **criterios que deben de cumplir los proveedores** que fueron contratados, así como el **desempeño del personal operativo** de los procesos del evento que involucran a los visitantes y la posterior gestión de impactos.

Una herramienta para la supervisión es la observación y la recolección de datos que permitan identificar áreas de oportunidad o fallas en el desarrollo. Asimismo, en caso de identificar fallas en la implementación, se deberán **emprender las acciones correctivas** correspondientes para alinear nuevamente a lo planeado. También, se debe **recolectar la información y la evidencia para la generación de reportes de resultados**.

También, son útiles las **listas de verificación** y asignar staff para que se asegure de que los puntos que aparecen en la lista se estén llevando a cabo como deben y evitar retrasos en la logística, una implementación incorrecta de alguna buena práctica o detectar la falta de equipamiento o cualquier elemento que pueda mermar la ejecución del evento de acuerdo a lo planeado. El Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible ofrece listas de verificación, requisito obligatorio en el programa, para ser implementadas en el evento; éstas facilitarán al organizador el cumplimiento de los criterios para obtener una insignia final.





COMUNICACIÓN CON EL USUARIO

Este es el momento en el que los **asistentes al evento perciben cuáles son las medidas que el evento está tomando para ser más responsable** y debe mantenerse bajo observación las reacciones del asistente para ajustar o reemplazar medidas aplicadas. La comunicación en esta etapa sigue siendo muy activa y se aprovecha para **concientizar y sensibilizar a los visitantes** invitándoles a tomar las buenas prácticas a nivel personal y no sólo durante el evento, sino que puedan replicar estas buenas prácticas en diferentes aspectos de la vida de la persona.



RECOMENDACIONES PARA LA COMUNICACIÓN DE UN EVENTO SUSTENTABLE



Nuestros **mensajes y contenidos** para dar difusión al evento deben ayudar a **evolucionar la cultura, las tradiciones, economía y medio ambiente local** de nuestros destinos turísticos anfitriones. Involucrar a la comunidad.



Los mensajes clave de comunicación deben estar alineados a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, los principios de la **Organización Mundial de Turismo (OMT)** y los criterios del **Global and Sustainable Tourism Council (GSTC)**.

Los mensajes deben ser **fácilmente replicables por todos los actores involucrados**: tou operadores, industria hotelera y de alimentos, casetas de información, negocios locales, administraciones municipales y población local.



Es importante cultivar la **comunicación interna**. Mantener al equipo informado, capacitado y entusiasmado respecto a la sostenibilidad y buenas prácticas es clave.

Ser creíbles; comunicar a través de acciones reales. Cuidar detalles y ser congruentes. Comunicando con transparencia y respondiendo a las expectativas y preocupaciones del público.



Ser precisos: en el uso de las características ecoamigables que se comunican. Evitar decir que somos 100% sostenibles. Hay que conocer toda la cadena de valor del producto o servicio para aplicar los atributos pertinentes. La sostenibilidad es aspiracional. Siempre se puede ir más allá.

Fuente: Elaboración propia.





COMPENDIO DE BUENAS PRÁCTICAS

En la etapa de ejecución, los temas, servicios o procesos en los que se pueden verificar la implementación de las buenas prácticas están relacionados con la coordinación con los proveedores durante el evento (alimentación, entornos y espacios, transporte) así como los residuos y la comunicación, promoción y marketing.



VERIFICACIÓN Y MONITOREO

Id	Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
1	Verificar la correcta separación de residuos y la aplicación de medidas de reciclaje durante el evento.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables
2	Monitorear la correcta colocación de contenedores y con la señalética correspondiente para cada tipo de residuos, incluyendo los "no reciclables" o "no reutilizables" para promover la adecuada disposición de residuos.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables
3	Verificar el uso adecuado de equipamiento, luces, aire acondicionado y demás equipos que requieran energía, con el programa del evento, para disminuir su consumo.	Económico y ambiental	7. Energía asequible y no contaminante
4	Verificar que las medidas de ahorro de energía, agua y materiales se lleven a cabo correctamente durante el evento.	Ambiental	13. Acción por el clima
5	Recolectar información y evidencias de las buenas prácticas para registro, monitoreo, seguimiento y documentación.	Económico, ambiental y social	17. Alianzas para lograr los objetivos
6	Verificar presión óptima en el aire de las llantas de las unidades utilizadas.	Ambiental	13. Acción por el clima
7	Verificar que, tanto el vehículo como el aire acondicionado, se mantengan apagados durante los tiempos de espera y cuando no hay pasajeros a bordo.	Ambiental	13. Acción por el clima
8	Verificar que la gestión de residuos sea la acordada y registrar evidencia.	Ambiental	12. Producción y consumo responsables





