



Proyecto desarrollado en el marco del PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACION Y RESILIENCIA
FINANCIADO CON FONDOS EUROPEOS NEXT GENERATION EU.

Este proyecto se circunscribe en LA ESTRATEGIA DE CREACIÓN,
INNOVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE EXPERIENCIAS TURISMO
ESPAÑA.



ESTRATEGIA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y FORMACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE Y LEGADO MICE



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS



MARZO 2025



ESTRATEGIA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y FORMACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE Y LEGADO MICE

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Contexto y justificación	3
1.2. Objetivos a los que responde este documento	7
1.3. Alcance del proyecto	8
2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS	12
2.1. Resumen de la situación actual	12
2.2. Segmentación de destinos del SCB	17
2.3. Definición del modelo de madurez	22
3. ESTRATEGIA DE COHESIÓN Y RELATO COMÚN	28
3.1. Definición de conceptos	28
3.2. ¿Hacia dónde debemos ir?	32
3.2 Definición de la estrategia	35
4. MODELO DE IMPLEMENTACIÓN	68
5. PLAN DE ACCIÓN	75
6. PLAN DE TRABAJO PARA LA IMPLANTACIÓN DEL MODELO	100
6.1 Desarrollo del trabajo en los destinos piloto	100
6.2 Aprendizajes y ajustes tras los pilotos	111
6.3 Jornada de presentación y sensibilización en los destinos piloto	113
7. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN	124
8. ACTUALIZACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN	135
9. CONCLUSIONES Y REFLEXIÓN SOBRE EL DESARROLLO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD Y LEGADO MICE	139
10. ANEXOS	143
10.1 Resultados de los trabajos en los destinos piloto	143
10.2 Principales conclusiones de la encuesta de satisfacción tras la jornada de presentación y sensibilización	316
10.3 Detalle del cuestionario de autodiagnóstico utilizado en los pilotos y desarrollado para el modelo de madurez	318
10.4 Otros documentos desarrollados en el plan de interés	332
10.5 Fuentes bibliográficas	334

En este sentido, el plan se centra en 4 ejes transversales clave para asegurar una recuperación económica y que también sea verde e inclusiva.



**Transición
ecológica**



**Transformación
digital**



**Cohesión social
y territorial**



**Igualdad
de género**

1. Transición Ecológica.

El primer eje refuerza la inversión pública y privada para reorientar el modelo productivo, impulsando la transición verde, la descarbonización, la eficiencia energética, el despliegue de las energías renovables, la electrificación de la movilidad, el desarrollo del almacenamiento de energía, la economía circular, las soluciones basadas en la naturaleza y la mejora de la resiliencia de todos los sectores económicos.

2. Transformación Digital.

El segundo eje, en línea con la estrategia digital europea y la Agenda España Digital 2025, fija la hoja de ruta para acelerar una transición digital humanista e inclusiva en España, a través de inversiones y reformas que potencien las infraestructuras, competencias y tecnologías necesarias para una economía y una sociedad digital. Dada su naturaleza transversal, la transformación digital se desplegará a través del conjunto del Plan: desde la agenda urbana a la educación, desde la agricultura al turismo, desde la industria a la movilidad, desde la modernización de la Administración pública hasta la nueva economía de los ciudadanos.

3. Cohesión social y territorial.

El tercer eje promociona la cohesión social y territorial de España, mediante el refuerzo del Estado del Bienestar, del sistema educativo, el impulso del empleo de calidad, un sistema fiscal justo, y con medidas específicamente orientadas a abordar el reto demográfico y a brindar oportunidades a las próximas generaciones.

4. Igualdad de género.

El cuarto eje se centra en la igualdad de género, especialmente a través de medidas transversales orientadas a elevar la tasa de empleo femenino, a mejorar, fortalecer y reorganizar el sistema de cuidados de larga duración, a elevar el potencial educativo, la igualdad de oportunidades y a reducir la brecha digital.

El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia ([PRTR](#)) del Gobierno de España dedica una parte significativa de su presupuesto a la modernización y sostenibilidad del sector turístico, uno de los que más sufrió las consecuencias de la crisis sanitaria. Con una inversión de aproximadamente 3.400 millones de euros, busca transformar el sector hacia un modelo más sostenible y competitivo a través del Plan de modernización y competitividad del sector turístico, que desarrolla el componente 14 de ese PRTR.

Este componente aborda la modernización y competitividad del sector desde una estrategia integral especialmente en el ámbito de la sostenibilidad y la digitalización, en este sentido se fomenta:

LA **TRANSFORMACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO HACIA LA SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL, SOCIOECONÓMICA Y TERRITORIAL**, BENEFICIANDO A LOS DESTINOS TURÍSTICOS, AGENTES SOCIALES, COMUNIDADES LOCALES Y OPERADORES PRIVADOS DEL SECTOR.

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS DESTINOS Y EMPRESAS TURÍSTICAS CON EL OBJETIVO DE IMPLEMENTAR ACTUACIONES DE IMPULSO DE LA DIGITALIZACIÓN EN AMBOS CASOS.

LA PUESTA EN MARCHA DE PLANES DE RESILIENCIA ESPECÍFICOS EN TERRITORIOS EXTRAPENINSULARES. CON EL FIN DE APOYAR LA INNOVACIÓN, LA ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO Y FOMENTAR LA DIVERSIFICACIÓN Y DESESTACIONALIZACIÓN, CON UN ESPECIAL ENFOQUE EN ESTOS TERRITORIOS POR SU ESPECIAL DEPENDENCIA ECONÓMICA DEL TURISMO Y SU IMPACTO EN EL EMPLEO.

EL IMPULSO A LA COMPETITIVIDAD A TRAVÉS DEL DESARROLLO DEL PRODUCTO TURÍSTICO, DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA Y LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL SECTOR, DE LA INVERSIÓN EN MANTENIMIENTO Y REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO DE USO TURÍSTICO Y EN LA MEJORA DE LAS ZONAS COMERCIALES DE GRAN AFLUENCIA TURÍSTICA.

Una de las acciones de este componente está relacionada con la mejora de lo que el país oferta como experiencias turísticas, en este marco, se ha desarrollado la **Estrategia de Creación, Innovación y Fortalecimiento de la Oferta País – Experiencias Turismo España** como factor clave en el proceso de transformación hacia un modelo turístico más sostenible, innovador y resiliente.

Dentro de esta estrategia de Experiencias Turismo España, la Federación Española de Municipios y provincias (**FEMP**), asociación de entidades locales con mayor implantación de ámbito estatal, a través de su sección especializada en la industria MICE, el Spain Convention Bureau (SCB), **ha apostado claramente por promover experiencias sostenibles enfocadas a este sector**, que favorezcan la realización de acciones encaminadas a la promoción conjunta, tanto nacional como internacional, de las 63 Entidades Locales que la componen. Para ello se ha establecido el marco de este proyecto: “Elaboración de un plan de acción, implementación y formación de turismo sostenible y legado MICE”.

Así mismo, el desarrollo de estas acciones favorecerá a la articulación de relatos que sirvan de base de experiencias inspiradoras dentro del país, incluyendo la creación de guías y manuales y la realización de actividades de formación, sensibilización y acreditación a empresas y profesionales de la cadena de valor MICE, con el fin de romper con conceptos obsoletos y fomentar la renovación en todos los ámbitos, incluyendo políticos, técnicos, empresarios, turistas y población local, por lo tanto, los trabajos irán dirigidos a impulsar un desarrollo más sostenible de la industria MICE a través de la generación de un legado y de un impacto positivo de las reuniones y eventos que tienen lugar en los destinos del Spain Convention Bureau (SCB) .

1.2. Objetivos a los que responde este documento

El objetivo principal de este documento responde al desarrollo del marco estratégico común para todos los Convention Bureau en su labor de promoción y gestión de la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) pertenecientes a la red de destinos del Spain Convention Bureau, que fomente la sostenibilidad y genere un impacto positivo duradero en las comunidades locales.

Como objetivos específicos:

- **COHESIÓN Y RELATO COMÚN:** Crear un relato común que cohesione a los destinos de la red del Convention Bureau, destacando los valores compartidos y las ventajas competitivas colectivas en el ámbito de la sostenibilidad y el legado en la industria.
- **ADAPTACIÓN ESTRATÉGICA:** Adaptar la estrategia de turismo sostenible al momento actual de desarrollo de los destinos identificadas, asegurando que cada tipo de destino pueda implementar prácticas sostenibles adecuadas a sus características y necesidades específicas.
- **EXPERIENCIAS SOSTENIBLES Y DE IMPACTO POSITIVO:** Proponer y diseñar experiencias que sean sostenibles y generen impactos positivos tanto para los visitantes como para las comunidades locales, promoviendo la conservación del medio ambiente, el desarrollo socioeconómico, el apoyo a las comunidades más vulnerables y la accesibilidad universal.
- **IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA:** Desarrollar un plan de trabajo detallado para la implementación de la estrategia de sostenibilidad y legado.
- **CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN:** Establecer un cronograma de trabajo claro para asegurar la ejecución efectiva del plan.
- **SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN:** Implementar mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el progreso y los resultados de las iniciativas sostenibles, permitiendo ajustes y mejoras continuas en la estrategia.
- **GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y MEJORA CONTINUA:** Facilitar la generación y el intercambio de conocimiento sobre prácticas sostenibles en el ámbito MICE entre los destinos de la red, promoviendo la innovación y la mejora continua en la gestión de la industria de reuniones y eventos.

- **FOMENTO DE LA COLABORACIÓN:** Fomentar la colaboración y el trabajo conjunto entre los destinos de la red, así como con otras entidades y organizaciones relevantes, para maximizar los beneficios y el impacto positivo de las iniciativas de sostenibilidad y legado.

1.3. Alcance del proyecto

Este plan integral busca transformar la industria MICE en España hacia un modelo más sostenible y generador de legados positivos, alineándose con los objetivos de desarrollo sostenible y la agenda 2030.

Para el desarrollo de este proyecto se han establecido tres grandes fases:

1

DESARROLLO DEL PLAN DE TURISMO SOSTENIBLE Y LEGADO MICE

- **Objetivo:** Elaborar un plan estratégico que fomente el desarrollo sostenible del turismo MICE en los destinos asociados al Spain Convention Bureau (SCB), generando un legado positivo que perdure más allá de la duración de los eventos.
- **Aspectos Clave:**
 - **Sostenibilidad:** Implementar prácticas que minimicen el impacto ambiental de los eventos, fomenten la economía local y promuevan la inclusión social.
 - **Legado Positivo:** Crear impactos duraderos y beneficiosos en los destinos, incluyendo mejoras económicas, educativas, sociales y culturales.
 - **Estándares Internacionales:** Alinear las estrategias con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la Agenda 2030 y el objetivo de Net Zero 2050 de la ONU.
- Al desarrollo de este plan le **precede un amplio estudio de diagnóstico** de la industria MICE que marca las bases que veremos en este documento. (*Véase el informe: “DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA MICE EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD Y LEGADO” para más información*).

2

IMPLEMENTACIÓN Y VALIDACIÓN DEL MODELO

- **Objetivo: Probar y ajustar el modelo** de turismo sostenible y legado MICE en una selección de **7 destinos piloto** para garantizar su efectividad y viabilidad en una escala más amplia.
- **Aspectos Clave:**
 - **Selección de Destinos Piloto:** Identificar destinos representativos donde se aplicará y evaluará el modelo.
 - **Medición y Evaluación:** Utilizar herramientas y KPI's específicos para medir el rendimiento y el impacto del modelo en estos destinos.
 - **Escalabilidad:** Asegurar que el modelo sea adaptable y replicable en otros destinos del SCB.

3

FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

- **Objetivo: Capacitar a los profesionales del sector MICE y otros stakeholders** en prácticas sostenibles y de legado, aumentando la conciencia y el compromiso hacia un turismo más responsable y beneficioso.
- **Aspectos Clave:**
 - **Programas de formación:** Desarrollar módulos y manuales de formación adaptados a diferentes perfiles dentro del sector MICE.
 - **Sensibilización:** Realizar jornadas para concienciar sobre la importancia de la sostenibilidad y el legado
 - **Esta formación estará disponible en una plataforma de e-learning** con todo el contenido del proyecto disponible, así como un curso detallado de sostenibilidad y legado que permita a los Convention Bureau adquirir conocimientos adicionales para poner en práctica dicha estrategia.

A continuación se representa una línea temporal de todo el desarrollo de actuaciones elaboradas en este proyecto y que tienen como objeto la definición del plan aquí planteado.

MAPA DEL PROYECTO



Diagnóstico y análisis

RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO INICIAL Y ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL
DE LOS CONVENTION BUREAU EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD Y LEGADO

2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS

2.1. Resumen de la situación actual

Para el desarrollo de esta fase se realizaron 16 entrevistas a expertos del sector, así como un Desk Research de las principales tendencias *(toda la información al respecto está contenida en el documento “Diagnóstico de la situación actual de la industria MICE en materia de sostenibilidad y legado” presentándose en este epígrafe un resumen de las principales conclusiones)*.

2.1.1. DAFO





FORTALEZAS:

- **Capacidad de la industria de eventos sostenibles:** la industria abarca un sector muy amplio y diverso y tiene un gran impacto dinamizador en la economía. Su impacto económico genera empleo directo e indirecto, beneficiando así a la economía local y al desarrollo de regiones.
- **Buenas infraestructuras, modernas y eficientes:** España destaca por disponer de infraestructuras modernas para la celebración de eventos que han invertido en tecnologías sostenibles
- **Compromiso con la sostenibilidad y atractivo medioambiental:** la industria MICE en España muestra un compromiso creciente con la sostenibilidad
- **Innovación, buenas herramientas tecnologías, digitales y sostenibles:** el sector MICE español se caracteriza por su capacidad de innovación, especialmente en la adopción de nuevas tecnologías que respaldan prácticas sostenibles.



OPORTUNIDADES:

- **Crecimiento de la industria MICE sostenible en los próximos años:** la industria MICE, tanto a nivel mundial como nacional, muestra proyecciones de crecimiento positivas para los próximos años.
- **Mejora continua de la digitalización y su relación con la sostenibilidad:** la mejora continua de la digitalización en el sector MICE, presenta una oportunidad única para su desarrollo sostenible
- **Atracción de eventos internacionales sostenibles:** la creciente demanda global por eventos sostenibles presenta una oportunidad estratégica para España
- **Mejora de la imagen y reputación a través de la sostenibilidad:** el compromiso con la sostenibilidad representa una oportunidad vital para mejorar la imagen y la reputación.
- **Fomento de colaboraciones estratégicas y sostenibles:** la industria MICE ofrece una excelente oportunidad para establecer alianzas estratégicas.



DEBILIDADES:

- **Desafío en la medición del impacto sostenible:** la industria MICE enfrenta un desafío significativo en términos de sostenibilidad debido a la falta de datos estandarizados.
- **Falta de apoyo y relación público-privada** en la sostenibilidad: la falta de colaboración entre el sector público y privado dificulta la implementación eficaz de iniciativas sostenibles.
- **Falta de formación y especialización en sostenibilidad** en el sector: la falta de formación y especialización en sostenibilidad en el sector MICE es una barrera significativa.
- **Falta de estándares uniformes para la sostenibilidad:** Esta falta de uniformidad complica la comparación y evaluación del desempeño ambiental de los eventos.
- **Falta de compromiso de los stakeholders:** a pesar del creciente reconocimiento de la importancia de la sostenibilidad, lograr el compromiso activo de todos los stakeholders, incluidos patrocinadores, expositores y asistentes, sigue siendo un desafío.



AMENAZAS:

- **Dificultad del cálculo del impacto ambiental para la mejora del sector:** imposibilidad de calcular de manera precisa el impacto ambiental y social de los eventos.
- **Cambio climático y escasez de recursos:** La creciente preocupación por el cambio climático intensifica la presión sobre la industria para adoptar prácticas más sostenibles.
- **Incremento de la presión de la legislación sobre la sostenibilidad:** Las regulaciones más estrictas pueden incrementar los costes operativos y requerir inversiones.
- **Competencia internacional sostenible:** la competencia de destinos internacionales que invierten en sostenibilidad puede amenazar la posición de España.
- **Dependencia de los avances tecnológicos y sostenibilidad:** La obsolescencia tecnológica es una preocupación constante, ya que las tecnologías avanzan rápidamente y pueden quedar desactualizadas.

2.1.2. PRINCIPALES IDEAS

1

APUESTA CLARA POR LA SOSTENIBILIDAD Y LA GENERACIÓN DE IMPACTO POSITIVO POR TODA LA INDUSTRIA

La industria MICE en España y a nivel global está en un **proceso de transformación hacia prácticas más responsables y conscientes del impacto** que pueden generar. La **sostenibilidad y el impacto positivo se han convertido en criterios fundamentales** para la planificación de eventos, reflejando un compromiso con el bienestar de la comunidad y el planeta.

2

PAPEL CLAVE DEL CONVENTION BUREAU EN EL DESARROLLO DE LA SOSTENIBILIDAD, IMPACTO POSITIVO Y LEGADO

Los CB en España ocupan una **posición estratégica única para encabezar el impulso hacia una industria MICE más sostenible y éticamente responsable**. Al colaborar estrechamente con los diversos actores del sector, estos organismos **tienen la capacidad de asegurar que los eventos no solo cumplan con los objetivos inmediatos, sino que también generen beneficios duraderos para el medio ambiente, la sociedad y la economía local**.

3

COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA PARA FAVORECER EL CRECIMIENTO E IMPLANTACION DE LA SOSTENIBILIDAD.

La **colaboración público/privada es crítica para poder llevar a cabo acciones sostenibles y duraderas en el tiempo**. En los países de mayor éxito económico y social es común una colaboración entre el sector privado y el sector público, siendo ambos responsables de crear estrategias y planes. **La parte pública creando el entorno necesario para que se desarrollen las actividades de forma ágil y eficaz desde la parte privada**.

4

INDICADORES HOMOGÉNEOS PARA MEDIR EL IMPACTO DE LOS EVENTOS Y ENTRAR EN UN CICLO DE MEJORA CONTINUA

La **falta de herramientas y metodologías estandarizadas** para evaluar la sostenibilidad hace que sea **complicado para las organizaciones medir y comunicar sus progresos de manera efectiva**. Este vacío en la medición **impide también la implementación de mejoras basadas en datos reales y objetivos**.

5

INCORPORACIÓN DE PRÁCTICAS ACCESIBLES E INCLUSIVAS QUE GENEREN EVENTOS COMPROMETIDOS CON LA DIVERSIDAD.

La industria busca activamente incorporar prácticas inclusivas, reconociendo la riqueza que la diversidad aporta al sector y la importancia de reflejar la sociedad en su conjunto. Sin embargo, es necesario un compromiso continuo para integrar plenamente la inclusión y diversidad en la cultura de los eventos MICE.

6

DESARROLLO DE EXPERIENCIAS SOSTENIBLES QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES ACTUALES DE LOS ORGANIZADORES Y PARTICIPANTES

La demanda de la industria MICE está en constante evolución, influenciada por cambios en las preferencias de los organizadores y participantes. La elección de destinos depende de una combinación de factores logísticos, económicos y experienciales, con un enfoque creciente en la sostenibilidad y la oferta de experiencias únicas. Los destinos que se adaptan a estas tendencias y ofrecen un valor integral a los eventos tienen mayores probabilidades de destacarse en este competitivo mercado.

2.1.3. PRINCIPALES RETOS

CONOCER LAS CIFRAS
DEL IMPACTO DE LA
SOSTENIBILIDAD EN LA
INDUSTRIA MICE

FORMACIÓN Y
ESPECIALIZACIÓN EN
SOSTENIBILIDAD,
IMPACTO POSITIVO Y
LEGADO

FOMENTAR LA
COLABORACIÓN DE
TODO EL ECOSISTEMA
PARA POTENCIAR EL
DESARROLLO
ECONÓMICO LOCAL

DIGITALIZACIÓN DEL
SECTOR COMO PILAR
FUNDAMENTAL PARA EL
DESARROLLO DE LA
SOSTENIBILIDAD

COMUNICACIÓN Y
TRANSPARENCIA SOBRE
ACCIONES E IMPACTO
EN LA IMPLEMENTACIÓN
DE LA SOSTENIBILIDAD

PERSONALIZACIÓN Y
EXPERIENCIAS ÚNICAS
QUE GENEREN UN
IMPACTO POSITIVO EN
EVENTOS SOSTENIBLES

2.2. Segmentación de destinos del SCB

Para determinar la situación actual de los destinos y comprender de primera mano en qué momento se encuentran de desarrollo, en acciones de sostenibilidad impacto y legado, se realizó una encuesta con los puntos clave en esta materia. *(El detalle de esta encuesta se encuentra en el documento: Diagnóstico de la situación actual de la industria MICE en materia de sostenibilidad y legado).*

Ficha metodológica:

METODOLOGÍA:

La metodología llevada a cabo para realizar la segmentación ha sido un cuestionario cerrado de duración 10 minutos, dividido en tres bloques que se ha enviado por correo electrónico a los CB para conocer su grado de implantación de la sostenibilidad e impacto positivo.

DESARROLLO

Con el objetivo de facilitar el entendimiento y la ejecución de la encuesta se dividió el cuestionario en tres bloques diferentes:

- **BLOQUE I: DATOS OBJETIVOS:** cuantificar el turismo MICE: preguntas cuantitativas sobre que tipos de eventos MICE se realizan en la ciudad y recursos que se dedican a ello.
- **BLOQUE II: SOSTENIBILIDAD:** Conocer el grado de implantación del destino en relación a la sostenibilidad.
- **BLOQUE III: LEGADO E IMPACTO POSITIVO:** Conocer el grado de implantación del destino en relación al legado e impacto positivo.

LOS OBJETIVOS

- ❖ Conocer el grado de implantación de la sostenibilidad.
- ❖ Conocer el grado de implantación en legado e impacto positivo.
- ❖ Establecer la metodología de madurez para su posterior desarrollo.
- ❖ Determinar la segmentación según el estado de madurez de los destinos

LOS BENEFICIOS

- ❖ Información directa y actualizada del momento actual de los CB con respecto a los conceptos tratados.
- ❖ Visión más clara de la viabilidad de algunas acciones planteadas en los Workshop.
- ❖ Identificación de desafíos y retos para los CB.
- ❖ Segmentación acorde al estado de madurez.

TASA DE RESPUESTA



Con los resultados de la encuesta y los siguientes criterios se definió una segmentación de los destinos que han participado en la misma.

Ficha de criterios de segmentación:

Definición y objetivo

El modelo de segmentación de sostenibilidad e impacto del conjunto de los Convention Bureau en diferentes grupos tiene como objetivo encontrar tipologías de CB con situaciones y necesidades homogéneas (y distintas a las del resto de grupos) que permitan establecer un plan de acción, seguimiento y medición distinto para cada uno ellos. De esta forma, se fomentará la evolución de los CB hacia un mayor grado de madurez mediante acciones enfocadas al momento y los recursos de cada uno de ellos, pudiendo además realizarse una medición continua y sostenida en el tiempo.

Factores/ejes del indicador

Eje capacidad

TURISTAS MICE

RECURSOS DEL CB

MODELO DE GESTIÓN CB

RECURSOS SOSTENIBILIDAD

Eje Grado de madurez

ELEMENTOS ACREDITATIVOS

MOVILIDAD

GESTIÓN DE RESIDUOS

COLABORACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

INDICADORES Y MEDICIÓN

COORDINACIÓN Y PLANIFICACIÓN

PROVEEDORES

ACCESIBILIDAD, INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

IMPACTO A CORTO/MEDIO/LARGO PLAZO

Metodología

¿Cómo se calcula?

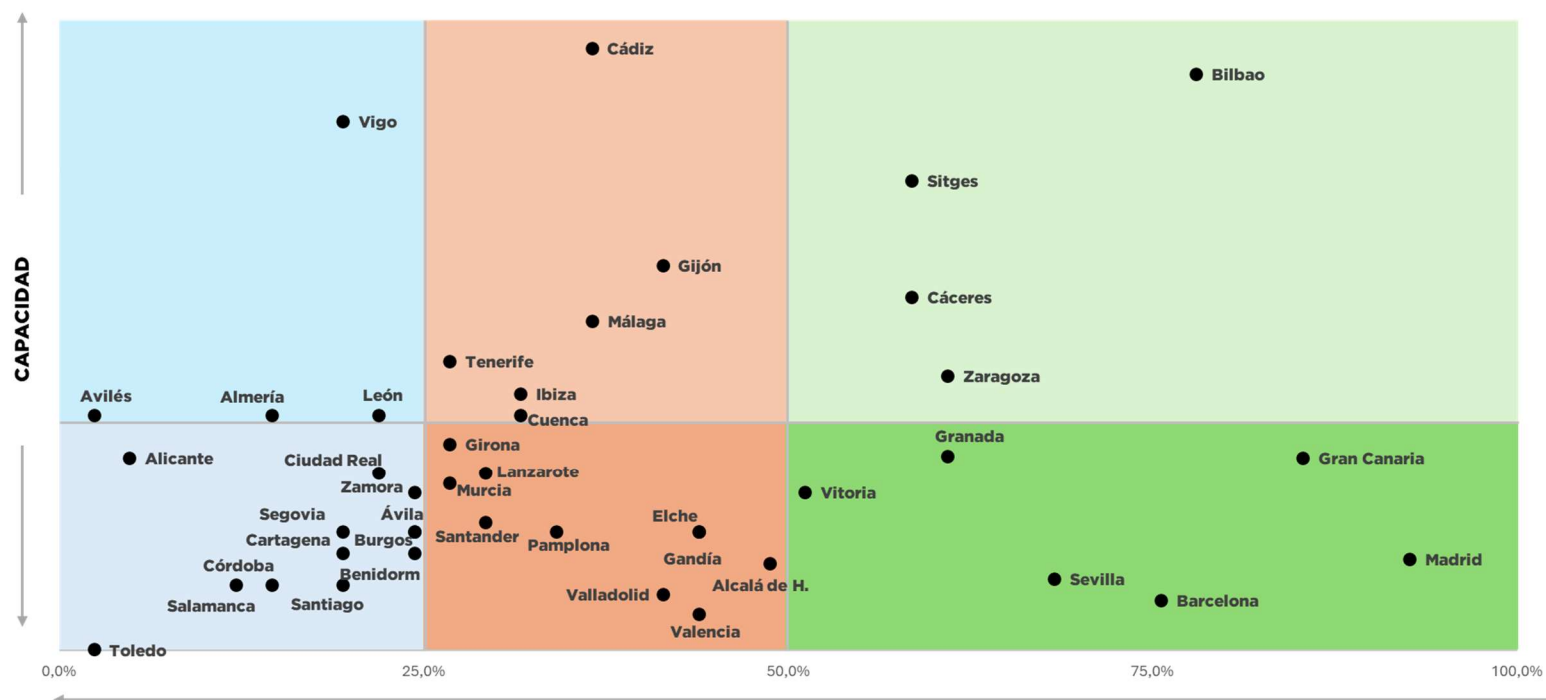
- Ratio entre la cifra de turistas de reuniones recibidos al año y el número de recursos de los que dispone el Convention Bureau. Para el establecimiento del número de turistas de reuniones, se contemplan los siguientes tramos amplios de posicionamiento: menos de 40 mil, 40-70 mil, 70-100 mil, 100-200 mil, 200-500 mil y más de 500 mil.
- Adicionalmente, se aplican bonificadores por número de asociados al CB y por dedicación exclusiva de algún recurso a sostenibilidad e impacto.
- Por último, se aplica un penalizador por dedicación del 0% de recursos a esta tarea.

¿Cómo se calcula?

Porcentaje de preguntas o elementos respondidos positivamente /total preguntas

GRADO DE MADUREZ

Resultado de la segmentación de los Convention Bureau participantes en la encuesta:



DESCRIPCIÓN DE CADA UNO DE LOS SEGMENTOS:



Este segmento incluye diferentes Convention Bureau con un **grado de madurez incipiente y recursos escasos** para realizar acciones de sostenibilidad e impacto.

Los CB están en las **primeras etapas de su desarrollo** en cuanto a su comprensión y compromiso con la sostenibilidad, y cuentan con **limitaciones significativas** en términos de recursos financieros y humanos para implementar iniciativas sostenibles y dejar un impacto duradero en su destino

CAPACIDAD: Los "recursos escasos", en este contexto, pueden manifestarse en forma de presupuestos limitados para programas de sostenibilidad, falta de personal especializado en temas de sostenibilidad, o incluso apoyo gubernamental para iniciativas sostenibles.

MADUREZ: En este contexto, "grado de madurez incipiente" implica que estos Convention Bureau están en una etapa inicial de su viaje hacia la sostenibilidad, quizás aun explorando y comprendiendo los conceptos clave y las mejores prácticas en este ámbito. Sin embargo, cuentan con la voluntad y el interés de avanzar en esta dirección.

EN CONJUNTO, ESTE SEGMENTO ENFRENTA **DESAFÍOS SIGNIFICATIVOS PARA AVANZAR** EN SU CAMINO HACIA LA SOSTENIBILIDAD E IMPACTO POSITIVO, LO QUE REQUIERE UN ENFOQUE ESTRATÉGICO, COLABORATIVO Y POSIBLEMENTE LA BÚSQUEDA DE ASOCIACIONES Y RECURSOS ADICIONALES PARA SUPERAR ESTAS LIMITACIONES Y AVANZAR HACIA PRÁCTICAS MÁS SOSTENIBLES EN LA INDUSTRIA MICE.



Este segmento incluye diferentes Convention Bureau con un grado de madurez incipiente pero que cuentan con recursos suficientes para realizar acciones de sostenibilidad e impacto. Los CB están en las primeras etapas de su desarrollo en términos de comprensión y compromiso con la sostenibilidad, pero que disponen de recursos financieros, humanos y técnicos adecuados para implementar iniciativas significativas de sostenibilidad y dejar un impacto positivo en sus comunidades y en la industria MICE.

CAPACIDAD: La disponibilidad de "recursos suficientes" significa que estos Convention Bureau han apostado por tener personal capacitado, tecnología necesaria o bien RRHH suficientes para invertir en hacer una industria MICE más sostenible

MADUREZ: En este contexto, "grado de madurez incipiente" implica que estos Convention Bureau están en una etapa inicial de su viaje hacia la sostenibilidad, quizás aun explorando y comprendiendo los conceptos clave y las mejores prácticas en este ámbito. Sin embargo, cuentan con la voluntad y el interés de avanzar en esta dirección.

ESTE SEGMENTO REPRESENTA UNA OPORTUNIDAD PARA EL AVANCE SIGNIFICATIVO HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA DE EVENTOS, YA QUE COMBINA UN COMPROMISO INCIPIENTE CON RECURSOS SUFICIENTES PARA IMPULSAR ACCIONES TANGIBLES Y DEJAR UN IMPACTO POSITIVO PARA LAS GENERACIONES FUTURAS.



Este segmento incluye diferentes Convention Bureau con un grado de madurez medio, pero con recursos limitados para llevar a cabo acciones de sostenibilidad e impacto.

Los CB se encuentran en una etapa intermedia de desarrollo en términos de su comprensión y compromiso con la sostenibilidad. Se enfrentan además a desafíos significativos debido a la escasez de recursos financieros y humanos para implementar iniciativas sostenibles y dejar un impacto duradero en el destino MICE.

CAPACIDAD: La presencia de "recursos escasos" señala que estos CB enfrentan limitaciones significativas en términos de presupuestos, falta de personal capacitado. Esto puede dificultar su capacidad para implementar iniciativas de sostenibilidad de manera efectiva y para dejar un impacto positivo para las generaciones futuras.

MADUREZ: En este contexto, "grado de madurez medio" indica que estos Convention Bureau han avanzado más allá de las etapas iniciales de exploración y están comenzando a integrar la sostenibilidad en sus operaciones y estrategias. Sin embargo, todavía tienen espacio para crecer y mejorar en este aspecto.

ESTE SEGMENTO REPRESENTA UN PUNTO INTERMEDIO EN EL CAMINO HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA MICE, CON UN GRADO DE MADUREZ MEDIO, PERO DESAFÍOS SIGNIFICATIVOS EN TÉRMINOS DE RECURSOS. REQUIERE UN ENFOQUE ESTRATÉGICO Y COLABORATIVO PARA SUPERAR ESTAS LIMITACIONES Y AVANZAR HACIA PRÁCTICAS MÁS SOSTENIBLES Y UN IMPACTO POSITIVO EN EL LARGO PLAZO



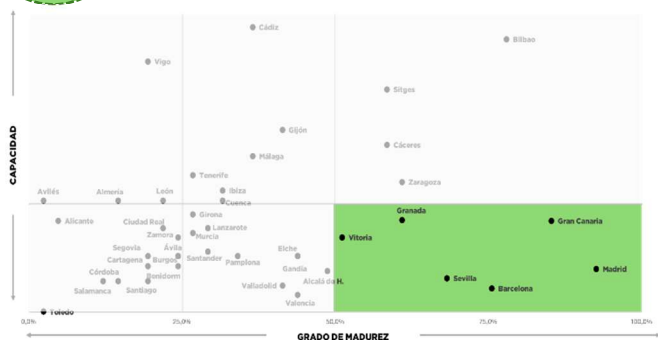
Este segmento incluye diferentes Convention Bureau con un grado de madurez medio, y recursos suficientes para llevar a cabo acciones de sostenibilidad e impacto.

Los CB se encuentran en una etapa intermedia de su desarrollo en términos de comprensión y compromiso con la sostenibilidad. Además, disponen de recursos financieros, humanos adecuados para implementar iniciativas significativas de sostenibilidad y dejar un impacto duradero en sus comunidades y en la industria.

CAPACIDAD: La presencia de "recursos suficientes" significa que estos CB tienen acceso a financiamiento adecuado, personal capacitado para planificar, implementar y monitorizar iniciativas de manera efectiva. Esto les permite desarrollar programas sostenibles, adoptar prácticas innovadoras y colaborar con diversas partes interesadas para promover la sostenibilidad en la industria MICE.

MADUREZ: En este contexto, "grado de madurez medio" indica que estos Convention Bureau han avanzado más allá de las etapas iniciales de exploración y están en proceso de integrar la sostenibilidad de manera más profunda. Han demostrado un compromiso activo con la sostenibilidad y están buscando maneras de fortalecer y ampliar sus esfuerzos en este ámbito.

ESTE SEGMENTO REPRESENTA UN PUNTO INTERMEDIO EN EL CAMINO HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA DE EVENTOS, CON UN GRADO DE MADUREZ MEDIO Y RECURSOS ADECUADOS PARA IMPULSAR ACCIONES TANGIBLES DE SOSTENIBILIDAD Y DEJAR UN LEGADO POSITIVO PARA LAS GENERACIONES FUTURAS.



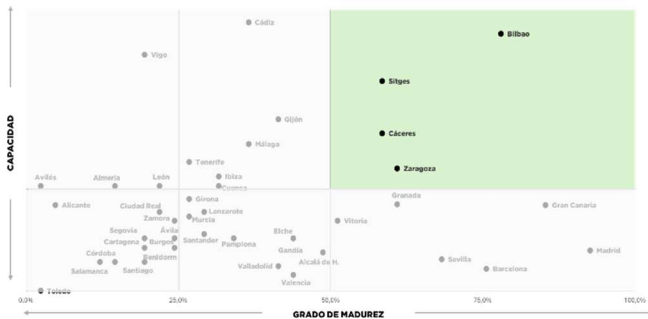
Este segmento incluye diferentes Convention Bureau con grado de madurez alto, pero recursos insuficientes para acciones de sostenibilidad y legado, y que sin embargo están demostrando un desempeño excepcional.

A pesar de enfrentar limitaciones en términos de recursos financieros, pero principalmente humanos, están logrando resultados significativos en la implementación de iniciativas de sostenibilidad y la creación de un legado positivo para sus destinos.

CAPACIDAD: A pesar de enfrentar "recursos insuficientes", estos bureaux están utilizando de manera eficiente los recursos disponibles y han implementado estrategias creativas y efectivas para superar las limitaciones. Pueden haber establecido asociaciones estratégicas, aprovechado el voluntariado o utilizados fondos externos de manera inteligente para financiar sus iniciativas de sostenibilidad.

MADUREZ: En este contexto, "grado de madurez alto" indica que estos Convention Bureau han alcanzado un nivel avanzado de comprensión y compromiso con la sostenibilidad en sus operaciones y estrategias. Han desarrollado políticas sólidas, programas innovadores y objetivos claros relacionados con la sostenibilidad, y han demostrado un compromiso continuo con la mejora continua en este ámbito.

ESTE SEGMENTO DE ALTO RENDIMIENTO REPRESENTA UN EJEMPLO INSPIRADOR DE CÓMO LOS CONVENTION BUREAU PUEDEN LOGRAR RESULTADOS SIGNIFICATIVOS EN SOSTENIBILIDAD Y LEGADO INCLUSO CUANDO ENFRENTAN LIMITACIONES DE RECURSOS. SU ÉXITO SE DEBE A SU COMPROMISO, CREATIVIDAD Y ENFOQUE ESTRATÉGICO PARA ABORDAR LOS DESAFÍOS Y APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES PARA CREAR UN IMPACTO POSITIVO



Además, disponen de recursos financieros, humanos y tecnológicos adecuados para implementar iniciativas significativas de sostenibilidad y dejar un impacto duradero en sus comunidades.

MADUREZ: En este contexto, "grado de madurez alto" indica que estos CB han desarrollado una sólida comprensión de los principios y prácticas de sostenibilidad y la han integrado en todas las facetas de su operación. Han establecido políticas, programas y objetivos claros relacionados con la sostenibilidad y han demostrado un compromiso continuo con la mejora continua.

ESTE SEGMENTO DESARROLLADO REPRESENTA UN EJEMPLO DESTACADO DE CÓMO LOS CONVENTION BUREAU PUEDEN ALCANZAR UN ALTO NIVEL DE SOSTENIBILIDAD Y DEJAR UN LEGADO POSITIVO EN SUS COMUNIDADES Y EN LA INDUSTRIA DE EVENTOS CUANDO SE APUESTA POR TENER UN EQUIPO CAPACITADO Y DIMENSIONADO ADECUADAMENTE PARA RESPALDAR LOS ESFUERZOS NECESARIOS EN ARAS DEL DESARROLLO DE LA SOSTENIBILIDAD E IMPACTO POSITIVO EN EL DESTINO.



2.3. Definición del modelo de madurez

El modelo de madurez establecido responde a los siguientes **objetivos**:

- Proporcionar una comparación mixta cuantitativa y cualitativa del posicionamiento por cada uno de los destinos pertenecientes al SCB en cuanto a la situación de la implantación de sostenibilidad e impacto, detallando en cada caso el nivel de madurez en cada una de las etapas.
- El análisis de los resultados obtenidos tiene como principal propósito dar base al proceso de toma de decisiones, en cuanto a acciones necesarias para mejorar el posicionamiento, sirviendo como base de medición y mapa de acción.

Esta herramienta servirá para que, una vez aplicado el modelo y de una manera práctica, cada destino **pueda compararse con la media de su sector y ver su evolución**.

Para ello:

- Se ha realizado una definición para cada nivel de madurez de sostenibilidad y de impacto.
- Tras esta definición se ha indicado para cada grado qué se está haciendo desde los CB acordes a sostenibilidad e impacto.
- Posteriormente se está trabajando en la definición de los KPI's que permita establecer y posicionar al destino en el grado correspondiente.