ETAPA 4: POST-EVENTO



La etapa post-evento implica el cierre de procesos administrativos y de comunicación con los grupos de interés como por ejemplo el envío del material y las conclusiones del evento, mensajes y cartas de agradecimiento a los aliados e involucrados, así como una evaluación de los resultados alcanzados durante el evento y la socialización de los mismos.

La manera en la que se maneje el post-evento, también comunica mucho al público acerca del evento y la responsabilidad, organización, compromiso y capacidad de seguimiento del comité organizador.

EVALUACIÓN DE RESULTADOS

En esta última etapa es muy importante **evaluar los resultados de las medidas implementadas al tanto al interior como al exterior**, es decir, **procesar la información recolectada** durante la etapa de ejecución, así como **medir los impactos reales que tuvo el evento** (medioambiental, social y económico), **cuantificar cuántos y cuáles criterios se cubrieron de manera exitosa**. De esta forma podrá realizarse una comparativa de los objetivos contra los resultados, así como un análisis FODA que favorezca la retroalimentación del plan de acción.





COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

Que esta etapa sea posterior al evento **no significa que la comunicación del evento ha terminado**, ya que en este momento es preciso **recoger la información relacionada con la satisfacción del visitante** mediante herramientas como **encuestas de satisfacción, social listening, storytelling y otras** que permitan **recolectar información de valor sobre los aciertos, las deficiencias o problemas que percibieron los participantes** para considerar posibles soluciones a los mismos en siguientes ediciones del evento.

Asimismo, es preciso **comunicar a los grupos de interés cuáles fueron los resultados alcanzados** con las medidas implementadas en el evento, para que conozcan cómo su asistencia al evento contribuyó al **cuidado del medio ambiente y el beneficio de la comunidad anfitriona**. En este mismo apartado, debe emitirse un **mensaje de agradecimiento y reconocimiento a los esfuerzos individuales o colectivos** para el logro de los resultados más relevantes.



RECOMENDACIONES PARA CREAR HOJAS DE MONITOREO Y EVALUACIÓN

- Asignar a una persona o a un comité que supervise las prácticas
- Clasificar las prácticas para facilitar su supervisión (por etapa del evento, por proveedores, por pilar de sustentabilidad, por Objetivo de Desarrollo Sostenible)
- Asignar porcentajes a cada categoría creada para generar gráficas de resultados al finalizar el evento
- Especificar cómo se supervisarán las prácticas (evidencias fotográficas, testimonios, mapas, encuestas, comunicados, incentivos para participantes)
- Incluir encuestas de satisfacción u otros instrumentos para medir el impacto de las prácticas en los participantes
- Considerar observaciones del comité que supervisa y de los participantes para futuros eventos
- En caso de medir la huella de carbono del evento, crear hojas específicas por variable a calcular (transporte, alimentos, energía, residuos)

Fuente: Elaboración propia.





COMPENDIO DE BUENAS PRÁCTICAS

En la etapa de ejecución, los temas, servicios o procesos que se incluyen en este apartado se relacionan con la comunicación, marketing y promoción, la comunidad receptora, la gestión de residuos y la mejora continua.

 VERIFICACIÓN Y MONITOREO			
Id	Buena práctica	Pilar de la sustentabilidad	ODS
1	Aplicación de encuestas electrónicas/digitales de satisfacción.	Todos	12. Producción y consumo responsables
2	Contabilizar cuál fue el ahorro económico por motivo de eficiencia de recursos.	Económico	12. Producción y consumo responsables
3	Recolección de materiales sobrantes y medición de residuos generados.	Medio Ambiente	13. Acción por el clima
4	Crear un programa para la evaluación, monitoreo y mejora continua de las acciones implementadas.	General	17. Alianzas para lograr los objetivos
5	Medición del volumen de materiales utilizados: papel, agua, alimentos y otros insumos.	Medio Ambiente	12. Producción y consumo responsables
6	Medición de residuos orgánicos generados y entregados para composta.	Medio Ambiente	13. Acción por el clima
7	Recolección de información sobre emisiones de carbono de absolutas y relativas.	Medio Ambiente	13. Acción por el clima
8	Medición de distancias recorridas y porcentaje de transporte utilizado por los participantes.	Medio Ambiente	7. Energía asequible y no contaminante
9	Contabilizar impactos sociales.	Social	17. Alianzas para lograr los objetivos
10	Llevar a cabo las medidas de compensación de impacto correspondientes y comunicarlas a los participantes.	Medio Ambiente	13. Acción por el clima





PROTOCOLO GUANAJUATO SANO

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**

61



Lavado de manos



La mejor medida preventiva para evitar contagios es el **lavado frecuente de manos**

Utiliza agua y jabón para lavarte las manos o desinfectarte a base de alcohol en gel al 70% para eliminar los virus que puedes transmitir a tus ojos, nariz o boca.

Las manos tocan muchas superficies que pueden recoger el virus.



Ilustración 5 y 6. Infografía sobre el correcto lavado de manos e infografía del decálogo para la prevención del COVID-19. Fuente: Secretaría de Turismo de Guanajuato (2020).

Derivado de la pandemia por COVID-19, se ha vuelto imprescindible la **adopción de medidas que ayuden a proteger la salud de las personas**. Los eventos no se han quedado atrás y en estos tiempos difíciles han encontrado la forma de adaptarse y evolucionar, dando lugar al fortalecimiento de los conceptos de evento digital, híbrido o virtual.

Sin embargo, en el caso de los eventos que por son de naturaleza presencial o semipresencial, se han de **tomar las medidas necesarias para prevenir el contagio** y de ésta forma apoyar al **bienestar y la salud de la comunidad receptora** del evento, así como la comunidad anfitriona y las familias que habitan en ambos entornos.

Como respuesta a la pandemia, en la búsqueda de la incorporación y re apertura responsable de los servicios turísticos en el Estado garantizando la salud de las familias, la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato elaboró **los lineamientos del Distintivo Guanajuato Sano**, en colaboración con la Secretaría de Salud del Estado de Guanajuato, la Coordinación de Protección Civil del Estado de Guanajuato y el sector privado.



MEDIDAS BÁSICAS DE PREVENCIÓN

- **Lavarse las manos frecuentemente** con jabón o desinfectante a base de alcohol (al menos 70%).
- Al toser o estornudar, **cubrirse la nariz y la boca con el codo o con un pañuelo**.
- No tocarse los ojos, nariz o boca.
- **Limpieza y desinfección** de superficies.
- **Evitar** saludar de mano o beso.
- Mantener una **sana distancia** (1.5 metros entre persona y persona).

Fuente: Secretaría de Turismo, 2020.



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SUSTENTABLES



COMPENDIO DE BUENAS PRÁCTICAS

En este compendio se abordan medidas que de manera obligatoria deben aplicarse para cumplir con las buenas prácticas contra el COVID-19 para eventos. Este compendio se basa en las Buenas Prácticas para la Reincorporación a los Centros de Trabajo del Sector Turismo, las cuales fueron publicadas por la Secretaría de Turismo en mayo de 2020.

PROTOCOLO GUANAJUATO SANO EN EVENTOS		
Id	Etapas de implementación	Buena práctica
1	Diseño y Planeación	Definir los procedimientos de limpieza y desinfección necesarios, asegurándose de que se aplican eficazmente y que se utilizan los productos correctamente.
2	Diseño y Planeación	Proveedores deben contar con el distintivo Guanajuato Sano.
3	Diseño y Planeación	Planificar los procesos y generar un plan de operación, que permitan garantizar la sana distancia.
4	Diseño y Planeación	Evitar por completo en los baños el uso de toallas de tela.
5	Diseño y Planeación	El espacio seleccionado debe integrar y ajustar en el Programa Interno de Protección Civil del inmueble, los protocolos de actuación hacia alguna emergencia en un contexto al COVID-19.
6	Organización	Señalización de espacios internos en piso, sillas o sillones de los espacios que deberán ocupar los asistentes en las salas de reuniones o áreas de espera.
7	Organización	Comunicar medidas de prevención anti covid-19 con colaboradores.
8	Organización	Verificar que el espacio seleccionado cuente con entradas y salidas suficientes de personal y clientes, que permitan el distanciamiento social.
9	Organización	El espacio seleccionado debe tener sanitarios con ventilación natural o mecánica.
10	Organización	Definir un espacio para los vestidores que permita el aforo con el adecuado distanciamiento social.
11	Organización	Limpiar y desinfectar frecuentemente el equipo informático y cualquier otro elemento de uso (p.e teléfono). Se recomienda disponer de auriculares y diademas de uso individual.