El nivel de madurez: generalmente están estructurados en varios niveles, cada uno representando un grado creciente de capacidad, desempeño y/o sofisticación. El modelo propuesto presenta una escala de 5 niveles, evaluando cada etapa con una serie de variables relevantes que determinan la madurez:



Además, cuenta con **dimensiones a evaluar**: estas son las categorías específicas en las que se mide la madurez. Cada área de proceso puede tener diferentes prácticas o capacidades que deben estar presentes para alcanzar cada nivel de madurez:



DESCRIPCIÓN DE LAS DIMENSIONES QUE FORMAN PARTE DEL MODELO DE MADUREZ:

SOSTENIBILIDAD

- **MEDIOAMBIENTAL:** la dimensión medioambiental se centra **en reducir el impacto negativo de las actividades de los CB y eventos asociados sobre el entorno natural**. Esto incluye iniciativas para minimizar el consumo de recursos como energía y agua, gestionar de manera eficiente los residuos y fomentar la conservación de la biodiversidad. Las acciones en esta dimensión buscan no solo cumplir con regulaciones y normativas ambientales, sino también promover prácticas que contribuyan a la regeneración y protección del medio ambiente.
- **ECONÓMICA:** la dimensión económica de la sostenibilidad se enfoca en **promover el crecimiento económico y la prosperidad de las comunidades locales de manera equitativa y sostenible**. Para los CB, esto significa implementar prácticas que no solo generen beneficios económicos directos a través de la organización de eventos, sino que también fomenten el desarrollo de proveedores locales, el turismo responsable y la inversión en infraestructuras sostenibles. Las estrategias en esta dimensión buscan maximizar el impacto positivo de los eventos en la economía local, apoyando la creación de empleo, el emprendimiento y la innovación, al tiempo que aseguran una distribución justa de los beneficios y minimizan los impactos económicos negativos.
- **SOCIAL:** la dimensión social abarca el compromiso de los CB con **la promoción de la equidad, la inclusión y el bienestar de las comunidades locales y participantes de eventos**. Esto implica desarrollar políticas y prácticas que aseguren el acceso equitativo a los beneficios generados por los eventos, promover la diversidad y luchar contra cualquier forma de discriminación. Las acciones en esta área incluyen el apoyo a proyectos sociales y culturales, la colaboración con organizaciones comunitarias y la implementación de programas de voluntariado y desarrollo profesional. La dimensión social también se centra en proteger y promover el patrimonio cultural y los valores de la comunidad, asegurando que los eventos contribuyan positivamente al tejido social de los destinos.

IMPACTO A CORTO/MEDIO/LARGO

- IMPACTO A CORTO PLAZO: a corto plazo, los Convention Bureau pueden influir significativamente en cómo **los eventos impactan en la comunidad y el entorno inmediato, estableciendo las bases para prácticas más sostenibles y responsables en el futuro**. Se centra en los beneficios inmediatos y tangibles que se generan a partir de los eventos que promueve o apoya en su destino el Convention Bureau. Estos impactos suelen ser directos y se observan durante o justo después de la realización del evento.
- IMPACTO A MEDIO/LARGO PLAZO: el impacto a medio y largo plazo en relación con las actividades de un Convention Bureau se refiere a los **beneficios sostenidos y el legado que los eventos dejan en el destino, que se extienden más allá de su conclusión**. Estos impactos transforman de manera gradual pero significativa la economía local, la sociedad, el ambiente y la cultura del destino, contribuyendo a un desarrollo transformador del destino.

Tras la definición del modelo de madurez tanto en sostenibilidad en sus tres dimensiones como en las dos dimensiones de impacto, se unifica la dimensión de impacto a corto plazo con la sostenibilidad, con el objetivo de no duplicar y minimizar la dificultad del análisis para los Convention Bureau.

Queda por tanto de la siguiente manera el modelo de madurez según se muestra en la siguiente página.

SOSTENIBILIDAD EN SUS TRES DIMENSIONES					IMPACTO
Grados de madurez		MEDIOAMBIENTAL	ECONÓMICA	SOCIAL	IMPACTO A MEDIO/LARGO
	Excelencia	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo e innovación constante en prácticas medioambientales. Este nivel se caracteriza por la adopción y promoción de soluciones avanzadas y creativas que no solo minimizan el impacto ambiental de las operaciones y eventos, sino que también buscan tener un impacto positivo en el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Cúspide en la gestión económica sostenible. Aquí, el CB no solo ha integrado completamente prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones, sino que también lidera con innovación, contribuyendo activamente al desarrollo económico a largo plazo de su comunidad y región. 	<ul style="list-style-type: none"> Excelencia en su impacto social, estableciéndose como un líder innovador y comprometido en la promoción del bienestar comunitario, la inclusión, y el desarrollo social sostenible. Este nivel se caracteriza por un enfoque integral y transformador hacia la responsabilidad social, integrando plenamente las consideraciones sociales en todas las operaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB no solo tiene establecidas políticas y objetivos claros para asegurar el impacto a medio/largo plazo de sus eventos, sino que también implementa un sistema de gestión activa y seguimiento para optimizar estos impactos. Este nivel refleja un enfoque maduro y sistemático, con mecanismos de evaluación y ajuste en marcha para garantizar que los esfuerzos se estén implementando y generen los beneficios esperados.
	Óptimo	<ul style="list-style-type: none"> Está en una etapa avanzada en cuanto a prácticas y políticas medioambientales. En este nivel, el CB no solo ha implementado una estrategia medioambiental sólida, sino que también gestiona y revisa activamente estas prácticas para asegurar su efectividad y buscar mejoras continuas. 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso maduro y proactivo con impactos económicos sostenibles, caracterizado por la implementación y la mejora continua de estrategias económicas responsables. 	<ul style="list-style-type: none"> Implementación efectiva y la mejora continua de estrategias sociales responsables y comprometidas. En este estado, el CB no solo ha establecido políticas y programas sólidos que benefician a la comunidad y fomentan la inclusión, sino que también monitorea, evalúa y refina estas iniciativas para maximizar su impacto positivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de relaciones profundas y sostenidas con organizaciones comunitarias, escuchando activamente y respondiendo a las necesidades comunitarias a través de programas conjuntos.
	Estándar	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha establecido y está implementando activamente políticas y prácticas ambientales estructuradas y coherentes. Este nivel indica que el CB ha integrado la sostenibilidad medioambiental en su estrategia operativa y en la organización de eventos, mostrando un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB integra prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones. Este nivel de madurez indica que el CB se preocupa por el impacto económico de los eventos a largo plazo en la comunidad y la región en la que opera. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha desarrollado y está aplicando de manera activa prácticas que tienen un enfoque específico en generar un impacto social positivo tanto en la comunidad local como en los participantes de eventos. Este enfoque no solo se refleja en la inclusión y la diversidad, sino también en contribuciones significativas a la comunidad local y el bienestar de los grupos involucrados. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a integrar la planificación de generación de impacto a medio/largo plazo en sus procesos, buscando colaboraciones con los organizadores y el ecosistema del destino.
	Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en la economía local y regional a través de sus actividades y con una planificación económica que considera el impacto económico y apoya a los proveedores locales. Este reconocimiento se traduce en prácticas más deliberadas y estructuradas orientadas a generar un impacto económico sostenible y equitativo. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las fases iniciales de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.
	Inicial	<ul style="list-style-type: none"> Conciencia inicial de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los eventos MICE. En este nivel, el enfoque en el medio ambiente suele ser reactivo más que proactivo, con pocas políticas o prácticas establecidas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque primario en los costes, con una consideración reducida del impacto económico local. La conciencia sobre cómo sus operaciones y eventos impulsan o afectan la economía local es mínima o está en etapas muy tempranas de desarrollo. Las acciones emprendidas en este ámbito suelen ser reactivas, esporádicas y no forman parte de una estrategia económica sostenible bien definida. 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso básico con la inclusión y diversidad. Acciones sociales esporádicas. Enfoque emergente hacia las responsabilidades sociales y mayormente reactivo. La participación en iniciativas sociales puede ser esporádica, poco sistemática y no está integrada en la estrategia general del CB. A menudo, estas acciones son impulsadas por oportunidades ad-hoc o requerimientos externos más que por un plan estratégico interno. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB está comenzando a reconocer y a dar sus primeros pasos hacia la comprensión del concepto de impacto a largo plazo y su importancia. En este nivel, las acciones y estrategias están en sus fases iniciales, con esfuerzos dispersos y una falta de integración sistemática del concepto de impacto duradero en la planificación y ejecución de eventos.

Cada nivel de madurez corresponde al siguiente estado en sostenibilidad e impacto:

NIVELES DE MADUREZ	DESCRIPCIÓN
EXCELENCIA	En el nivel más avanzado, las organizaciones son líderes en innovación y sostenibilidad, marcando estándares en la industria. No solo han minimizado su impacto negativo, sino que activamente contribuyen al bienestar ambiental, económico y social de su comunidad y más allá. Sus operaciones son un ejemplo de mejores prácticas sostenibles, incluyendo la neutralidad de carbono de eventos y el impacto social transformador. Además, incluyen en su propuesta de valor la sostenibilidad como experiencia, marcando un claro storytelling en la comunicación y promoción del destino.
ÓPTIMO	Los CB en este nivel gestionan y optimizan sus prácticas de sostenibilidad de manera continua. Se monitoriza el impacto ambiental de manera regular, se implementan políticas de cero residuos y se busca activamente aumentar el uso de energías renovables. Económicamente, las prácticas sostenibles están integradas en la actividad diaria del CB y hay un compromiso sólido con el desarrollo comunitario y la inclusión.
ESTÁNDAR	Los CB tienen políticas y planes de sostenibilidad claramente definidos y documentados que se implementan activamente. Se establecen objetivos medibles de sostenibilidad y se toman acciones específicas para alcanzarlos.
DESARROLLO	En este nivel, los CB comienzan a implementar políticas y prácticas más formales relacionadas con la sostenibilidad. Se reconocen los beneficios de la sostenibilidad y se toman medidas para mejorar la eficiencia energética y el apoyo a la economía local. Hay una mayor conciencia y algunas acciones orientadas hacia la inclusión social y la equidad.
INICIAL	Este nivel se caracteriza por un entendimiento básico y acciones iniciales hacia la sostenibilidad. Las prácticas son ad-hoc y no estructuradas y las acciones suelen ser reactivas más que proactivas.

Una vez definido el modelo se procede al desarrollo de la estrategia de cohesión y relato común con el objetivo de establecer las bases y el camino futuro de los Convention Bureau hacia una mejora en la sostenibilidad, impacto positivo y legado.

Estrategia de cohesión y relato común

DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA Y PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

3. ESTRATEGIA DE COHESIÓN Y RELATO COMÚN

3.1. Definición de conceptos

SOSTENIBILIDAD:

La sostenibilidad en eventos es un **enfoque integral que abarca la planificación antes, durante y después de un congreso o evento y que tiene como objetivo equilibrar los beneficios económicos, sociales y ambientales, mientras se minimizan los impactos negativos**. Este concepto implica adoptar prácticas responsables que no solo reduzcan la huella ecológica del evento, sino que también generen valor a largo plazo para la comunidad anfitriona y los participantes.

En el ámbito ambiental, la sostenibilidad incluye acciones como: la reducción de emisiones de carbono, el uso eficiente de energía y agua, la gestión responsable de residuos mediante estrategias como la reducción, reutilización y reciclaje, la promoción de materiales biodegradables y de bajo impacto entre otras.

En la dimensión social, se enfoca diversidad, equidad e inclusión, asegurando la accesibilidad universal, fomentando la participación de comunidades locales, promoviendo prácticas que refuercen el bienestar de los asistentes y la comunidad local.

Desde una perspectiva económica, la sostenibilidad se traduce en el apoyo a la economía local, mediante la contratación de proveedores, servicios y productos locales, y en la generación de empleo en el destino.

Además, la sostenibilidad en eventos **implica sensibilizar a los organizadores, participantes y otros stakeholders sobre la importancia de adoptar prácticas sostenibles, fomentando un cambio cultural hacia modelos más responsables**. También incluye la medición de indicadores clave de sostenibilidad, la comunicación transparente de los resultados, el desarrollo de informes de reporting que ayuden a una gestión eficiente y a la toma de decisiones en base a datos objetivos y el compromiso de integrar estos aprendizajes en eventos futuros.

En definitiva, la sostenibilidad en eventos no solo busca mitigar impactos negativos, sino también maximizar los efectos positivos, generando un legado que contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades y los destinos involucrados.

IMPACTO:

El impacto de los eventos se refiere a los **efectos a corto plazo (cambios) que sus actividades generan en la economía, sociedad y medio ambiente**. Estos impactos pueden ser:

- **Positivos** (como el incremento de la actividad económica).
- **Negativos** (como el deterioro ambiental).
- **Intencionados** (como los esfuerzos por mejorar la sostenibilidad), o no intencionados (como el desplazamiento económico involuntario).
- **Tangibles** (como la construcción de infraestructura), o intangibles (como el aumento de la percepción de un destino).

Condiciones para que sea impacto positivo:

Se tiene que tener en cuenta que los **beneficios a corto plazo pueden tener consecuencias negativas a largo plazo** (por ejemplo, un cúmulo de eventos que generan importantes ingresos económicos pueden generar empleo, pero de baja calidad (temporalidad, condiciones deficientes de trabajo, horarios, etc) y también en el medio/largo plazo pueden producir un incremento no previsto en los precios locales, desplazamiento de comunidad local, etc).

Por lo tanto, **para que sea considerado impacto positivo**, debe cumplir con las siguientes condiciones:

- **Solución:** Aborda un problema específico o cubre una necesidad clara dentro de la comunidad o el entorno afectado.
- **Intencionalidad:** Se planifica estratégicamente con objetivos de impacto claros y medibles, orientados a generar beneficios específicos.
- **Valor compartido:** Crea valor tanto para la organización como para su entorno (comunidad local/ destino).
- **Gestión y medición:** Implica un compromiso continuo con la evaluación y ajuste de las actividades para maximizar los efectos positivos y minimizar los negativos, con una clara capacidad para medir y reportar estos impactos.

LEGADO:

El legado en eventos se refiere a los **efectos a largo plazo que surgen de las actividades planificadas antes, durante y después de un congreso o evento, con el objetivo de generar cambios positivos y sostenibles en la comunidad local y otros grupos de interés**. Este concepto trasciende el impacto inmediato del evento, abarcando dimensiones sociales, culturales, ambientales, políticas y educativas.

El legado puede **ser impulsado por el organizador y/o prescriptor del evento, como un refuerzo, puesta en marcha o continuación de su misión y visión, o bien por el destino anfitrión, que incentiva iniciativas de legado alineadas con sus propios objetivos estratégicos**. En algunos casos, ambos actores trabajan en conjunto para maximizar el impacto positivo del evento.

La construcción del legado implica la **implementación de programas o proyectos que aborden necesidades específicas de la comunidad, impulsen la innovación, fortalezcan la cohesión social y apoyen tanto los objetivos del destino como de los stakeholders**. Estos esfuerzos buscan generar valor tangible e intangible que perdure más allá del evento.

Un aspecto esencial del legado en eventos es la medición del impacto posterior, que requiere evaluar sistemáticamente los cambios generados a nivel individual, organizacional, sectorial y comunitario. Esto incluye la identificación de indicadores claros, la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos, y el análisis de los resultados, permitiendo demostrar cómo las actividades realizadas han contribuido a los objetivos planteados.

Finalmente, los hallazgos deben comunicarse eficazmente mediante informes de impacto, historias de éxito y visualizaciones de datos, garantizando transparencia y facilitando la integración de los resultados en estrategias futuras. De esta manera, el legado no solo refleja lo que un evento deja atrás, sino que actúa como un catalizador para el desarrollo sostenible y el progreso continuo.

RESPONSABILIDAD SOCIAL COORPORATIVA

Acciones de RSC:

Las acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) son **iniciativas que buscan generar un impacto positivo inmediato en la comunidad local, el medio ambiente y los participantes durante el desarrollo del evento**. Estas acciones incluyen la integración de prácticas responsables que promueven la inclusión, el apoyo a la economía local, la sostenibilidad ambiental y el bienestar social. El impacto a corto plazo de estas actividades se refleja en la mejora de la calidad de vida local, el fomento de la cohesión social, la reducción de la huella ecológica del evento y el fortalecimiento de la reputación de los organizadores. Al llevar a cabo acciones de RSC, los eventos contribuyen a la creación de un entorno más justo, inclusivo y sostenible, beneficiando a la comunidad local y a todos los involucrados en el proceso.

Algunas de las principales áreas de actuación incluyen:

1. Social:

- Colaborar con organizaciones locales para apoyar causas sociales, como la inclusión laboral de colectivos vulnerables.
- Ofrecer actividades solidarias, como programas de voluntariado o donaciones a comunidades necesitadas.

2. Económica:

- Impulsar la economía local mediante la promoción de pequeños negocios y artesanos.

3. Ambiental:

- Implementar acciones medioambientales que se realicen en el destino.

4. Educativa y cultural:

- Promover la formación en prácticas sostenibles y responsables para los asistentes y organizadores.
- Integrar programas de sensibilización sobre problemáticas sociales o ambientales relacionadas con el destino.

3.2. ¿Hacia dónde debemos ir?

Tras el análisis previo y considerando los principales retos y oportunidades en sostenibilidad, impacto y legado en la industria MICE, se identifica una **necesidad clave: coordinar los diferentes enfoques existentes en torno a estas materias para construir un nexo de unión que conecte el amplio y diverso ecosistema MICE**. Este esfuerzo debe **facilitar la creación de un storytelling común**, posicionando a los destinos no solo de manera individual, sino también como referentes a nivel país, en el desarrollo de eventos sostenibles que generen experiencias con impacto positivo y un legado duradero.

La industria MICE enfrenta el desafío de transformar su modelo actual hacia un enfoque más sostenible y alineado con las necesidades de las comunidades locales. En este proceso, es crucial establecer una hoja de ruta que guíe a los actores clave del sector desde la situación actual ("AS IS") hacia un modelo deseado de futuro ("TO BE"), donde el impacto positivo y el legado sean elementos centrales.

En este sentido, el papel del Convention Bureau es clave para este desarrollo de futuro.

La estrategia de transformación se resume dos ejes fundamentales: la **experiencia** y el **relato**:

Experiencia:

- **Situación actual ("AS IS"):** El modelo predominante en la industria MICE sigue basado en la **explotación de los recursos del destino**, lo que frecuentemente genera impactos negativos que agotan y desequilibran los ecosistemas locales. Este enfoque no garantiza la sostenibilidad del modelo a largo plazo.
- **Situación futura ("TO BE"):** Se busca un cambio hacia una experiencia basada en la **revitalización y regeneración de los recursos del destino**. Este enfoque regenerativo tiene como objetivo dejar una huella positiva, promoviendo el equilibrio del modelo a largo plazo y posicionando a los destinos como referentes en sostenibilidad.

Relato:

- **Situación actual ("AS IS"):** El modelo actual se caracteriza por un relato **unidireccional**, enfocado exclusivamente en los beneficios inmediatos para el organizador y la satisfacción puntual del asistente. Este enfoque a corto plazo está desconectado de la comunidad local y sus residentes, lo que limita la generación de valor compartido y sostenido en el tiempo.

- **Situación futura ("TO BE"):** El objetivo es evolucionar hacia un relato **multidireccional**, que conecte los objetivos del organizador y los participantes con las necesidades de la comunidad. Este nuevo enfoque debe priorizar el impacto positivo y el legado del evento, generando beneficios no solo a corto plazo, sino también a medio y largo plazo. Para lograrlo, la **comunicación transparente de acciones**, la **formación de los actores clave** y la **sensibilización sobre sostenibilidad** serán elementos clave del relato.
- **La importancia del Convention Bureau**

El **Convention Bureau** tiene un papel esencial como **articulador y facilitador de este cambio**. Su responsabilidad radica en **coordinar los esfuerzos de los distintos actores** del ecosistema MICE, promover un relato común y fomentar prácticas regenerativas en los destinos.

- **Visualización del cambio**

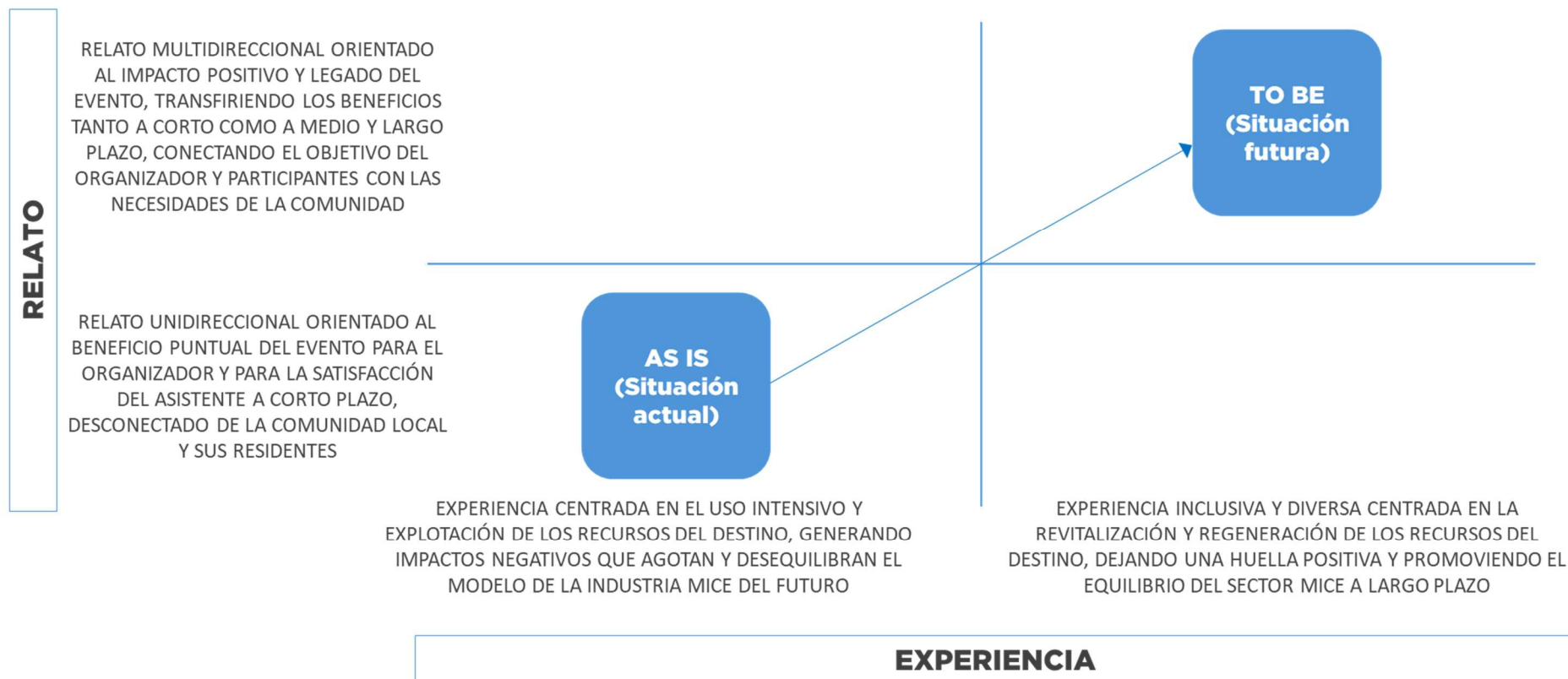
Para facilitar la comprensión del proceso de transformación, se utiliza a continuación un gráfico que ilustra la transición de la situación actual ("AS IS") hacia la situación futura ("TO BE") en los dos ejes mencionados:

1. **Relato:** De un enfoque unidireccional y centrado en beneficios puntuales, hacia un enfoque multidireccional, transparente y orientado al legado.
2. **Experiencia:** De la explotación de los recursos del destino, hacia la regeneración y revitalización sostenible de los mismos.

Esta transición no es automática, sino que requiere de un esfuerzo coordinado, basado en acciones concretas y en una visión estratégica compartida por todos los actores del sector.



DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA



*Imagen: infografía sobre el concepto de experiencia, donde estamos como industria y hacia donde debemos ir.

3.2 Definición de la estrategia

MISIÓN

- **Transformar la industria de reuniones y eventos (MICE) en un motor esencial para el desarrollo económico sostenible**, basado en el conocimiento, que potencie la competitividad de sectores económicos, industrias y clústeres estratégicos. Nuestro objetivo es generar a través de **experiencias sostenibles un impacto positivo en el medioambiente y en la comunidad local**, dejando un legado duradero que beneficie y revitalice el destino.
- Con esta misión, buscamos **posicionar nuestros destinos MICE como líderes en sostenibilidad**, impulsando un desarrollo económico sostenible que beneficie a la industria, la comunidad local y al medioambiente.

VISIÓN

Ser pioneros en un enfoque holístico para la industria de eventos y reuniones sostenibles, fomentando, mejorando y midiendo prácticas responsables integradas que respeten y defiendan los aspectos económicos, sociales y ambientales de las comunidades nativas, siendo un **catalizador para el cambio local**.

Nuestro objetivo es **contribuir de forma ambiciosa a este objetivo**, fomentando una fuerte conexión entre todas las partes interesadas, involucrándolos en un viaje regenerativo que nutra y restaure los recursos locales, construyendo un modelo más resiliente y duradero.

A través de la **creación de experiencias y una comunicación transparente**, influimos, inspiramos y sensibilizamos a toda la cadena de valor y a la comunidad en general, garantizando que todos tengan voz en la configuración de nuestra ruta sostenible, señalizando el camino para un marco de impacto positivo a corto, medio y largo plazo.

De esta manera, los 65 destinos que forman parte del Spain Convention Bureau, apoyan e impulsan la agenda global de sostenibilidad, creando una **estrategia inteligente para la próxima década y más allá**, promoviendo una nueva generación de desarrollos sostenibles duraderos.

PRINCIPIOS DE LA ESTRATEGIA

1. **Sostenibilidad Ambiental:**

- **Adoptar prácticas y tecnologías** que minimicen el impacto ambiental de los eventos.
- **Promover el uso de recursos renovables** y la gestión eficiente de residuos.
- **Fomentar el transporte sostenible** y la reducción de emisiones de carbono.

2. **Competitividad de Sectores Estratégicos:**

- **Identificar y promover sectores económicos** y clústeres estratégicos beneficiados por la industria MICE.
- **Desarrollar programas y experiencias** que atraigan inversiones y fomenten la creación de empleo de calidad.
- **Mejorar los servicios para aumentar la competitividad del destino.**

3. **Desarrollo Económico Basado en el Conocimiento:**

- **Potenciar la colaboración entre el sector MICE y las industrias locales**, impulsando la innovación y el desarrollo tecnológico.
- **Apoyar la formación y desarrollo profesional** de los actores involucrados en el sector MICE.
- **Facilitar la transferencia de conocimientos** y mejores prácticas entre los destinos MICE y las comunidades locales.

4. **Impacto Positivo en la Comunidad Local:**

- **Involucrar a la comunidad local en la planificación y ejecución de eventos** para asegurar beneficios compartidos.
- **Fomentar la responsabilidad social corporativa** entre las empresas del sector MICE.
- **Desarrollar iniciativas que mejoren la calidad de vida** de los residentes, promoviendo la inclusión y la equidad.

5. **Legado Duradero:**

- **Crear un marco de referencia para la sostenibilidad y el legado** en cada evento, asegurando beneficios a largo plazo.

- **Implementar proyectos que dejen mejoras tangibles** en infraestructura, educación y cultura en los destinos MICE.
- **Evaluar y comunicar los resultados y el impacto de los eventos** para reforzar el compromiso con la sostenibilidad.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Para llevar a cabo esta evolución, el Convention Bureau deberá basar su estrategia en 4 planteamientos:

OBSERVAR:

- **HACIA FUERA:** Para conocer las buenas prácticas que se están realizando tanto a nivel nacional como internacional. Cuáles son los principales indicadores que ayuden a desarrollar un modelo en el destino.
- **HACIA DENTRO:** Midiendo la situación actual del destino en el desarrollo de la sostenibilidad teniendo en cuenta proveedores, sedes, servicios o cualquier otro elemento con el que cuente el propio destino.

ESCUCHAR:

- **A RESIDENTES:** Para conocer las necesidades de la comunidad y diseñar acciones que tengan en cuenta el desarrollo local.
- **A ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO LOCALES:** Para fortalecer la diversidad e inclusividad en los eventos desarrollados en el destino y fomentar la colaboración con los organizadores.

COORDINAR:

- **A ORGANIZADORES:** Facilitando opciones sostenibles y favoreciendo la ejecución de los eventos con un impacto positivo y que tengan la opción de generar un legado duradero en la comunidad.
- **DESTINO:** Crear alianzas con los proveedores del destino que permitan ofrecer servicios sostenibles a los organizadores.

IMPULSAR:

- **ACCIONES INTERNAS:** Formando, sensibilizando y comunicando a todo el ecosistema local sobre la importancia de la industria, su impacto positivo y el resultado de las acciones sostenibles realizadas en el destino con total transparencia.
- **ACCIONES EXTERNAS:** Incluyendo la sostenibilidad como el pilar principal en la propuesta de valor del destino, desarrollando acciones de comunicación y promoción que apoye a la atracción de eventos tanto nacionales como internacionales focalizados en las posibilidades del destino y segmentando el producto a interlocutor adecuado.



*Imagen: infografía sobre el papel del Convention Bureau dentro de la estrategia definida.

El desarrollo de este nuevo enfoque holístico fomentará una **fuerte conexión entre todas las partes interesadas, involucrándolos en un viaje regenerativo que nutra y restaure los recursos locales, construyendo un modelo más resiliente y duradero**. Este enfoque apoya e impulsa la agenda global de sostenibilidad, creando una estrategia inteligente promoviendo una nueva generación de desarrollos sostenibles.

LOS 6 PILARES DE LA ESTRATEGIA

Para proporcionar una estructura sólida y coherente a la estrategia, se han desarrollado **seis pilares fundamentales** que responden, por un lado, a la **experiencia a desarrollar en el destino** (Experiencia), y por otro, a **cómo contar esa experiencia** (Relato).

Estos pilares corresponden a:

1. **Integridad Ambiental:** Búsqueda de un equilibrio entre las acciones humanas y el medio ambiente, promoviendo prácticas sostenibles que respeten y protejan la biodiversidad y los recursos naturales.
2. **Conexión Comunitaria:** Establecer y fortalecer lazos significativos con la comunidad local, promoviendo la colaboración en proyectos sociales, el apoyo a emprendimientos locales, y la participación en eventos culturales y educativos.
3. **Inclusión y Diversidad:** Creación de entornos que fomenten la igualdad de oportunidades y el respeto a la diversidad en todas sus formas: accesibilidad, igualdad de género, diversidad cultural, e inclusión.
4. **Desarrollo Humano:** Promover el desarrollo humano integral, proporcionando oportunidades de capacitación y crecimiento profesional.
5. **Gobernanza:** Definir y poner en marcha una estrategia de sostenibilidad que agilice y dé coherencia a todas las acciones que se van a implementar, midiendo y generando un marco para el desarrollo del legado.
6. **Promoción y Marketing:** Estrategia integral diseñada para posicionar al Convention Bureau como líder en sostenibilidad dentro de la industria MICE.

EXPERIENCIA

INTEGRIDAD AMBIENTAL



Búsqueda de un equilibrio entre las acciones humanas y el medio ambiente, promoviendo prácticas sostenibles que respeten y protejan la biodiversidad y los recursos naturales.

CONEXIÓN COMUNITARIA



Establecer y fortalecer lazos significativos con la comunidad local, promoviendo la colaboración en proyectos sociales, el apoyo a emprendimientos locales y la participación en eventos culturales y educativos.

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD



Creación de entornos que fomenten la igualdad de oportunidades y el respeto a la diversidad en todas sus formas: accesibilidad; igualdad de género; diversidad cultural; inclusión; sensibilización...

RELATO

DESARROLLO HUMANO



Buscar promover el desarrollo humano integral, proporcionando oportunidades de capacitación y crecimiento profesional.

GOBERNANZA



Definir y poner en marcha una estrategia de sostenibilidad que aglutine y de coherencia a todas las acciones que se van a implementar, midiendo y generando un marco para el desarrollo del legado.

PROMOCIÓN Y MARKETING



Estrategia integral diseñada para posicionar al Convention Bureau como líder en sostenibilidad dentro de la industria MICE.

*Imagen: infografía sobre los 6 pilares sobre los que se basa la estrategia.

Además, para asegurar una ejecución efectiva y coordinada de cada uno de los pilares, se han desarrollado **24 experiencias** que permitirán impulsar acciones específicas.

**Imagen:
infografía
sobre las 24
experiencias
relacionadas
con su pilar de
referencia*

A continuación,
se muestra el
detalle y
descripción de
cada una de las
experiencias.



EXPERIENCIAS

DETALLE DE EXPERIENCIAS A TRABAJAR DENTRO DE CADA UNO DE LOS
PILARES DESARROLLADOS EN LA ESTRATEGIA Y RELATO COMÚN

INTEGRIDAD AMBIENTAL

1

GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE

LOS EVENTOS EN EL DESTINO SE ORGANIZAN PARA MINIMIZAR EL IMPACTO AMBIENTAL, GESTIONANDO LOS RESIDUOS DE MANERA EFICIENTE MEDIANTE LA SEPARACIÓN, RECICLAJE Y REUTILIZACIÓN DE MATERIALES.

TRANSFORMANDO LA MATERIA DE DESECHO DE LOS EVENTOS EN NUEVOS BIENES Y RECURSOS PARA EL FUTURO

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Reducción del impacto ambiental.
- Mejora de la imagen del destino comprometido con la sostenibilidad.
- Fomento de prácticas responsables entre organizadores y asistentes.
- Reducir la cantidad de residuos que terminan en los vertederos.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Coordinar con proveedores/organizadores para garantizar la correcta gestión de residuos y ofrecer recursos para facilitar la implementación de prácticas sostenibles en eventos.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Minimizar la huella de residuos generada por los eventos.

Contenedores de reciclaje y puntos de recolección de desechos orgánicos y reciclables e información sobre residuos y reciclaje y sus beneficios.

LOS ASISTENTES PARTICIPAN ACTIVAMENTE EN LA SEPARACIÓN DE RESIDUOS Y SON CONSCIENTES DEL IMPACTO POSITIVO GENERADO.

"En nuestro destino, cada evento es una oportunidad para transformar los residuos en nuevos recursos, promoviendo la sostenibilidad y el respeto por el entorno."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



INTEGRIDAD AMBIENTAL

2

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE

**LOS EVENTOS SON
DISEÑADOS PARA
OPTIMIZAR EL USO DE
ENERGÍA MEDIANTE EL
EMPLEO DE FUENTES
RENOVABLES Y EL
FOMENTO DE
TRANSPORTE
SOSTENIBLE COMO
BICICLETAS O
VEHÍCULOS ELÉCTRICOS.**

**LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO, NUESTRA
PRIORIDAD A LA HORA DE ORGANIZAR REUNIONES**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Reducción del consumo energético y emisiones de CO2.
- Promoción de una movilidad más ecológica y eficiente.
- Fortalecimiento de la reputación como destino comprometido con el cambio climático.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Promover el uso de transporte sostenible y gestionar acuerdos con proveedores que ofrezcan servicios energéticamente eficientes.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Reducir el consumo energético y las emisiones de carbono en los eventos.



PRODUCTO

Documentación informativa sobre las Infraestructuras de puntos de carga para vehículos eléctricos, uso de energías renovables en las sedes y transporte sostenible.



EXPERIENCIA

**LOS ASISTENTES
DISFRUTAN DE
EVENTOS UTILIZANDO
TRANSPORTE
SOSTENIBLE Y
PARTICIPANDO EN
ACCIONES QUE
AHORRAN ENERGÍA.**



RELATO

"Cada evento en nuestro destino contribuye a un futuro más limpio y eficiente, donde la energía se consume de manera responsable y sostenible."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



INTEGRIDAD AMBIENTAL

3

FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES

**LOS EVENTOS OFRECEN
ALIMENTOS LOCALES,
ORGÁNICOS Y DE
TEMPORADA,
MINIMIZANDO EL
IMPACTO AMBIENTAL Y
APOYANDO A LOS
PRODUCTORES
LOCALES.**

**CUIDAMOS LA SALUD DE LOS VIAJEROS DE NEGOCIOS
CON ALIMENTOS NATURALES DE PROXIMIDAD**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Reducción de la huella de carbono alimentaria.
- Fomento del comercio local y los productos de proximidad.
- Mejora de la experiencia gastronómica y la salud de los asistentes.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Fomentar acuerdos con proveedores de alimentos sostenibles y apoyar la logística para la implementación de menús de proximidad.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Ofrecer alternativas gastronómicas sostenibles y saludables para los asistentes.

Fomento de los menús basados en productos locales y orgánicos.

**LOS ASISTENTES
DISFRUTAN DE
ALIMENTOS FRESCOS Y
LOCALES, CON UN
ENFOQUE EN LA SALUD
Y LA SOSTENIBILIDAD.**

"Saborea el impacto positivo de los alimentos locales y orgánicos que reducen la huella de carbono y apoyan a los productores de nuestra región."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



INTEGRIDAD AMBIENTAL

4

CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS

LOS EVENTOS QUE CUMPLEN CON CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD SON RECONOCIDOS Y MEJORANDO LA REPUTACIÓN DE ORGANIZADORES Y DESTINOS

CERTIFICAMOS Y RECONOCEMOS EL DESARROLLO DE LA SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA DE REUNIONES

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Reducción de la huella de carbono alimentaria.
- Fomento del comercio local y los productos de proximidad.
- Mejora de la experiencia gastronómica y la salud de los asistentes.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Desarrollar programas de certificación y reconocimiento para eventos sostenibles en colaboración con organismos internacionales.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Ofrecer a los organizadores una forma de demostrar su compromiso con la sostenibilidad.

Programas de certificación y premios de sostenibilidad.

LOS ORGANIZADORES RECIBEN RECONOCIMIENTOS QUE VALIDAN SU ESFUERZO EN SOSTENIBILIDAD, AUMENTANDO LA CONFIANZA DE LOS ASISTENTES.

"Ser sostenible no solo es una elección, es un reconocimiento que valida nuestro compromiso con un futuro mejor."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



CONEXIÓN COMUNITARIA

**LOS EVENTOS INCLUYEN
LA PARTICIPACIÓN
ACTIVA DE LA
COMUNIDAD LOCAL,
TANTO EN LA
PLANIFICACIÓN COMO
EN LA EJECUCIÓN,
GENERANDO
BENEFICIOS SOCIALES Y
ECONÓMICOS**

5

PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD

**PROMOVRIENDO LA COLABORACIÓN DE LA
COMUNIDAD LOCAL COMO UN ACTIVO DE VALOR EN
LA ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS PROFESIONALES**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Fortalecimiento del tejido social.
- Fomento del desarrollo económico local.
- Mejora de la cohesión entre el sector MICE y la comunidad.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Facilitar el enlace entre organizadores de eventos y actores de la comunidad local para garantizar su participación activa.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Involucrar a la comunidad local en los eventos, beneficiando tanto a los organizadores como a los asistentes y a los residentes.



PRODUCTO

Desarrollo de actividades y colaboraciones con la comunidad local.



EXPERIENCIA

*LOS ASISTENTES
INTERACTÚAN CON LA
COMUNIDAD LOCAL Y
PARTICIPAN EN
ACTIVIDADES QUE
GENERAN UN IMPACTO
SOCIAL POSITIVO.*



RELATO

"Nuestro destino es un reflejo de la colaboración entre organizadores y comunidad, creando eventos que benefician a todos."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



CONEXIÓN COMUNITARIA

6

PROGRAMAS DE APOYO LOCAL

**LOS EVENTOS
FOMENTAN LA
COLABORACIÓN CON
PEQUEÑAS EMPRESAS Y
PRODUCTORES
LOCALES, ASEGURANDO
QUE LOS BENEFICIOS
DEL TURISMO MICE
SEAN BIEN
DISTRIBUIDOS.**

**LAS RAÍCES AUTÓCTONAS SON LA BASE DE NUESTRA
CULTURA Y DE NUESTRA ECONOMÍA EN LOS DESTINOS
MICE**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Generación de empleo local.
- Promoción del comercio y productos locales.
- Fortalecimiento del tejido empresarial de la región.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Identificar y facilitar la colaboración entre organizadores de eventos y proveedores locales, asegurando una integración efectiva de los productos y servicios locales.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Apoyar a las pequeñas empresas y productores locales en la cadena de valor de los eventos.

Inclusión de proveedores locales en los servicios del evento (catering, decoración, souvenirs).