12	Organización	Si cuenta con área de cocina, establecer procedimientos de limpieza y desinfección profunda en las diferentes líneas de preparación que garanticen la no contaminación de los alimentos; incluir en estos procedimientos carros transportadores, tablas de picar, utensilios de cocina, etc.
13	Organización	Establecer de manera clara las responsabilidades de todo el personal involucrado en el programa de contingencia sanitaria.
14	Organización	El proveedor realiza segregación de residuos orgánicos compostables y no compostables en donde se preparan los alimentos y donde se consumen.
15	Organización	Capacitar al personal en función de las medidas de distanciamiento evitando el saludo tanto de mano como de beso y cualquier contacto físico entre compañeros y clientes.
16	Organización	El espacio cuenta con un programa anual para la fumigación y el control de plagas, conforme a las disposiciones sanitarias y las necesidades del establecimiento.
17	Organización	En las áreas de recepción y atención del cliente determinar el aforo máximo de personas y definir las medidas necesarias para asegurar el distanciamiento entre clientes y empleados.
18	Organización	Protocolo especial para personal de contacto con el cliente de postura de atención, a fin de garantizar que en cada interacción con el cliente se dé el lavado de manos y la desinfección correspondiente.
19	Organización	Contar con un procedimiento específico de contingencia para cuando se detecte un caso sospechoso o positivo a COVID-19, informando a la persona sobre la situación, por lo que se informará a la Autoridad Sanitaria. Preferentemente contar con un área destinada para el aislamiento o en su caso, remitir a la persona a su domicilio con las medidas sanitarias correspondientes.
20	Ejecución	Comunicar a los asistentes las medidas básicas de prevención.
21	Ejecución	Verificar la limpieza y desinfección de superficies durante el evento.
22	Ejecución	Usar en todos sus accesos tapetes sanitizantes o alternativas similares con hipoclorito de sodio o con productos certificados de desinfección de acuerdo a la ficha técnica de cada producto, reponiendo el líquido desinfectante a los tapetes sanitizantes cada que se requiera, en caso de jergas saturadas con hipoclorito de sodio o con productos certificados de desinfección, se asegura que éstas, estén limpias y saturadas de la solución desinfectante. Puede colocarse una jerga limpia y seca para eliminar el exceso de líquido de las suelas de zapato.





23	Ejecución	Utilizar señalética y carteles informativos sobre las medidas de prevención en todas las áreas del establecimiento.
24	Ejecución	Verificar que haya 1.5 metros de distancia entre persona y persona.
25	Ejecución	Contar en los accesos con desinfectante de manos a base de alcohol al 70%.
26	Ejecución	Contar con un número suficiente de contenedores (botes de basura) para arrojar cubre bocas usados o maltratados, dichos contenedores deben estar identificados, contar con tapa y bolsa contenedora, preferentemente accionada con el pie y estar situados estratégicamente en el lugar.
27	Ejecución	Colocar un filtro sanitario para detectar a personas con temperatura mayor a 37 °C y evitar su ingreso al establecimiento o enviar a revisión médica.
28	Ejecución	Verificar que los lavabos de los sanitarios se encuentren en condiciones adecuadas de operación, funcionales, con agua y jabón, así como dispensadores de toallas de papel desechable.
29	Ejecución	Verificar que la distribución del mobiliario permita el libre flujo de las personas.
30	Ejecución	Desinfectar la terminal punto de venta tras cada uso en el que exista contacto.
31	Ejecución	Realizar una desinfección periódica usando una solución clorada para limpieza de áreas con mayor contacto, flujo y áreas comunes, así como en objetos susceptibles como manijas, grifos, dispensadores, etc.
32	Ejecución	Cuando se realice algún tipo de lavado de loza, cristalería y plqué, si se dispone de lava loza hacerlo a una temperatura mínima de 80°C., o bien, hacer el proceso de escamochar, lavar, enjuagar, desinfectar y secar.
33	Ejecución	Verificar la distancia entre mesas de 2 metros como pasillo, además de establecer una distancia de 1.5 metros entre comensales.
34	Ejecución	Contar con una bitácora de limpieza y desinfección de todas las áreas.
35	Ejecución	Realizar el almacenamiento del hipoclorito de sodio o de los productos certificados de desinfección que se utilicen en un sitio ventilado, apartado de ácidos, mantener en la oscuridad, bien cerrado, y almacenar solamente en el recipiente original.
36	Ejecución	Asegurarse de que las superficies de contacto sean desinfectadas adecuadamente.
37	Ejecución	Revisar que los diferentes espacios y áreas del evento cuenten con suficiente provisión de recursos y equipo necesario para la aplicación de medida anti-covid 19.