*LOS ASISTENTES
DISFRUTAN DE
PRODUCTOS ÚNICOS Y
LOCALES,
CONTRIBUYENDO A LA
ECONOMÍA DEL
DESTINO.*

" En nuestro destino, cada evento impulsa la economía local, apoyando a los pequeños negocios y productores para crear un impacto duradero."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



CONEXIÓN COMUNITARIA

7

COLABORACIÓN EN PROYECTOS COMUNITARIOS

LOS EVENTOS SE VINCULAN CON PROYECTOS COMUNITARIOS, GENERANDO UN LEGADO SOCIAL POSITIVO Y FOMENTANDO EL BIENESTAR DE LA COMUNIDAD A LARGO PLAZO.

IMPULSAMOS LA COLABORACIÓN DE LOS EVENTOS CON PROYECTOS SOCIALES LOCALES PARA GENERAR BENEFICIOS EN LA SOCIEDAD

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora de la cohesión social.
- Fortalecimiento de las relaciones entre los sectores público y privado.
- Aumento de la reputación del destino como comprometido con causas sociales.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Facilitar el contacto entre organizadores de eventos y proyectos comunitarios, ayudando a coordinar y promover iniciativas que benefician a la comunidad local.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Crear un vínculo entre los eventos y proyectos comunitarios para maximizar el impacto social.

Colaboraciones con asociaciones y ONGs locales.

LOS ASISTENTES PUEDEN PARTICIPAR EN PROYECTOS QUE MEJORAN LA COMUNIDAD, COMO ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO O DONACIONES A CAUSAS LOCALES.

"Cada evento en nuestro destino contribuye a un cambio positivo, uniendo a organizadores, participantes y la comunidad en proyectos que marcan la diferencia. Contribuyendo al desarrollo personal de los asistentes."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



CONEXIÓN COMUNITARIA

8

INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES

**LOS STAKEHOLDERS
LOCALES, INCLUIDOS
EMPRESARIOS,
ASOCIACIONES Y
ENTIDADES PÚBLICAS,
JUEGAN UN PAPEL
CLAVE EN LA
PLANIFICACIÓN Y
EJECUCIÓN DE LOS
EVENTOS, GENERANDO
VALOR PARA TODA LA
COMUNIDAD.**

**TRABAJAMOS TODOS JUNTOS PARA UN MODELO
TURÍSTICO DURADERO EN LA INDUSTIA MICE**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Fortalecimiento de la red local de actores MICE.
- Aumento de la innovación y desarrollo económico.
- Mejora de la reputación del destino como colaborador y facilitador de relaciones sostenibles.
- Mejora de la competitividad de la cadena de valor MICE.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Actuar como mediador entre organizadores y stakeholders locales, promoviendo la colaboración activa y coordinada para garantizar el éxito del evento.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Involucrar a todos los actores locales en la organización de eventos para maximizar el impacto positivo.

Foros de colaboración entre organizadores de eventos y stakeholders locales.

**LOS EVENTOS SE
DESARROLLAN DE
MANERA COORDINADA
CON ACTORES LOCALES,
GENERANDO UN
ECOSISTEMA
COLABORATIVO Y DE
BENEFICIO MUTUO.**

" En nuestro destino, el éxito de los eventos sostenibles es compartido por todos, gracias a la colaboración de los actores locales que contribuyen al crecimiento del destino."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

9

COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE DIVERSIDAD

LOS EVENTOS SE DESARROLLAN CON UN ENFOQUE EN LA INCLUSIÓN Y LA DIVERSIDAD, COLABORANDO CON ORGANIZACIONES QUE PROMUEVEN LA IGUALDAD Y LA REPRESENTACIÓN DE GRUPOS DIVERSOS.

SER DIVERSOS NOS CARACTERIZA, NOS ENRIQUECE Y NOS DEFINE EN EL ECOSISTEMA DE REUNIONES

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora de la cohesión social y la igualdad de oportunidades.
- Posicionamiento del destino como inclusivo y respetuoso de la diversidad.
- Atracción de eventos con enfoque en temas de diversidad e inclusión.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Fomentar la inclusión de organizaciones y grupos de diversidad en la planificación y desarrollo de eventos, asegurando un enfoque integral y respetuoso.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Fomentar la inclusión, la diversidad y la igualdad en la organización y participación de eventos.

Colaboraciones con organizaciones que apoyan a grupos diversos, asegurando una representación equitativa.

LOS ASISTENTES EXPERIMENTAN UN ENTORNO INCLUSIVO Y RESPETUOSO, DONDE LA DIVERSIDAD ES IMPULSADA, CELEBRADA Y VALORADA.

"Nuestro destino se enorgullece de ser inclusivo y diverso, donde cada evento refleja los valores de igualdad y respeto por todas las personas."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

10

FOMENTO DE LA INCLUSIÓN LABORAL

**LOS EVENTOS
PROMUEVEN LA
CONTRATACIÓN DE
PERSONAS DE
COLECTIVOS
VULNERABLES O EN
RIESGO DE EXCLUSIÓN
SOCIAL,
CONTRIBUYENDO A SU
INCLUSIÓN LABORAL.**

**LA INDUSTRIA MICE, DONDE TODOS TENEMOS UN
LUGAR EN LA CADENA DE VALOR DE LOS VIAJES DE
NEGOCIO**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Generación de empleo inclusivo y de calidad.
- Mejora de la cohesión social y reducción de las desigualdades.
- Posicionamiento del destino como socialmente responsable.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Desarrollar programas en colaboración con organizaciones que apoyan la inclusión laboral y facilitar la contratación de personas en riesgo de exclusión en los eventos.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Fomentar la inclusión laboral de personas en situación de vulnerabilidad.



PRODUCTO

Programas de empleo inclusivo vinculados a la organización de eventos.



EXPERIENCIA

**LOS ASISTENTES SON
CONSCIENTES DE QUE
LOS EVENTOS ESTÁN
CONTRIBUYENDO A
MEJORAR LA
INCLUSIÓN LABORAL
EN LA COMUNIDAD
LOCAL.**



RELATO

" En nuestro destino, la comunicación es accesible e inclusiva, asegurando que cada persona se sienta bienvenida, comprendida y que pueda participar en igualdad de condiciones

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

11

COMUNICACIÓN INCLUSIVA

**LOS EVENTOS
ASEGURAN UNA
COMUNICACIÓN
INCLUSIVA, ACCESIBLE Y
COMPENSIBLE PARA
TODAS LAS PERSONAS,
ELIMINANDO BARRERAS
LINGÜÍSTICAS Y
CULTURALES.**

**RESPETAMOS Y COMUNICAMOS CON VISIÓN DE
INCLUSIVIDAD EN UNA INDUSTRIA DE REUNIONES
RESPETUOSA CON TODAS LAS PERSONAS**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora de la accesibilidad y la inclusión en los eventos.
- Posicionamiento del destino como referente en comunicación inclusiva.
- Atracción de eventos internacionales y diversos.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Proporcionar recursos y recomendaciones para asegurar que los organizadores implementen una comunicación inclusiva en los eventos.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Garantizar que la comunicación de los eventos sea accesible para todos los participantes.

Materiales de comunicación multilingües, servicios de interpretación y traducción, y accesibilidad para personas con discapacidades.

*LOS ASISTENTES SE
SIENTEN INCLUIDOS Y
BIENVENIDOS,
INDEPENDIENTEMENTE
DE SU IDIOMA O
CAPACIDAD.*

" En nuestro destino, la comunicación es accesible e inclusiva, asegurando que cada persona se sienta bienvenida y comprendida."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

12

FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD

**LOS EVENTOS
ASEGURAN QUE TODAS
SUS INSTALACIONES Y
SERVICIOS SEAN
ACCESIBLES PARA
PERSONAS CON
DISCAPACIDADES,
ELIMINANDO BARRERAS
FÍSICAS Y SOCIALES.**

**TRABAJAMOS PARA QUE LA PARTICIPACIÓN EN LOS
EVENTOS MICE SEA IGUALITARIA PARA TODAS LAS
PERSONAS**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora de la accesibilidad y la igualdad de oportunidades en los eventos.
- Posicionamiento como destino accesible y comprometido con la inclusión.
- Atracción de eventos inclusivos y responsables.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Coordinar con proveedores y organizadores para asegurar que las instalaciones y servicios sean accesibles y cumplan con los estándares de inclusión.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Garantizar que los eventos sean accesibles para todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas.



PRODUCTO

Instalaciones accesibles, señalización adecuada, servicios adaptados para personas con discapacidades.



EXPERIENCIA

**LOS ASISTENTES
DISFRUTAN DE
EVENTOS SIN
BARRERAS,
SINTIÉNDOSE
INCLUIDOS Y
RESPECTADOS EN TODOS
LOS ASPECTOS.**



RELATO

" Nuestro destino está comprometido con la accesibilidad, creando eventos donde todas las personas puedan participar plenamente."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



DESARROLLO HUMANO

13

PROGRAMAS DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO

**DESDE EL DESTINO SE
OFRECEN
OPORTUNIDADES DE
FORMACIÓN Y
DESARROLLO PARA LOS
PROVEEDORES LOCALES,
FORTALECIENDO LAS
CAPACIDADES Y EL
TALENTO EN EL
DESTINO**

APRENDIZAJE Y CAPACITACIÓN, CLAVES PARA ACOGER A NUESTROS VISITANTES PROFESIONALES

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora de las competencias locales en el sector MICE.
- Generación de oportunidades de empleo y desarrollo profesional.
- Creación de una base de talento local altamente capacitado.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Facilitar la creación de alianzas con instituciones educativas y organizar programas de formación que beneficien tanto a los proveedores locales como a los asistentes.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Fortalecer el conocimiento y las competencias en la industria MICE a través de programas educativos.

Talleres, cursos de capacitación y programas de mentoría.

LOS COMPONENTES DEL
CB ADQUIEREN NUEVAS
HABILIDADES Y
CONOCIMIENTOS, Y LOS
PROVEEDORES LOCALES
RECIBEN FORMACIÓN
ESPECIALIZADA PARA
MEJORAR SUS
SERVICIOS.

" Desde nuestro destino creamos oportunidades de aprendizaje y crecimiento, impulsando el desarrollo personal y profesional de todos los stakeholders."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



DESARROLLO HUMANO

14

PROMOCIÓN DEL EMPLEO LOCAL

**LOS EVENTOS
IMPULSAN LA
CONTRATACIÓN DE
PERSONAL LOCAL,
GARANTIZANDO QUE
LOS BENEFICIOS
ECONÓMICOS
GENERADOS POR LOS
EVENTOS SE QUEDEN EN
LA COMUNIDAD**

**APOSTAMOS POR EMPLEO DIGNO PARA TODOS, Y
PRIORITARIO PARA EL COLECTIVO LOCAL EN EL CAMPO
DE LAS REUNIONES**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Generación de empleo local y apoyo a la economía.
- Reducción del desempleo en la comunidad.
- Mejora de la cohesión social y económica.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Colaborar con agencias de empleo locales y organizar eventos que prioricen la contratación de personal del destino.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Fomentar la creación de empleo local vinculado a los eventos.



PRODUCTO

Programas de contratación local para la organización y ejecución de eventos.



EXPERIENCIA

**LOS EVENTOS EMPLEAN
A PERSONAS LOCALES,
GENERANDO EMPLEO Y
OPORTUNIDADES DE
DESARROLLO PARA LA
COMUNIDAD.**



RELATO

" En nuestro destino, cada evento es una fuente de oportunidades laborales, impulsando el crecimiento y bienestar de nuestra comunidad."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



DESARROLLO HUMANO

15

DESARROLLO Y TALENTO

LOS EVENTOS SON UNA PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO DEL TALENTO LOCAL, OFRECIENDO OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO Y PROMOCIÓN A PROFESIONALES DEL SECTOR

DESARROLLAMOS, POTENCIAMOS, Y FORTALECEMOS EL MEJOR TALENTO PARA GESTIONAR UNA INDUSTRIA DE EVENTOS DEL FUTURO

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Creación de una fuerza laboral capacitada en la organización de eventos.
- Promoción del talento local y retención de profesionales en la región.
- Mejora de la competitividad del destino en el mercado MICE.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Organizar y promover programas de desarrollo de talento en colaboración con instituciones educativas y empresas del sector.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Fomentar el desarrollo del talento local en el sector MICE.

Programas de desarrollo profesional, mentoría y talleres de formación.

LOS PROFESIONALES LOCALES ADQUIEREN NUEVAS HABILIDADES Y MEJORAN SUS OPORTUNIDADES DE CARRERA DENTRO DEL SECTOR.

"En nuestro destino, cada evento es una oportunidad para nutrir y fortalecer el talento local, construyendo una industria de eventos preparada para el futuro."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



DESARROLLO HUMANO

16

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

**LOS EVENTOS
APROVECHAN LAS
HERRAMIENTAS
DIGITALES PARA
OPTIMIZAR LA
EXPERIENCIA DE LOS
ASISTENTES Y MEJORAR
LA EFICIENCIA EN LA
ORGANIZACIÓN,
REDUCIENDO EL
IMPACTO AMBIENTAL**

**DIGITALIZAMOS NUESTRA MANERA DE HACER LAS
COSAS EVOLUCIONANDO Y HACIENDO MÁS EFICIENTE
NUESTRO TRABAJO EN MICE**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora de la eficiencia en la organización de eventos.
- Reducción del impacto ambiental gracias a la digitalización.
- Posicionamiento como destino tecnológico y avanzado.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Facilitar el acceso a herramientas y recursos digitales, y apoyar a los organizadores en la implementación de soluciones tecnológicas en los eventos.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Digitalizar los procesos de organización de eventos para mejorar la eficiencia y sostenibilidad.

Soluciones digitales como apps para eventos, herramientas de inscripción online y sistemas de gestión de recursos.

**LOS ASISTENTES
DISFRUTAN DE UNA
EXPERIENCIA FLUIDA Y
MODERNA, CON
HERRAMIENTAS
DIGITALES QUE
FACILITAN LA GESTIÓN
DEL EVENTO Y REDUCEN
EL USO DE PAPEL.**

" Nuestro destino lidera la transformación digital de los eventos, integrando la tecnología para crear experiencias más significativas, inmersivas y sostenibles."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



GOBERNANZA

17

DISEÑO DE ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

**LOS EVENTOS
INTEGRAN UNA
ESTRATEGIA DE
SOSTENIBILIDAD QUE
ABARCA DESDE LA
PLANIFICACIÓN HASTA
LA EJECUCIÓN,
ALINEÁNDOSE CON LOS
OBJETIVOS DE
DESARROLLO
SOSTENIBLE**

**SER SOSTENIBLES YA NO ES UNA OPCIÓN DE FUTURO,
ES UNA NECESIDAD DEL PRESENTE**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora de la imagen como destino sostenible y responsable.
- Reducción del impacto ambiental de los eventos.
- Fomento de la sostenibilidad en la industria MICE.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Ofrecer orientación y recursos a los organizadores para desarrollar y aplicar estrategias de sostenibilidad en sus eventos.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Incorporar prácticas sostenibles en todas las fases del evento, minimizando el impacto ambiental y social.



PRODUCTO

Plan de sostenibilidad que incluye la gestión de residuos, reducción de emisiones y promoción de prácticas responsables.



EXPERIENCIA

**LOS ASISTENTES SON
CONSCIENTES DE QUE
ESTÁN PARTICIPANDO
EN UN EVENTO QUE
PRIORIZA LA
SOSTENIBILIDAD Y EL
RESPECTO AL MEDIO
AMBIENTE.**



RELATO

" En nuestro destino, cada evento se diseña con una estrategia clara de sostenibilidad, garantizando que nuestras acciones hoy protejan el mañana."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



GOBERNANZA

18

MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES

**LOS EVENTOS INCLUYEN
UN SISTEMA DE
MEDICIÓN DE
SOSTENIBILIDAD QUE
PERMITE EVALUAR SU
IMPACTO AMBIENTAL,
SOCIAL Y ECONÓMICO,
Y AJUSTAR
ESTRATEGIAS FUTURAS
EN BASE A LOS
RESULTADOS**

**EVALUAR Y MEDIR LA SOSTENIBILIDAD DE LOS
EVENTOS NOS AYUDA A PROGRESAR Y MEJORAR EN
NUESTRO NEGOCIO**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora continua en la sostenibilidad de los eventos.
- Disponibilidad de datos para la toma de decisiones informadas.
- Mejora de la reputación como destino que prioriza la medición y transparencia.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Proporcionar herramientas y asistencia para la implementación de sistemas de medición y seguimiento de indicadores en eventos.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Evaluar el impacto de los eventos en términos de sostenibilidad y ajustar las estrategias en función de los resultados.



PRODUCTO

Herramientas y métricas para medir el consumo de recursos, emisiones y otros indicadores de sostenibilidad y medidas de compensación de la huella de carbono.



EXPERIENCIA

**LOS ORGANIZADORES
PUEDEN VISUALIZAR Y
COMUNICAR EL
IMPACTO DE SU
EVENTO, UTILIZANDO
LOS DATOS
RECOPILADOS PARA
MEJORAR FUTUROS
EVENTOS.**



RELATO

" Nuestro destino ofrece las herramientas necesarias para medir y mejorar el impacto de cada evento, asegurando un progreso constante hacia la sostenibilidad."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



GOBERNANZA

19

MARCO PARA INCREMENTAR EL LEGADO

**LOS EVENTOS SE
DISEÑAN PARA DEJAR
UN LEGADO POSITIVO
EN LA COMUNIDAD,
CON ACCIONES QUE
TRASCIENDEN EL
IMPACTO INMEDIATO Y
BENEFICIAN A LAS
GENERACIONES
FUTURAS**

DEJANDO UNA HUELLA POSITIVA DE NUESTRAS REUNIONES A CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Creación de un legado positivo en términos de desarrollo social, económico y ambiental.
- Fortalecimiento del vínculo entre los eventos y la comunidad local.
- Aumento del atractivo del destino para organizadores de eventos comprometidos con el legado.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Coordinar con los organizadores para identificar oportunidades de legado y facilitar la colaboración con actores locales que ayuden a materializarlo.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD



PRODUCTO



EXPERIENCIA



RELATO

Crear un marco de actuación que asegure que los eventos dejen un impacto positivo y duradero en el destino.

Proyectos y actividades que benefician a la comunidad local, como iniciativas de desarrollo social o ambiental.

*LOS ASISTENTES
PARTICIPAN EN
ACTIVIDADES QUE
GENERAN UN LEGADO
POSITIVO, SINTIÉNDOSE
PARTE DE UNA ACCIÓN
QUE TENDRÁ UN
IMPACTO A LARGO
PLAZO.*

"En nuestro destino, cada evento es una oportunidad para transformar los residuos en nuevos recursos, promoviendo la sostenibilidad y el respeto por el entorno."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



INTEGRIDAD AMBIENTAL

20

TRANSPARENCIA

EL DESARROLLO DEL SECTOR ADOPTA UN ENFOQUE DE TRANSPARENCIA TOTAL EN LA COMUNICACIÓN DE SUS ACCIONES, RESULTADOS E IMPACTO, PERMITIENDO QUE LOS ASISTENTES Y LA COMUNIDAD COMPRENDAN EL VALOR DEL MISMO

COMUNICANDO CON RIGOR, CON EVIDENCIAS Y CLARIDAD NUESTRO TRABAJO DE MICE

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Fortalecimiento de la confianza entre organizadores, asistentes y la comunidad.
- Mejora de la reputación como destino comprometido con la rendición de cuentas.
- Fomento de una cultura de transparencia en la industria MICE.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Proporcionar herramientas y recursos para que los organizadores puedan comunicar el impacto de sus eventos de manera clara y transparente.

Dar a conocer casos de éxito de eventos que han generado un importante legado en el destino.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Garantizar la transparencia en todas las etapas del evento, desde la planificación hasta la ejecución y evaluación.



PRODUCTO

Reportes públicos sobre el impacto social, económico y ambiental del evento. Así como las acciones asociadas al mismo.



EXPERIENCIA

LOS ORGANIZADORES Y ASISTENTES TIENEN ACCESO A DATOS CLAROS Y VERIFICADOS SOBRE EL IMPACTO DEL EVENTO, FOMENTANDO LA CONFIANZA Y EL COMPROMISO.



RELATO

" En nuestro destino, la transparencia es clave. Compartimos cada paso y cada resultado para que todos comprendan el verdadero impacto de nuestros eventos."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



PROMOCIÓN Y MARKETING

**LOS EVENTOS
PROMUEVEN LA
CONSTRUCCIÓN DE
UNA IDENTIDAD DE
MARCA QUE SE ASOCIA
CON LA
SOSTENIBILIDAD,
REFORZANDO EL
COMPROMISO DEL
DESTINO CON EL MEDIO
AMBIENTE Y LA
RESPONSABILIDAD
SOCIAL**

21

DESARROLLO DE LA IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE

**LOS VALORES DE LA SOSTENIBILIDAD SON LOS
MEJORES ATRIBUTOS DE NUESTRA IMAGEN COMO
INDUSTRIA DE REUNIONES**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora del posicionamiento en el mercado MICE como destino sostenible.
- Aumento de la atracción de eventos comprometidos con la sostenibilidad.
- Refuerzo de la imagen de marca del destino como líder en responsabilidad social y ambiental.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Desarrollar y promover la identidad sostenible del destino, ofreciendo herramientas de comunicación que refuercen esta imagen entre los organizadores y asistentes.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Posicionar al destino como un referente en sostenibilidad dentro del sector MICE.



PRODUCTO

Estrategias de marketing y comunicación que destacan el compromiso sostenible del destino.



EXPERIENCIA

**LOS ASISTENTES
RECONOCEN Y SE
ALINEAN CON LOS
VALORES DE
SOSTENIBILIDAD DEL
DESTINO,
FORTALECIENDO LA
PERCEPCIÓN POSITIVA
DE LA MARCA.**



RELATO

" Nuestro destino construye una identidad fuerte basada en la sostenibilidad, donde cada evento refleja nuestro compromiso con el medio ambiente y la sociedad."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



PROMOCIÓN Y MARKETING

**LOS EVENTOS ADOPTAN
UNA ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN
INTEGRAL QUE
PROMUEVE LOS
VALORES DE
SOSTENIBILIDAD Y
RESPONSABILIDAD,
ASEGUANDO QUE LOS
ASISTENTES ESTÉN
INFORMADOS Y
ALINEADOS CON ESTOS
PRINCIPIOS**

22

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

**CREAMOS RELATOS EN SOSTENIBILIDAD DE LOS
EVENTOS QUE CONECTAN, INFORMAN Y SENSIBILIZAN**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora de la percepción del destino como líder en sostenibilidad.
- Aumento de la participación y compromiso de los asistentes con las iniciativas sostenibles.
- Posicionamiento del destino como referente en comunicación efectiva dentro de la industria MICE.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Proporcionar recursos y apoyo a los organizadores para desarrollar estrategias de comunicación que destaquen el compromiso sostenible del evento.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Desarrollar una estrategia de comunicación que refuerce los principios de sostenibilidad y responsabilidad del evento.



PRODUCTO

Plan de comunicación que incluye campañas en redes sociales, materiales informativos y herramientas interactivas.



EXPERIENCIA

**LOS ASISTENTES Y LA
COMUNIDAD LOCAL
RECIBEN INFORMACIÓN
CLARA Y CONSISTENTE
SOBRE LAS ACCIONES
SOSTENIBLES DEL
EVENTO Y CÓMO
PUEDEN CONTRIBUIR.**



RELATO

" En nuestro destino, la comunicación es clave para transmitir nuestros valores de sostenibilidad, asegurando que cada asistente entienda su papel en la creación de un evento responsable."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



PROMOCIÓN Y MARKETING

23

DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS

**LOS EVENTOS ADOPTAN
UN ENFOQUE DE
TRANSPARENCIA
MEDIANTE LA
DIVULGACIÓN DE LOS
RESULTADOS DE LAS
ACCIONES
SOSTENIBLES,
COMPARTIENDO
MÉTRICAS DE IMPACTO
CON TODOS LOS
STAKEHOLDERS**

**COMPARTIMOS LOS DATOS E INDICADORES DE
SOSTENIBILIDAD PARA LIDERAR UN NUEVO FUTURO
MÁS AMABLE Y PERDURABLE**

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Fomento de la confianza y transparencia.
- Mejora del posicionamiento del destino como referente en la rendición de cuentas y sostenibilidad.
- Aumento del interés por organizar eventos en un destino que prioriza la divulgación de resultados.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Facilitar la creación y difusión de informes de sostenibilidad y datos relevantes, asegurando que se compartan con todos los stakeholders involucrados.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Divulgar los datos de sostenibilidad del evento para aumentar la transparencia y el compromiso de los stakeholders.



PRODUCTO

Informes detallados de sostenibilidad accesibles para todos los asistentes y la comunidad.



EXPERIENCIA

LOS ASISTENTES Y ORGANIZADORES TIENEN ACCESO A INFORMES DETALLADOS QUE REFLEJAN EL IMPACTO POSITIVO DEL EVENTO EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD.



RELATO

"En nuestro destino, compartimos los resultados de nuestros eventos de manera clara y transparente, mostrando cómo cada acción contribuye a un futuro más sostenible."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



PROMOCIÓN Y MARKETING

24

CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS

**LOS EVENTOS SE
ATRAEN EN
COLABORACIÓN CON
SOCIOS ESTRATÉGICOS,
CREANDO SINERGIAS
QUE MEJORAN EL
IMPACTO POSITIVO EN
LA COMUNIDAD Y
REFUERZAN EL ÉXITO
DEL EVENTO**

LA ASOCIACIÓN ESTRATÉGICA ENTRE ACTORES DEL SECTOR DE REUNIONES GARANTIZA EL ÉXITO

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- Mejora de la capacidad organizativa y de recursos.
- Fomento de relaciones a largo plazo con socios estratégicos que contribuyan al desarrollo del destino.
- Incremento del atractivo del destino para eventos internacionales.

PAPEL DEL CONVENTION BUREAU

Facilitar la creación de alianzas estratégicas entre organizadores de eventos y actores locales e internacionales, asegurando la cooperación y el éxito de los eventos.

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA



NECESIDAD

Fomentar alianzas estratégicas entre actores locales, nacionales e internacionales para maximizar el impacto del evento.



PRODUCTO

Colaboraciones con empresas, ONGs y organismos gubernamentales que comparten los mismos valores sostenibles.



EXPERIENCIA

**LOS ASISTENTES
PARTICIPAN EN UN
EVENTO RESPALDADO
POR MÚLTIPLES SOCIOS
ESTRATÉGICOS, QUE
CONTRIBUYEN A SU
ÉXITO Y ASEGURAN UN
LEGADO POSITIVO.**



RELATO

" En nuestro destino, cada evento se fortalece gracias a las alianzas estratégicas que forman la base de un futuro más sostenible y colaborativo."

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE





Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

Modelo de implementación

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN

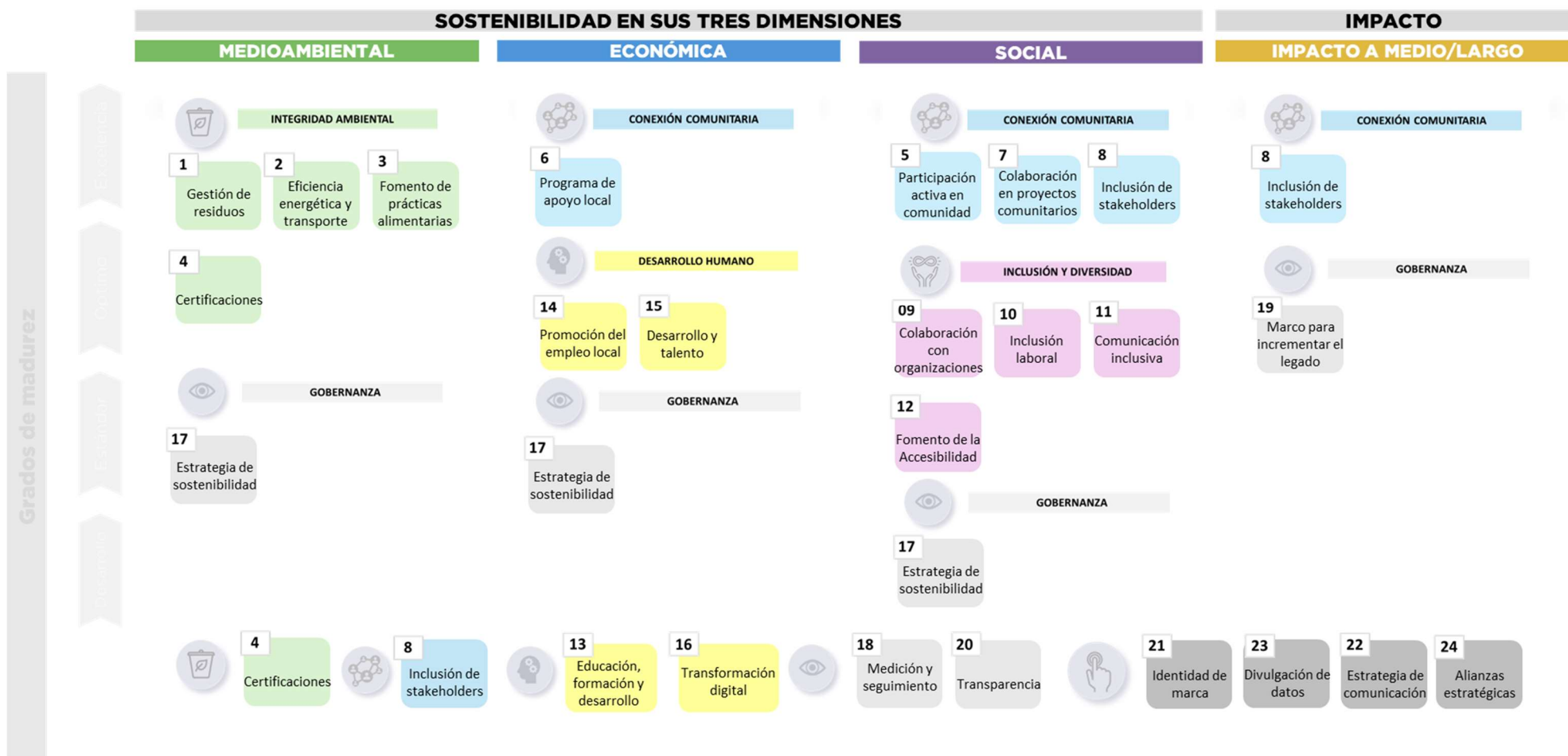
4. MODELO DE IMPLEMENTACIÓN

Tras tener clara la estrategia, los pilares que la sustentan y las 24 experiencias que desarrollan cada uno de los pilares, es importante establecer un modelo de implementación que, de una manera clara y sencilla, sirva a los Convention Bureau para conocer el estado actual del destino, y les ayude a saber cómo desarrollar como industria una hoja de ruta, que facilite materializar la estrategia definida.

Para esto, cada una de las 24 experiencias anteriormente indicadas impactan de manera directa en alguna de las dimensiones del Modelo de Madurez que servirá a los Convention Bureau para establecer su momento actual en el destino.

Además, cada una de estas experiencias están relacionadas con el autodiagnóstico (como muestran las imágenes a continuación), a través de preguntas clave (el detalle de las preguntas se encuentra en el anexo de este documento), que ayudarán a conocer el estado actual de desarrollo del destino.

A continuación, se muestra una matriz relacional entre las experiencias y las dimensiones del modelo de madurez y los cuestionarios en referencia a las 24 experiencias y a los pilares de los que se compone la estrategia.



*Infografía donde se visualiza en qué dimensión del modelo impacta cada una de las experiencias desarrolladas.

*infografía sobre la matriz
relacional entre los
cuestionarios del
autodiagnóstico y las
experiencias.

El detalle del cuestionario lo
podrás encontrar en el anexo
de este documento.

		INTEGRIDAD AMBIENTAL				CONEXIÓN COMUNITARIA				INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD				DESARROLLO HUMANO				GOBERNANZA				PROMOCIÓN Y MARKETING			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
MEDIOAMBIENTAL	1. ¿Cómo describiría el compromiso del CB con la sostenibilidad medioambiental?																	✓							
	2. ¿Qué prácticas específicas se han fomentado desde el destino para reducir los residuos en los eventos del destino?	✓																							
	3. ¿Qué directrices se han creado desde el CB para dar a conocer a los organizadores las medidas de eficiencia energética que deben llevar a cabo?		✓																						
	4. ¿Cómo evalúa el destino el desempeño en eficiencia energética de los eventos?		✓																						
	5. ¿Cómo se mide en el destino la huella de carbono de los eventos?				✓																				
ECONÓMICA	6. ¿Cómo se fomenta desde el destino el uso de transporte sostenible entre los participantes de los eventos?		✓																						
	7. ¿En qué medida fomenta el CB prácticas alimentarias sostenibles con los organizadores de eventos en el destino?			✓																					
	8. ¿Cómo describiría el compromiso del CB con el desarrollo de la sostenibilidad económica en colaboración con los organizadores de eventos?						✓											✓							
	9. ¿Qué tipo de promoción se realiza desde el destino en el apoyo a la economía local para fomentar el empleo?														✓										
	10. ¿Cómo se fomenta el desarrollo de talento por parte del CB?															✓									
SOCIAL	11. ¿Cómo se fomenta desde el CB la contratación de proveedores de productos locales?						✓																		
	12. ¿Cómo se fomenta desde el CB el compromiso del ecosistema MICE en su destino con la sostenibilidad social?								✓									✓							
	13. ¿Cómo participa el CB en la actividad local para promover, junto con grupos comunitarios, la sostenibilidad social?					✓		✓																	
	14. ¿Desde el CB se colabora con organizaciones y grupos de diversidad para fomentar la inclusión y diversidad en los eventos realizados en el destino?									✓															
	15. ¿Cómo se fomenta la inclusión laboral en los eventos desarrollados por los organizadores en el destino?										✓														
IMPACTO	16. ¿A través de qué medidas se fomenta la accesibilidad?											✓													
	17. ¿Qué tipo de acciones se llevan a cabo en el CB para fomentar la comunicación inclusiva dentro de los eventos organizados en el destino?										✓														
	18. ¿En qué medida consideras que desde el CB se conocen las necesidades del destino?																		✓						
	19. ¿El CB tiene conocimiento sobre proyectos que se desarrollan para fomentar la transformación del destino?																		✓						
	20. ¿En qué medida consideras que el ecosistema está comprometido con realizar acciones que promuevan una transformación en el destino?							✓																	
TRANSVERSALES	21. ¿Los integrantes del CB se han formado o investigado sobre alternativas y acciones que puedan generar un impacto positivo en el destino?													✓						✓					
	22. ¿Cómo mide el CB el impacto a medio/largo plazo de las acciones en el destino?																	✓		✓					
	23. ¿Qué nivel de formación en sostenibilidad han recibido los integrantes de su CB?													✓											
	24. ¿Cómo fomenta el CB la transformación digital de manera tanto interna como con sus asociados y el propio ecosistema del destino?															✓									
	25. ¿Qué herramientas y métodos utiliza el CB para medir la sostenibilidad en los eventos?				✓													✓							
	26. ¿Cómo comunica el CB los resultados obtenidos en sostenibilidad en el destino?																							✓	
	27. ¿Cómo comunica el CB las prácticas llevadas a cabo sobre la sostenibilidad en el destino?																			✓		✓			
	28. ¿En qué medida ha desarrollado el destino MICE una identidad de marca sostenible?																				✓				
	29. ¿Qué tipo de acciones se han llevado a cabo desde el CB para la creación de alianzas estratégicas que permitan una mejor promoción y desarrollo del destino?																							✓	
TOTAL		1	3	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	3	2	1	1	1	1

El acceso al cuestionario y al modelo de madurez se pondrá a disposición de los Destinos a través de una herramienta (PowerBi) diseñada adhoc para este fin. Esta herramienta tiene 5 accesos a cuestionarios que responden a las necesidades de cada una de las cuatro dimensiones del modelo de madurez anteriormente mostrado, y una quinta llamada transversal que afecta a las otras cuatro dimensiones. De tal manera que, una vez respondidas las preguntas sobre el momento actual del destino en relación con la sostenibilidad e impacto, posiciona al mismo en el grado de madurez correspondiente.

Recomendaciones para responder el cuestionario:

- Realizar la valoración 1 vez al año para establecer el plan de acción posterior
- Responder una vez cada cuestionario.
Aunque cada uno se puede responder las veces y por las personas que se deseen recomendamos hacer el ejercicio previo de, entre todas las personas involucradas en el Convention Bureau, llegar al acuerdo de las respuestas.
- En el caso que los cuestionarios tengan varias respuestas la herramienta dará una media de todas ellas en el espacio temporal de un año.

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y FORMACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE Y LEGADO MICE

AUTODIAGNÓSTICO

MEDIOAMBIENTAL	ECONÓMICA	SOCIAL	IMPACTO	TRANSVERSAL
EVALUACIÓN	EVALUACIÓN	EVALUACIÓN	EVALUACIÓN	EVALUACIÓN

*Imagen con acceso a los 5 cuestionarios

SOSTENIBILIDAD EN SUS TRES DIMENSIONES				IMPACTO
				IMPACTO A MEDIO/LARGO
Grados de madurez	MEDIOAMBIENTAL	ECONÓMICA	SOCIAL	
	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo e innovación constante en prácticas medioambientales. Este nivel se caracteriza por la adopción y promoción de soluciones avanzadas y creativas que no solo minimizan el impacto ambiental de las operaciones y eventos, sino que también buscan tener un impacto positivo en el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Cúspide en la gestión económica sostenible. Aquí, el CB no solo ha integrado completamente prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones, sino que también lidera con innovación, contribuyendo activamente al desarrollo económico a largo plazo de su comunidad y región. 	<ul style="list-style-type: none"> Excelencia en su impacto social, estableciéndose como un líder innovador y comprometido en la promoción del bienestar comunitario, la inclusión, y el desarrollo social sostenible. Este nivel se caracteriza por un enfoque integral y transformador hacia la responsabilidad social, integrando plenamente las consideraciones sociales en todas las operaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB no solo tiene establecidas políticas y objetivos claros para asegurar el impacto a medio/largo plazo de sus eventos, sino que también implementa un sistema de gestión activa y seguimiento para optimizar estos impactos. Este nivel refleja un enfoque maduro y sistemático, con mecanismos de evaluación y ajuste en marcha para garantizar que los esfuerzos se estén implementando y generen los beneficios esperados.
	<ul style="list-style-type: none"> Está en una etapa avanzada en cuanto a prácticas y políticas medioambientales. En este nivel, el CB no solo ha implementado una estrategia medioambiental sólida, sino que también gestiona y revisa activamente estas prácticas para asegurar su efectividad y buscar mejoras continuas. 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso maduro y activo con impactos económicos sostenibles, caracterizado por la implementación y la mejora continua de estrategias económicas responsables. 	<ul style="list-style-type: none"> Implementación efectiva y la mejora continua de estrategias sociales responsables y comprometidas. En este estado, el CB no solo ha establecido políticas y programas sólidos que benefician a la comunidad y fomentan la inclusión, sino que también monitorea, evalúa y refina estas iniciativas para maximizar su impacto positivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de relaciones profundas y sostenidas con organizaciones comunitarias, escuchando activamente y respondiendo a las necesidades comunitarias a través de programas conjuntos.
	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha establecido y está implementando activamente políticas medioambientales estructuradas y coherentes. Este nivel indica que el CB ha integrado la sostenibilidad medioambiental en su estrategia operativa y en la organización de eventos, mostrando un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB integra prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones. Este nivel de madurez indica que el CB se preocupa por el impacto económico de los eventos a largo plazo en la comunidad y la región en la que opera. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha desarrollado y está aplicando de manera activa prácticas que tienen un enfoque específico en generar un impacto social positivo tanto en la comunidad local como en los participantes de eventos. Este enfoque no solo se refleja en la inclusión y la diversidad, sino también en contribuciones significativas a la comunidad local y el bienestar de los grupos involucrados. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a integrar la planificación de generación de impacto a medio/largo plazo en sus procesos, buscando colaboraciones con los organizadores y el ecosistema del destino.
	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en la economía local y regional a través de sus actividades y con una planificación económica que considera el impacto económico y apoya a los proveedores locales. Este reconocimiento se traduce en prácticas más deliberadas y estructuradas orientadas a generar un impacto económico sostenible y equitativo. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las fases iniciales de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.
	<ul style="list-style-type: none"> Conciencia inicial de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los eventos MICE. En este nivel, el enfoque en el medio ambiente suele ser reactivo más que proactivo, con pocas políticas o prácticas establecidas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque primario en los costes, con una consideración reducida del impacto económico local. La conciencia sobre cómo sus operaciones y eventos impulsan o afectan la economía local es mínima o está en etapas muy tempranas de desarrollo. Las acciones emprendidas en este ámbito suelen ser reactivas, esporádicas y no forman parte de una estrategia económica sostenible bien definida. 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso básico con la inclusión y diversidad. Acciones sociales esporádicas. Enfoque emergente hacia las responsabilidades sociales y mayormente reactivo. La participación en iniciativas sociales puede ser esporádica, poco sistemática y no está integrada en la estrategia general del CB. A menudo, estas acciones son impulsadas por oportunidades ad-hoc o requerimientos externos más que por un plan estratégico interno. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB está comenzando a reconocer y a dar sus primeros pasos hacia la comprensión del concepto de impacto a largo plazo y su importancia. En este nivel, las acciones y estrategias están en sus fases iniciales, con esfuerzos dispersos y una falta de integración sistemática del concepto de impacto duradero en la planificación y ejecución de eventos.

*Imagen de un posicionamiento ficticio.

En base al posicionamiento y al grado de madurez del destino, la herramienta de manera automática facilitará una serie de recomendaciones a corto/medio plazo y largo plazo para implementar y seguir mejorando.

Todas estas acciones (las cuales se detallarán en el siguiente epígrafe de este documento) están relacionadas con la estrategia y las experiencias. Este es el momento en el que el destino podrán comenzar su plan de acción para seguir mejorando en materia de sostenibilidad y legado MICE en base a la estrategia común definida.

ACCIONES A CORTO/MEDIO PLAZO		
PILAR	EXPERIENCIA	ACCIONES
INTEGRIDAD AMBIENTAL	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	01.Trabajar de manera prioritaria con proveedores que cumplan ciertos estándares sobre la gestión de residuos y reciclaje (desde la comida, mater
INTEGRIDAD AMBIENTAL	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	02.Realizar campañas de sensibilización sobre la importancia de la eficiencia y transporte sostenible tanto para los proveedores, organizadores y a
INTEGRIDAD AMBIENTAL	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	03.Realizar auditorías energéticas en los lugares donde se celebran eventos para identificar áreas de mejora.
INTEGRIDAD AMBIENTAL	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	04.Desarrollar talleres de trabajo con equipos de cocina de operadores MICE para definir estrategias y herramientas para reducir los desechos alim
INTEGRIDAD AMBIENTAL	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	05.Fomentar diseño de menús que resalten ingredientes regionales específicos, apoyando la biodiversidad local y educando a los asistentes sobre
INTEGRIDAD AMBIENTAL	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	06.Crear programa de incentivos para organizadores que obtengan alguna acreditación que certifique que el evento es sostenible o tiene huella 0.
INTEGRIDAD AMBIENTAL	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	07.Desarrollar un sello de sostenibilidad propio del CB que se otorgue a aquellos eventos y proveedores que cumplan con criterios específicos de :
GOBERNANZA	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	08.Definir una serie de compromisos u objetivos que se aspiran a alcanzar.
INTEGRIDAD AMBIENTAL	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	09.Incluir requisitos de sostenibilidad y certificaciones en los contratos y acuerdos.
PROMOCIÓN Y MARKETING	DESARROLLO DE LA IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE	10.Definir estrategia de apoyo a la captación de reuniones y eventos relacionados con la sostenibilidad o el cambio climático.

ACCIONES A LARGO PLAZO		
PILAR	EXPERIENCIA	ACCIONES
INTEGRIDAD AMBIENTAL	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	01.Utilizar herramientas avanzadas de análisis de datos para monitorear y reportar el desempeño en gestión de residuos.
INTEGRIDAD AMBIENTAL	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	02.Establecer políticas que desarrollen y promuevan el manejo de residuos en los eventos (promover el uso de materiales reciclables, minimizar los
INTEGRIDAD AMBIENTAL	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	03.Organizar foros y encuentros para compartir innovaciones y desarrollos en sostenibilidad y eficiencia energética entre los actores del sector.
INTEGRIDAD AMBIENTAL	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	04.Trabajar con autoridades locales para mejorar la infraestructura energética del destino.
INTEGRIDAD AMBIENTAL	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	05.Trabajar con áreas competentes para promover e incentivar que las sedes de reuniones públicas incrementen el uso de productos locales (alime
INTEGRIDAD AMBIENTAL	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	06.Establecer alianzas con bancos de alimentos y organizaciones benéficas para donar los excedentes de alimentos de los eventos.
INTEGRIDAD AMBIENTAL	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	07.Fomentar la obtención de certificaciones como ISO 20121 (Sistemas de gestión de eventos sostenibles) para eventos organizados en el destino.
INTEGRIDAD AMBIENTAL	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	08.Trabajar con el destino para ofrecer subvenciones o incentivos financieros para cubrir los costos asociados con la obtención de certificaciones a
GOBERNANZA	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	09.Reducir la huella de carbono por la actividad generada por el Convention Bureau e impulsar a toda la cadena de valor turística a hacer lo mismo

*Imagen con las acciones mostradas por la herramienta según el nivel de madurez adquirido.

PLAN DE ACCIÓN

DETALLE DE LAS ACCIONES DEFINIDAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA Y RELATO COMÚN

5. PLAN DE ACCIÓN

INTEGRIDAD AMBIENTAL

1

GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB tiene que impulsar, a través de campañas de formación, sensibilización e incentivos, una gestión más eficaz de productos y materiales en reuniones y eventos, que permita a los proveedores MICE locales y a los organizadores de reuniones, reducir significativamente el volumen de residuos que generan.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Apoyar e incentivar una mejora en la gestión de recursos.
- Formar y concienciar para que reuniones y eventos generen los menores desperdicios.
- Fomentar el reciclaje de materiales para que el impacto de los eventos sea el menor posible.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Reducción de los residuos en ecosistema MICE
- Aumento de los materiales reciclados
- Monitorización de la gestión de residuos

MEJORAS ESPERADAS

- Reducción en el uso de recursos escasos
- Disminución de residuos en vertederos
- Disminución del impacto medioambiental de las reuniones y eventos

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Identificar proveedores locales que permitan mejorar la gestión de ciertos materiales y residuos difíciles de reciclar.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Analizar fórmulas para minimizar los residuos y desperdicios generados en los eventos.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Editar una guía de buenas prácticas con recomendaciones para una mejor gestión de residuos en diferentes segmentos de la cadena de valor (sedes de reuniones, hoteles, restaurantes y catering, etc.).	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Analizar fórmulas para fomentar la donación de materiales sobrantes en los eventos a iniciativas sociales locales.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Establecer acuerdos con empresas de gestión de residuos que garanticen la recolección y el tratamiento adecuado de los materiales reciclables y desechos orgánicos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Trabajar de manera prioritaria con proveedores que cumplan ciertos estándares sobre la gestión de residuos y reciclaje (desde la comida, materiales usados...).	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Utilizar herramientas avanzadas de análisis de datos para monitorear y reportar el desempeño en gestión de residuos.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Establecer políticas que desarrollen y promuevan el manejo de residuos en los eventos (promover el uso de materiales reciclables, minimizar los desechos...).	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Crear programas de incentivos para los organizadores que participen activamente en la correcta gestión de residuos.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Comparar los resultados con benchmarks de la industria y establecer metas de mejora basadas en los datos recolectados.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

INTEGRIDAD AMBIENTAL

2

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB tiene que liderar la lucha contra el cambio climático en el sector MICE local, poniendo en marcha iniciativas que permitan mejorar la eficiencia energética de los proveedores MICE locales y potenciar el uso de transporte público entre los asistentes a reuniones y eventos.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Reducir la huella de carbono de la actividad MICE.
- Reducir la contaminación en el destino.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Reducción del consumo energético por el ecosistema MICE local
- Aumento del uso de opciones de transporte público entre los asistentes

MEJORAS ESPERADAS

- Mejora en la gestión del transporte público
- Aumento en la satisfacción de los asistentes
- Reducción en el impacto medioambiental de reuniones y eventos

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Promover e incentivar el uso de medios de transporte sostenibles o verdes, entre los asistentes a los eventos.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Crear un listado de proveedores locales que ofrecen servicios sostenibles sobre el transporte de bajas emisiones o alternativas de movilidad.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Analizar junto con otros departamentos/concejalías de la ciudad, el impacto de los grandes eventos en el transporte del destino.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Diseñar una guía de buenas prácticas con consejos para mejorar la eficiencia energética en toda la cadena de valor MICE del destino.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Realizar campañas de sensibilización sobre la importancia de la eficiencia energética y transporte sostenible tanto para los proveedores, organizadores y asistentes.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Realizar auditorías energéticas en los lugares donde se celebran eventos para identificar áreas de mejora.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Organizar foros y encuentros para compartir innovaciones y desarrollos en sostenibilidad y eficiencia energética entre los actores del sector.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Trabajar con autoridades locales para mejorar la infraestructura energética del destino.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Apoyar proyectos piloto que prueben nuevas tecnologías y prácticas de eficiencia energética en eventos.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Crear programa piloto para incentivar la movilidad sostenible con sistema de puntos a personas usando transporte público y canje por productos locales.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

INTEGRIDAD AMBIENTAL

3

FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB tiene que poner en valor los productos locales y la oferta gastronómica del territorio de influencia, para lograr que las reuniones y eventos que se celebran en el destino sean más auténticas y sostenibles, aportando valor a las comunidades locales.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Promoción de productos locales.
- Reducción de la huella de carbono de la actividad MICE.
- Usar la gastronomía para transmitir la identidad y autenticidad local.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Incremento en el uso de productos locales en la oferta gastronómica MICE
- Reducción en los desechos y desperdicios.
- Donación de productos restantes

MEJORAS ESPERADAS

- Mejora en la calidad de la oferta gastronómica
- Aumento de la venta de productos locales

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Incentivar entre los socios del Convention Bureau el uso de productos locales (Km0, de temporada y biológicos).	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Crear un directorio de proveedores de alimentos y bebidas locales y sostenibles.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Promover el consumo de productos locales entre organizadores de reuniones.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Elaborar una guía de buenas prácticas en gestión sostenible de la alimentación en reuniones y eventos.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar talleres de trabajo con equipos de cocina de operadores MICE para definir estrategias y herramientas para reducir los desechos alimenticios.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Fomentar diseño de menús que resalten ingredientes regionales específicos, apoyando la biodiversidad local y educando a los asistentes sobre la riqueza gastronómica.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Trabajar con áreas competentes para promover e incentivar que las sedes de reuniones públicas incrementen el uso de productos locales (alimentos, materiales y otros productos).	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Establecer alianzas con bancos de alimentos y organizaciones benéficas para donar los excedentes de alimentos de los eventos.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Participar activamente en foros y comités que discuten y desarrollan políticas de sostenibilidad alimentaria a nivel local y nacional.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Crear un proyecto piloto para compostar residuos orgánicos en grandes sedes de reuniones, transformándolos en compost.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

INTEGRIDAD AMBIENTAL

4

CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB tiene que promover e incentivar a las empresas locales a obtener acreditaciones, que certifiquen que desarrollan productos y experiencias de una forma responsable y respetuosa con el medio ambiente y la comunidad local.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Mejorar el posicionamiento de marca del destino.
- Mejorar la competitividad de las empresas locales.
- Diferenciarse de la competencia.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Incremento del número de empresas locales que cuenten con certificaciones de sostenibilidad

MEJORAS ESPERADAS

- Mejora de la calidad de la oferta MICE
- Mejora de la sostenibilidad global del ecosistema MICE local

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Publicar guías y manuales detallados que expliquen los pasos para obtener certificaciones ambientales, los requisitos y las mejores prácticas.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Incentivar a restaurantes y proveedores de catering a obtener certificaciones como Green Restaurant Association, que avalan sostenibles en la gestión alimentaria.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Colaborar con entidades certificadoras para ofrecer programas de capacitación específicos para los actores del sector de eventos en el destino.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Organizar talleres y seminarios para educar a proveedores y organizadores de sobre las diferentes certificaciones disponibles y los beneficios de obtenerlas.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Incluir requisitos de sostenibilidad y certificaciones en los contratos y acuerdos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Crear programa de incentivos para organizadores que obtengan alguna acreditación que certifique que el evento es sostenible o tiene huella 0.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar un sello de sostenibilidad propio del CB que se otorgue a aquellos eventos y proveedores que cumplan con criterios específicos de sostenibilidad.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Fomentar la obtención de certificaciones como ISO 20121 (Sistemas de gestión de eventos sostenibles) para eventos organizados en el destino.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Trabajar con el destino para ofrecer subvenciones o incentivos financieros para cubrir los costos asociados con la obtención de certificaciones ambientales.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Proveer recursos y apoyo técnico a los organizadores de eventos y proveedores locales para facilitar el proceso de obtención de certificaciones ambientales.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

CONEXIÓN COMUNITARIA

5

PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB debe integrarse con la comunidad local a través de iniciativas colaborativas y participativas. Esto no solo beneficia a los residentes locales, sino que también enriquece la experiencia de los asistentes a los eventos, proporcionando un contexto cultural y social auténtico y significativo.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Fortalecer los lazos entre el CB y la comunidad, promoviendo un sentido de pertenencia y colaboración mutua.
- Determinar necesidades que puedan ser satisfechas con el impulso de ciertas acciones.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Percepción de la comunidad sobre el impacto positivo de las actividades del CB

MEJORAS ESPERADAS

- Incremento de la Participación Comunitaria
- Fortalecimiento de Alianzas
- Ampliación de Redes de Colaboración

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Mantener conversaciones regulares con líderes comunitarios y grupos de interés para asegurar que las actividades del CB están alineadas con las necesidades y expectativas de la comunidad.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Establecer colaboraciones con ONGs, escuelas y grupos comunitarios para fomentar la participación en actividades sostenibles.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Desarrollar reuniones periódicas con asociaciones civiles y de vecinos para buscar fórmulas de generar legado en barrios deprimidos de la ciudad.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Enviar boletines electrónicos con actualizaciones sobre las iniciativas sostenibles del Convention Bureau implementadas en el destino.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Diseñar un catálogo de acciones de responsabilidad social corporativa en el destino, que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Organizar charlas, talleres y seminarios sobre sostenibilidad y desarrollo comunitario.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Crear un programa donde los residentes se conviertan en embajadores, promoviendo prácticas sostenibles en sus vecindarios y durante los eventos.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Buscar fórmulas creativas para acercar la temática de los congresos (siempre que sea relevante) a la ciudadanía, con el desarrollo de exposiciones, charlas o acciones de formación o sensibilización en la calle.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Poner en marcha campañas de participación ciudadana con consultas regulares a la ciudadanía sobre la percepción que tienen sobre el desarrollo del turismo MICE.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Facilitar espacios donde los residentes puedan presentar ideas innovadoras para hacer los eventos más sostenibles, con premios y reconocimiento para las mejores propuestas.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

CONEXIÓN COMUNITARIA

6

PROGRAMAS DE APOYO LOCAL



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB debe fomentar junto con las instituciones correspondientes el fortalecimiento de las capacidades, recursos y oportunidades de los negocios y organizaciones locales a través de diversas iniciativas y colaboraciones.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Fomentar el desarrollo económico sostenible, la inclusión social y la resiliencia comunitaria, asegurando que los beneficios de la industria MICE se distribuyan equitativamente entre los actores locales.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Alcance y efectividad de las campañas de promoción de negocios locales
- Número de relaciones de establecidas y su duración

MEJORAS ESPERADAS

- Incremento en la participación de negocios locales en la industria
- Oportunidades económicas para la comunidad local
- Mejora en la cohesión social y el sentido de comunidad

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Crear catálogo de proveedores y establecimientos locales que cuenten con servicios y productos sostenibles o que destacan por su sostenibilidad.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Diseñar una guía de comercios de productos locales y artesanales en la ciudad. Dirigido a los asistentes a reuniones y eventos.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Llevar a cabo campañas de concienciación dirigidas a la comunidad, organizadores y participantes de eventos sobre la importancia de apoyar negocios locales sostenibles.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Identificar y promocionar productos o experiencias turísticas que pongan en contacto a congresistas con pequeños artesanos, artistas o productores locales.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar campañas de promoción de productos locales, dentro o en los alrededores de los eventos, que puedan ayudar a las exportaciones de pequeñas y medianas empresas locales.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Establecer programas de mentoría donde negocios sostenibles más experimentados ayuden a otros a implementar prácticas ecológicas.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Identificar y promocionar a individuos, colectivos o proyectos locales que puedan ser de interés para los organizadores de las reuniones y los eventos, como ponentes en charlas motivacionales que expliquen a los asistentes la identidad cultural local.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Crear una red de negocios locales comprometidos con la sostenibilidad para facilitar la colaboración y el intercambio de recursos e ideas.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Organizar talleres centrados en la creación de soluciones innovadoras para la sostenibilidad en la comunidad.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

CONEXIÓN COMUNITARIA

7

COLABORACIÓN EN PROYECTOS COMUNITARIOS



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

Trabajo conjunto del Convention Bureau con la comunidad local, organizaciones sin fines de lucro, instituciones educativas y otras entidades para desarrollar e implementar proyectos que beneficien a la comunidad en general.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Abordar diversos aspectos, como la sostenibilidad ambiental, la inclusión social, el desarrollo económico y la mejora de infraestructuras, con el objetivo de generar un impacto positivo y duradero en el destino.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Número de Proyectos Colaborativos en los que se ha participado
- Encuestas de Satisfacción Comunitaria

MEJORAS ESPERADAS

- Mayor cohesión social y sentido de pertenencia en la comunidad
- Colaboración entre diversos actores para el desarrollo sostenible

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Participar en iniciativas sociales del destino (jornadas de sensibilización, recogida de basuraleza o carreras solidarias).	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Facilitar programas donde los asistentes a los eventos puedan participar en actividades de voluntariado en la comunidad.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Colaborar con asociaciones, fundaciones y otros organismos locales que trabajen en áreas sociales y medioambientales, para definir actividades y experiencias solidarias que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Difundir eventos solidarios que están pasando en la ciudad entre los asistentes a las reuniones y eventos (a través de puntos de información turística).	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Colaborar con organizaciones que promuevan el comercio justo y la producción local.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Fomentar el desarrollo de exposiciones de artistas locales cerca de las grandes sedes de reuniones y eventos de la ciudad, para que los asistentes se puedan relacionar más con la cultura local.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Diseñar una plataforma con información relevante sobre experiencias solidarias para que los organizadores puedan encontrar aquella/s que encajan más con su cultura empresarial o los objetivos estratégicos de la reunión.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Fomentar la creación de laboratorios de innovación social o hubs comunitarios donde los residentes puedan colaborar en soluciones para problemas locales.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

CONEXIÓN COMUNITARIA

8 INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB debe liderar la inclusión de stakeholders locales fomentando un enfoque colaborativo y participativo donde diversas partes interesadas —como empresas, organizaciones comunitarias, autoridades gubernamentales, instituciones educativas y ciudadanos— se involucren en el proceso de toma de decisiones.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Fomentar la participación activa y significativa de los stakeholders locales en la planificación y ejecución de eventos, asegurando que estos reflejen y beneficien a la comunidad en términos de sostenibilidad, desarrollo económico y cohesión social.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Número de colaboraciones establecidas
- Encuestas a stakeholders para evaluar su percepción de la participación del CB

MEJORAS ESPERADAS

- Mayor aceptación y apoyo local para los eventos.
- Incremento en la participación de negocios locales en la industria MICE.

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Enviar boletines periódicos a los stakeholders locales con actualizaciones sobre las actividades del CB próximos eventos, oportunidades de participación...	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Realizar encuestas y estudios de opinión para entender mejor las expectativas y preocupaciones de los stakeholders locales.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Avanzar hacia modelos de gobernanza público-privados, que permitan ofrecer un mejor servicio a organizadores y asistentes, logrando que los eventos generen un legado duradero en el destino.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Realizar consultas públicas antes de grandes eventos para obtener retroalimentación de la comunidad sobre sus expectativas y preocupaciones.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Generar inteligencia turística y de mercado que permita a los socios del CB o las empresas MICE locales, tener acceso a conocimiento sobre las tendencias del sector y puedan adaptar sus productos y servicios a las necesidades de la demanda internacional.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Establecer comités consultivos que incluyan representantes de diversos grupos de interés locales, como empresas, organizaciones comunitarias, autoridades gubernamentales, y académicos.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Diseñar campañas promocionales para incentivar el bleisure entre los asistentes a las reuniones. Promoción a través del organizador antes del evento (para que se puedan planificar).	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar un programa de colaboración con el sector MICE local, que permita medir el impacto y el legado generado por las reuniones y eventos.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

9

COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE DIVERSIDAD



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB tiene que trabajar en la búsqueda de alianzas para colaborar de manera conjunta con diversas organizaciones y grupos que representan diferentes aspectos de la diversidad (como género, etnicidad, orientación sexual, discapacidad, edad, entre otros).

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Objetivo de promover la inclusión y asegurar que los eventos organizados en el destino o atraídos por el Convention Bureau sean accesibles y representativos de la comunidad en su totalidad.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Número de organizaciones y grupos de con los que se ha establecido una colaboración formal
- Frecuencia de reuniones y actividades conjuntas

MEJORAS ESPERADAS

- Mejorar la percepción del CB como una entidad comprometida
- Eventos más accesibles y acogedores
- Fortalecer el tejido social

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Identificar y registrar a colectivos que nos puedan ayudar en la concienciación sobre la importancia de la diversidad en reuniones y eventos.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Desarrollar un directorio que incluya organizaciones enfocadas en diversidad racial, de género, LGBTQ+, personas con discapacidades, y otros grupos minoritarios. Publicar este directorio en el sitio web del CB y en materiales promocionales para facilitar el acceso a los organizadores de eventos.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Se promocionan de manera puntual en las RRSS éxitos, entrevistas... relacionadas con la diversidad en los eventos.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar campañas recurrentes de sensibilización sobre diversidad entre los socios del CB o los proveedores MICE locales.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Identificar, a través de consultas y talleres con las organizaciones, proyectos específicos que puedan beneficiar a las comunidades locales y mejorar la inclusión en los eventos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Programar eventos periódicos/mesas redondas donde representantes de organizaciones y grupos de diversidad puedan interactuar con organizadores de eventos para discutir oportunidades de colaboración y compartir sus necesidades y servicios.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Implementar talleres que eduquen a los organizadores de eventos, proveedores, y personal del CB sobre la importancia de la inclusión y cómo implementar prácticas que fomenten la diversidad.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar campañas periódicas en medios sociales y plataformas de comunicación del CB que destaque historias de éxito, entrevistas, y eventos relacionados con la diversidad.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Crear un sello o programa de certificación que reconozca y premie a los eventos que cumplan con criterios específicos de inclusión y diversidad.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

10 FOMENTO DE LA INCLUSIÓN LABORAL



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El Convention bureau promoverá de manera activa un entorno laboral inclusivo y equitativo. Esta línea de trabajo se enfoca en implementar políticas, programas y prácticas que aseguren igualdad de oportunidades para todos los empleados y colaboradores.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Establecer políticas claras y transparentes que promuevan la igualdad de oportunidades.
- Liderar el camino hacia prácticas inclusivas en la industria de eventos.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Contabilización de las iniciativas y eventos que promuevan la diversidad y la inclusión
- Participación en programas de Capacitación

MEJORAS ESPERADAS

- Mejora en las oportunidades de desarrollo profesional
- Aumento significativo en la diversidad de talento

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Lanzar campañas de concienciación para destacar la importancia y beneficios de la inclusión laboral en eventos.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Priorizar y apoyar la contratación de proveedores que sean empresas de propiedad diversa, incluyendo minorías, mujeres, y personas con discapacidades.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Fomentar la inclusión y diversidad en toda la cadena de valor, asegurando que todos los proveedores y socios adopten prácticas inclusivas.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Establecer una red de empresas y organizaciones comprometidas con la inclusión laboral para compartir mejores prácticas y oportunidades.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Crear y promover políticas claras de inclusión y diversidad que todas las empresas asociadas y proveedores deben cumplir.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar indicadores y métricas para medir el nivel de inclusión en los eventos, permitiendo un seguimiento y evaluación continua.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Crear una bolsa de trabajo específica para personas con discapacidades o de grupos subrepresentados, facilitando su contratación por parte de empresas organizadoras de eventos.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Implementar programas de mentoría para empleados de grupos subrepresentados, ayudándoles a desarrollar habilidades y avanzar en sus carreras.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Organizar hackathons y competencias que se centren en desarrollar soluciones innovadoras para la inclusión laboral en eventos.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

11

COMUNICACIÓN INCLUSIVA



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

En esta línea de trabajo el Convention Bureau se deberá enfocarse en asegurar que todas las comunicaciones tanto internas como externas sean accesibles, respetuosas y reflejen la diversidad de la comunidad y los públicos a los que sirve.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Promover la Sensibilización y Educación sobre Inclusión.
- Asegurar que la comunicación interna y externa refleje la diversidad del público objetivo y promueva un ambiente inclusivo que valore y respete la diversidad.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Evaluación periódica del contenido de comunicación
- Encuestas sobre el impacto de las comunicaciones inclusivas

MEJORAS ESPERADAS

- Incremento en el compromiso y la participación en iniciativas relacionadas con la inclusión y la diversidad
- Imagen pública más positiva y una mayor atracción de clientes

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Utilizar lenguaje inclusivo en todas las comunicaciones, materiales de marketing y anuncios de eventos.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Asegurar que todas las publicaciones en redes sociales sean accesibles, utilizando descripciones de imágenes, subtítulos en videos y lenguaje inclusivo.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Crear y distribuir guías de estilo que incluyan el uso de lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los materiales de comunicación.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar y aplicar políticas claras sobre comunicación inclusiva en todos los eventos, asegurando que todos los organizadores y proveedores cumplan con estos estándares.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Producir todos los materiales de comunicación en formatos accesibles, incluyendo versiones en braille, audio, y texto de fácil lectura.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Ofrecer servicios de intérpretes de lenguaje de señas y otros servicios de apoyo durante los eventos para asegurar que todos los participantes puedan comunicarse eficazmente.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Involucrar a personas con discapacidades en el desarrollo de materiales de comunicación.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Asegurar que los sitios web y las plataformas en línea utilizadas para los eventos cumplan con los estándares de accesibilidad (como las WCAG - Web Content Accessibility Guidelines).	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar campañas de marketing que promuevan la inclusión y la diversidad, destacando los esfuerzos del Convention Bureau y los beneficios de la inclusión laboral.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Realizar auditorías regulares de las prácticas de comunicación para asegurar que se mantengan los estándares de accesibilidad e inclusión.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

12

FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB debe fomentar que todos los eventos sean accesibles para todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales, cognitivas o de cualquier otra índole. Eliminar barreras y proporcionar adaptaciones adecuadas para garantizar la plena participación e inclusión.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Promover la Participación Equitativa.
- Garantizar la Inclusión de Todas las Personas.
- Proporcionar una experiencia positiva y accesible para todos los asistentes.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Mejoras de accesibilidad realizadas
- Número de lugares de eventos que han pasado una evaluación de accesibilidad

MEJORAS ESPERADAS

- Incremento en la participación de personas con diversidad funcional.
- Asegurar el cumplimiento de las normativas y regulaciones

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Crear un listado de proveedores locales de servicios de interpretación en lengua de signos, descripciones auditivas y materiales accesibles para personas con diversas capacidades y compartirlo de manera sistemática con los organizadores de los eventos fomentando su uso.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Crear y publicar una política de accesibilidad clara en la página web del CB y en todos los materiales relacionados con los eventos.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar y distribuir guías detalladas sobre cómo planificar y ejecutar eventos accesibles, que incluyan recomendaciones sobre el diseño físico, la tecnología asistida y las prácticas de comunicación inclusiva.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Crear y proporcionar recursos en línea para facilitar la implementación de prácticas de accesibilidad por parte de los organizadores de eventos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Celebrar mesas redondas periódicamente con organizaciones que trabajan para promover la accesibilidad, como asociaciones de personas con discapacidades para obtener asesoramiento y revisar y sugerir mejoras para la accesibilidad en los eventos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Establecer un sistema para recoger el feedback de los participantes sobre la accesibilidad de los eventos, utilizando encuestas y grupos focales.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Implementar un programa de capacitación obligatorio para todo el personal del CB sobre eventos accesibles.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Implementar un programa de capacitación para los organizadores sobre cómo crear y manejar eventos accesibles.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Realizar auditorías de accesibilidad en todos los venues antes de su uso para eventos, asegurándose de que cumplen con las normativas locales e internacionales sobre accesibilidad y publicar los resultados de las auditorías en la web del CB y otros materiales de marketing, destacando las características de accesibilidad de cada venue.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

DESARROLLO HUMANO

13

PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El Convention Bureau deberá desarrollar iniciativas estratégicas diseñadas para promover el crecimiento personal y profesional de sus empleados, así como para fortalecer el capital humano dentro de la organización y en la industria de eventos en general, promoviendo aprendizaje continuo que fomente el desarrollo integral.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Promover prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social entre los organizadores de eventos, mediante la capacitación en prácticas sostenibles y éticas.
- Mejorar las habilidades técnicas y la gestión de eventos.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Tasa de Participación y Asistencia a los programas
- Porcentaje de organizadores de eventos que adoptan las mejores prácticas aprendidas

MEJORAS ESPERADAS

- Desarrollo Integral tanto de los empleados como de todo el ecosistema del destino
- Fomento de un Ambiente de Aprendizaje Continuo

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Implementar campañas de concienciación sobre la importancia de la sostenibilidad.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Establecer colaboraciones con instituciones educativas locales para desarrollar programas de formación específicos para la industria MICE.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Implementar programas de formación para organizadores de eventos y personal de proveedores sobre la importancia de la inclusión y cómo implementarla.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Generar conocimiento e inteligencia de mercado en un repositorio sobre tendencias y nuevas herramientas relacionadas con la sostenibilidad en reuniones y eventos que puedan servir a los organizadores.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Diseñar plan de formación integral para mejorar las capacidades de toda la cadena de valor local en temas relacionados con la sostenibilidad. Con consejos y herramientas prácticas para reducir el impacto medioambiental del evento y generar impacto social positivo y legado.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar talleres de trabajo específicos sobre sostenibilidad y circularidad adaptados a diferentes sectores de actividad (sedes, alojamiento, restauración, transporte, etc.).	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Poner en marcha proyecto de microconsultoría para apoyar a las PYMES y ayudarles a definir un plan de sostenibilidad o circularidad adaptado a sus características particulares.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar talleres prácticos a pequeñas y medianas empresas enfocados en cómo diseñar productos y experiencias adaptadas al segmento MICE que sean auténticas, innovadoras y sostenibles. Design thinking.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Proporcionar capacitación sobre certificaciones ambientales relevantes, como la certificación ISO 20121 para eventos sostenibles.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Diseñar programa que impulse la innovación y la creatividad dentro de toda la cadena de valor.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

DESARROLLO HUMANO

14

PROMOCIÓN DEL EMPLEO LOCAL



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

La línea de trabajo enfocada en el fomento y promoción del empleo local dentro de un Convention Bureau se centra en crear oportunidades de empleo significativas y sostenibles para la comunidad local para el sector de eventos.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Promover la contratación y formación de talento local dentro del sector de eventos a través de programas específicos.
- Asegurar que la fuerza laboral local tenga acceso a oportunidades de desarrollo profesional en el sector.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Tasa de Empleo Local en la Industria de Eventos.
- Evaluación del impacto económico generado por la contratación local y la inversión en la comunidad

MEJORAS ESPERADAS

- Mejora en las oportunidades de empleo para residentes locales
- Fortalecimiento del tejido económico local

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Mantenerse actualizado sobre las tendencias de empleo en la industria MICE y ajustar las estrategias de promoción del empleo local en consecuencia.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Realizar estudios de mercado y encuestas para identificar las necesidades de empleo en la industria MICE y desarrollar estrategias para satisfacer esas demandas.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Publicar y promover historias de éxito de profesionales locales en la industria MICE, destacando sus trayectorias y logros para inspirar a otros.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Crear y mantener un portal de empleo en línea específico para la industria MICE, donde las empresas locales puedan publicar vacantes y los solicitantes de empleo puedan buscar oportunidades.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Fomentar que las oportunidades de empleo y participación en la industria MICE sean accesibles para todos los segmentos de la población local, incluyendo grupos subrepresentados.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Definir un plan de apoyo a emprendedores locales.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Impulsar proyectos que permitan mejorar la calidad del empleo en el sector MICE	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Facilitar programas de intercambio profesional con otras ciudades o países para que los trabajadores locales relacionados con la industria puedan adquirir nuevas habilidades y experiencias.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Trabajar con gobiernos locales para desarrollar incentivos y subvenciones que apoyen el crecimiento de nuevas empresas en el sector de eventos.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

DESARROLLO HUMANO

15

DESARROLLO Y TALENTO



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB debe apoyar programas destinados a fortalecer las habilidades y capacidades de los empleados, así como a atraer y retener talento dentro de la organización. Esta línea no solo busca mejorar el desarrollo profesional de los individuos, sino también impulsar el crecimiento organizacional y la innovación en el sector de eventos.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Asegurar que los empleados adquieran y mejoren las habilidades necesarias.
- Facilitar oportunidades significativas de desarrollo profesional.
- Implementar estrategias efectivas para la atracción del talento.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Porcentaje de participantes en programas de desarrollo
- Evaluación del impacto de los programas de desarrollo y talento

MEJORAS ESPERADAS

- Promover la innovación
- Aumentar las oportunidades de empleo
- Ofrecer oportunidades de crecimiento profesional

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Desarrollar una campaña de sensibilización para poner en valor el trabajo de los profesionales en el turismo MICE.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Fomentar la creación de grupos de estudio y discusión sobre temas relevantes para la industria de eventos, promoviendo el aprendizaje colaborativo.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar talleres de trabajo a los socios del CB sobre estrategias de captación y retención de talento.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar eventos de networking para que los socios del CB o los proveedores MICE locales tengan un lugar de encuentro que les permita conocerse mejor y desarrollar colaboraciones.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar desde el CB charlas en escuelas de turismo para dar a conocer el turismo MICE y las interesantes oportunidades laborales que puede ofrecer. En colaboración con empresas MICE locales de diferentes sectores.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Ofrecer talleres sobre emprendimiento y gestión de negocios para aquellos interesados en iniciar sus propios proyectos en la industria de eventos.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Definir un plan para atraer talento al sector.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Colaborar con instituciones educativas locales o regionales para incorporar 1 o 2 becarios con formación en turismo, marketing o eventos, que apoyen en la actividad de promoción del destino MICE y reciban formación práctica sobre la industria.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar y ofrecer cursos de e-learning sobre diversos temas relacionados con la gestión de eventos, accesibles desde cualquier lugar.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Implementar programas de premios y reconocimientos para celebrar los logros y contribuciones significativas de los empleados y colaboradores en el ámbito de eventos.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

DESARROLLO HUMANO

16

TRANSFORMACIÓN DIGITAL



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

La línea de trabajo de Transformación Digital en un Convention Bureau se centra en adoptar tecnologías digitales avanzadas para mejorar la eficiencia operativa, optimizar la experiencia del cliente y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado de eventos.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Implementar sistemas para optimizar la planificación y seguimiento de eventos.
- Utilizar herramientas digitales para personalizar la experiencia.
- Mantenerse actualizado con las últimas tendencias.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Porcentaje de servicios ofrecidos a través de plataformas digitales
- Evaluación de la penetración de NNTT entre los empleados y clientes

MEJORAS ESPERADAS

- Capacidad para adaptarse rápidamente a cambios en el mercado y aprovechar nuevas oportunidades tecnológicas para mejorar la oferta de servicios

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Establecer un método de trabajo para mantenerse actualizado sobre las últimas tendencias y tecnologías emergentes en la industria de eventos digitales.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Recibir formación todos los trabajadores del CB o relacionados con el mismo sobre la transformación digital y su importancia en el desarrollo de los eventos.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Implementar programas de alfabetización digital para capacitar a todos los involucrados en la industria de eventos en el uso básico y avanzado de tecnologías digitales.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Promover el uso de plataformas digitales para la gestión de eventos que faciliten la planificación, ejecución y evaluación, mejorando la eficiencia y la experiencia del usuario.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Promover el uso de tecnologías inmersivas, como la realidad virtual y aumentada, para crear experiencias más atractivas y participativas en los eventos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Organizar webinars y conferencias virtuales sobre temas de transformación digital y su impacto en la industria de eventos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Organizar talleres sobre habilidades digitales básicas y avanzadas, como el uso de herramientas de gestión de eventos, marketing digital, y análisis de datos.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar y promover políticas de seguridad digital que aseguren la integridad de las plataformas y datos utilizados en los eventos.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Ofrecer formación específica sobre análisis de datos y su aplicación en la toma de decisiones para mejorar la planificación y el impacto de los eventos.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Crear hubs digitales y laboratorios de innovación donde los profesionales puedan experimentar con nuevas tecnologías y métodos para mejorar los eventos.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

GOBERNANZA

17

DISEÑAR ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB tiene que conocer el estado de la sostenibilidad en el ecosistema MICE local, como punto de partida para definir los objetivos estratégicos y la hoja de ruta para cumplirlos. Este proceso tiene que ser participativo, integrando a diferentes stakeholders para lograr su apoyo en el proceso de transformación.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Diseñar estrategia a largo plazo para lograr una actividad MICE más sostenible.
- Aglutinar y coordinar a toda la oferta MICE en la estrategia de sostenibilidad.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Compromisos adquiridos para mejorar la sostenibilidad
- Mejora en la satisfacción de organizadores y asistentes

MEJORAS ESPERADAS

- Fortalecimiento del liderazgo del CB
- Mejora de la competitividad de toda la cadena de valor
- Reducción en la huella de carbono generada por la actividad MICE

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Definir objetivos de sostenibilidad para la industria de reuniones en el destino.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Definir presupuesto disponible y designar a una persona encargada de supervisar el desarrollo del plan de sostenibilidad.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Realizar estudio para analizar la situación de la sostenibilidad en toda la cadena de valor.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Involucrar a los diferentes stakeholders y a toda la cadena de valor en la definición del desarrollo sostenible del turismo MICE en el territorio.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Definir una serie de compromisos u objetivos que se aspiran a alcanzar.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Incorporar criterios de sostenibilidad acordes a los objetivos definidos en la contratación de proveedores.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Diseñar una batería de acciones concretas para mejorar la sostenibilidad, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Reducir la huella de carbono por la actividad generada por el Convention Bureau e impulsar a toda la cadena de valor turística a hacer lo mismo.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Crear un catálogo de casos de éxito y buenas prácticas de sostenibilidad y legado de reuniones que se han desarrollado en el destino.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

GOBERNANZA

18 MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB debe identificar herramientas tecnológicas que permitan medir el impacto del sector MICE en el territorio y analizar el desempeño en sostenibilidad de diferentes sectores de actividad, teniendo que definir una serie de indicadores de seguimiento que confirmen si se están cumpliendo los objetivos establecidos.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Conocer mejor el impacto de la actividad MICE en el territorio.
- Evaluar la consecución de objetivos planteados.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Desarrollo de herramientas de análisis
- Definición y cumplimientos de KPIs

MEJORAS ESPERADAS

- Mejores decisiones estratégicas en base a datos generados por el sistema
- Mejora en la creación de productos y experiencias por parte de operadores locales