38	Ejecución	El personal de limpieza deberá utilizar el equipo de protección individual adecuado conforme a la actividad que se realice (guantes y cubrebocas como mínimo).
39	Ejecución	Verificar que los dispensadores de alcohol en gel al 70%, jabón, tapetes, etc., cuenten con las cantidades necesarias.
40	Ejecución	Si las personas presentan una temperatura mayor a 37.5° no se les permitirá el acceso o interrumpir su actividad y actuar de acuerdo a como lo establece la Autoridad Sanitaria.
41	Ejecución	Asegurar que las materias primas o documentación se dejen encima de la mesa para evitar el contacto con el proveedor y siempre que permanezcan en esta zona de recepción.
42	Ejecución	Asegurar la higiene de manos del personal repartidor durante el proceso de entrega-recepción, de ser posible proveer de los insumos necesarios.
43	Ejecución	Privilegiar el uso de elevadores para personas con discapacidad. Cuidando el distanciamiento social y favoreciendo la limpieza y desinfección frecuente.
44	Ejecución	Informar al cliente la capacidad máxima de aforo del establecimiento, para garantizar las medidas de prevención recomendadas por la Autoridad Sanitaria.
45	Ejecución	Para los servicios de buffet y barras de alimentos, verificar que los alimentos estén cubiertos para evitar su contaminación y contar con cubierta o panel anti-estornudo. Un miembro autorizado específico estará a cargo de servir al comensal, con el equipo de protección (careta facial, cubrebocas y guantes desechables).
46	Ejecución	Eliminar todos los accesorios de servicio en las mesas (vinagreras, saleros, aceiteras, máquinas de bebidas, azucareras, etc.) y cualquier elemento decorativo. Estos se deberán montar al momento y en proporciones individuales.





REFERENCIAS

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**



Agencia de la Cooperación Alemana para el Desarrollo Sustentable –GIZ- (2012). **Manual de Soporte de la Guía para la Realización de Eventos Sustentables.** Recuperado en julio 2018 en: <https://www.emm-network.org/wp-content/uploads/2015/09/GIZ-Mexico-Guia-Eventos-Sustentables-Manual-Soporte.pdf>

Euromonitor International (2018). Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2018. **Factores que impulsan cambios en el comportamiento de los consumidores.** Recuperado en mayo de 2018 en: <https://www.euromonitor.com/update-on-our-top-10-global-consumer-trends-for-2018-clean-lifer-profile/report>

Euromonitor International (2019). **Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2019.** Recuperado en enero de 2019 en: <https://www.euromonitor.com/top-10-global-consumer-trends-2019/report>

Euromonitor International (2020). **Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2020.** Recuperado en febrero de 2020 en: <https://www.euromonitor.com/top-10-global-consumer-trends-2020/report>

Euromonitor International (2021). **Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2021.** Recuperado en enero de 2021 en: <https://www.euromonitor.com/top-10-global-consumer-trends-2021/report>

Modelo Episteme (2015). **¿Qué es la gestión de la sustentabilidad?** Recuperado en febrero 2020 de: <http://modeloepisteme.com/portal/modelo-episteme/por-que-la-gestion-del-conocimiento/>

Naciones Unidas (2015). **Objetivos de Desarrollo Sostenible.** Recuperado en diciembre 2021 de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>





Organización Mundial del Turismo y Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2005). **Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers**, p.11-12. Recuperado en febrero 2021 de: <https://www.unenvironment.org/resources/report/making-tourism-more-sustainable-guide-policy-makers>

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2009) Guía para reuniones verdes 2009. **Extienda la alfombra verde para los asistentes a su reunión**. Recuperado en junio 2018 en: http://www.ecoprocura.eu/fileadmin/editor_files/Green_Meeting_Guide_Spanish.pdf

Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato (2020). **Buenas prácticas para la incorporación a los centros de trabajo para el Sector Turismo Ante el Covid-19**. Mayo de 2020. Recuperado en febrero 2021 en: https://sectur.guanajuato.gob.mx/wp-content/uploads/2020/COVID-19/DISTINTIVO_GTO_SANO_2020.pdf

Universidad de Cantabria (2010). **Guía para la realización de eventos y congresos sostenibles**. Recuperado en febrero de 2021 en: https://web.unican.es/unidades/ecocampus/Documents/GUIA%20EVENTOS_CONGRESOS%20SOSTENIBLES%20UC.pdf





BIBLIOGRAFÍA

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**

70



Agencia de la Cooperación Alemana para el Desarrollo Sustentable –GIZ- (2012). **Manual de Soporte de la Guía para la Realización de Eventos Sustentables.** Recuperado en febrero 2021 en: <https://www.redeamerica.org/Portals/0/Publicaciones/PublicacionesExternas/EmpresayComunidad/GIZ-Mexico-Guia-Eventos-Sustentables-Manual-Soporte.pdf?ver=2018-07-23-164957-060>

Consejo Global de Turismo Sostenible (2019). **Criterios GSTC para Destinos Versión 2.0 con Indicadores de Desempeño y ODS.** Recuperado en febrero 2021 en: <https://www.gstcouncil.org/criterios-gstc/?lang=es>

Junta de Castilla y León (2010). **Guía Orientativa de Eventos Sostenibles en Castilla y León.** Recuperado en febrero 2021 en: http://www.jcyl.es/web/jcyl/binarios/668/509/Guia_eventos_sostenibles_cyl.pdf

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2014). **Manual de eventos sostenibles.** Recuperado en febrero 2021 de: <http://eventossostenibles.org/wp-content/uploads/2014/03/Manual-ES-v4.pdf>

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2009) Guía para reuniones verdes 2009. **Extienda la alfombra verde para los asistentes a su reunión.** Recuperado en junio 2018 en: http://www.ecoprocura.eu/fileadmin/editor_files/Green_Meeting_Guide_Spanish.pdf

Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato (2019). **Guías de Buenas Prácticas para la Organización de Eventos Sustentables.** Recuperado en febrero 2021 en: <https://sectur.guanajuato.gob.mx/sustentabilidad/wp-content/uploads/2020/08/Guia-de-buenas-practicas-organizacion-eventos-sustentables.pdf>





Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato (2020). **Buenas prácticas para la incorporación a los centros de trabajo para el Sector Turismo Ante el Covid-19.** Mayo 2020. Recuperado en febrero 2021 en: https://sectur.guanajuato.gob.mx/wp-content/uploads/2020/COVID-19/DISTINTIVO_GTO_SANO_2020.pdf

Secretaría de Turismo del Gobierno de México (2010). **Manual para la Organización y Operación de Eventos Verdes o Sustentables.** Recuperado en julio 2018 de: http://re-inspira.org/wp-content/uploads/2014/03/Manual_Eventos_Verdes_SECTUR_MEXICO.pdf

Universidad de Cantabria (2010). **Guía para la realización de eventos y congresos sostenibles.** Recuperado en febrero de 2021 en: https://web.unican.es/unidades/ecocampus/Documents/GUIA%20EVENTOS_CONGRESOS%20SOSTENIBLES%20UC.pdf





GLOSARIO

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**



Audiencia: Se refiere al grupo de personas que asisten a un espectáculo o evento y que reciben un mensaje promocional a través de medios de comunicación.

Carbono neutral: La neutralidad de carbono significa lograr que las emisiones de CO2 generadas por las diferentes actividades humanas sean equivalentes a cero. Para alcanzar dicha equivalencia, se genera un plan de acción donde se conocen las cantidades de CO2 que se emiten a la atmósfera y se retiran en su totalidad por distintas vías. Los principios de este concepto son la reducción, compensación y mitigación de las emisiones, ya sea por una empresa, industria o país.

Comunicación: Los procesos, internos y externos, que ayudan al correcto funcionamiento de un sistema para alcanzar sus metas se basan en su sistema de comunicación. La comunicación nos ayuda a saber a quiénes comunicaremos (audiencias), cómo y qué tipo de intercambio de mensajes haremos a través de los diversos canales informativos. Con el objetivo de alcanzar metas y planes establecidos.