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Evaluar diferentes herramientas tecnológicas y procesos de captación de datos que permitan analizar el grado de sostenibilidad en el ecosistema MICE local y su evolución en el tiempo.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Definir una serie de indicadores de seguimiento (KPIs) que permitan analizar si se cumplen los objetivos de sostenibilidad definidos en el destino.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Hacer una auditoría energética del segmento MICE del destino para poder analizar el punto de partida y poder definir objetivos realistas.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar campañas de participación ciudadana para conocer la opinión de la población local sobre el impacto que les genera el desarrollo de reuniones y eventos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar mesas de trabajo sectoriales para coordinar con las empresas locales la obtención de datos relacionados con su grado de sostenibilidad, que permita elaborar un estudio global sobre la situación del destino.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Implementar la herramienta de medición elegida para monitorizar el desempeño en sostenibilidad.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar campañas de escucha activa (Social Listening) para analizar la imagen del destino MICE en el ecosistema digital.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Monitorizar las emisiones de GEI (alcance 1, 2 y 3) del Convention Bureau de forma continuada, analizando evolución y haciendo cambios en el funcionamiento y la operativa para reducir la huella de carbono.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP
Elaborar memoria de sostenibilidad anual que recoja todas las acciones desarrolladas y el cumplimiento de objetivos.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

GOBERNANZA

19

MARCO PARA INCREMENTAR EL LEGADO



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB tiene que asegurarse que las reuniones y eventos que se desarrollen en el destino generen un legado duradero en la comunidad local. Para ello, el CB tiene que identificar instituciones, iniciativas y proyectos que puedan ofrecer experiencias solidarias que los organizadores de reuniones puedan apoyar.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Incrementar la colaboración con entidades, instituciones y proyectos que puedan ofrecer experiencias de legado a los organizadores de reuniones.
- Incrementar el valor que aportan las reuniones al destino.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Número de iniciativas y proyectos que se han beneficiado con el apoyo de reuniones y eventos
- Red de contactos desarrollados

MEJORAS ESPERADAS

- Incremento en el legado que dejan las reuniones y eventos
- Mejora de la calidad de vida en el destino
- Regeneración de recursos naturales

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Identificar instituciones, colectivos, organismos, asociaciones sin ánimo de lucro y empresas que puedan ayudar a definir acciones concretas para incrementar el legado dejado en la ciudad por las reuniones y eventos.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Integrar el legado como factor importante a la hora de captar y apoyar la celebración de reuniones y eventos. Apoyo extra a eventos que aporten más valor y dejen mayor legado.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Crear laboratorio de legado con esas instituciones seleccionadas que permita trabajar de forma conjunta y continuada en el tiempo, para identificar proyectos e iniciativas que puedan ser la herramienta para que las reuniones y eventos dejen un mayor legado en el territorio.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Elaborar catálogo de experiencias y acciones de responsabilidad social corporativa que permitan aumentar el legado generado por las reuniones y los eventos.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Impulsar con otros departamentos de la ciudad iniciativas de apoyo (como exenciones fiscales) a aquellas reuniones y eventos que dejen un importante legado en la ciudad.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

GOBERNANZA

20

TRANSPARENCIA



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB debe diseñar una estrategia de comunicación que permita transmitir de forma clara y transparente las acciones que se van a poner en marcha para lograr un sector MICE más sostenible y que vaya comunicando la consecución de los objetivos a toda la cadena de valor.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Aportar datos que puedan ser útiles a las empresas locales.
- Alinear al sector privado con la estrategia del CB.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Incremento en la producción de contenidos sobre sostenibilidad
- Interés despertado por los datos compartidos

MEJORAS ESPERADAS

- Mejora en la relación con la cadena de valor MICE local
- Creación de nuevos productos y experiencias MICE
- Mejora en el posicionamiento de marca

RECOMENDACIONES

MADUREZ

IMPACTO

Generar noticias y artículos divulgativos sobre la sostenibilidad en el blog o newsletter del Convention Bureau.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Divulgar de forma regular datos y resultados relativos a la estrategia de sostenibilidad del CB y los avances en la consecución de los objetivos planteados.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Implementar sistemas de retroalimentación interna para fomentar una mayor interacción y colaboración entre empleados y asociados.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Crear una plataforma tecnológica de Open Data con acceso para los socios del CB o las empresas MICE locales, con datos agregados sobre la madurez de la sostenibilidad en su sector de actividad y herramientas prácticas para mejorarla.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Crear un portal de transparencia con datos sobre la evolución de la sostenibilidad en el CB y en el sector local.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

PROMOCIÓN Y MARKETING

21

DESARROLLO DE IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB debe definir una estrategia de comunicación y marketing que permita asociar valores, atributos y experiencias relacionadas con la sostenibilidad a su marca, que ayude a mejorar su posicionamiento tanto nacional como internacional, como destino MICE sostenible.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Asociar valores relacionados con la sostenibilidad a la marca.
- Involucrarse en proyectos e iniciativas de sostenibilidad que ayuden a cumplir los objetivos.
- Apoyar activamente la captación de reuniones y eventos que permitan mejorar la imagen de sostenibilidad.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Participación activa en proyectos de sostenibilidad
- Adhesión a criterios internacionales de sostenibilidad

MEJORAS ESPERADAS

- Mejora en el posicionamiento del destino en rankings de destinos más sostenibles
- Incremento en el número de reuniones y eventos celebrados en el destino con criterios sostenibles

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Participar en foros, encuentros, eventos e iniciativas relacionados con la sostenibilidad.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Poner en marcha un plan de digitalización de materiales promocionales y documentación interna.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Incorporar contenidos sobre el plan de sostenibilidad en todas las acciones promocionales desarrolladas por el CB.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Definir estrategia de apoyo a la captación de reuniones y eventos relacionados con la sostenibilidad o el cambio climático.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Adherirse a los criterios de sostenibilidad definidos por asociaciones internacionales. Elegir entre los diferentes criterios y trabajar para mejorar.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Planificar una convocatoria anual con una línea de apoyo para la captación de reuniones y eventos relacionados con la sostenibilidad, que refuercen la marca.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar la propuesta de valor del CB en base a la sostenibilidad, reforzando la imagen de marca del destino MICE sostenible.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Incorporarse al Global Destination Sustainability Movement.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

PROMOCIÓN Y MARKETING

22

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El CB tiene que definir una estrategia de comunicación y diseñar un relato inspirador, usando storytelling, que permita transmitir el compromiso del destino por un sector MICE más sostenible y que aglutine y de coherencia a todas las acciones y experiencias que se van a poner en marcha para lograrlo.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Transmitir nuestra propuesta de valor en torno a la sostenibilidad.
- Alinear a todo el sector local con los objetivos del CB.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Aumento en la publicación de contenidos sobre sostenibilidad
- Elaboración de materiales audiovisuales para sensibilizar

MEJORAS ESPERADAS

- Empresas locales mucho más informadas y comprometidas con la sostenibilidad
- Incremento en el número de visitas a la web y en perfiles de redes sociales

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Programar calendario de publicaciones en sitio web, blog, newsletter y redes sociales sobre sostenibilidad en el sector MICE.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Crear una campaña de comunicación / sensibilización a toda la cadena de valor MICE local, para darle a conocer el compromiso adquirido con la sostenibilidad y legado en el sector MICE.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar sesiones informativas sectoriales a los socios del Convention Bureau /empresas locales, sobre la estrategia de sostenibilidad.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar campañas de comunicación sobre el Plan de Sostenibilidad a asociaciones y sociedades médicas científicas, académicas y empresarias, así como a hospitales, universidades y centros de investigación y desarrollo.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar/alimentar un microsite sobre sostenibilidad (en sus tres ámbitos) en el sitio web del CB.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar campaña de comunicación a organizadores de reuniones para dar a conocer la estrategia en torno a la sostenibilidad y el legado.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Programar una rueda de prensa o evento anual, para dar a conocer los esfuerzos en sostenibilidad que se llevan a cabo desde el Convention Bureau.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Diseñar una campaña de comunicación y publicidad global, centrada en la sostenibilidad, en el marco del Global Meetings Industry Day (GMID).	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

PROMOCIÓN Y MARKETING

23

DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

Es importante que el CB tenga definida una estrategia para compartir datos relacionados con la sostenibilidad que permita mejorar el posicionamiento de marca y ofrecer datos relevantes para que los operadores locales puedan diseñar productos y experiencias MICE que sean auténticas, innovadoras y sostenibles.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Aportar conocimiento a empresas locales.
- Concienciar sobre la importancia de la sostenibilidad.
- Informar sobre el impacto generado por la actividad MICE.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Publicación de datos relacionados con la sostenibilidad
- Desarrollo de productos y experiencias MICE, en base a datos generados

MEJORAS ESPERADAS

- Mejora de la sostenibilidad en toda la cadena de valor MICE
- Mejorar el posicionamiento de marca

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Elaborar estrategia editorial sobre la comunicación de la sostenibilidad, definiendo qué datos van a estar disponibles, a qué interlocutores vamos a dar acceso a dichos datos y en qué formato y canales se van a poder visualizar.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Producir elementos gráficos y audiovisuales que permitan transmitir al sector el compromiso con la sostenibilidad y el cumplimiento de objetivos.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Desarrollar programa de sensibilización a toda la cadena de valor, con la creación de talleres y mesas de trabajo, que permitan alinear al sector local en torno a la sostenibilidad y ofrecerles soluciones y herramientas adaptadas a diferentes sectores de actividad.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar un evento anual para poner en valor el trabajo realizado para mejorar la sostenibilidad del ecosistema MICE.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Diseñar unos premios que permitan reconocer a aquellas reuniones y eventos que se han desarrollado de una forma sostenible y que han dejado un mayor legado.	EXCELENCIA	MED ECO SOC IMP

PROMOCIÓN Y MARKETING

24 CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE ACTUACIÓN:

El compromiso con la sostenibilidad necesita de colaboradores y partners estratégicos que permitan al CB alcanzar los objetivos definidos. Debe reforzar su liderazgo en el ecosistema MICE y desarrollar acuerdos con prescriptores de reuniones que pueden atraer eventos sostenibles y que generen gran legado.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE

- Mejorar la coordinación con otros departamentos o áreas del gobierno local.
- Incrementar el legado dejado por reuniones y eventos en el territorio.
- Desarrollar acuerdos de colaboración que nos permitan avanzar en nuestros objetivos de sostenibilidad.

INDICADORES DE MEDICIÓN

- Mejora en la coordinación de grandes reuniones
- Acuerdos de colaboración desarrollados con prescriptores

MEJORAS ESPERADAS

- Incremento en el legado que aportan las reuniones que se celebran en el destino
- Creación de una red de partners y colaboradores estratégicos para el CB

RECOMENDACIONES	MADUREZ	IMPACTO
Crear grupo de trabajo con otros departamentos del ayuntamiento o del gobierno local (como movilidad, limpieza o seguridad) para analizar los posibles impactos generados por grandes eventos y tomar medidas para intentar reducir los más negativos.	INICIAL	MED ECO SOC IMP
Crear marco de colaboración y coordinación con asociaciones y sociedades médicas, científicas, educativas y empresariales, para identificar formas de incrementar el legado de las reuniones.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Buscar partners y colaboradores que nos puedan ayudar en nuestra misión para mejorar la sostenibilidad en toda la cadena de valor.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Crear marco de colaboración con grandes organizadores profesionales de congresos (OPCs) para identificar congresos que sean reconocidos por el importante legado que dejan en los destinos donde se desarrollan.	DESARROLLO	MED ECO SOC IMP
Identificar asociaciones y sociedades médicas, científicas, académicas y empresariales comprometidas con la generación de legado en los destinos donde desarrollan sus reuniones y eventos.	ESTÁNDAR	MED ECO SOC IMP
Desarrollar acuerdos de colaboración con otros destinos MICE que sean complementarios, para desarrollar presentaciones conjuntas a potenciales clientes que permitan ofrecer mayor valor añadido a los organizadores de reuniones.	ÓPTIMO	MED ECO SOC IMP
Establecer programas de intercambio con otros Convention Bureau o destinos internacionales, que fomenten el intercambio de conocimientos, experiencias y mejores prácticas en materia de sostenibilidad en la industria MICE.	EXCELENTE	MED ECO SOC IMP

Plan de trabajo

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO REALIZADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO EN LOS DESTINOS.

6. PLAN DE TRABAJO PARA LA IMPLANTACIÓN DEL MODELO

6.1 Desarrollo del trabajo en los destinos piloto

Tras la elaboración de la estrategia, los pilares que la componen, las 24 experiencias desarrolladas como líneas de trabajo, así como el modelo de implementación (autodiagnóstico), se ha desarrollado una **etapa crucial en el plan: La implementación del modelo de sostenibilidad y legado MICE en las ciudades piloto.**

Este modelo no solo actúa como una guía estratégica para la transformación sostenible de la industria, sino que también ofrece un marco práctico que puede ser adaptado y escalado a diferentes contextos. Su validación en un entorno real permitirá garantizar que las soluciones propuestas sean efectivas, escalables y alineadas con las necesidades locales y del mercado.

El trabajo con las ciudades piloto tiene como **objetivos principales:**

- **Validar la eficacia del modelo:** Probar su aplicabilidad en contextos diversos para identificar fortalezas, debilidades y posibles mejoras.
- **Establecer un ciclo de mejora continua:** Utilizar los resultados del piloto para ajustar y optimizar el modelo, asegurando que sea robusto y adaptable.
- **Garantizar la escalabilidad:** Asegurar que las acciones y estrategias desarrolladas puedan ser implementadas en otras ciudades pertenecientes al Spain Convention Bureau (SCB).

Importancia de la fase piloto

La implementación del modelo en las ciudades piloto representa el **punto de conexión entre la teoría y la práctica.** Es una oportunidad para comprobar que el diseño estratégico puede convertirse en un instrumento transformador y tangible. En esta etapa, el modelo será evaluado en términos de:

Relevancia local:

- Cómo se adapta a las realidades específicas de cada ciudad, considerando su nivel actual de desarrollo en sostenibilidad y legado.
- Identificación de las necesidades concretas de los actores locales y del ecosistema MICE.

Eficiencia operativa:

- Viabilidad de las acciones propuestas dentro del modelo.
- Capacidad de las ciudades para implementar las estrategias con los recursos disponibles.

Impacto potencial:

- Qué tan efectivamente se generan cambios positivos en las áreas ambientales, sociales y económicas.
- Cómo el modelo contribuye al fortalecimiento de las capacidades locales y a la cohesión del ecosistema MICE.

Esta fase no solo permitirá evaluar la validez del modelo, sino también reunir aprendizajes clave que servirán para refinarlo y optimizar su implementación futura. Al trabajar estrechamente con las ciudades piloto, se buscará involucrar a los actores locales en un proceso colaborativo que no solo garantice la sostenibilidad de los eventos, sino que también promueva un impacto positivo que trascienda en el tiempo.

El enfoque proactivo y práctico de esta etapa garantizará que las acciones del modelo no sean únicamente teóricas, sino aplicables y transformadoras, consolidando a los destinos MICE de España como líderes en sostenibilidad e innovación a nivel global.

Trabajo con las ciudades piloto

Antes de las Sesiones:

El trabajo inicial con las ciudades piloto es fundamental para garantizar el éxito del modelo. En esta fase se han realizado los siguientes pasos:

1. Selección de las ciudades piloto:

Se identificaron ciudades representativas, seleccionadas en consenso con el SCB y la FEMP, que permiten probar el modelo en diferentes realidades locales, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Recursos disponibles.
- Evolución y madurez en materia de sostenibilidad y legado (recogido en una fase previa a través de encuesta).
- Tamaño del destino.
- Disposición a la colaboración.
- 1 destino/ciudad insular.

Teniendo en cuenta estos criterios fueron seleccionados 7 destinos piloto en los que se estableció una metodología clara de trabajo, estos son:

- Bilbao.
- Santander.
- Girona.
- Segovia.
- Las Palmas de Gran Canaria.
- Málaga.
- Avilés.

Para llevar a cabo el trabajo con los 7 destinos se realizaron diferentes actuaciones, las cuales se procede a listar y explicar a continuación.

FASE 1 del trabajo de campo: Comprensión de la situación actual del destino y conocimiento del plan.

Durante esta fase se mantuvieron **dos sesiones** con cada destino:

1. Reunión online con cada uno de los destinos piloto:

- Se organizó una sesión inicial para presentar los objetivos del proyecto a las ciudades participantes.
- Se explicó el proceso de trabajo y se entregaron instrucciones para preparar la documentación necesaria para un autodiagnóstico inicial.
- En esta reunión también se realizó una entrevista estructurada para comprender la situación actual de la ciudad en áreas como sostenibilidad, impacto en eventos y accesibilidad, tratando temas como:
 - Gestión de residuos.
 - Eficiencia energética y transporte sostenible.
 - Estrategia de sostenibilidad e imagen de marca.
 - Comunicación, medición y promoción.
 - Formación en sostenibilidad y legado.
 - Apoyo a la actividad local.
 - Accesibilidad, inclusión y diversidad en los eventos.

Esta primera reunión permitió a los destinos comprender los diferentes pasos del proyecto, así como el trabajo que se va a realizar de manera conjunta.

2. Primera Sesión Presencial en un Destino Piloto: Metodología General

La primera sesión presencial en los destinos piloto del proyecto de sostenibilidad y legado MICE se estructuró como un **espacio de trabajo colaborativo, diseñado para evaluar el estado inicial del destino, introducir herramientas estratégicas clave y sentar las bases de un plan de acción adaptado**. A continuación, se detalla la metodología empleada:

Inicio de la Sesión: Introducción y Bienvenida

La sesión comenzó con la presentación de los participantes y un agradecimiento al destino por su compromiso como piloto del proyecto. Durante esta introducción, se destacó la relevancia del trabajo conjunto para transformar la industria MICE hacia un modelo más sostenible y con impacto positivo. El equipo técnico encargado de la sesión explicó su rol en el proceso y cómo se abordaría la jornada.

Posteriormente, se ofreció una visión general del proyecto, subrayando su objetivo de promover prácticas sostenibles e innovadoras en los eventos y reuniones que se desarrollen en los destinos piloto. Esta introducción sirvió para alinear expectativas y motivar la participación activa de los asistentes.

Contexto y Análisis de la Situación Actual

En el siguiente bloque, se proporcionó una descripción del contexto actual de la industria MICE, abordando sus principales retos y oportunidades. Se identificaron las tendencias globales hacia la sostenibilidad y el legado, y se hizo especial énfasis en el papel estratégico que desempeñan los Convention Bureau como agentes de cambio en sus territorios.

Esta visión global permitió a los asistentes entender cómo sus esfuerzos individuales se conectan con una estrategia más amplia, destinada a posicionar a los destinos españoles como líderes en sostenibilidad en el ámbito internacional.

Presentación de la Estrategia, Visión y Misión

Para fortalecer el entendimiento del proyecto, se presentó la estrategia general en la que se basa el modelo. Se compartieron la misión y visión del proyecto, destacando cómo las experiencias sostenibles y los relatos comunes pueden convertirse en herramientas transformadoras para los destinos. Además, se introdujeron los seis pilares fundamentales que sustentan la estrategia, cada uno vinculado a líneas de trabajo concretas orientadas a fomentar el progreso en sostenibilidad e impacto positivo.

Introducción a la Metodología del Autodiagnóstico

Una parte esencial de la sesión fue la presentación de la metodología del autodiagnóstico, basada en el modelo de madurez (Maturity Model). Se explicó que esta herramienta permite evaluar el nivel de desarrollo del destino en dimensiones clave como la sostenibilidad ambiental, económica, social y el impacto a largo plazo.

El modelo de madurez incluye cinco niveles progresivos, diseñados para trazar un camino claro desde las acciones iniciales hasta la excelencia en sostenibilidad. La herramienta no solo ayuda a identificar el estado actual, sino que también sirve como una guía práctica para definir metas de mejora.

Revisión Participativa del Autodiagnóstico

Tras explicar la metodología, se procedió a la revisión del autodiagnóstico. A través de un ejercicio participativo, los asistentes respondieron a todas las preguntas estructuradas que evalúan el desempeño del destino en las dimensiones clave.

Los resultados se visualizaron en tiempo real mediante herramientas de análisis, lo que facilitó una discusión abierta sobre las fortalezas existentes, las buenas prácticas ya implementadas y las áreas de mejora. Este proceso fomentó un intercambio de ideas entre los participantes, quienes compartieron recursos y experiencias relevantes para enriquecer el análisis.

Recomendaciones y Acciones Propuestas

Con base en los resultados del autodiagnóstico, se presentaron recomendaciones específicas para avanzar en cada una de las dimensiones evaluadas. Estas propuestas incluyeron ejemplos prácticos de acciones que podrían implementarse, ajustadas a las necesidades y capacidades del destino. Además, se discutieron posibles experiencias y proyectos piloto que podrían desarrollarse como parte del plan de acción y que serán tratados en la Fase 2 del trabajo en los destinos piloto.

Cierre y Definición de Próximos Pasos

Para finalizar la sesión, se resumieron las conclusiones alcanzadas y se definieron los próximos pasos. Se acordó que el destino revisaría las recomendaciones y seleccionaría las acciones prioritarias para trabajarlas en las siguientes fases. Además, se estableció un calendario preliminar para organizar una próxima reunión virtual y planificar la segunda visita presencial.

El cierre de la sesión subrayó la importancia del compromiso continuo de los actores locales y la colaboración entre el equipo técnico y el destino para garantizar el éxito del proyecto.

Esta metodología general aplicada durante la primera sesión presencial asegura un enfoque práctico y colaborativo, orientado a transformar los objetivos estratégicos en acciones concretas que impacten positivamente en los destinos piloto y, eventualmente, en toda la red del Spain Convention Bureau.

Al finalizar esta fase se les facilitó a todos los destinos un documento resumen de la visita, en donde se incluye:

- Principales conclusiones de la sesión.
- Resumen del autodiagnóstico para cada una de las dimensiones, así como el resultado de su autodiagnóstico y las acciones/recomendaciones.
- Recomendaciones de experiencias /líneas de trabajo a desarrollar en el destino según su autodiagnóstico.
- Propuesta de hoja de ruta a desarrollar para la segunda sesión.

FASE 2 del trabajo de campo: Definición de la hoja de ruta

Durante esta fase se mantuvieron **3 sesiones** con cada destino:

1. Reunión online con cada uno de los destinos piloto:

La segunda sesión online tiene como objetivo central preparar de manera detallada la segunda visita presencial a los destinos piloto, asegurando que las acciones seleccionadas se encuentren definidas y listas para avanzar hacia su implementación. Este espacio de trabajo colaborativo se estructura para resolver dudas, revisar las hojas de ruta preliminares y organizar los recursos y participantes necesarios para la próxima etapa.

Estructura de la Sesión

1. Introducción y Contextualización

- La reunión comienza con una breve presentación de los asistentes y un repaso de los objetivos generales del proyecto.
- Se destacan los avances logrados desde la primera visita presencial, recordando cómo estas acciones contribuyen al marco estratégico del plan de sostenibilidad y legado MICE.
- El equipo técnico introduce la agenda de la sesión y los puntos clave a tratar.

2. Revisión de las Acciones Seleccionadas

- Cada destino presenta las acciones prioritarias que han elegido para los cuatro ejes estratégicos (medioambiental, económico, social y de impacto).
- Las propuestas se revisan de manera colaborativa, evaluando su relevancia, viabilidad y alineación con los objetivos del proyecto.
- Se identifica una acción prioritaria por eje que será el foco principal durante la segunda visita presencial.

3. Resolución de Dudas y Ajustes

- Se aclaran preguntas específicas de los destinos sobre la elaboración de las hojas de ruta o las tareas pendientes.

4. Identificación de Perfiles y Recursos Clave

- En función de las acciones elegidas, se definen los perfiles clave que deben participar en la próxima visita presencial (organizaciones locales, representantes institucionales, actores del sector privado, entre otros).

5. Planificación de la Segunda Visita Presencial

- Se revisa la estructura preliminar de la próxima visita, destacando los objetivos, agenda y resultados esperados.
- Se enfatiza la importancia de llevar una acción prioritaria bien definida a la sesión presencial para trabajar de manera práctica en su desarrollo.
- Se establece un cronograma para los preparativos previos y se solicita a los destinos que envíen información complementaria si es necesario.

Tras esta sesión online se desarrolla un **documento de trabajo adhoc para cada destino a modo de prework** que contiene los siguientes puntos para llevarlos trabajados a la sesión:

- Reflexiones previas relativas a la acción elegida.
- Detalle de la sesión presencial en el destino según la acción elegida con el objetivo de elaborar una hoja de ruta clara que ayude al destino a seguir mejorando en la estrategia definida.

2. Segunda sesión presencial en los destinos piloto:

La segunda sesión presencial en los destinos piloto del proyecto de sostenibilidad y legado MICE se llevó a cabo con una metodología diseñada para fomentar la participación activa, consolidar las propuestas previas y traducirlas en un plan de acción concreto. Esta sesión permitió estructurar de manera detallada las iniciativas sostenibles y generar un marco operativo claro, asegurando la viabilidad y el impacto de las acciones definidas.

Estructura de la Sesión

1. Contextualización y Revisión del Pre-work

La sesión comenzó con una contextualización del objetivo general del proyecto y la importancia de la segunda visita. El equipo técnico recordó las propuestas de trabajo enviadas previamente y revisó el **pre-work** realizado por los participantes, el cual incluía un análisis de las iniciativas locales existentes y propuestas iniciales para la acción prioritaria. Este ejercicio permitió nivelar el conocimiento entre los asistentes y sentar una base común de información.

2. Reflexión Conjunta sobre Iniciativas Actuales y Propuestas

Esta fase de la sesión se enfocó en realizar una reflexión colectiva acerca de las iniciativas locales existentes y su potencial para integrarse en el marco del turismo MICE sostenible. Se promovió un diálogo participativo entre los asistentes para identificar oportunidades, buenas prácticas y áreas de mejora, así como para definir cómo estas iniciativas podrían contribuir en el destino y si esta alineada por un lado los objetivos del proyecto y por el otro con la propia estrategia definida en el destino.

Durante la reflexión se abordaron preguntas clave adhoc para las diferentes sesiones, tales como:

- ¿Qué iniciativas o proyectos ya existentes pueden ser relevantes y cómo se pueden vincular a los eventos MICE?
- ¿De qué manera se pueden cohesionar y comunicar estas iniciativas para que tengan mayor impacto y sean atractivas para los organizadores de eventos?
- ¿Cómo responden estas iniciativas a la estrategia del destino?
- ¿Con quién/quienes necesitamos colaborar para llevarlas a cabo?

Esta dinámica facilitó la identificación de elementos clave que cada destino debía considerar, incluyendo experiencias locales, recursos sostenibles y la colaboración con actores clave.

Asimismo, se subrayó la importancia de utilizar la sostenibilidad como un valor diferencial del destino en el mercado MICE, incrementando su atractivo y posicionamiento como referente en la organización de eventos responsables.

3. Definición del Canvas de Gestión de Proyectos

Basándose en las ideas surgidas durante la reflexión, se trabajó en la construcción de un **Canvas de gestión de proyectos**, una herramienta que facilitó la organización de los elementos clave del plan de acción. El Canvas permitió estructurar los siguientes bloques:

- **Objetivo de la acción:** Definición clara por parte de todos los participantes de la sesión sobre el objetivo de la acción.
- **Alcance:** Definir el público objetivo y los canales de difusión.
- **Resultados esperados:** Establecer los beneficios y resultados tangibles que se esperan del desarrollo de la acción.
- **Indicadores de éxito:** Desarrollar métricas claras para evaluar el impacto del proyecto.
- **Stakeholders y beneficiarios:** Identificar los actores clave involucrados y quienes se beneficiarán del proyecto.
- **Recursos y riesgos:** Determinar los recursos necesarios y los posibles riesgos asociados a la implementación.
- **Actividades y tareas:** Listar las acciones específicas que deberán ejecutarse, asignando responsables y plazos.

Este ejercicio permitió alinear a los participantes y sentar las bases para una planificación detallada del proyecto.

Se realizó a través de una dinámica colaborativa donde todos los participantes respondían a cada uno de los cuadrantes y llegando a un consenso se definía cada uno de ellos.

4. Elaboración del Project Plan

La última fase de la sesión se centró en la elaboración de un **Project Plan**, el cual tradujo las ideas del Canvas en un cronograma detallado de actividades. Durante esta etapa se definieron:

- **Tareas específicas:** Cada tarea fue descrita en detalle, incluyendo los pasos necesarios para su ejecución.

- **Responsables:** Se asignaron responsables para cada tarea, asegurando el compromiso de los actores involucrados.
- **Fechas de inicio y fin:** Se establecieron plazos claros para la ejecución de cada actividad.
- **Hitos principales:** Se identificaron los momentos clave del proyecto, que permitirán evaluar el progreso y realizar ajustes si es necesario.
- **Riesgos y factores a tener en cuenta:** Se discutieron posibles limitaciones y estrategias de mitigación.

5. Conclusiones y Próximos Pasos

La sesión concluyó con un resumen de las decisiones tomadas y un acuerdo sobre los próximos pasos a seguir. Se acordó que el equipo técnico enviaría un documento de seguimiento con el resumen de la sesión y el Project Plan preliminar.

Resultados de la Metodología

La metodología empleada en la segunda sesión presencial garantizó:

1. La consolidación de una acción prioritaria para el destino.
2. La definición de un plan de acción claro y viable, con tareas específicas y responsables asignados.
3. La integración de las iniciativas locales existentes en el marco del turismo sostenible, asegurando un enfoque coherente y alineado con las estrategias del proyecto.
4. El fortalecimiento del compromiso de los actores locales, clave para la implementación exitosa de las acciones definidas.

Esta metodología participativa y estructurada permitió que los destinos avanzaran de manera efectiva hacia la implementación de sus planes de acción, sentando las bases para una transformación sostenible en el sector MICE.

A continuación se muestra una tabla con las acciones elegidas y trabajadas en cada uno de los destinos para el desarrollo de su propio plan de acción:

CB	ACCIÓN A TRABAJAR EN EL DESTINO	PILAR AL QUE CORRESPONDE LA ACCIÓN	EXPERIENCIA MARCO DE LA ACCIÓN
BILBAO	Desarrollo de una propuesta de valor	PROMOCIÓN Y MARKETING	Desarrollo de identidad de marca sostenible.
AVILÉS	Guía sostenible para la promoción y fomento del comercio y producto local dentro del contexto del sector MICE	CONEXIÓN COMUNITARIA	Programas de apoyo local
GIRONA	Desarrollar un marco de colaboración y coordinación entre asociaciones y sociedades médicas, científicas, educativas y empresariales, con el fin de fortalecer el impacto y el legado de las reuniones y eventos que se celebren en Girona	GOBERNANZA	Marco para incrementar el legado
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	Diseño de una guía/directorio de entidades sociales	CONEXIÓN COMUNITARIA	Participación activa en la comunidad
MÁLAGA	Diseño de un catálogo de acciones ESG (Environmental Social Governance)	CONEXIÓN COMUNITARIA	Participación activa en la comunidad
SANTANDER	Desarrollo para las bases de un Plan de Comunicación	PROMOCIÓN Y MARKETING	Estrategia de comunicación
SEGOVIA	Colaborar con asociaciones, fundaciones y otros organismos locales que trabajen en áreas sociales y medioambientales, para definir actividades y experiencias solidarias que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos.	INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD	Colaboración con organizaciones y grupos de diversidad

3. Tercera sesión online de seguimiento con los destinos piloto

Finalmente, y tras enviarse los documentos resumen de todo el trabajo realizado con los destinos se agendo una tercera reunión online para proceder a la resolución de dudas y comentar siguientes pasos, tanto a nivel de ejecución de la acción como a nivel del proyecto.

Los resultados íntegros de las sesiones trabajadas en los destinos se podrán encontrar en los anexos del presente documento.

6.2 Aprendizajes y ajustes tras los pilotos

1. Modelo Escalable y Adaptable

- El diseño del modelo permite personalizar las acciones y recomendaciones a las características específicas de cada destino.
- Su flexibilidad asegura que puede ser replicado y ajustado según el nivel de madurez y las necesidades locales, lo que lo hace aplicable a toda la red del Spain Convention Bureau.

2. Eficiencia y Aceptación del Autodiagnóstico

- El modelo de autodiagnóstico, basado en niveles de madurez, ha sido una herramienta bien recibida por los destinos.
- Las únicas modificaciones realizadas se limitaron a correcciones en los literales de las preguntas para garantizar una comprensión más clara, sin alterar su estructura original.
- Los destinos han valorado positivamente esta metodología como una guía práctica para estructurar su progreso en sostenibilidad.

3. Alineación con el Trabajo Diario de los Destinos

- Los Convention Bureau han considerado que las recomendaciones y acciones derivadas del modelo están alineadas con su labor cotidiana, facilitando la integración de la sostenibilidad en su planificación estratégica.
- Las propuestas no solo responden a objetivos generales, sino que también atienden necesidades concretas detectadas en los destinos.

4. Enfoque Colaborativo

- La participación activa de los actores locales en las sesiones ha sido fundamental para generar soluciones adaptadas y fomentar la cohesión entre el ecosistema MICE de cada destino.
- Este enfoque participativo ha permitido identificar iniciativas existentes que pueden vincularse con los eventos MICE, maximizando su impacto.

5. Relevancia Local y Compromiso de los Actores

- Las ciudades piloto han demostrado un alto grado de implicación y compromiso, destacando la importancia de trabajar de manera conjunta para implementar el modelo.
- La identificación de una acción prioritaria ha facilitado un enfoque claro y práctico para avanzar.

6. Impacto Tangible

- El modelo ha demostrado su capacidad para generar cambios positivos en las áreas evaluadas, fortaleciendo las capacidades locales y potenciando el impacto de los destinos como referentes en sostenibilidad.
- Las recomendaciones y hojas de ruta han establecido bases sólidas para la continuidad del trabajo hacia la sostenibilidad y el legado MICE.

7. Conexión Teoría-Práctica

- La metodología ha sido eficaz para transformar los conceptos estratégicos en herramientas operativas concretas, asegurando que las acciones propuestas no solo sean conceptuales, sino aplicables y transformadoras.

Este conjunto de aprendizajes refuerza la validez del modelo, su escalabilidad y su capacidad para integrarse en el trabajo estratégico de los Convention Bureau, contribuyendo al posicionamiento de España como líder global en sostenibilidad en el sector MICE.

6.3 Jornada de presentación y sensibilización en los destinos piloto

INTRODUCCIÓN

La jornada tuvo como objetivo principal compartir avances, reflexionar sobre los beneficios y desafíos del proyecto y fomentar un compromiso colectivo en la implementación de estrategias sostenibles en la industria MICE.

Para ello, la sesión se estructuró en dos partes principales:

- **Presentación en formato mesa redonda:** Un espacio de diálogo con representantes institucionales y actores clave del sector para debatir sobre el impacto del proyecto y su futuro.
- **Jornada de sensibilización:** Una sesión participativa orientada a generar conciencia y proporcionar herramientas para la integración de prácticas sostenibles en el sector.

Además, se incluyó el uso de Mentimeter, una herramienta interactiva que permitió recoger impresiones en tiempo real, evaluar la percepción de los asistentes y recopilar datos clave sobre los aprendizajes y compromisos generados durante la sesión.

METODOLOGÍA APLICADA

1. Presentación en mesa redonda

- **Formato:** Debate moderado con intervenciones de actores clave.
- **Duración:** 60 minutos.
- **Objetivo:** Explorar la evolución hacia un modelo regenerativo en la industria MICE y presentar la participación del destino en el proyecto como piloto y actor clave en el mismo.

Estructura: los tiempos son aproximados, ya que se adaptaron a las intervenciones de cada uno de los destinos.

1. **Bienvenida e intervenciones institucionales** (20 minutos).
2. **Introducción y contexto** (5 minutos).
3. **Bloques de discusión:**
 - **Impacto y beneficios del proyecto en los destinos** (10 minutos).
 - **Experiencia y aprendizajes en el desarrollo del proyecto** (10 minutos).

- **Iniciativas locales basadas en el proyecto piloto** (5 minutos).
- **Futuro y sostenibilidad del modelo** (5 minutos).

4. **Conclusiones y cierre** (5 minutos).

PREGUNTAS REALIZADAS DURANTE LA MESA REDONDA:

Introducción y Contexto (5 minutos).

- ¿Qué oportunidades ha identificado y que aspectos considera claves para avanzar hacia un modelo regenerativo?

Bloque 1: Impacto y Beneficios del Proyecto en los Destinos (10 minutos).

- ¿Qué beneficios concretos piensan que puede aportar este proyecto al destino?
- ¿Cómo pensáis que va a influir en la estrategia en la industria MICE del destino a medio y largo plazo?

Bloque 2: Experiencia y Aprendizajes en el Desarrollo del Proyecto (10 minutos).

- ¿Cuáles han sido los principales aprendizajes de su participación en este proyecto?
- ¿Cómo valoran la posibilidad de replicar este modelo en el resto de Convention Bureau de la red del SCB?" y ¿qué recomendaciones les harían?

Bloque 3: Iniciativas Locales Basadas en el Proyecto Piloto (5 minutos).

- ¿Cuál es la iniciativa específica que se está desarrollado en su destino basada en este proyecto?
- ¿Qué impacto esperan que tenga esta iniciativa en el desarrollo del destino?

Bloque 4: Futuro y Sostenibilidad del Modelo (5 minutos).

- ¿Qué pasos debe dar el destino para integrar de manera permanente este modelo sostenible en su estrategia para la industria MICE?
- Importancia de la colaboración de todo el ecosistema del destino.

2. Jornada de sensibilización

- **Formato:** Presentación interactiva y reflexiva.
- **Duración:** 120 minutos.
- **Objetivo:** Reflexionar sobre el papel del sector MICE en la sostenibilidad y explorar soluciones para alinear los eventos con los ODS.

Estructura y contenido de la sesión:

1. Bienvenida e Introducción

- **Objetivo:** Explicar el propósito de la jornada y generar interés.
- **Dinámica:** Utilizar **Mentimeter** (herramienta online) para preguntar:
 - “¿Qué piensas que aporta la industria de reuniones en el destino?”
 - “¿Qué es para ti sostenibilidad?”
- Visualizar en directo las respuestas para abrir la conversación y generar contexto.

2. Contexto y Conceptos Clave

- **Temas a cubrir:**
 - La industria MICE en España.
 - Contexto.
 - Principales retos.
 - DAFO de la industria MICE sostenible.
 - Definición de sostenibilidad, legado e impacto positivo.
- **Formato:** Presentación visual

3. El camino hacia un MICE sostenible

- **Temas a cubrir:**
 - La importancia del desarrollo de un plan de sostenibilidad.
 - Momento actual en el desarrollo y futuro.
 - Principales bloques de trabajo del plan.
 - Planificación de reuniones y eventos sostenibles.
 - Uso eficiente de los recursos.
 - Transporte y alimentación.
 - Gestión de productos, materiales y residuos.
 - Apoyo al sector y la comunidad local.
- **Formato:** Presentación visual con explicación.

4. Casos de Éxito e Inspiración

- **Presentar ejemplos concretos de impacto positivo y legado:**
 - Contenido propuesto:
 - Video resumen de BBPP de los Convention Bureau nacionales e internacionales.
 - Video Centro de Exposiciones y Congresos de Costa Rica.
 - Video comunicación Convention Bureau de Mónaco.
 - Página Web Centro de Convenciones internacional de Barcelona.
 - Ejemplo local (si aplica) con actores presentes en la jornada.

5. Reflexión y Cierre

- Compartir aprendizajes y motivaciones clave de la jornada.
- Espacio para preguntas, comentarios y compromisos de acción futura.

CONTENIDO DESARROLLADO

Presentación en mesa redonda

- **Bienvenida e intervenciones institucionales:** Se destacó la importancia de la sostenibilidad en MICE y el rol de los destinos en la transición hacia un modelo regenerativo. Se contó con la participación de representantes de la FEMP y autoridades locales, quienes resaltaron el impacto del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE en la planificación estratégica del destino.
- **Impacto y beneficios del proyecto:** Se analizaron los efectos positivos del plan en los destinos piloto, incluyendo mejoras en la planificación de eventos sostenibles, generación de oportunidades económicas y mayor visibilidad de los destinos en el ámbito MICE.
- **Experiencia y aprendizajes:** Los representantes de los destinos piloto compartieron los principales aprendizajes obtenido durante las sesiones de trabajo y cómo el plan de sostenibilidad les ha ayudado a establecer una hoja de ruta a corto, medio y largo plazo.
- **Iniciativas locales:** Se expusieron proyectos derivados del piloto, enfocándose cada uno de los pilotos en su acción a desarrollar (véase la tabla adjunta).

CB	ACCIÓN A TRABAJAR EN EL DESTINO
BILBAO	Desarrollo de una propuesta de valor.
AVILÉS	Guía sostenible para la promoción y fomento del comercio y producto local dentro del contexto del sector MICE.
GIRONA	Desarrollar un marco de colaboración y coordinación entre asociaciones y sociedades médicas, científicas, educativas y empresariales, con el fin de fortalecer el impacto y el legado de las reuniones y eventos que se celebren en Girona.
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	Diseño de una guía/directorio de entidades sociales.
MÁLAGA	Diseño de un catálogo de acciones ESG (Environmental Social Governance).
SANTANDER	Desarrollo para las bases de un Plan de Comunicación.
SEGOVIA	Colaborar con asociaciones, fundaciones y otros organismos locales que trabajen en áreas sociales y medioambientales, para definir actividades y experiencias solidarias que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos.

- **Futuro y sostenibilidad:** Reflexiones sobre cómo integrar de forma permanente estas prácticas en la estrategia MICE del destino. Además, se recomendó el uso de las metodologías de este plan al resto de Convention Bureau de la red de SCB.
- **Conclusiones y cierre:** Se enfatizó la importancia de la colaboración entre destinos y la creación de redes de conocimiento para fortalecer la sostenibilidad en la industria MICE.

Jornada de sensibilización

1. **Definiciones clave:** Se explicaron los conceptos de sostenibilidad, impacto y legado en MICE, resaltando cómo un evento puede generar un impacto positivo en la comunidad anfitriona a largo plazo.
2. **Retos y oportunidades:**
 - Se presentó los grandes retos de la industria detectados en la fase de diagnóstico:



- Se presentó el DAFO del sector:

DEBILIDADES

- Desafío en la **MEDICIÓN DEL IMPACTO SOSTENIBLE**.
- Falta de apoyo y **RELACIÓN PÚBLICO-PRIVADA** en la sostenibilidad.
- **FALTA DE FORMACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN** en sostenibilidad en el **SECTOR**.
- **FALTA DE ESTÁNDARES UNIFORMES** para la sostenibilidad.
- **FALTA DE COMPROMISO** de los stakeholders sostenibles.

FORTALEZAS

- La **CAPACIDAD DE LA INDUSTRIA** de eventos sostenibles.
- **BUENAS INFRAESTRUCTURAS**, modernas y eficientes.
- **COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD** y atractivo medioambiental.
- **INNOVACIÓN, BUENAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS**, digitales y sostenibles.

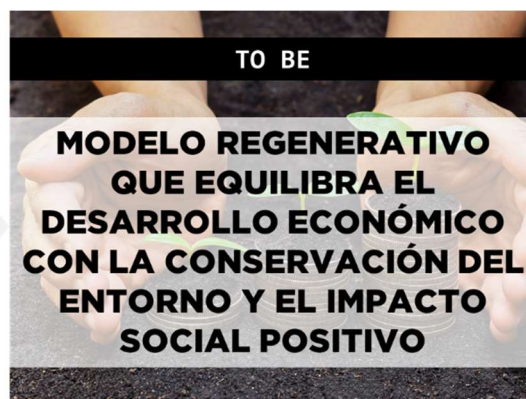
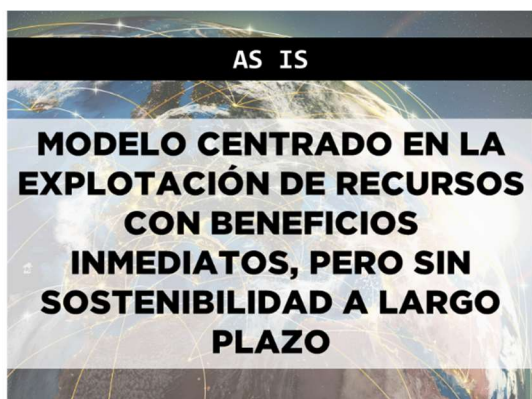
AMENAZAS

- **DIFICULTAD DEL CÁLCULO DEL IMPACTO AMBIENTAL** para la mejora del sector.
- **CAMBIO CLIMÁTICO Y ESCASEZ DE RECURSOS**.
- **INCREMENTO DE LA PRESIÓN DE LA LEGISLACIÓN SOBRE LA SOSTENIBILIDAD**.
- **COMPETENCIA INTERNACIONAL** sostenible.
- **DEPENDENCIA DE LOS AVANCES TECNOLÓGICOS**.

OPORTUNIDADES

- **CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA MICE** sostenible en los próximos años.
- **MEJORA CONTINUA DE LA DIGITALIZACIÓN** y su relación con la sostenibilidad.
- **ATRACCIÓN DE EVENTOS INTERNACIONALES SOSTENIBLES**.
- **MEJORA DE LA IMAGEN Y REPUTACIÓN** a través de la sostenibilidad.
- Fomento de **COLABORACIONES ESTRATÉGICAS Y** sostenibles.

3. Se presentó la estrategia y los 6 grandes bloques de trabajo del plan de sostenibilidad y legado MICE:





4. **Prácticas sostenibles:** Se desarrollaron las siguientes temáticas en relación con el desarrollo de reuniones y eventos sostenibles:



*Para más detalle sobre cada una de ellas revisar el documento: "Sensibilización", presentado en las jornadas.

5. Casos de éxito: Se presentaron ejemplos internacionales, nacionales y locales inspiradores:

- Video resumen de BBPP de los Convention Bureau nacionales e internacionales.
- Video Centro de Exposiciones y Congresos de Costa Rica.
- Video comunicación Convention Bureau de Mónaco.
- Página Web Centro de Convenciones internacional de Barcelona.
- Ejemplo local con actores presentes en la jornada

6. Reflexión colectiva: A través de Mentimeter, los asistentes compartieron aprendizajes y compromisos.

En el apartado 5 de este documento veremos la ficha correspondiente a cada uno de los destinos piloto y el resultado de las dinámicas de la sesión de sensibilización.

Los resultados íntegros de esta jornada en los destinos piloto se podrán encontrar en los anexos del presente documento.

CONCLUSIONES

- **Interés y compromiso:** Los asistentes valoraron positivamente la oportunidad de reflexionar sobre la sostenibilidad en la industria MICE y se mostraron interesados en seguir avanzando en esta dirección.
- **Estructura dinámica y participativa:** La combinación de una mesa redonda con una jornada de sensibilización interactiva permitió un aprendizaje más enriquecedor y aplicable.
- **Herramientas innovadoras:** La implementación de Mentimeter resultó muy efectiva, permitiendo una participación activa y la captación de percepciones en tiempo real.
- **Ejemplos inspiradores:** La presentación de casos de éxito nacionales e internacionales ayudó a visualizar cómo implementar la sostenibilidad en la práctica.
- **Aplicabilidad del plan:** Los destinos piloto destacaron que la metodología propuesta es útil y adaptable a sus necesidades, ayudándolos a definir estrategias concretas.
- **Relevancia de los contenidos:** La estructura de la jornada permitió abordar tanto los retos actuales como las oportunidades de mejora en la industria MICE.
- **Enriquecimiento con experiencias locales:** La posibilidad de compartir iniciativas específicas de cada destino generó valor añadido y motivación para su implementación.
- **Importancia de la continuidad:** Se resaltó la necesidad de mantener este tipo de sesiones para seguir avanzando en la integración del modelo sostenible.
- **Colaboración y networking:** Los asistentes apreciaron la posibilidad de intercambiar ideas y experiencias con otros destinos y actores del sector.
- **Impacto a largo plazo:** Se destacó la importancia de consolidar el legado del proyecto y que este modelo sea replicable en otros destinos.

Formación y capacitación

MODELO DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN DESARROLLADO PARA LOS DESTINOS.

7. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

Como fase final del Plan de sostenibilidad se ha **desarrollado un programa formativo** con tres objetivos claros:

- Asegurar que los profesionales del sector MICE estén capacitados en prácticas sostenibles y de legado.
- Sensibilizar al ecosistema del destino.
- Dar a conocer el modelo del plan y extenderlo al resto de los CB que no han participado en la fase piloto.

Para ello se ha elaborado a través de una herramienta e-learning un programa formativo que va mucho más allá de este plan, este programa asegura que todos estemos alineados en el desarrollo de la sostenibilidad y el impacto positivo de los eventos y pretende asegurar claves y conocimiento tanto para los Convention Bureau como para el ecosistema.

De esta manera, el programa planteado cuenta con descargables para su distribución según considere el Convention bureau a los proveedores y otros Stakeholders del destino. Se pretende con esto dar recursos al destino para fomentar la sensibilización y desarrollo común de una estrategia sostenible en la industria.

Además se han realizado dos sesiones formativas a todos los Convention Bureau de la red del SCB para dar a conocer el modelo del plan desarrollado así como los diferentes recursos con los que cuentan en la plataforma de e-learning.

A continuación, se explica por un lado el contenido de los recursos formativos incluidos en este plan a través de la herramienta de e-learning habilitadas para ello y por otro las sesiones formativas realizadas con los Convention Bureau.

PROGRAMA INCLUIDO EN EL PLAN PARA LA FORMACIÓN DE LOS CONVENTION BUREAU:

CURSO DE SOSTENIBILIDAD Y LEGADO

Objetivos del curso:

1. Conocer el concepto de sostenibilidad y su aplicación al desarrollo económico.
2. Analizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, definidos por Naciones Unidas.
3. Descubrir y evaluar los impactos positivos y negativos que el turismo puede generar en los destinos turísticos, los ecosistemas locales, su cultura y la calidad de vida de las comunidades receptoras.
4. Descubrir estrategias para mejorar la sostenibilidad de la cadena de valor del turismo MICE.
5. Conocer las principales acreditaciones de sostenibilidad internacionales que hay disponibles en el sector MICE.
6. Descubrir acciones y buenas prácticas de destinos y proveedores MICE que trabajan para ser más sostenibles.
7. Descubrir herramientas prácticas para reducir el impacto negativo en las reuniones y eventos.
8. Descubrir cómo incentivar, medir y comunicar el legado positivo que generan las reuniones y eventos.
9. Aprender sobre las principales tendencias globales en sostenibilidad y su implementación en la industria de reuniones.

ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL CURSO:

- **Módulo 1.- Introducción a la sostenibilidad.**
- **Módulo 2.- Impactos del turismo.**
- **Módulo 3.- Estrategia de sostenibilidad MICE.**
- **Módulo 4.- Claves de un destino MICE sostenible.**
- **Módulo 5.- Reuniones y eventos sostenibles.**
- **Módulo 6.- Buenas prácticas de sostenibilidad y legado.**
- **Otros recursos del curso: Contenido extra.**

Cada uno de estos módulos cuenta con diferentes temas que mostraremos a continuación. Si bien es cierto que se han desarrollado para una formación específica de los Convention Bureau hay infinidad de recursos y ejemplos prácticos que pueden ser “usados” por los responsables de los Convention Bureau, a modo de píldoras, para fortalecer la sensibilización del sector en el destino.

A continuación, mostramos una tabla con los módulos, sus temas correspondientes y posibles Stakeholders a los que se les puede facilitar información contenida en los temas y siempre según las necesidades del destino y lo convenido por el Convention Bureau.

Módulo	Temas Incluidos	Stakeholders Potenciales
1. Introducción a la sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es desarrollo sostenible? - La sostenibilidad y el turismo - Antecedentes y evolución del turismo sostenible - Objetivos de Desarrollo Sostenible - Declaración de Glasgow - Tendencias de la industria MICE - Estado actual del turismo MICE - Tendencias en reuniones y eventos - Tendencias en viajes de incentivo 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridades locales - Asociaciones turísticas - Profesionales MICE - Universidades e institutos de turismo
2. Impactos del turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Impactos positivos del turismo - Impactos positivos y legado del turismo MICE - Impactos negativos del turismo - Impacto del turismo MICE en destinos urbanos 	<ul style="list-style-type: none"> - Operadores turísticos - Empresas locales - Responsables de políticas urbanas - Comunidades locales
3. Estrategia de sostenibilidad MICE	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de sostenibilidad y legado en turismo MICE - Planificación estratégica de sostenibilidad y legado - Estrategias de destinos para fomentar sostenibilidad y legado 	<ul style="list-style-type: none"> - Organismos gubernamentales - Convention Bureaus - Organizadores de eventos - Asociaciones MICE
4. Claves de un destino MICE sostenible	<ul style="list-style-type: none"> - Gobernanza MICE - Desarrollo humano y competitividad - Igualdad, diversidad e inclusión en reuniones y eventos - Desarrollo comunitario, empleo local y comercio justo - Acreditaciones de turismo sostenible en 	<ul style="list-style-type: none"> - Líderes comunitarios - Asociaciones locales - Proveedores de servicios - Organizaciones certificadoras del destino

Módulo	Temas Incluidos	Stakeholders Potenciales
	el sector MICE - Iniciativas del sector MICE sostenible	
5. Reuniones y eventos sostenibles	- ¿Qué es una reunión verde o sostenible? - Planificación de reuniones y eventos sostenibles - Transporte y alimentación - Uso eficiente de recursos escasos - Gestión de productos, materiales y residuos - Desarrollo personal y profesional - Apoyo al sector y la comunidad local - Comunicación y marketing - Indicadores de seguimiento (KPIs) de sostenibilidad	- Organizadores de eventos - Empresas de catering - Proveedores logísticos - Responsables de comunicación y marketing
6. Buenas prácticas de sostenibilidad y legado	- Buenas prácticas de destinos MICE en sostenibilidad - Buenas prácticas de sostenibilidad en sedes de reuniones (nacional) - Buenas prácticas de sostenibilidad en sedes de reuniones (internacional) - Buenas prácticas de destinos MICE en legado - Buenas prácticas de congresos en legado	- Destinos turísticos - Asociaciones internacionales - Convention Bureaus - Responsables de sostenibilidad
Otros recursos del curso	- Contenido adicional de lectura: Manual de Sostenibilidad de Alojamientos Turísticos - Resúmenes del curso - Informes y estudios - Otros casos de buenas prácticas - Encuesta de satisfacción - Examen final	

CURSO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD Y LEGADO MICE

Objetivos del curso:

1. Aplicar una metodología clara y estructurada para implementar estrategias de sostenibilidad y legado en sus destinos, siguiendo los pilares definidos en el marco estratégico del Spain Convention Bureau (SCB).
2. Utilizar herramientas avanzadas de diagnóstico, como el Maturity Model, para evaluar el nivel de sostenibilidad de sus destinos, identificar áreas de mejora y diseñar planes de acción personalizados.
3. Desarrollar y ejecutar planes de acción efectivos que integren prácticas sostenibles, indicadores de impacto y acciones específicas para maximizar el legado positivo en sus comunidades locales.
4. Establecer alianzas estratégicas y colaborar eficazmente con actores clave del ecosistema MICE, incluyendo proveedores, organizaciones locales y entidades gubernamentales, para potenciar el impacto positivo y la sostenibilidad de los eventos.
5. Fomentar la innovación en la planificación y gestión de eventos, integrando tecnologías sostenibles y promoviendo experiencias regenerativas que aporten un valor añadido a los destinos MICE.
6. Adoptar un enfoque de gobernanza efectiva, que permita a los CB liderar la transformación de sus destinos hacia modelos más resilientes, inclusivos y sostenibles, asegurando un legado duradero para las comunidades.

ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL CURSO:

- **Módulo 1 - Punto de partida: ¿por qué estamos aquí?**
- **Módulo 2 - Visión, Misión y Storytelling.**
- **Módulo 3 - Metodología: Modelo de Madurez (Maturity Model).**
- **Módulo 4 - Autodiagnóstico y Power BI: Posicionar al Convention Bureau en el Maturity Model.**
- **Módulo 5 - De la estrategia a la acción: hoja de ruta y Project Plan.**

Dentro de cada módulo, los usuarios encontrarán **distintos tipos de contenidos** diseñados para asegurar una formación completa, clara y atractiva. A continuación, describimos los diferentes formatos de presentación que están disponibles:

1. **Contenido escrito:** Este formato incluye textos explicativos que proporcionarán información detallada y contextual sobre cada tema abordado en el módulo. El contenido escrito tiene como objetivo ofrecer a los usuarios una comprensión más profunda de los conceptos, con ejemplos y explicaciones claras.
2. **Infografías:** Las infografías son representaciones visuales que condensan y simplifican la información clave. A través de gráficos, diagramas y elementos visuales atractivos, se presentarán los puntos más importantes de cada tema.
3. **Vídeos:** Los vídeos combinan narración e imágenes para explicar los contenidos de manera dinámica y visualmente atractiva. Cada vídeo tendrá una voz en off que guiará al usuario a lo largo del contenido, apoyada por diapositivas que reforzarán los puntos clave. Los guiones de estos vídeos estarán alineados con los textos de los módulos, asegurando consistencia y claridad en la presentación de la información.

En el siguiente apartado explicaremos los objetivos de cada uno de los módulos:

Módulo 1.- Punto de partida: ¿por qué estamos aquí?

OBJETIVOS:

1. **Conocer el objetivo del proyecto**, el cual está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la agenda 2030.
2. **Presentar el papel de los Convention Bureau** en la creación de una estrategia que fomente experiencias sostenibles y que generen Impacto positivo y Legado en la industria MICE de cada destino.
3. **Explicar el enfoque multidireccional** que conecta a los organizadores y participantes de eventos con las necesidades del destino, garantizando un impacto positivo y el legado de los eventos.

Módulo 2.- Visión, Misión y Storytelling.

OBJETIVOS:

1. **Entender la situación actual y la futura deseada** para desarrollar una estrategia que facilite ese cambio.
2. **Introducir y explicar la Estrategia para avanzar hacia donde debemos ir:** Explicar la misión y visión de la estrategia, así como el papel de los Convention Bureau resaltando su actividad para el desarrollo sostenible y la creación de legado.
3. **Destacar Conceptos Clave:** Mostrar los seis pilares estratégicos (experiencia y relato) que son la base de la estrategia y las 24 experiencias que engloban diferentes acciones para garantizar el impacto positivo a corto, medio y largo plazo.

Módulo 3.- Metodología: Modelo de Madurez (Maturity Model).

OBJETIVOS:

1. **Explicar la metodología, el Maturity Model:** Introducir y detallar el uso del Maturity Model como una herramienta para evaluar el nivel de madurez de los Convention Bureau en áreas clave de sostenibilidad, impacto positivo y legado. El modelo ofrece un marco estructurado para identificar el estado actual, establecer metas de mejora y guiar la evolución hacia prácticas más avanzadas y eficientes.
2. **Presentar los ejes y dimensiones de evaluación:** Describir los dos ejes fundamentales del modelo de madurez (nivel de madurez y dimensiones a evaluar), incluyendo las dimensiones clave: sostenibilidad medioambiental, sostenibilidad económica, sostenibilidad social, y el impacto a medio/largo plazo.
3. **Preparar para el autodiagnóstico:** Introducir el cuestionario de autodiagnóstico que permitirá a los Convention Bureau evaluar su propio nivel de madurez en cada dimensión, y explicar cómo utilizar este autodiagnóstico para definir acciones de mejora, promoviendo una evolución continua hacia la excelencia en sostenibilidad y legado.

Módulo 4.- Autodiagnóstico y Power BI: Posicionar al Convention Bureau en el Maturity Model

OBJETIVOS:

- 1. Conocer el uso de PowerBI:** Se instruirá a los participantes en cómo acceder y utilizar PowerBI, herramienta esencial para realizar cálculos y determinar la posición de cada Convention Bureau dentro del Maturity Model.
 - a. Completar cuestionarios relevantes:** Se guiará a los participantes en cómo completar diversos cuestionarios que influyen en las cuatro dimensiones del Maturity Model.
 - b. Entender el posicionamiento y acciones:** Se mostrará cómo quedan posicionados en las 4 dimensiones el Maturity Model tras rellenar los cuestionarios y a visualizar acciones de actuación y mejora continua que permitan promover y evolucionar cada una de las dimensiones del Maturity Model hacia la excelencia.

Módulo 5.- De la estrategia a la acción: hoja de ruta y Project Plan.

OBJETIVOS:

- 1. Mostrar cómo desarrollar y gestionar un Project Plan:** para trabajar las acciones de mejora utilizando como referencia práctica el modelo Project Management Canvas para estructurar, organizar y optimizar las ideas.

Además de estos dos recursos formativos se contará con una **guía general** descargable donde se recogen las principales ideas del plan (contenidas en este documento) para facilitar la comprensión de los Convention Bureau y el desarrollo de su trabajo.

SESIONES FORMATIVAS ONLINE PARA TODA LA RED DEL SCB

Durante los días 18 y 20 de marzo de 2025 se celebraron dos sesiones formativas dirigidas a los Convention Bureau, centradas en la elaboración, implementación y formación del Plan de Turismo Sostenible y Legado MICE.

El objetivo principal de estas formaciones fue presentar el marco estratégico del plan, explicar su metodología y ofrecer a los destinos herramientas prácticas para su implementación. Desde el inicio se puso énfasis en que este plan no solo busca mejorar la sostenibilidad del turismo de reuniones, sino también dejar un legado positivo en cada territorio, mediante acciones medibles, replicables y alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible.

Uno de los elementos clave presentados fue la estructura del propio proyecto experiencias, basada en cuatro grandes líneas de actuación: el desarrollo del plan de acción, el cual nos compete, la creación de una herramienta digital de medición de impacto, el diseño de un sistema de inteligencia turística, y el despliegue de un plan de comunicación que incluye acciones en medios y redes, además de la producción de un documental.

Durante ambas sesiones se explicó que se ha trabajado previamente con siete destinos piloto (Avilés, Santander, Bilbao, Girona, Segovia, Málaga y Las Palmas de Gran Canaria), seleccionados por su diversidad geográfica, su capacidad organizativa y su potencial turístico. Estos destinos han servido de referencia para testar la metodología y validar el enfoque práctico del plan.

A nivel metodológico, se introdujo el modelo de madurez (Maturity Model), que permite a los destinos evaluar su situación actual y establecer objetivos aspiracionales en materia de sostenibilidad y legado. Esta evaluación se realizó a modo práctico a través de un cuestionario de autodiagnóstico. Dicha herramienta genera un diagnóstico visual del posicionamiento del destino dentro del modelo de madurez y sugiere acciones concretas para mejorar.

Además, se presentó la plataforma formativa online desarrollada para este proyecto. Esta plataforma incluye dos cursos: uno orientado a la comprensión general de los conceptos de sostenibilidad y legado en el ámbito MICE, y otro centrado en la implementación del plan, su estrategia y metodología. Ambos cursos están disponibles 24/7 e incluyen materiales interactivos, vídeos, infografías y buenas prácticas, tal y como se ha explicado anteriormente en este mismo epígrafe.

También se ofrecieron pautas sobre cómo estructurar planes de acción locales utilizando la metodología Canvas Management, que permite planificar de forma colaborativa y ordenada. Se invitó a reflexionar sobre objetivos, resultados esperados, indicadores de éxito, recursos, stakeholders y riesgos.

Las sesiones contaron con una participación activa de los asistentes, destacando la intervención de representantes de Gran Canaria y Avilés, quienes compartieron su experiencia como destinos piloto. Subrayaron la utilidad de las herramientas presentadas y la importancia de implicar a otras áreas del ayuntamiento mediante dinámicas colaborativas.

Como acción de seguimiento, se pidió a los Convention Bureau participantes que envíen buenas prácticas nacionales relacionadas con sostenibilidad y legado, para enriquecer el contenido de la plataforma formativa.

En definitiva, estas dos sesiones han supuesto un paso clave para alinear a los Convention Bureau con una estrategia nacional de turismo MICE más responsable, con impacto positivo y con herramientas concretas que permitan medir, comunicar y mejorar continuamente su desempeño en sostenibilidad y legado.

Para más información sobre el contenido de las mismas, acceder a las actas de las sesiones formativas.

Actualización y revisión

PROPUESTA DE TRABAJO PARA LA ACTUALIZACIÓN Y REVISIÓN TEMPORAL
DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD Y LEGADO MICE.

8. ACTUALIZACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN

El Convention Bureau desempeña un papel central en la implementación y mejora continua del plan estratégico. Para avanzar en sostenibilidad y legado, el Convention Bureau debe adoptar un enfoque basado en el uso de herramientas específicas, alineado con los niveles del modelo de madurez, y centrado en la colaboración activa con todos los actores del destino de una manera continua.

1. Uso del Modelo de Madurez y Diagnósticos Automatizados.

- **Diagnóstico Periódico:**
 - Realizar evaluaciones anuales con la herramienta del modelo de madurez para identificar áreas críticas de mejora en las dimensiones clave: medioambiental, económica, social e impacto a medio/largo plazo.
 - Descargar las recomendaciones específicas para cada dimensión.
- **Revisión Dinámica:**
 - Aprovechar las funcionalidades de la herramienta para actualizar automáticamente las prioridades estratégicas del destino con base en los resultados del diagnóstico.
 - Comparar el desempeño del destino con otros miembros del Spain Convention Bureau para identificar buenas prácticas replicables.

2. Estrategias de Mejora Continua.

- **Plan de Acción Personalizado:**
 - Diseñar un plan de acción específico basado en los resultados del diagnóstico, priorizando acciones que maximicen el impacto positivo y minimicen los desafíos.
- **Integración de Experiencias Sostenibles:**
 - Colaborar con organizadores de eventos y proveedores para desarrollar experiencias alineadas con los objetivos de sostenibilidad.

3. Formación y Sensibilización.

- **Capacitación Continua:**
 - Ofrecer módulos formativos específicos sobre sostenibilidad y legado, disponibles en la plataforma e-learning, para los actores clave del destino.
 - Incluir internamente nuevos programas de formación con temas avanzados como herramientas prácticas para reuniones sostenibles y gestión eficiente de recursos.
- **Sensibilización de la Comunidad:**
 - Promover la participación activa de la comunidad local en iniciativas sostenibles mediante talleres y campañas de concienciación.
 - Facilitar la transferencia de conocimientos para que los residentes entiendan el valor del legado y su papel en la sostenibilidad del destino.

4. Fomento de la Transparencia y la Colaboración.

- **Comunicación Clara:**
 - Publicar informes periódicos con los resultados del modelo de madurez, destacando los logros en sostenibilidad y las áreas de mejora identificadas.
 - Utilizar un lenguaje claro y accesible para fomentar el compromiso de todos los stakeholders.
- **Colaboración Estratégica:**
 - Organizar mesas de trabajo con organizadores de eventos, proveedores y otros actores para co-crear soluciones sostenibles.
 - Fomentar alianzas con ONGs, universidades y empresas tecnológicas para implementar proyectos que fortalezcan el impacto positivo.

5. Innovación y Medición del Legado.

- **Indicadores de Impacto:**
 - Desarrollar y mejorar continuamente los indicadores clave de impacto en sostenibilidad y legado, asegurando su alineación con estándares internacionales.

- **Casos de Éxito:**

- Documentar ejemplos concretos de eventos que hayan generado un legado positivo, destacando su replicabilidad en otros destinos.
- Compartir estos casos de éxito con otros CB dentro del Spain Convention Bureau para fomentar el aprendizaje colaborativo.

6. Resultados Esperados.

- Incremento en el nivel de madurez del destino en todas las dimensiones evaluadas.
- Mayor implicación de los actores locales y la comunidad en proyectos sostenibles y de legado.
- Consolidación del destino como referente en sostenibilidad dentro de la industria MICE.

Este enfoque permite al CB liderar la transformación hacia un modelo de eventos y destinos que generan impactos positivos sostenibles, dejando un legado duradero en la comunidad y el entorno.

Conclusiones y reflexiones

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES DEL TRABAJO Y DESARROLLO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD Y LEGADO MICE.

9. CONCLUSIONES Y REFLEXIÓN SOBRE EL DESARROLLO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD Y LEGADO MICE

El **Plan de Sostenibilidad y Legado MICE** representa una iniciativa estratégica clave para el posicionamiento de España como un referente internacional en la organización de eventos sostenibles. La industria de reuniones y eventos (MICE) constituye uno de los sectores más dinámicos y relevantes del turismo, no solo por su capacidad de generar un importante impacto económico, sino también por su potencial para dejar un legado positivo a nivel social, cultural y medioambiental. En este sentido, el desarrollo de este plan responde a la necesidad de evolucionar hacia un modelo más sostenible e inclusivo, alineado con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y las prioridades establecidas en el **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia** del Gobierno de España.

Desde su concepción, el proyecto ha seguido un enfoque integral que abarca tres grandes pilares: **diagnóstico, implementación y formación**. El diagnóstico inicial permitió identificar las oportunidades y retos específicos de cada destino MICE, lo que sirvió de base para diseñar un modelo de madurez que establece niveles progresivos de desarrollo en sostenibilidad e impacto. A partir de este modelo, se seleccionaron destinos piloto en los que se ha trabajado mediante sesiones presenciales y online, generando hojas de ruta concretas y adaptadas a cada realidad local. Este proceso ha garantizado que las acciones diseñadas sean prácticas, escalables y replicables en el resto de los destinos pertenecientes al **Spain Convention Bureau (SCB)**.

El Papel Estratégico del Convention Bureau.

Los **Convention Bureau** han desempeñado un papel fundamental en la articulación y el desarrollo del plan. Como entidades responsables de la promoción y gestión del turismo MICE en sus respectivos territorios, los Convention Bureau son el punto de conexión entre los distintos actores del ecosistema local (administraciones públicas, empresas privadas, organizadores de eventos y la comunidad). Su capacidad de liderazgo y coordinación resulta crucial para fomentar la adopción de prácticas sostenibles y generar un impacto positivo duradero.

El Convention Bureau actúa como un **facilitador del cambio**, asumiendo diversas responsabilidades clave:

1. **Observación y diagnóstico:** Los Convention Bureau deben monitorizar de manera continua el entorno, identificando buenas prácticas internacionales y midiendo el progreso del destino en sostenibilidad.

2. **Escucha activa:** Es fundamental que los Convention Bureau mantengan un diálogo constante con los residentes y las entidades locales, comprendiendo sus necesidades y expectativas para asegurar que el desarrollo de la industria MICE beneficie a toda la comunidad.
3. **Coordinación y articulación:** Los Convention Bureau tienen la tarea de unir a los diferentes actores del ecosistema, fomentando la colaboración entre el sector público y privado, así como la creación de alianzas estratégicas que impulsen la sostenibilidad y el legado.
4. **Impulso y promoción:** Incorporar la sostenibilidad como un elemento central en la propuesta de valor del destino y comunicar de manera efectiva los avances realizados, tanto a nivel nacional como internacional.

Este rol multifacético convierte al Convention Bureau en el principal motor de la transformación hacia un turismo MICE más responsable y regenerativo, capaz de generar un legado positivo en múltiples dimensiones: económica, social, cultural y medioambiental.

Resultados Esperados y Futuro del Plan.

La implementación de este plan no solo aspira a minimizar los impactos negativos de los eventos, sino a maximizar los beneficios tangibles e intangibles para los destinos. Entre los resultados esperados destacan:

- **Mejora de la competitividad de los destinos:** Un enfoque sostenible y regenerativo permitirá a los destinos diferenciarse en el mercado, atrayendo eventos de mayor calidad y con un impacto más positivo.
- **Generación de empleo y dinamización económica:** La industria MICE sostenible impulsa el desarrollo local, fomentando la contratación de proveedores locales y el uso de productos y servicios de proximidad.
- **Protección del entorno natural y cultural:** Al adoptar prácticas responsables, los eventos contribuirán a la conservación del patrimonio natural y cultural, fortaleciendo la identidad de los destinos.
- **Cohesión social y participación comunitaria:** La inclusión de la comunidad local en el diseño y desarrollo de los eventos garantiza que los beneficios se repartan de manera equitativa y se refuerce el sentido de pertenencia.

A largo plazo, el plan busca no solo transformar la manera en que se organizan los eventos, sino también generar un cambio cultural en los destinos, fomentando una mayor conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad y el legado. La creación de una **plataforma de formación y sensibilización** para los profesionales del sector será clave para consolidar este cambio, asegurando que las buenas prácticas se mantengan y mejoren con el tiempo.

Reflexión Final.

El desarrollo del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE supone un **avance significativo en la modernización de la industria de eventos en España**. No se trata únicamente de una iniciativa puntual, sino de un **proyecto transformador** que, con el tiempo, puede convertirse en un referente. Los destinos MICE españoles, coordinados por sus respectivos Convention Bureau, tienen la oportunidad de liderar el camino hacia un modelo más sostenible, inclusivo y competitivo, que genere un impacto positivo real y perdurable.

Este esfuerzo conjunto posicionará a España no solo como un destino atractivo para eventos, sino también como un ejemplo de cómo la industria MICE puede ser una herramienta poderosa para el desarrollo sostenible y la regeneración de los territorios.

La sostenibilidad no es solo una opción, sino una necesidad para asegurar el futuro de la industria MICE y el bienestar de las comunidades locales. El Spain Convention Bureau, con sus destinos asociados, tiene ante sí el reto y la oportunidad de marcar un antes y un después en la forma de concebir los eventos y sus legados, sentando las bases de una nueva era en la que el turismo MICE sea sinónimo de innovación, responsabilidad y prosperidad compartida.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

ANEXOS

DETALLE DEL DESARROLLO DE LOS TRABAJOS REALIZADOS EN LOS DESTINOS.
BIBLIOGRAFÍA SOBRE OTROS DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS AL PLAN.

10. ANEXOS

10.1 Resultados de los trabajos en los destinos piloto

La metodología establecida en las sesiones de trabajo ha sido similar en los 7 pilotos (*véase el epígrafe de este documento: 6.1 Desarrollo de los trabajos en los destinos piloto*).

Por lo que, a continuación, vamos a ver los principales resultados de las dos sesiones principales presenciales realizadas en cada uno de los destinos cuyos objetivos son los siguientes:

Objetivo general:

- Testar el plan, su implementación y su escalabilidad para todos los Convention Bureau.

Objetivos específicos de cada sesión:

1ª sesión:

- Presentar y dar a conocer en el destino los objetivos del proyecto y la estrategia definida.
- Desarrollar de manera conjunta el autodiagnóstico para determinar la situación actual de los destinos.
- Completar los cuestionarios y recoger el feedback de los destinos para su actualización/modificación si así fuese necesario.
- Dar a conocer la herramienta desarrollada.

2ª sesión:

- Apoyar al destino en el desarrollo de un plan de acción tras las recomendaciones aportadas en el autodiagnóstico.
- Testar la metodología para el desarrollo de plan de acción.
- Establecer un calendario ajustado a las necesidades del Convention Bureau para el desarrollo de la acción/recomendación seleccionada y su ejecución.

DESARROLLO DEL TRABAJO REALIZADO EN AVILÉS

1ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:



FECHA DE CELEBRACIÓN	9 Julio 2024
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	15:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Ayuntamiento Avilés. Sala Biblioteca
ASISTENTES	Destino - Avilés: <ul style="list-style-type: none"> Sonia García, Responsable de Avilés Convention Bureau. Juan González, Responsable de Oficina de Congresos. Manolo Solís, Gerente de la Fundación deportiva Municipal. Ramón Fernández, Técnico ingeniero del departamento de Servicios Técnicos municipal.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora Senior.

Inicialmente se realizó una presentación más teórica para la comprensión de los siguientes puntos, vistos todos ellos previamente en este documento:

- Contexto y situación de la industria.
- Presentación de la estrategia, visión y misión.
- Metodología del autodiagnóstico.

Posteriormente a estos puntos se procede a trabajar con el equipo asistente en la reunión siendo estos los resultados de esta:

REVISIÓN DEL AUTODIAGNOSTICO.

Para proceder al autodiagnóstico, se sondeó al destino sobre su estado en cada una de las dimensiones del Maturity Model a través de 29 preguntas diseñadas con el objetivo de posicionar al destino en el cuadrante adecuado que reflejase su situación actual. Este autodiagnóstico se realizó a través de la herramienta de visualización de datos Power BI, en la que se fueron cargando en tiempo real las respuestas a cada una de las preguntas realizadas al destino.

Los resultados obtenidos de estas preguntas posicionaron a Avilés de la siguiente manera:

SOSTENIBILIDAD EN SUS TRES DIMENSIONES					IMPACTO
MEDIOAMBIENTAL		ECONÓMICA	SOCIAL		IMPACTO A MEDIO/LARGO
Grados de madurez	Excelencia	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo e innovación constante en prácticas medioambientales. Este nivel se caracteriza por la adopción y promoción de soluciones avanzadas y creativas que no solo minimizan el impacto ambiental de las operaciones y eventos, sino que también buscan tener un impacto positivo en el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cúspide en la gestión económica sostenible. Aquí, el CB no solo ha integrado completamente prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones, sino que también lidera con innovación, contribuyendo activamente al desarrollo económico a largo plazo de su comunidad y región. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelencia en su impacto social, estableciéndose como un líder innovador y comprometido en la promoción del bienestar comunitario, la inclusión, y el desarrollo social sostenible. Este nivel se caracteriza por un enfoque integral y transformador hacia la responsabilidad social, integrando plenamente las consideraciones sociales en todas las operaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> • El CB no solo tiene establecidas políticas y objetivos claros para asegurar el impacto a medio/largo plazo de sus eventos, sino que también implementa un sistema de gestión activa y seguimiento para optimizar estos impactos. Este nivel refleja un enfoque maduro y sistemático, con mecanismos de evaluación y ajuste en marcha para garantizar que los esfuerzos se estén implementando y generen los beneficios esperados.
	Óptimo	<ul style="list-style-type: none"> • Está en una etapa avanzada en cuanto a prácticas y políticas medioambientales. En este nivel, el CB no solo ha implementado una estrategia medioambiental sólida, sino que también gestiona y revisa activamente estas prácticas para asegurar su efectividad y buscar mejoras continuas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso maduro y proactivo con impactos económicos sostenibles, caracterizado por la implementación y la mejora continua de estrategias económicas responsables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación efectiva y la mejora continua de estrategias sociales responsables y comprometidas. En este estado, el CB no solo ha establecido políticas y programas sólidos que benefician a la comunidad y fomentan la inclusión, sino que también monitorea, evalúa y refina estas iniciativas para maximizar su impacto positivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de relaciones profundas y sostenidas con organizaciones comunitarias, escuchando activamente y respondiendo a las necesidades comunitarias a través de programas conjuntos.
	Estándar	<ul style="list-style-type: none"> • El CB ha establecido y está implementando activamente políticas y prácticas ambientales estructuradas y coherentes. Este nivel indica que el CB ha integrado la sostenibilidad medioambiental en su estrategia operativa y en la organización de eventos, mostrando un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • El CB integra prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones. Este nivel de madurez indica que el CB se preocupa por el impacto económico de los eventos a largo plazo en la comunidad y la región en la que opera. 	<ul style="list-style-type: none"> • El CB ha desarrollado y está aplicando de manera activa prácticas que tienen un enfoque específico en generar un impacto social positivo tanto en la comunidad local como en los participantes de eventos. Este enfoque no solo se refleja en la inclusión y la diversidad, sino también en contribuciones significativas a la comunidad local y el bienestar de los grupos involucrados. 	<ul style="list-style-type: none"> • El CB adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a integrar la planificación de generación de impacto a medio/largo plazo en sus procesos, buscando colaboraciones con los organizadores y el ecosistema del destino.
	Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua. 	<ul style="list-style-type: none"> • El CB empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en la economía local y regional a través de sus actividades y con una consideración económica que considera el impacto de sus operaciones y eventos en los proveedores locales. Este reconocimiento se traduce en prácticas más sostenidas y estructuradas orientadas a generar un impacto económico sostenible y equitativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • El CB ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las fases iniciales de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar. 	<ul style="list-style-type: none"> • El CB adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a buscar maneras de integrar la generación de impacto duradero, aunque todavía está en un proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.
	Inicial	<ul style="list-style-type: none"> • Conciencia inicial de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los eventos MICE. En este nivel, el enfoque en el medio ambiente suele ser reactivo más que proactivo, con pocas políticas o prácticas establecidas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque primario en los costes, con una consideración reducida del impacto económico local. La conciencia sobre cómo sus operaciones y eventos impulsan o afectan la economía local es mínima o está en etapas muy tempranas de desarrollo. Las acciones emprendidas en este ámbito suelen ser reactivas, esporádicas y no forman parte de una estrategia económica sostenible bien definida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso básico con la inclusión y diversidad, acciones sociales esporádicas. Enfoque principalmente reactivo. La participación en iniciativas sociales puede ser esporádica, poco sistemática y no está integrada en la estrategia general del CB. A menudo, estas acciones son impulsadas por oportunidades ad-hoc o requerimientos externos más que por un plan estratégico interno. 	<ul style="list-style-type: none"> • El CB está comenzando a reconocer y a dar sus primeros pasos hacia la comprensión del concepto de impacto a largo plazo y su importancia. En este nivel, las acciones y estrategias están en sus fases iniciales, con esfuerzos dispersos y una falta de integración sistemática del concepto de impacto duradero en la planificación y ejecución de eventos.