Comunicación de la sostenibilidad: Se centra en impulsar un mundo sostenible, deja de lado una comunicación centrada en vender productos. Esta nueva estrategia de comunicación tiene como objetivo mostrar los valores, esencia, sensibilización, misión y visión de la actividad o acción.

Desarrollo sustentable: Proceso de transformación social, económica, política, cultural y ética para que todas las personas, y el resto de los seres vivos, del presente y las generaciones futuras, alcancen el bienestar dentro de los límites de los socio-ecosistemas y en condiciones de equidad y justicia para todos.

Ecoamigable: Es todo aquello que incorpora criterios de sostenibilidad en su diseño y construcción, disminuyendo así el impacto negativo sobre el medio ambiente. Además, su enfoque sostenible contribuye al cuidado del planeta y permite ahorrar en el mantenimiento.





Economía circular: Modelo de producción y consumo cuyo objetivo es mantener el mayor tiempo posible el valor y el ciclo de vida de los materiales, los recursos naturales, los productos y los servicios, generando la menor cantidad de residuos que no se puedan incorporar nuevamente al modelo. Se opone a la economía lineal y busca un impacto positivo en los aspectos ambientales, económicos y sociales.

Evento cero emisiones netas: Evento que tiene como característica principal su compromiso en reducir sus emisiones de carbono a cero. Bajo la Coalición Net Zero de Naciones Unidas, este evento tiene por objetivo lograr su meta de cero emisiones netas para el año 2050.

Greenwashing: Es un término en inglés (“green” significa “verde” + “washing” significa “lavado”) utilizado para describir las malas prácticas que algunas empresas realizan cuando presentan un producto, servicio o cualquier propuesta como respetuoso ante el medio ambiente, aunque en realidad no lo sea. Suele tener un exceso de todo, lenguaje adornado o exagerado, imágenes (verdes) sugerentes y no justificadas. Inventar respaldos, etiquetas, alianzas o patrocinios falsos, sin evidencias y sin pruebas.

Socioambiental: El concepto socioambiental se relaciona con la generación de una visión integrada entre el medio físico-biótico, el socio-cultural y el económico. Un proyecto socioambiental busca producir beneficios ambientales y sociales interrelacionados.

Sostenibilidad: Sumatoria de acciones sociales, económicas y ambientales que da como resultado cambios medibles, de saldo positivo, a través de los cuales la calidad de vida de la comunidad, del entorno y de los seres humanos aumenta y se perpetúa en el tiempo. No es un estado o producto al que se puede arribar, más bien es un ciclo continuo de diseño, implementación, evaluación y aprendizaje. Se considera sinónimo de sustentabilidad, ya que el origen de ambos surge de la traducción de la palabra “sustainability”.

Sustentable: Implica un desarrollo en términos de crecimiento económico (mayor capacidad productiva, mayor ingreso y consumo). Interpreta los sistemas biológicos como capital natural, potencialmente intercambiables.

Stakeholder: Es una palabra del inglés que, en el ámbito empresarial, significa ‘interesado’ o ‘parte interesada’, y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa. En estos grupos podemos contar





a los empleados, clientes, proveedores, accionistas, inversores, entes públicos, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, organizaciones civiles, la comunidad y la sociedad en general.

Huella ecológica: Propuesto en 1996 por William Rees y Malthis Wackernagel, es un indicador que permite medir el impacto de la sociedad sobre el ambiente a diferentes niveles y considerando múltiples variables de las actividades humanas, siendo la quema de combustibles fósiles, la agricultura y la ganadería las que tienen un mayor impacto negativo sobre el ambiente.

Socialwashing: Palabra del inglés que en español significa “lavado social”. Se emplea para describir las malas prácticas que algunas empresas realizan cuando presentan un producto, servicio o cualquier propuesta como respetuoso con los diferentes grupos sociales y la diversidad cultural; pero sólo se emplea con fines de lucro y comercialización, afectando a diferentes actores.

Viaje con propósito e impacto: Tipo de viaje que implica una actitud responsable ante el medio ambiente y la comunidad anfitriona del destino (espacios naturales, inmuebles patrimoniales, tradiciones, culturas, ecosistemas, etc.). Busca disminuir el impacto negativo de los viajeros en términos sociales, culturales, económicos y ambientales, ya sea por medio de actividades, y fomentar el impacto positivo que tienen las personas durante su estancia en el destino.





GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA
ORGANIZACIÓN DE **EVENTOS SUSTENTABLES**