Mientras se respondieron las preguntas, se genera una dinámica participativa, a través de la cual los representantes del destino nos van ilustrando acerca de cómo desarrollan las diferentes líneas de trabajo consultadas, qué buenas prácticas implementan o de qué recursos disponen para trabajar en las preguntas planteadas. A continuación, se detallan las diferentes conclusiones alcanzadas con respecto a su desempeño en cada una de las dimensiones abordadas:

MEDIOAMBIENTAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia medioambiental:

Conciencia inicial de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los eventos MICE. En este nivel, el enfoque en el medio ambiente suele ser reactivo más que proactivo, con pocas políticas o prácticas establecidas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y eventos.

- **Políticas y estrategias orientadas a la sostenibilidad ambiental:** abarcan medidas como la reducción del consumo de energía, el reciclaje eficiente y una gestión adecuada de los residuos. Estas iniciativas se llevan a cabo en colaboración activa con los organizadores de eventos y las sedes involucradas, asegurando que todos los actores participen activamente en la consecución de estos objetivos ambientales.
- **Gestión de residuos:** cuando se realizan eventos se refuerza el servicio de recogida de residuos a nivel interno. En octubre, en Avilés se celebra una feria llamada “Hogar Sostenible” cuyo objetivo es buscar que los expositores expliquen cómo conseguir un

hogar sostenible y poder extrapolarlo a hoteles y todos los venues. La oficina de turismo cuenta con la Q de calidad y se reduce el consumo de agua y papel.

- Herramientas para medir la huella de carbono: se están comenzando a desarrollar dentro del plan de sostenibilidad **“Destino Avilés Neutro”**. En este plan, **no sólo se va a medir la huella si no que se van a implementar medidas para compensarla**. En Avilés se celebra la **“Feria Norte Renovables”** donde se dan diferentes charlas sobre como **ahorrar energía, temas de subvenciones...**
- **Colaboraciones:** Desde el Avilés Convention Bureau, se han establecido colaboraciones que permiten **ofrecer descuentos e incentivos para fomentar el uso de transporte público** y compartido. Además, se animando a los participantes a optar por opciones más sostenibles **como ir andando ya que al ser una ciudad pequeña se puede recorrer caminando**. Para el transporte desde el aeropuerto al centro de la ciudad, existen servicios de lanzaderas. También están trabajando en una licitación para **conseguir aparcamientos disuasorios** cuando se celebran eventos en la ciudad.
- **Sostenibilidad alimentaria:** El Avilés Convention Bureau, trabaja con 2 empresas de catering que actualmente no trabajan en profundidad la sostenibilidad alimentaria.

ECONÓMICA

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia económica: El Convention Bureau empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en la economía local y regional a través de sus actividades y con una planificación económica que considera el impacto económico y apoya a los proveedores locales. Este reconocimiento se traduce en prácticas más deliberadas y estructuradas orientadas a generar un impacto económico sostenible y equitativo.

- **Impulso de la economía local:** no es solo una actividad, sino el **núcleo fundamental de la estrategia del Avilés Convention Bureau**. Este enfoque se traduce en una **preferencia decidida por resaltar y valorizar los productos y proveedores locales**, lo cual no solo mejora la oferta turística de la ciudad, sino que también fortalece la economía local al fomentar el empleo y la generación de riqueza en la comunidad. Actualmente, no cuentan con un listado, pero **siempre se les ofrece a los organizadores de los eventos y en la mayoría de los casos se contratan sus servicios**.

- **Producto local:** se está trabajando en el proyecto **“Experiencia Avilés”** para facilitar a los establecimientos de la ciudad que puedan vender sus productos en una plataforma del ayuntamiento mediante paquetes turísticos que aglutine diferentes servicios. La idea es **ofrecer y generar experiencias en la ciudad y fomentar que juntos pueden vender un producto muy interesante**. Por otro lado, también se han recibido varias subvenciones de UCAI para el fomento del comercio local.
- **Formación:** desde la cámara de comercio se ofrece para 2 grandes grupos (por un lado, a menores de 30 años y por otro a mayores de 65 desempleados). Se les forma en crear habilidades para mejorar su empleabilidad en función de las necesidades de cada uno, pero actualmente no se trabaja directamente en formación MICE.
- **Incentivos:** desde el Convention Bureau **se proporciona una serie de incentivos** (por ejemplo, cuando se celebra un evento en la ciudad, de la factura de la cartelería se hace cargo el Convention Bureau) **y asistencia logística integral a aquellos organizadores de eventos que deciden colaborar con proveedores locales**. Esto incluye no solo descuentos, sino también apoyo en la coordinación y logística de contratación para facilitar la colaboración con negocios de la región.

SOCIAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia social: Compromiso básico con la inclusión y diversidad. Acciones sociales esporádicas. Enfoque emergente hacia las responsabilidades sociales y mayormente reactivo. La participación en iniciativas sociales puede ser esporádica, poco sistemática y no está integrada en la estrategia general del Convention Bureau. A menudo, estas acciones son impulsadas por oportunidades ad-hoc o requerimientos externos más que por un plan estratégico interno.

- En la **“Agenda 2030”** que se está trabajando desde el ayuntamiento tienen varias actuaciones y una metodología de acompañamiento para mencionar la importancia de la sostenibilidad social. En la cámara de comercio se ha creado un departamento de sostenibilidad que afecta al turismo en general, pero para el MICE todavía no es relevante.
- **Responsabilidad Social Corporativa:** desde el principado de Asturias se pone a voluntad de los organizadores de eventos un programa de Responsabilidad Social Corporativa, pero desde Avilés aún no se ha solicitado nada.

- **Inclusión social:** Cuando se celebra un campeonato con personas con discapacidad, se va a los colegios para contar las experiencias de estas personas, cómo se han sentido, cómo es su día a día, etc. Además, desde el ayuntamiento de Avilés se puso en marcha la **contratación de personas con discapacidad** y existen cláusulas especiales para este tipo de acuerdos.
- **Accesibilidad:** En cuanto a la accesibilidad, existe un plan de sostenibilidad extraordinario que se está trabajando con COCENFE, donde **se está evaluando cada lugar de la ciudad de tal manera que cuando se visite la ciudad todo el mundo sepa exactamente que se va a encontrar**. Dentro de esta evaluación se han incorporado todos los venues donde se celebran eventos MICE.
- **Convenios:** se cuenta con **un convenio con una asociación de personas sordas** que se ofrece cuando un organizador de eventos lo solicita.

IMPACTO

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia de impacto a medio/largo plazo: El Convention Bureau adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el Convention Bureau empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.

- **Identificación de necesidades:** existe un servicio específico para recabar información sobre las necesidades de la ciudadanía a través de peticiones vecinales. Con este servicio se fomenta la participación más activa de la población para una mejora continua. A nivel empresarial, hay reuniones semanales para conocer las necesidades y cuando se celebra un congreso se llega a un consenso.
- **Comunicación de impacto y resultados:** Desde el área de turismo, se ha desarrollado una actividad donde **se entrevistan con hoteles, proveedores, empresas...** el objetivo de estas interacciones es doble: **por un lado, se busca informar de manera detallada sobre los nuevos proyectos que se están desarrollando de tal manera que todo el ecosistema turístico esté al tanto de las próximas actividades. Por otro lado, se informan sobre los resultados de eventos anteriores y el impacto generado.**

- **Legado:** Un ejemplo de legado que se ha producido en la ciudad fue en 1995 a nivel deportivo. Se celebró el campeonato de natación de personas con discapacidad y se hicieron **intervenciones para eliminar las barreras arquitectónicas de las instalaciones deportivas** de tal manera que fueran accesibles para todas las personas. Con este ejemplo, la idea es ir consiguiendo la accesibilidad universal.
- Actualmente, el Convention Bureau **está en la fase inicial de implementación de sistemas diseñados para evaluar el impacto** a medio y largo plazo de las intervenciones en el destino.

TRANSVERSALES:

Este bloque de preguntas cuenta con diferentes cuestiones que afecta de manera transversal a las 4 dimensiones que se muestran en el Maturity Model.

- En el Avilés Convention Bureau, todos los **miembros están comenzando a recibir formación básica en cuanto a sostenibilidad** en todos sus ámbitos: medioambiental, económica y social.
- Se **está iniciando la implementación de herramientas digitales básicas** enfatizando la importancia de la digitalización como un medio esencial para promover la sostenibilidad. Este enfoque busca integrar tecnologías que faciliten procesos más eficientes y ecológicos, subrayando cómo la transformación digital puede ser un pilar clave en la construcción de prácticas sostenibles y en la mejora continua de nuestras operaciones.
- La **estrategia de comunicación del Avilés Convention Bureau está en fase de iniciación** de tal manera que se está empezando a comunicar los resultados obtenidos sobre la sostenibilidad en el destino. Estas comunicaciones se hacen ocasionalmente en comunicados de prensa, diferentes sitios web, las redes sociales...
- El **Avilés Convention Bureau ha establecido alianzas estratégicas con entidades locales, que incluyen organizaciones gubernamentales, instituciones académicas y empresas privadas**. Estas colaboraciones están enfocadas en trabajar conjuntamente para la promoción y el desarrollo del destino. Este esfuerzo colectivo busca aprovechar los recursos de cada socio para impulsar el crecimiento y la mejora del área de manera integrada y sostenible.

RECOMENDACIONES DE EXPERIENCIAS A DESARROLLAR

Una vez visto el posicionamiento del destino en el Maturity Model, en la herramienta de PowerBI se les mostró una serie de recomendaciones personalizadas acorde a las necesidades de cada Convention Bureau, a nivel medioambiental, económico, social, impacto y transversal.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
MEDIOAMBIENTAL	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	01. Analizar fórmulas para minimizar los residuos y desperdicios generados en los eventos.
		02. Identificar proveedores locales que permitan mejorar la gestión de ciertos materiales y residuos difíciles de reciclar.
	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	03. Crear un listado de proveedores locales que ofrecen servicios sostenibles sobre el transporte de bajas emisiones o alternativas de movilidad
		04. Promover e incentivar el uso de medios de transporte sostenibles o verdes, entre los asistentes a los eventos.
	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	05. Crear un directorio de proveedores de alimentos y bebidas locales y sostenibles.
		06. Incentivar entre los socios del Convention Bureau el uso de productos locales (Km0, de temporada y biológicos).
		07. Promover el consumo de productos locales entre organizadores de reuniones.
	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	08. Publicar guías y manuales detallados que expliquen los pasos para obtener certificaciones ambientales, los requisitos y las mejores prácticas.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
ECONÓMICA	DESARROLLO Y TALENTO	01. Desarrollar talleres de trabajo a los socios del CB sobre estrategias de captación y retención de talento.
		02. Fomentar la creación de grupos de estudio y discusión sobre temas relevantes para la industria de eventos, promoviendo el aprendizaje colaborativo.
	PROGRAMAS DE APOYO LOCAL	03. Diseñar una guía de comercios de productos locales y artesanales en la ciudad. Dirigido a los asistentes a reuniones y eventos.
		04. Llevar a cabo campañas de concienciación dirigidas a la comunidad, organizadores y participantes de eventos sobre la importancia de apoyar negocios locales sostenibles.
	PROMOCIÓN DEL EMPLEO LOCAL	05. Publicar y promover historias de éxito de profesionales locales en la industria MICE, destacando sus trayectorias y logros para inspirar a otros.
		06. Realizar estudios de mercado y encuestas para identificar las necesidades de empleo en la industria MICE y desarrollar estrategias para satisfacer esas demandas.

SOCIAL	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	01. Establecer colaboraciones con ONGs, escuelas y grupos comunitarios para fomentar la participación en actividades sostenibles. 02. Mantener conversaciones regulares con líderes comunitarios y grupos de interés para asegurar que las actividades del CB están alineadas con las necesidades y expectativas de la comunidad.
	COLABORACIÓN EN PROYECTOS COMUNITARIOS	03. Facilitar programas donde los asistentes a los eventos puedan participar en actividades de voluntariado en la comunidad. 04. Participar en iniciativas sociales del destino (jornadas de sensibilización, recogida de basura o carreras solidarias).
	COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE DIVERSIDAD	05. Identificar y registrar a colectivos que nos puedan ayudar en la concienciación sobre la importancia de la diversidad en reuniones y eventos.
	FOMENTO DE LA INCLUSIÓN LABORAL	06. Lanzar campañas de concienciación para destacar la importancia y beneficios de la inclusión laboral en eventos.
	COMUNICACIÓN INCLUSIVA	07. Asegurar que todas las publicaciones en redes sociales sean accesibles, utilizando descripciones de imágenes, subtítulos en videos y lenguaje inclusivo. 08. Utilizar lenguaje inclusivo en todas las comunicaciones, materiales de marketing y anuncios de eventos.
	FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD	09. Crear un listado de proveedores locales de servicios de interpretación en lengua de signos, descripciones auditivas y materiales accesibles para personas con diversas capacidades y compartirlo de manera sistemática con los organizadores de los eventos fomentando su uso.
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	10. Recibir formación todos los trabajadores del CB o relacionados con el mismo sobre la transformación digital y su importancia en el desarrollo de los eventos.

IMPACTO	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	01. Avanzar hacia modelos de gobernanza público-privados, que permitan ofrecer un mejor servicio a organizadores y asistentes, logrando que los eventos generen un legado duradero en el destino.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	02. Crear marco de colaboración con grandes organizadores profesionales de congresos (OPCs) para identificar congresos que sean reconocidos por el importante legado que dejan en los destinos donde se desarrollan. 03. Crear marco de colaboración y coordinación con asociaciones y sociedades médicas, científicas, educativas y empresariales, para identificar formas de incrementar el legado de las reuniones.
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	04. Desarrollar reuniones periódicas con asociaciones civiles y de vecinos para buscar fórmulas de generar legado en barrios deprimidos de la ciudad.
	MARCO PARA INCREMENTAR EL LEGADO	05. Integrar el legado como factor importante a la hora de captar y apoyar la celebración de reuniones y eventos. Apoyo extra a eventos que aporten más valor y dejen mayor legado.

TRANSVERSALES	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	01. Realizar encuestas y estudios de opinión para entender mejor las expectativas y preocupaciones de los stakeholders locales.
	PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO	02. Implementar campañas de concienciación sobre la importancia de la sostenibilidad.
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	03. Establecer un método de trabajo para mantenerse actualizado sobre las últimas tendencias y tecnologías emergentes en la industria de eventos digitales. 04. Definir objetivos de sostenibilidad para la industria de reuniones en el destino.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	05. Definir presupuesto disponible y designar a una persona encargada de supervisar el desarrollo del plan de sostenibilidad.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	06. Evaluar diferentes herramientas tecnológicas y procesos de captación de datos que permitan analizar el grado de sostenibilidad en el ecosistema MICE local y su evolución en el tiempo.
	TRANSPARENCIA	07. Generar noticias y artículos divulgativos sobre la sostenibilidad en el blog o newsletter del Convention Bureau.
	DESARROLLO DE LA IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE	08. Participar en foros, encuentros, eventos e iniciativas relacionados con la sostenibilidad. 09. Crear una campaña de comunicación/sensibilización a toda la cadena de valor MICE local, para darle a conocer el compromiso adquirido con la sostenibilidad y legado en el sector MICE.
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	10. Desarrollar sesiones informativas sectoriales a los socios del Convention Bureau/empresas locales, sobre la estrategia de sostenibilidad. 11. Programar calendario de publicaciones en sitio web, blog, newsletter y redes sociales sobre sostenibilidad en el sector MICE.
	DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS	12. Elaborar estrategia editorial sobre la comunicación de la sostenibilidad, definiendo qué datos van a estar disponibles, a qué interlocutores vamos a dar acceso a dichos datos y en qué formato y canales se van a poder visualizar. 13. Crear grupo de trabajo con otros departamentos del ayuntamiento o del gobierno local (como movilidad, limpieza o seguridad) para analizar los posibles impactos generados por grandes eventos y tomar medidas para intentar reducir los más negativos.

Para finalizar se indica que se procederá al envío de un documento resumen con todo lo que se ha visto en la sesión y de cara a la próxima reunión virtual, el Convention Bureau deberá seleccionar las acciones que les gustaría llevar a cabo para personalizar su estrategia y empezarlas a desarrollar en una hoja de ruta durante la segunda sesión presencial:

2ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	4 de Octubre 2024
HORA DE COMIENZO	09:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:30 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Ayuntamiento Avilés. Sala Biblioteca
ASISTENTES	Destino - Avilés: <ul style="list-style-type: none"> Sonia García Menéndez, Avilés Convention Bureau. Silvia Gándara, Oficina de Turismo de Avilés. Juan González, Responsable de Oficina de Congresos.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Isabel San Juan, Consultora Senior.

Objetivo de la sesión:

- Elaborar un Project Plan para desarrollar una Guía de Sostenibilidad que sirva de referente para los organizadores donde se incluirá la promoción de comercios locales y productos de Avilés.
- Acción/experiencia a desarrollar en el destino: Diseño de una Guía sostenible para la promoción y fomento del comercio y producto local dentro del contexto del sector MICE.

Esta sesión se centró en la definición y desarrollo de un Project Plan para desarrollar de manera inicial el Diseño de una Guía sostenible para la promoción y fomento del comercio y producto local dentro del contexto del sector MICE, sin embargo, se reflexionó sobre la necesidad de contar con una guía más amplia que sirva de referente para los organizadores como guía de sostenibilidad en eventos, donde se les incluiría la promoción de comercios locales y productos de Avilés.

En este punto se **expuso el objetivo de la sesión: definir las bases para la creación de una Guía sostenible para la promoción y fomento del comercio y producto local dentro del contexto del sector MICE en Avilés, integrando iniciativas locales como “Avilés Secreta” y “Experiencia Avilés”.**

Además, se destacó la **importancia de la guía para sensibilizar al sector empresarial y los organizadores de eventos sobre el legado y la sostenibilidad** en el destino.

Teniendo en cuenta este nuevo enfoque se comenzó a trabajar de manera conjunta con el equipo de Avilés para el desarrollo de la guía de sostenibilidad.

Para lograr este objetivo, se empleó una metodología participativa que incluyó la reflexión conjunta sobre ¿qué es lo que nos gustaría mostrar en la guía?, ¿cómo se puede enlazar con otros proyectos del destino como Avilés Secreta o Experiencia Avilés? y ¿cómo poder hacer pedagogía tanto interna como externa?, esto se desarrolló a través de la construcción de un **Canvas de gestión de proyectos y la definición del Project Plan para el desarrollo de una Guía de Sostenibilidad para el destino**. Estas metodologías, además, servirán como base para futuras estrategias de acción del Convention Bureau en materia de Sostenibilidad, Impacto Positivo y Legado.

Previo a esta reunión se les facilitó un pre-work para tratar en la misma sesión, quedando definida con los siguientes puntos:

PREWORK (REFLEXIONES PREVIAS)

ACCIÓN: DISEÑO DE UNA GUÍA SOSTENIBLE PARA LA PROMOCIÓN Y FOMENTO DEL COMERCIO Y PRODUCTO LOCAL DENTRO DEL CONTEXTO DEL SECTOR MICE.

1. Reflexión de recursos locales:

- Identificación/localización de los comercios adheridos a "Avilés Secreta", así como otros comercios locales no adheridos.
- Productos típicos que destacan dentro de la región (gastronomía, artesanía, productos gourmet, etc.).

2. Análisis de iniciativas actuales:

- Estado de campañas como "Avilés Secreta", "Ruta Dulce" y "Comarca Avilés Delicias" u otras.

3. Reflexión sobre necesidades y expectativas del segmento MICE:

- ¿Qué información buscan los organizadores de eventos y asistentes cuando visitan un destino como Avilés?
- Ejemplos de guías de otros destinos o CB que puedan servir de ejemplo si se tuviese.

4. Sostenibilidad y digitalización:

- Reflexionar sobre la propuesta de digitalizar la guía para reducir el uso de papel, explorando plataformas que puedan facilitar esta transición.

1. Introducción

- Bienvenida e introducción de los participantes.
- Objetivos del encuentro.
 - Diseñar una guía que combine la promoción de productos y comercios locales con las necesidades específicas del turismo MICE.
 - Reflexionar sobre cómo unificar las iniciativas actuales para crear una experiencia cohesiva y atractiva.

2. Reflexión sobre el Destino Avilés y su Oferta Local.

- Cómo integrar la documentación con la que se cuenta en el contexto de eventos MICE.

3. Discusión y Definición del Concepto de la Guía.

- Temas a discutir.
 - Concepto de la guía.
 - Enfoque MICE.

4. Digitalización.

- Propuesta de digitalización de la guía, cómo ofrecer una versión interactiva en plataformas online para eventos.

5. Plan de Acción y Tareas.

- Pasos concretos para el desarrollo de la guía.
 - Definir responsabilidades.
 - Cronograma de trabajo.
- Presupuesto y recursos necesarios.

6. Conclusión y Próximos Pasos.

RESULTADOS DE LA SESIÓN.

REFLEXIÓN INICIAL:

Durante esta primera parte y atendiendo a la participación de los asistentes, así como lo trabajado en el documento del *prework* enviado previamente, se plantean una serie de cuestiones que ayudan a determinar las claves para el desarrollo de la guía.

1. Reflexión sobre iniciativas actuales

- Se consideró la necesidad de unificar las campañas de "Avilés Secreta", que ya cuenta con 40 comercios adheridos, y la plataforma "Experiencia Avilés", que ofrecerá una web escaparate con experiencias turísticas y comerciales.
- Se mencionó también en este aspecto la posibilidad de colaborar con los hoteles de la ciudad, para que integren la medición de la huella de carbono en sus operaciones, incentivada por el Ayuntamiento.

2. Debate sobre la estructura de la guía.

- Se sugirió por parte de Avilés un formato visual y didáctico, similar a guías de otros destinos como Madrid o Málaga, que incluya los conceptos de sostenibilidad y ejemplos de cómo implementarla.
- Además, se propuso que la guía no solo sirva para los organizadores MICE, sino también para los comercios y hoteles, ayudándoles a comprender los beneficios de involucrarse en estas actividades.
- Por otro lado, se insistió en la necesidad de utilizar la sostenibilidad como un valor diferencial para Avilés en el mercado MICE, aumentando la visibilidad del destino.

3. Otros referentes de guías de sostenibilidad.

- Se indica desde el destino que se cuenta con referentes de guías como La guía de eventos sostenibles de Málaga o Madrid.
- En este sentido se concreta que quizás es la guía de eventos sostenible de Málaga la que más se acerca a las necesidades de Avilés, como ejemplo a seguir, siendo una guía más visual donde se especifican diferentes actividades/acciones de sostenibilidad para implementar en el destino.

Resumen de la fase de reflexión

Elementos principales para el desarrollo de la guía.

1. OBJETIVO:
 - **Fomento del Comercio Local y Valoración del Destino:** La guía busca sensibilizar tanto a organizadores de eventos como a empresarios locales sobre la importancia del comercio local y el valor de Avilés como destino turístico y MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions).
 - **Enfoque en la Sostenibilidad:** Incorporar la sostenibilidad en la guía, para posicionar a Avilés como un destino turístico que apoya prácticas responsables.
2. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS
 - **Integración de Avilés Secreta y Experiencia Avilés:** Estas iniciativas forman parte clave del manual.
 - Avilés Secreta: Campaña reciente que promueve comercios y lugares menos conocidos de Avilés.
 - Experiencia Avilés: Portal en desarrollo donde se promocionarán paquetes y experiencias disponibles en la ciudad, dirigidas tanto a residentes como visitantes.
 - **Enfoque Visual y Didáctico:** La guía será visualmente atractiva y fácil de comprender, con ilustraciones y explicaciones claras.
 - **Ejemplo de Sostenibilidad MICE:** Se incluirán recomendaciones para prácticas sostenibles en eventos, como medir la huella de carbono, y se hará referencia a los servicios sostenibles disponibles en Avilés.
3. ALCANCE Y CANALES DE DIFUSIÓN
 - **Guía digital:** se diseñará digitalmente y permanecerá colgada en la web para el acceso a todas las personas interesadas.
 - **Difusión a través de Redes y Eventos:** La guía se promocionará en redes sociales, congresos, y mediante notas de prensa.
 - **Colaboración con Entidades:** Trabajarán con entidades colaboradoras como Spain Convention Bureau, destinos inteligentes, y la mesa MICE de turismo, además del comercio local.

RESULTADO DE LA DEFINICIÓN DEL CANVAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS (PROJECT MANAGEMENT CANVAS):

1. **Objetivo de la acción.**

Objetivo principal: Crear una guía que promueva la sostenibilidad y el valor del comercio local en Avilés como destino MICE y turístico.

A su vez, como objetivos secundarios: Desarrollar una **guía de comercio y turismo local** que:

- **Sensibilice a organizadores de eventos y al sector empresarial de Avilés** sobre la importancia del comercio local y la sostenibilidad.
- **Posicione a Avilés como un destino turístico y de reuniones (MICE) sostenible** que ofrezca experiencias únicas, conectadas con la historia y cultura de la ciudad, y que destaque por su compromiso con el medio ambiente.
- **Fortalezca la marca de Avilés** como un destino de congresos y eventos, aumentando su visibilidad y atracción mediante prácticas sostenibles.
- **Impulse la colaboración entre comercios, hoteles, y servicios locales**, animando a que se impliquen activamente en la oferta turística, con el objetivo de mejorar la experiencia de los visitantes y apoyar el desarrollo económico de la comunidad.
- **Incremente la participación de comercios y servicios en proyectos sostenibles**, creando un recurso útil que fomente el turismo fuera de temporada alta y añada valor tanto para organizadores de eventos como para el público general.

2. **Alcance.**

Utilización de canales de comunicación propios, redes sociales, congresos, notas de prensa y colaboración con entidades relevantes como Destinos Inteligentes, mesa MICE de turismo, y el comercio local.

El alcance busca cubrir tanto la promoción de la guía como la colaboración con actores locales.

3. Resultados esperados.

Los resultados esperados incluyen:

- Crear una guía visual y didáctica sobre el turismo sostenible en Avilés, accesible desde portales relevantes mediante un banner, que facilite a los organizadores de eventos y visitantes la planificación de actividades sostenibles en la ciudad.
- Aumentar la adhesión de comercios y servicios locales a la guía, fomentando que más actores se involucren en iniciativas sostenibles y se integren en el sector turístico MICE de la ciudad.
- Aumentar el número de eventos que adopten prácticas sostenibles

4. Indicadores de éxito.

Para medir el éxito de la propuesta, se establecieron indicadores como:

- **Nivel de Implicación de Organizadores en Sostenibilidad:** Medir cuántos organizadores de eventos adoptan prácticas sostenibles promovidas en la guía.
- **Número de visitas o descargas de la guía** desde el portal o los banners en sitios de turismo y eventos, lo que reflejaría el interés y utilidad percibida por los organizadores y visitantes.
- **Medir el incremento en la cantidad de comercios, hoteles y servicios locales** que se adhieren al proyecto y se registran en la guía.

5. Stakeholders.

Entre los actores clave se encuentran:

- **Departamento de Comunicación y Prensa:** Responsable de la difusión de la guía y de su promoción a través de notas de prensa y redes sociales, asegurando la visibilidad del proyecto.
- **Club de Empresas y Cámara de Comercio:** Colaboran en la integración de los comercios locales, apoyando la adhesión de empresas y servicios al proyecto y promoviendo la sostenibilidad en el sector empresarial.
- **Equipo de Avilés Secreta:** Encargados de la campaña Avilés Secreta, que promueve el comercio local y experiencias únicas en la ciudad, ayudando a integrar esta iniciativa en la guía.

- **Servicios Municipales y Ambientales del Ayuntamiento:** A cargo de la medición de la huella de carbono en edificios municipales y colaborando en la creación de un destino MICE más sostenible.
- **Sector Hotelero y de Hostelería Local:** Hoteles, restaurantes y otros servicios de hospitalidad, que serán beneficiarios y colaboradores clave, pues muchos de sus servicios estarán promovidos en el manual para visitantes y organizadores.
- **Servicio de Promoción Empresarial:** Brinda apoyo y recursos a las empresas locales para facilitar la adopción de prácticas sostenibles y la participación en el proyecto.

6. Beneficiarios.

- **Organizadores de Eventos y Prescriptores:** Obtendrán una herramienta útil para planificar eventos sostenibles y acceder a servicios locales, mejorando la calidad y diferenciación de sus eventos en Avilés.
- **Asistentes a Eventos y Turistas:** Podrán disfrutar de experiencias auténticas y sostenibles, con acceso a una oferta diversa de comercios y servicios locales que reflejan la cultura de Avilés.
- **Comunidad Local:** El proyecto favorece la economía local, promoviendo el comercio y los servicios de la ciudad, lo que puede resultar en un crecimiento económico sostenible y mayores oportunidades de empleo.
- **Sector Empresarial de Avilés:** Las empresas locales, especialmente del comercio, hostelería y restauración, verán incrementada su visibilidad y participación en el mercado turístico.
- **Sector MICE de Avilés:** La guía fortalecerá la posición de Avilés como un destino de referencia en el turismo de reuniones y eventos sostenibles, atrayendo a organizadores interesados en destinos responsables y con prácticas sostenibles.

7. Equipo.

El equipo que llevará a cabo esta acción estará compuesto por:

- Equipo de Proyecto (Sonia, Silvia y Juan).
- Equipo de Avilés Secreta.
- Departamento de Comunicación y Promoción.

- Servicio de Medioambiente y Servicios Municipales.
- Colaboradores Externos (Empresas y Comercios Locales.
- Asistencia Técnica (si se requiere): Se considera la posible contratación de una empresa externa que ayude con la recopilación y análisis de datos.

8. Recursos necesarios.

Los recursos necesarios para la implementación de la guía incluyen:

- Personal específico para el desarrollo y coordinación del proyecto.
- Herramienta de Asistencia Técnica Externa.
- Información actualizada y Datos.
- Recursos presupuestarios.

9. Hitos principales.

Entre los hitos clave del proyecto se encuentran:

- Encaje de *Avilés Secreta* en la Guía
- Definición del Enfoque Final de la Guía: Decidir el diseño, estructura y tono del manual, garantizando que sea visual, didáctico y alineado con los objetivos de sostenibilidad y promoción del comercio local.
- Recopilación de Información: Obtener todos los datos necesarios sobre comercios, servicios, prácticas sostenibles, y experiencias locales, tanto de actores públicos como privados, que formarán parte de la guía.
- Promoción de la Guía en Canales de Difusión: Implementar la campaña de lanzamiento en redes sociales, portales de turismo y eventos.
- Desarrollo del Portal Web para la Guía: Crear o adaptar una plataforma digital donde la guía pueda estar accesible y fácilmente actualizable.

10. Riesgos.

Los principales riesgos identificados son:

- Limitación de RRHH del equipo actual ya que no tiene dedicación exclusiva con MICE
- Posibles restricciones presupuestarias que puedan aparecer.
- Falta de colaboración por parte de los diferentes actores, (hoteles, proveedores, comercio).

11. Actividades/tareas a ejecutar.

En este punto se han trabajado las principales actividades que se llevarán a cabo para desarrollar esta guía de sostenibilidad y su nivel de dificultad para, de manera posterior desde el propio destino proceda a desarrollar el Project plan detallado.

Las tareas definidas son las mostradas en la siguiente tabla:

Título de la tarea	DIFICULTAD
Recopilar documentación	
Recolectar la documentación relacionada con MICE, turismo y datos técnicos proporcionados por el Ayuntamiento de Avilés.	2
Obtener la documentación de otras organizaciones relevantes para el proyecto.	3
Recoger información sobre prácticas y guías de otros destinos para análisis comparativo.	1
Interpretar / analizar documentación	
Estudiar en detalle manuales de otros destinos, identificar puntos clave para adaptar y aplicar en la guía de Avilés.	2
Revisar el manual actual de la oficina de congresos de Avilés, identificando posibles carencias o áreas de mejora.	2
Definir estructura de la guía	
Analizar cómo se puede integrar Avilés Secreta dentro de la estructura de la guía.	3
Identificar oportunidades de conexión con turismo MICE sostenible y planificar su promoción en redes sociales.	2
Coordinar reuniones con servicios municipales, cámaras de comercio, hoteles y otros actores clave para definir el contenido.	3
Buscar ejemplos de buenas prácticas en otras ciudades y evaluar cómo implicar a más actores locales en el proyecto.	3
Desarrollo del proyecto en sí poniéndolo a disposición de una empresa	
Abrir un proceso de licitación para la contratación de una empresa que diseñe la guía.	3
Ejecutar la puesta en marcha de la guía, asegurando su implementación según los planes y objetivos establecidos.	3

CONCLUSIONES DE LA SESIÓN

A continuación, se muestran las conclusiones de las principales reflexiones mantenidas durante toda la sesión:

El desarrollo de una **guía de comercio local y sostenibilidad para Avilés** es un paso crucial para posicionar la ciudad como un destino de referencia en el turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) y el turismo general. A través de esta guía, se busca:

1. **Impulsar el valor del comercio y servicios locales**, integrando prácticas sostenibles que apoyen el crecimiento económico de la ciudad y su comunidad.
2. **Fomentar la sostenibilidad en el turismo y los eventos**, ofreciendo a los organizadores de congresos y visitantes herramientas prácticas para reducir su impacto ambiental y disfrutar de experiencias únicas y responsables.
3. **Involucrar a actores locales clave**, desde comercios hasta hoteles y otros servicios turísticos, para crear una oferta integral que promueva Avilés como un destino atractivo durante todo el año, más allá de las temporadas altas.

Con una correcta recopilación y análisis de datos, la guía no solo será un recurso útil para los organizadores de eventos, sino que también ayudará a posicionar a Avilés como un **destino competitivo en el ámbito de la sostenibilidad**, fortaleciendo su identidad en el sector turístico.

La participación de los stakeholders y una estrategia clara de difusión en medios digitales serán esenciales para asegurar el éxito de la guía y para garantizar su adopción tanto por el sector empresarial local como por los visitantes y organizadores de eventos.

Guías actuales de referencia:

- Guía de eventos sostenibles de Málaga
- Guía de eventos sostenibles de Madrid

Ambas guías comparten el objetivo de transformar la forma en que se organizan los eventos en estas ciudades, integrando la sostenibilidad como un pilar central para contribuir positivamente al medio ambiente y la comunidad local.

Jornada de presentación y sensibilización en destino.

FICHA DE LA SESIÓN:

FECHA DE CELEBRACIÓN	11 febrero 2025
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:30 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Palacio de Valdecarzana
ASISTENTES	22 asistentes
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> • María José Rodríguez. Subdirectora Área de Promoción Económica y Fondos Europeos. • Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo y secretaria técnica del SCB.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> • Raquel Reyes, Project Manager. • Isabel San Juan, Consultora Senior.






PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL PROYECTO EXPERIENCIAS DE FEMP

DESDE LA RED DEL SPAIN CONVENTION BUREAU JUNTO CON EL AYUNTAMIENTO DE AVILÉS

Nos complace invitarle a la **presentación de resultados, jornada de formación y sensibilización del Proyecto Experiencias**, donde **Avilés ha participado** como destino piloto en el desarrollo e implantación del Plan de Acción en Sostenibilidad y Legado MICE.

Durante la jornada les presentaremos los trabajos realizados en el destino y su repercusión para el sector.

PROGRAMA:

Apertura de puertas 9:45 h

Presentación de resultados.

- ◊ Bienvenida Institucional
- ◊ Mesa Redonda: "Hacia un modelo regenerativo en la Industria MICE"

① Horario: 10:00 – 11:00 h

----- Coffee Break: 11:00h – 11:30h -----

Jornada de Formación y Sensibilización: "El camino hacia un MICE sostenible"

① Horario: 11:30 – 13:30 h

Fin de la jornada: 13:30 h

INSCRÍBETE AQUÍ

▶






CONTENIDO DE LA SESIÓN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES:

Introducción

La ciudad de Avilés acogió la tercera y última sesión de presentación y sensibilización del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE, consolidando su papel como uno de los destinos piloto en el marco del Proyecto Experiencias impulsado por la FEMP y el Spain Convention Bureau. La jornada, celebrada en el emblemático Palacio de Valdecarzana, sirvió de espacio para compartir avances, fortalecer compromisos y visibilizar la estrategia local basada en la promoción del comercio y el producto de proximidad como herramienta de sostenibilidad turística.

Desarrollo de la jornada

Bienvenida institucional y apertura

La sesión comenzó puntualmente a las 10:00 horas con la llegada de invitados y medios de comunicación locales. La bienvenida institucional corrió a cargo de Raquel Ruiz López, Concejala de Hacienda, Turismo, Comercio y Juventud del Ayuntamiento de Avilés, quien puso en valor el trabajo realizado en el marco del proyecto y reafirmó el compromiso del municipio con la sostenibilidad y la colaboración público-privada. Le siguió María José Rodríguez, Subdirectora de Promoción Económica y Turismo de la FEMP, que contextualizó la iniciativa en el conjunto de actuaciones nacionales del Spain Convention Bureau y celebró el papel activo de Avilés desde el inicio del plan.

Mesa redonda: “Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE”

La mesa fue moderada por **Marien Cava**, Secretaria Técnica del Spain Convention Bureau, y contó con la participación de:

- **Sonia García**, Responsable de Turismo del Ayuntamiento de Avilés.
- **Juan González**, Oficina de Congresos de Avilés.
- **Daniel Rodríguez**, Presidente del Club de Empresas de Avilés y Comarca.

Los temas abordados en los distintos bloques fueron:

- **Impacto y beneficios del proyecto:** Se destacó cómo el proyecto ha impulsado una nueva mirada sobre el papel de la industria de reuniones en la ciudad, pasando de una función promocional a convertirse en un verdadero motor de desarrollo económico y social. Se remarcó

la capacidad del MICE para activar el tejido productivo local, generar economía circular y dinamizar el comercio de proximidad.

- **Aprendizajes del desarrollo del proyecto:** Los ponentes coincidieron en la utilidad del marco metodológico del plan, que ha permitido ordenar ideas, reforzar el trabajo entre áreas municipales y abrir un nuevo espacio de diálogo entre instituciones y actores del sector privado. También se valoró la oportunidad de consolidar un relato de ciudad coherente con los valores de sostenibilidad y legado.

- **Acción local priorizada:** Como acción prioritaria del destino, se presentó el desarrollo de una *guía sostenible para la promoción y fomento del comercio y producto local vinculado al sector MICE*. Esta herramienta facilitará la conexión entre organizadores de eventos y proveedores locales comprometidos con prácticas responsables, permitiendo que la inversión de los eventos se quede en el territorio y contribuya al fortalecimiento de la identidad local.

- **Futuro del modelo:** Se manifestó la intención de dar continuidad a los trabajos iniciados y se planteó la necesidad de integrar esta guía en la estrategia promocional del Convention Bureau. Además, se propuso formalizar mecanismos de seguimiento para evaluar su impacto y fomentar la implicación activa del tejido empresarial local en el modelo MICE sostenible.

Jornada de sensibilización

Tras una pausa café, se dio paso a la jornada de sensibilización, conducida por el equipo de la consultora Braintrust (Raquel Reyes e Isabel San Juan). La sesión, bajo el título "El camino hacia un MICE sostenible", se estructuró de forma participativa, invitando a todos los asistentes —principalmente empresas del sector turístico, agentes económicos locales y técnicos municipales— a reflexionar colectivamente sobre los retos y oportunidades de la sostenibilidad en su ámbito de acción.

Los contenidos abordaron:

- El diagnóstico actual del sector MICE a nivel nacional (DAFO)
- El concepto de sostenibilidad más allá del medio ambiente: gobernanza, legado, impacto social y responsabilidad compartida
- Prácticas concretas en la planificación de eventos sostenibles: contratación local, movilidad responsable, gestión de residuos y alianzas sociales

- Casos de éxito internacionales y nacionales
- Ejemplo local: intervención de Buen Hacer Eventos, catering comprometido con prácticas sostenibles en todas sus operaciones, que mostró su modelo de trabajo responsable como inspiración para otros proveedores.

Dinámicas participativas (Mentimeter)

Durante la sesión se utilizaron varias dinámicas con la herramienta Mentimeter para recoger impresiones en tiempo real:

- **¿Qué aporta el MICE al destino?** Las respuestas más destacadas fueron: *desestacionalización, economía local, dinamismo, conocimiento, visibilidad, empleo y posicionamiento*. Se evidenció un consenso sobre el valor transversal del MICE como impulsor de desarrollo en ciudades medias como Avilés.
- **¿Qué es para ti sostenibilidad?** Las palabras clave que emergieron fueron *futuro, responsabilidad, equilibrio, inclusión, calidad de vida, conciencia*. La participación mostró una comprensión amplia y madura del concepto, con enfoque en la corresponsabilidad.
- **Aprendizajes y motivaciones de la jornada:**
 - Valoración del trabajo en equipo y la colaboración público-privada.
 - Toma de conciencia de que *“todo es sostenibilidad”*.
 - Reconocimiento del trabajo que ya se está haciendo y la necesidad de comunicarlo mejor.
 - Motivación para mejorar y *“hacer las cosas mejor”*.
 - Sentimiento de pertenencia al proceso (*“ser parte”, “todos somos necesarios”*).
 - Relevancia de *hacer equipo* para construir destino.
 - Identificación de nuevas oportunidades y recursos no explorados.
 - Necesidad de concienciar al entorno sobre el valor del MICE y su impacto.
 - Importancia de poner en valor lo ya existente y hacerlo visible.

Conclusiones de la jornada

- La ciudad de Avilés demostró un alto grado de implicación institucional y empresarial en la consolidación de un modelo MICE sostenible. La acción local planteada —la guía del comercio y producto local vinculado al turismo de reuniones— se percibe como una herramienta con gran potencial de impacto, tanto económico como reputacional. La jornada puso en evidencia una comunidad profesional con conciencia y voluntad de cambio, aunque también con la necesidad de seguir trabajando en la coordinación entre áreas municipales, en la sistematización de las acciones y en la medición del impacto.

PARTICIPANTES EN LA MESA REDONDA:






MESA REDONDA: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">MODERA</div>  <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-top: 5px;"> Marien Cava <small>Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo de la FEMP. Secretaría técnica del SCB</small> </div>	<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">INTERVINIENTES</div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 48%;">  <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-top: 5px;"> Sonia García - <small>Técnico de Turismo del Ayuntamiento de Avilés</small> </div> </div> <div style="width: 48%;">  <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-top: 5px;"> Juan González - <small>Técnico de la Cámara de Comercio de Avilés</small> </div> </div> <div style="width: 48%;">  <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-top: 5px;"> Daniel Rodríguez - <small>Presidente Club Empresas de Avilés y Comarca</small> </div> </div> </div>
--	--

RESULTADOS DE LAS REFLEXIONES DE LA SESIÓN DE SENSIBILIZACIÓN:

¿QUÉ PIENSAS QUE APORTA LA INDUSTRIA DE REUNIONES A ESTE DESTINO?

Desestacionalización	Ayuda a dar a conocer la ciudad	Desestacionalización	Desestacionalizar el turismo y visibilizar las bondades del destino a nivel de turismo particular
-Visibilidad del destino, - Fuente de ingresos,	Oportunidad de generar empleo y riqueza	Posicionamiento	Una oportunidad
Mejora la marca de la ciudad	Incremento gasto medio	Dar visibilidad a la ciudad y todas las posibilidades que la ciudad ofrece en otro tipo de aspectos como el turístico e histórico	Posicionar avilés en el mapa
Aprovechamiento de sinergias con las Empresas industriales de la comarca que por si solas tienen gran capacidad de generación de eventos. Nos falta trabajar en la coordinación.	Compromiso		

Dar a conocer el destino a nivel turístico y no tal solo como destino para trabajo, congresos ...	Desestacionalización, desarrollo empresarial y actividad económico	Impulso	Personas
Dinamización económica	La industria de reuniones, da visibilidad ,posicionamiento y oportunidad de conocer Avilés y sus posibilidades	Desestacionalización y beneficios para la ciudad	Oportunidades

¿QUÉ ES PARA TI SOSTENIBILIDAD?

29 Respuestas



¿QUE APRENDIZAJES Y MOTIVACIONES TE LLEVAS DE LA JORNADA?

Colaboración y trabajo
en equipo

Todo es sostenibilidad!!

Que hacemos más de lo
que pensamos y
tenemos que hacerlo
saber

Ser parte

La unión de entes públicos y
privados para intentar
trabajar con un objetivo
común

Aprender a comunicar lo
que hacemos es muy
importante

Todos somos necesarios

Ganas de hacer las
cosas mejor

¿QUE APRENDIZAJES Y MOTIVACIONES TE LLEVAS DE LA JORNADA?

Motivación para mejorar

La necesidad de hacer
equipo. O sea hacer
destino

Concienciar al entorno

Poner en valor lo que ya
se hace

Lo importante que es
trabajar en equipo para que
todo tenga un buen fin

El haber descubierto
posibilidades que no sabíamos
por un desconocimiento
general de los distintos ámbitos
que nos ayudan a una mejor
utilización de nuestros recursos.

DESARROLLO DEL TRABAJO REALIZADO EN BILBAO

1ª sesión presencial:



Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	8 Julio 2024
HORA DE COMIENZO	09:30 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:30 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Oficina de Turismo de Bilbao Bizkaia
ASISTENTES	Destino - Bilbao: <ul style="list-style-type: none"> Kepa Olabarrieta, Director Bilbao Convention Bureau. Koro Uriarte, Técnico de sostenibilidad de Bilbao Convention Bureau. Annire Ateca, Business Tourism Executive Bilbao. Congress Project Management. International Corporate Meetings. Bilbao Convention Bureau.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora Senior.

Inicialmente se realizó una presentación más teórica para la comprensión de los siguientes puntos, vistos todos ellos previamente en este documento:

- Contexto y situación de la industria
- Presentación de la estrategia, visión y misión
- Metodología del autodiagnóstico

Posteriormente a estos puntos se procede a trabajar con el equipo asistente en la reunión siendo estos los resultados de esta:

REVISIÓN DEL AUTODIAGNOSTICO

Los resultados obtenidos de estas preguntas posicionaron a Bilbao de la siguiente manera:

SOSTENIBILIDAD EN SUS TRES DIMENSIONES				IMPACTO
MEDIOAMBIENTAL	ECONÓMICA	SOCIAL	IMPACTO A MEDIO/LARGO	
Grados de madurez	Excelencia			<ul style="list-style-type: none"> El CB no solo tiene establecidas políticas y objetivos claros para asegurar el impacto a medio/largo plazo de sus eventos, sino que también implementa un sistema de gestión activa y seguimiento para optimizar estos impactos. Este nivel refleja un enfoque maduro y sistemático, con mecanismos de evaluación y ajuste en marcha para garantizar que los esfuerzos se estén implementando y generen los beneficios esperados.
	Óptimo			<ul style="list-style-type: none"> El CB no solo ha implementado una estrategia medioambiental sólida, sino que también gestiona y revisa activamente estas prácticas para asegurar su efectividad y buscar mejoras continuas.
	Estándar			<ul style="list-style-type: none"> El CB ha establecido y está implementando activamente políticas y prácticas ambientales estructuradas y coherentes. Este nivel indica que el CB ha integrado la sostenibilidad medioambiental en su estrategia operativa y en la organización de eventos, mostrando un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental.
	Desarrollo			<ul style="list-style-type: none"> Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua.
	Inicial			<ul style="list-style-type: none"> Conciencia inicial de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los eventos MICE. En este nivel, el enfoque en el medio ambiente suele ser reactivo más que proactivo, con pocas políticas o prácticas establecidas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y eventos.

Mientras se respondieron las preguntas, se genera una dinámica participativa, a través de la cual los representantes del destino nos van ilustrando acerca de cómo desarrollan las diferentes líneas de trabajo consultadas, qué buenas prácticas implementan o de qué recursos disponen para trabajar en las preguntas planteadas. A continuación, se detallan las diferentes conclusiones alcanzadas con respecto a su desempeño en cada una de las dimensiones abordadas:

MEDIOAMBIENTAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia medioambiental: Está en una etapa avanzada en cuanto a prácticas y políticas medioambientales. En este nivel, el Convention Bureau no solo ha implementado una estrategia medioambiental sólida, sino que también gestiona y revisa activamente estas prácticas para asegurar su efectividad y buscar mejoras continuas.

- Bilbao está en el **ranking de GDS** y actualmente son referencia en el sector de la sostenibilidad.
- Gestión de residuos:** el Bilbao Convention Bureau siempre informa a los organizadores y los derivan a la “Certificación Erronka Garbia” que es bastante exigente con sus directrices. Dicha certificación es referente en el País Vasco.

- La certificación antes mencionada también se usa para la eficiencia energética y más concretamente para la medición de la huella de carbono. La **calculadora** que han usado desde el Bilbao Convention Bureau ha sido **con la entidad IHOBE**, la cual usaron para medir la huella de carbono que generó un congreso y se les proporcionó la idea desde el Bilbao Convention Bureau. No obstante, también se solicita **generar una calculadora para medir la huella de carbono de manera uniforme desde el Spain Convention Bureau**.
- **Políticas de sostenibilidad:** En las principales sedes de la ciudad existen políticas de sostenibilidad con certificaciones específicas.
- **Uso de transporte sostenible:** Desde el Bilbao Convention Bureau, cada vez que hay un evento en la ciudad, con coherencia intentan optimizar recorridos, fomentar el uso del transporte sostenible... informando a todos los participantes de la negociación que tienen con el tranvía, se les proporciona un kit de apoyo de la ciudad...
- **Prácticas alimentarias sostenibles:** el Bilbao Convention Bureau cuenta con ciertos proveedores sostenibles que generan buenas prácticas en relación a este tema. El socio OREKA tiene convenios con entidades de tipo social y una herramienta para gestionar todo ese excedente. Los organizadores de eventos pueden verlo en la guía profesional que existe y solicitarlo siempre que lo deseen. Por otro lado, se está desarrollando una certificación para restaurantes sostenibles, se han unido 20 restaurantes de Vizcaya y engloban todo el proceso. La idea es poder comunicarla y ofrecerla a los organizadores.

ECONÓMICA

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia económica: Cúspide en la gestión económica sostenible. Aquí, el Convention Bureau no solo ha integrado completamente prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones, sino que también lidera con innovación, contribuyendo activamente al desarrollo económico a largo plazo de su comunidad y región.

- **El impulso de la economía local:** Es el núcleo fundamental de la estrategia del Bilbao Convention Bureau. Este enfoque se traduce en una preferencia decidida por resaltar y valorizar los productos y proveedores locales, lo cual no solo mejora la oferta turística de la región, sino que también fortalece la economía local al fomentar el empleo y la generación de riqueza en la comunidad. Al poner énfasis en los recursos internos, Bilbao

Convention Bureau busca crear un entorno económico robusto y autónomo que pueda sostenerse y expandirse con el tiempo.

- **Socios locales:** El Bilbao Convention Bureau ofrece un catálogo de socios locales a los organizadores de eventos para promover la inclusión de proveedores locales en dichos eventos. Sin embargo, cuando un organizador opta por traer sus propios proveedores, esto puede resultar frustrante para el Bilbao Convention Bureau, ya que se pierde una oportunidad de impulsar la economía local y mostrar la idiosincrasia de la región a través de sus productos y servicios autóctonos.
- **Merchandising de los eventos:** No se regala nada que no proceda de las asociaciones locales con las que trabajan desde el propio Bilbao Convention Bureau.
- Además, el departamento de comercio cuenta con un proyecto llamado “EUN” donde se agrupan los comercios que cuentan con más de 100 años de antigüedad y este proyecto se ofrece cuando **los organizadores solicitan una experiencia con un carácter especial en la ciudad.**
- **Fomento del talento:** el Bilbao Convention Bureau cuenta con una organización de vecinos que es de talento cuya función principal es incorporar personas temporalmente al trabajo de esta organización.
- **Formación:** Se ofrecen formaciones (1 -2 veces al año) que el Bilbao Convention Bureau proporciona sobre el empleo sostenible y que son específicas para los eventos del sector. No obstante, encontrar formación estructura sobre el MICE es complejo.

SOCIAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia social: Implementación efectiva y la mejora continua de estrategias sociales responsables y comprometidas. En este estado, el Convention Bureau no solo ha establecido políticas y programas sólidos que benefician a la comunidad y fomentan la inclusión, sino que también monitorea, evalúa y refina estas iniciativas para maximizar su impacto positivo.

- El Bilbao Convention Bureau da mucha visibilidad a aquellos socios que están implementando **proyectos sociales en su gestión** y se les proponen a los organizadores de eventos.

- **Accesibilidad:** Dentro de las sedes para organizar eventos en la ciudad, hay una con clara accesibilidad y las demás están trabajando para mejorarla.
- En cuanto a los hoteles, cuentan con un listado en la guía donde se muestra la accesibilidad de cada uno de ellos.
- **Certificaciones:** Los actores dentro del ecosistema MICE que muestran un compromiso destacado con la sostenibilidad social reciben un amplio apoyo y reconocimiento por parte del Bilbao Convention Bureau. Este apoyo se manifiesta en reconocimientos públicos y certificaciones que validan y refuerzan su compromiso. De esta manera, se valoran las iniciativas de impacto social, estableciendo un estándar de responsabilidad social que otros pueden aspirar a alcanzar.
- **Accesibilidad:** El Bilbao Convention Bureau facilita listas de verificación detalladas y recursos de autoevaluación diseñados específicamente para organizadores de eventos y proveedores. Estas herramientas les permiten identificar proactivamente áreas de mejora en términos de accesibilidad física y digital. El objetivo es asegurar que todos los eventos sean accesibles para personas con diversas capacidades, promoviendo así la inclusión y la equidad dentro del espacio del evento.
- Además de proporcionar recursos y formación, trabajamos en el desarrollo y la implementación de políticas robustas de inclusión social dentro de la industria MICE.

IMPACTO

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia de impacto a medio/largo

plazo: Establecimiento de relaciones profundas y sostenidas con organizaciones comunitarias, escuchando activamente y respondiendo a las necesidades comunitarias a través de programas conjuntos.

- La aproximación del Bilbao Convention Bureau al desarrollo y mejora de los destinos se basa en un entendimiento profundo y estructurado de sus necesidades específicas. A través de las partes interesadas locales, **logran adaptar las acciones para responder a los retos y oportunidades del destino.** Este proceso no solo cumple con las exigencias del índice GDS, sino que también garantiza que las intervenciones sean pertinentes y beneficiosas para el entorno local.

- El Bilbao Convention Bureau está involucrado en diversos proyectos de transformación que buscan mejorar y renovar el destino. Aunque el Bilbao Convention Bureau participa en foros de transformación de la ciudad, lo hace como colaborador activo más que como líder, asegurando que la voz y las necesidades de múltiples stakeholders sean consideradas. Esta colaboración se mantiene mediante comunicaciones periódicas con los responsables de los proyectos.
- El ecosistema MICE se caracteriza por una **participación activa y regular en programas e iniciativas organizadas tanto por el Bilbao Convention Bureau** como por otras entidades. Estas acciones están alineadas con los objetivos de sostenibilidad y desarrollo local, y se llevan a cabo de manera coordinada para maximizar su impacto. Esta colaboración es fundamental para avanzar hacia un desarrollo sostenible y para asegurar que las actividades del sector contribuyan positivamente al entorno socioeconómico y cultural del destino.
- Se emplean metodologías avanzadas para medir y analizar el impacto de las actividades en el destino. Estas herramientas permiten **realizar evaluaciones detalladas y auditorías periódicas que ayudan a optimizar las estrategias y prácticas**. Los resultados de estas evaluaciones son compartidos de manera amplia con todas las partes interesadas, facilitando un proceso de mejora continua. Además, la implementación de estas herramientas y su manejo cumplen con los requisitos de GDS.

TRANSVERSALES:

Este bloque de preguntas cuenta con diferentes cuestiones que afecta de manera transversal a las 4 dimensiones que se muestran en el Maturity Model.

- **Formación:** Los miembros del Bilbao Convention Bureau ha recibido formaciones exhaustivas sobre sostenibilidad y su impacto a largo plazo, con cursos impartidos tanto por el Spain Convention Bureau como por otras entidades formativas. Estas capacitaciones reflejan un compromiso profundo con la sostenibilidad y el componente social, subrayando la importancia de la formación continua para mejorar y avanzar en la organización de eventos que generen un impacto positivo y duradero en la comunidad.
- **Digitalización:** Se está implantando un CRM extendido para fomentar la digitalización y mejorar las competencias en este ámbito esencial. Esta herramienta es fundamental

para optimizar la gestión de datos y la interacción con los clientes, facilitando así una comunicación más efectiva y eficiente.

- **Comunicación:** La estrategia de comunicación del Bilbao Convention Bureau es integral y se compone de informes detallados, campañas de sensibilización, participación activa en conferencias y colaboraciones estratégicas con medios de comunicación. Estas acciones garantizan una difusión amplia y un reconocimiento significativo de los esfuerzos y logros en sostenibilidad del Bilbao Convention Bureau, fortaleciendo su imagen como líder en prácticas sostenibles.
- El compromiso con la sostenibilidad es evidente también en su participación activa en eventos y conferencias relacionadas, así como en colaboraciones con organizaciones externas que promueven prácticas sostenibles.
- **La integración de la sostenibilidad en la estrategia y el storytelling del Bilbao Convention Bureau es total**, con una narrativa coherente que posiciona a la organización como un referente en sostenibilidad.

RECOMENDACIONES DE EXPERIENCIAS A DESARROLLAR

Una vez visto el posicionamiento del destino en el Maturity Model, en la herramienta de PowerBI se les mostró una serie de recomendaciones personalizadas acorde a las necesidades de cada Convention Bureau, a nivel medioambiental, económico, social, impacto y transversal.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
MEDIOAMBIENTAL	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	01. Establecer políticas que desarrollen y promuevan el manejo de residuos en los eventos (promover el uso de materiales reciclables, minimizar los desechos...).
		02. Utilizar herramientas avanzadas de análisis de datos para monitorear y reportar el desempeño en gestión de residuos.
	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	03. Organizar foros y encuentros para compartir innovaciones y desarrollos en sostenibilidad y eficiencia energética entre los actores del sector.
		04. Trabajar con autoridades locales para mejorar la infraestructura energética del destino.
	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	05. Establecer alianzas con bancos de alimentos y organizaciones benéficas para donar los excedentes de alimentos de los eventos.
		06. Trabajar con áreas competentes para promover e incentivar que las sedes de reuniones públicas incrementen el uso de productos locales (alimentos, materiales y otros productos).
	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	07. Fomentar la obtención de certificaciones como ISO 20121 (sistemas de gestión de eventos sostenibles) para eventos organizados en el destino.
		08. Trabajar con el destino para ofrecer subvenciones o incentivos financieros para cubrir los costes asociados con la obtención de certificaciones ambientales.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	09. Reducir la huella de carbono por la actividad generada por el Convention Bureau e impulsar a toda la cadena de valor turística a hacer lo mismo.

ECONÓMICA	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	PROGRAMAS DE APOYO LOCAL	01. Crear una red de negocios locales comprometidos con la sostenibilidad para facilitar la colaboración y el intercambio de recursos e ideas.
	PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO	02. Diseñar programa que impulse la innovación y la creatividad dentro de toda la cadena de valor.
	PROMOCIÓN DEL EMPLEO LOCAL	03. Trabajar con gobiernos locales para desarrollar incentivos y subvenciones que apoyen el crecimiento de nuevas empresas en el sector de eventos.
	DESARROLLO Y TALENTO	04. Desarrollar y ofrecer cursos de e-learning sobre diversos temas relacionados con la gestión de eventos, accesibles desde cualquier lugar.
		05. Implementar programas de premios y reconocimientos para celebrar los logros y contribuciones significativas de los empleados y colaboradores en el ámbito de eventos.
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	06. Crear <u>hubs</u> digitales y laboratorios de innovación donde los profesionales puedan experimentar con nuevas tecnologías y métodos para mejorar los eventos.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	07. Ofrecer formación específica sobre análisis de datos y su aplicación en la toma de decisiones para mejorar la planificación y el impacto de los eventos.
		08. Crear un catálogo de casos de éxito y buenas prácticas de sostenibilidad y legado de reuniones que se han desarrollado en el destino.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	09. Elaborar memoria de sostenibilidad anual que recoja todas las acciones desarrolladas y el cumplimiento de objetivos.
	TRANSPARENCIA	10. Crear un portal de transparencia con datos sobre la evolución de la sostenibilidad en el CB y en el sector local.
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	11. Diseñar una campaña de comunicación y publicidad global, centrada en la sostenibilidad, en el marco del Global Meetings Industry Day (GMID).
	DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS	12. Diseñar unos premios que permitan reconocer a aquellas reuniones y eventos que se han desarrollado de una forma sostenible y que han dejado un mayor legado.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	13. Establecer programas de intercambio con otros Convention Bureau o destinos internacionales, que fomenten el intercambio de conocimientos, experiencias y mejores prácticas en materia de sostenibilidad en la industria MICE.

SOCIAL	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	01. Buscar fórmulas creativas para acercar la temática de los congresos (siempre que sea relevante) a la ciudadanía, con el desarrollo de exposiciones, charlas o acciones de formación o sensibilización en la calle.
	PROGRAMAS DE APOYO LOCAL	02. Crear un programa donde los residentes se conviertan en embajadores, promoviendo prácticas sostenibles en sus vecindarios y durante los eventos.
		03. Identificar y promocionar a individuos, colectivos o proyectos locales que puedan ser de interés para los organizadores de las reuniones y los eventos, como ponentes en charlas motivacionales que expliquen a los asistentes la identidad cultural local.
	COLABORACIÓN EN PROYECTOS COMUNITARIOS	04. Diseñar una plataforma con información relevante sobre experiencias solidarias para que los organizadores puedan encontrar aquella/s que encajan más con su cultura empresarial o los objetivos estratégicos de la reunión.
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	05. Establecer comités consultivos que incluyan representantes de diversos grupos de interés locales, como empresas, organizaciones comunitarias, autoridades gubernamentales, y académicos
	COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE DIVERSIDAD	06. Desarrollar campañas periódicas en medios sociales y plataformas de comunicación del CB que destaque historias de éxito, entrevistas, y eventos relacionados con la diversidad.
		07. Implementar talleres que eduquen a los organizadores de eventos, proveedores, y personal del CB sobre la importancia de la inclusión y cómo implementar prácticas que fomenten la diversidad.
		08. Programar eventos periódicos/mesas redondas donde representantes de organizaciones y grupos de diversidad puedan interactuar con organizadores de eventos para discutir oportunidades de colaboración y compartir sus necesidades y servicios.
	FOMENTO DE LA INCLUSIÓN LABORAL	09. Crear una bolsa de trabajo específica para personas con discapacidades o de grupos subrepresentados, facilitando su contratación por parte de empresas organizadoras de eventos.
	COMUNICACIÓN INCLUSIVA	10. Desarrollar indicadores y métricas para medir el nivel de inclusión en los eventos, permitiendo un seguimiento y evaluación continua.
		11. Asegurar que los sitios web y las plataformas en línea utilizadas para los eventos cumplan con los estándares de accesibilidad (como las WCAG - Web Content Accessibility Guidelines).
	FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD	12. Desarrollar campañas de marketing que promuevan la inclusión y la diversidad, destacando los esfuerzos del CB y los beneficios de la inclusión laboral.
		13. Implementar un programa de capacitación para los organizadores sobre cómo crear y manejar eventos accesibles.

TRANSVERSALES	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	01. Desarrollar y promover políticas de seguridad digital que aseguren la integridad de las plataformas y datos utilizados en los eventos.
		02. Organizar talleres sobre habilidades digitales básicas y avanzadas, como el uso de herramientas de gestión de eventos, marketing digital, y análisis de datos.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	03. Diseñar una batería de acciones concretas para mejorar la sostenibilidad, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	04. Desarrollar campañas de escucha activa (Social Listening) para analizar la imagen del destino MICE en el ecosistema digital.
	TRANSPARENCIA	05. Crear una plataforma tecnológica de Open Data con acceso para los socios del CB o las empresas MICE locales, con datos agregados sobre la madurez de la sostenibilidad en su sector de actividad y herramientas prácticas para mejorarla.
	DESARROLLO DE LA IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE	06. Desarrollar la propuesta de valor del CB en base a la sostenibilidad, reforzando la imagen de marca del destino MICE sostenible.
	DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS	07. Desarrollar un evento anual para poner en valor el trabajo realizado para mejorar la sostenibilidad del ecosistema MICE.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	08. Desarrollar acuerdos de colaboración con otros destinos MICE que sean complementarios, para desarrollar presentaciones conjuntas a potenciales clientes que permitan ofrecer mayor valor añadido a los organizadores de reuniones.
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	09. Programar una rueda de prensa o evento anual, para dar a conocer los esfuerzos en sostenibilidad que se llevan a cabo desde el Convention Bureau.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
IMPACTO	MARCO PARA INCREMENTAR EL LEGADO	01. Elaborar catálogo de experiencias y acciones de responsabilidad social corporativa que permitan aumentar el legado generado por las reuniones y los eventos.
		02. Impulsar con otros departamentos de la ciudad iniciativas de apoyo a aquellas reuniones y eventos que dejen un importante legado en la ciudad.
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	03. Desarrollar un programa de colaboración con el sector MICE local, que permita medir el impacto y el legado generado por las reuniones y eventos.

Para finalizar se indica que se procederá al envío de un documento resumen con todo lo que se ha visto en la sesión y de cara a la próxima reunión virtual, el Convention Bureau deberá seleccionar las acciones que les gustaría llevar a cabo para personalizar su estrategia y empezarlas a desarrollar en una hoja de ruta durante la segunda sesión presencial:

2ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	3 de Octubre 2024
HORA DE COMIENZO	09:30 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:30 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Oficina de Turismo de Bilbao Bizkaia.
ASISTENTES	Destino - Biblao: <ul style="list-style-type: none"> Kepa Olabarrieta, Director Bilbao Convention Bureau. Koro Uriarte, Técnico de sostenibilidad de Bilbao Convention Bureau. Annire Ateca, Business Tourism Executive Bilbao. Congress Project Management. International Corporate Meetings. Bilbao Convention Bureau. Olaia Fernandez, Responsable de comunicación del Bilbao Convention Bureau.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Isabel San Juan, Consultora Senior.

Objetivo de la sesión:

- Elaborar un Project Plan para asentar las bases para desarrollar una propuesta de valor sólida y coherente que comunique de manera efectiva las ventajas competitivas del destino, aprovechando la regeneración urbana, la calidad de sus infraestructuras, y su liderazgo en sostenibilidad.

- Acción/experiencia a desarrollar en el destino: desarrollar una Propuesta de Valor MICE específica para el Bilbao Convention Bureau

Previo a esta reunión se les facilitó un pre-work para tratar en la misma sesión, quedando definida con los siguientes puntos:

PREWORK (REFLEXIONES PREVIAS)

1. Evaluación de Capacidades

- Identificar las fortalezas y aspectos diferenciales del BCB.
- Definición de atributos clave.

2. Identificación de objetivos y posicionamiento

- Posicionamiento de Bilbao como ciudad MICE
- Especialidad y tipo de clientes
- ¿Hacia dónde queremos ir?

ACCIÓN: PROPUESTA DE VALOR PARA BILBAO CONVENTION BUREAU ¿qué vamos a trabajar hoy?

1. Definición del objetivo principal y secundarios de la propuesta de valor.

2. Alcance de la propuesta y resultados esperados

3. Especificaciones necesarias para el desarrollo de la propuesta de valor.

a. Tareas/actividades para el desarrollo de una propuesta de valor.

- I. Trabajos del Convention Bureau para su desarrollo.
- II. Posibilidad de externalización: Especificaciones necesarias del proveedor (en el caso de subcontratación), experiencia, tipo de proveedor....
- III. Labor de comunicación.

b. Con quién contamos y qué tenemos para el desarrollo

4. Project plan para el desarrollo de la acción.

- a. Principales Hitos y tiempos de desarrollo de la propuesta de valor.

Previamente Bilbao Convention Bureau facilitó las reflexiones acordadas al pre-work para trabajarlas en la sesión presencial.

RESULTADOS DE LA SESIÓN

REFLEXIÓN INICIAL

Durante esta primera parte y atendiendo a la participación de los asistentes, así como lo trabajado en el documento del prework enviado previamente, se plantean una serie de cuestiones que ayudan a determinar los elementos diferenciadores del destino, así como sus referentes internacionales.

Fortalezas de Bilbao como destino MICE sostenible y atributos diferenciadores.

4. Regeneración Urbana.

- Se destacó que Bilbao es un ejemplo de regeneración urbana, habiendo transformado un entorno urbano degradado a través de acciones sostenidas a nivel medioambiental y social. Este proceso ha permitido recuperar la ciudad tanto para las personas como para el medio ambiente.

5. Enfoque en las Personas.

- **Annire** subrayó que el eje principal de las políticas municipales actuales es **centrarse en las personas**. Todo lo que se organiza en la ciudad busca un equilibrio entre el bienestar de los habitantes y el desarrollo de las infraestructuras. La ciudad se destaca por la **calidad frente a la cantidad** en sus infraestructuras, como el aeropuerto, el Palacio de Congresos y el Bilbao Exhibition Centre. La ciudad es compacta, cómoda y bien conectada, con una red de transporte eficiente y espacios renovados que aportan valor a la experiencia MICE.

6. Oferta Gastronómica.

- La oferta gastronómica de Bilbao, con **14 estrellas Michelin**, es un punto fuerte que complementa las conferencias y eventos, promoviendo el consumo de productos locales de alta calidad provenientes de la cercanía del mar y las montañas.

7. Orgullo y Tradición.

- **Olaia** resaltó que, a pesar de las dudas iniciales que generó la apertura del Museo Guggenheim, Bilbao ha sido un caso de éxito, sirviendo como **modelo de regeneración urbana** para muchas ciudades. Este éxito ha reforzado el orgullo local, permitiendo avanzar hacia el futuro sin perder las tradiciones ni las raíces de la ciudad.

8. Colaboración con el Ecosistema Local.

- Se mencionó por parte de los asistentes que la colaboración con el ecosistema local es clave para el **Bilbao Convention Bureau**. Se busca trabajar con embajadores y promotores locales para atraer congresos que contribuyan a la transferencia de conocimiento y a la resolución de problemas concretos en sectores estratégicos.

9. Descarbonización y Movilidad Sostenible.

- Se ha realizado un esfuerzo en **descarbonización**, destacando la flota de autobuses 100% eléctricos y otros proyectos de movilidad sostenible que han permitido superar los objetivos para 2030.

10. Índice GDS y Sostenibilidad.

- Bilbao se adhirió al **Índice GDS** hace cuatro años como una apuesta firme para avanzar en sostenibilidad. La ciudad trabaja en los cuatro ejes marcados por el índice GDS (medioambiental, social, socios y económico) y se compara con otras ciudades a nivel internacional para medir su progreso.

11. Resiliencia, Identidad e Innovación.

- Se concluyó subrayando la **resiliencia** de Bilbao a lo largo de su historia, su fuerte **identidad cultural** como puerta del País Vasco al mundo, y su amor por la **gastronomía** y el **cuidado del medio ambiente**. Además, se destacó la importancia de la **innovación** para seguir avanzando y adaptarse al futuro.

Posicionamiento Futuro de Bilbao como Destino MICE Sostenible: Inspiración en Referentes Internacionales.

Para continuar con la sesión y teniendo en cuenta el análisis del posicionamiento de Bilbao como destino MICE, es fundamental mirar hacia aquellos referentes que han logrado destacar en el ámbito internacional, en este sentido se plantean una serie de destinos referentes a los que, tal como se mencionó en la sesión, es necesario aprender de los mejores, aunque en muchos casos sean capitales con recursos y escalas mayores, siempre permite identificar buenas prácticas y áreas de mejora. Ciudades como **Róterdam**, **Escocia** y **Copenhague** han demostrado un fuerte liderazgo en sostenibilidad, innovación y comunicación, aspectos clave para Bilbao en su evolución.

Destinos referentes:

- **Rotterdam**: reconocida por su **estrategia de regeneración urbana y sostenibilidad**. Es un referente para Bilbao en términos de planificación urbana y proyectos de innovación.
- **Escocia**: destacada por su **enfoque de sostenibilidad y su habilidad para comunicar** de manera efectiva sus valores sostenibles.
- **Copenhague**: **ejemplo de ciudad sostenible con una fuerte infraestructura verde y pionera** en la organización de eventos que minimizan su impacto ambiental.

Resumen de la fase de reflexión.

El **Bilbao Convention Bureau** se destaca como un destino altamente competitivo dentro de la industria MICE, gracias a una combinación de factores que lo posicionan favorablemente a nivel internacional. Uno de sus principales puntos fuertes es su **excelente conectividad**. El aeropuerto de Bilbao ofrece vuelos directos a diversas capitales europeas, facilitando el acceso tanto a organizadores como a participantes de eventos de todo el mundo.

A esto se suma una **infraestructura moderna y versátil**, encabezada por espacios como el **Palacio Euskalduna o el Bilbao Exhibition Centre**, que permite acoger eventos de gran magnitud con servicios de última generación. La tecnología avanzada disponible en estos espacios, junto con la capacidad y flexibilidad de las instalaciones, son consideradas como un gran valor añadido para atraer grandes congresos y reuniones.

El conocido compromiso de Bilbao con la **sostenibilidad** es otro aspecto diferenciador. La ciudad promueve iniciativas de movilidad sostenible, cuenta con una red de infraestructuras verdes, y respalda eventos respetuosos con el medio ambiente. Este enfoque sostenible refuerza su posicionamiento como un destino preferente para eventos internacionales que buscan reducir su impacto ambiental.

Bilbao también sobresale por su **riqueza cultural y gastronómica**. Iconos como el **Museo Guggenheim** y su escena artística aportan un valor cultural único, mientras que la gastronomía, reconocida internacionalmente, complementa la experiencia de los asistentes, brindando un atractivo adicional más allá de los eventos en sí mismos.

Además, la ciudad ha demostrado una destacada capacidad de **innovación tecnológica**, lo que la convierte en un lugar idóneo para albergar eventos centrados en la tecnología y la transformación digital. Este enfoque hacia la innovación no solo mejora su atractivo como destino, sino que también proyecta una imagen de ciudad preparada para el futuro.

Otro de los aspectos más valorados es la **hospitalidad** de la ciudad y la **calidad de sus servicios**. Desde la oferta hotelera hasta la atención personalizada que reciben los visitantes, Bilbao ofrece una experiencia satisfactoria y de alto nivel, asegurando que los organizadores y participantes se sientan bien atendidos en todo momento.

Finalmente, el **tamaño y accesibilidad** de la ciudad facilitan enormemente la organización de eventos.

RESULTADO DE LA DEFINICIÓN DEL CANVAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS (PROJECT MANAGEMENT CANVAS)

1. **Objetivo de la acción.**

El objetivo principal es definir y unificar el discurso de sostenibilidad en una propuesta de valor clara en tres enfoques:

- Asegurar que Bilbao se posicione como un destino competitivo y atractivo para eventos sostenibles, diferenciándose en la industria MICE a nivel europeo.
- Poner en valor la industria MICE en el destino visibilizando el impacto positivo del sector.
- Sensibilización del sector.

2. **Alcance.**

El alcance de esta propuesta incluye tanto a los **organizadores** de eventos internacionales como a las **instituciones y entidades locales** que puedan contribuir al desarrollo de la acción. Además, se busca **llegar a medios de comunicación** que amplifiquen el impacto y fortalezcan la imagen de Bilbao.

Además, se pretende con ello alcanzar un debate social y político que ponga en valor la industria.

3. **Resultados esperados.**

Los resultados esperados incluyen:

- Una mayor atracción de eventos internacionales hacia Bilbao.
- Un incremento en la competitividad de la ciudad como destino MICE.
- Un impacto positivo en la comunidad local, tanto a nivel económico como social.
- Un storytelling que permita visualizar la importancia de Bilbao como destino MICE sostenible.

4. **Indicadores de éxito.**

Para medir el éxito de la propuesta, se establecieron indicadores como:

- Incremento en la cantidad de eventos internacionales organizados en Bilbao.
- Nivel de satisfacción de los organizadores y participantes a través de encuestas post-evento.

- Request relacionados con sostenibilidad: km 0, alquiler de coches eléctricos.
- Ratio de candidaturas presentadas y ganadas.
- Cobertura mediática nacional e internacional que refuerce la Propuesta de Valor.

5. Stakeholders.

Entre los actores clave se encuentran:

- Empresas locales del sector MICE y del turismo.
- Instituciones públicas como el Ayuntamiento de Bilbao y el Bilbao Convention Bureau.
- Agencia de comunicación para el desarrollo de la propuesta.
- Medios de comunicación que puedan amplificar la propuesta de valor.
- Tejido asociativo del destino.
- Organismos internacionales y asociaciones del sector MICE.

6. Beneficiarios.

Los principales beneficiarios de la propuesta de valor son:

- El Bilbao Convention Bureau, que verá incrementada su visibilidad y atractivo.
- Las empresas locales del sector servicios y eventos, que se beneficiarán de un mayor número de visitantes.
- La comunidad local, que experimentará un impacto positivo en términos de desarrollo económico y social.

7. Equipo.

El equipo que llevará a cabo esta acción estará compuesto por:

- Representantes del Bilbao Convention Bureau.
- Colaboradores del Ayuntamiento de Bilbao.
- Empresas del sector MICE y turismo.
- Agencias de marketing y comunicación.
- Posibilidad de incorporar a nuevos miembros al equipo. Personas dedicadas en exclusiva, tanto en comunicación como un perfil más técnico de medición.

8. Recursos necesarios.

Los recursos necesarios para la implementación de la Propuesta de Valor incluyen:

- Presupuesto para las actividades de promoción y difusión.
- Herramienta de sostenibilidad desarrollada para organizadores de eventos.
- Colaboración con proveedores y empresas locales.
- Informes estadísticos que permitan focalizar la propuesta de valor.
- Plataformas digitales para la promoción y medición del impacto.

9. Hitos principales.

Entre los hitos clave del proyecto se encuentran:

- Desarrollo de las claves para la propuesta de valor (puntos que se quieren contar).
- Licitación para su elaboración.
- Ejecución del proyecto.
- Presentación de la Propuesta de Valor a los stakeholders.
- Lanzamiento de la campaña de promoción internacional.
- Revisión de los resultados obtenidos tras seis meses de implementación.

10. Riesgos.

Los principales riesgos identificados son:

- Los propios recursos, en ocasiones escasos, para el desarrollo de la actividad.
- Medición del retorno.
- Dificultad para medir el retorno.
- Competencia con otros destinos que ya están consolidados en el sector MICE.
- Falta de recursos financieros para completar todas las actividades.
- Escasa respuesta inicial de los organizadores de eventos internacionales.

12. Actividades/tareas a ejecutar.

En este punto se han trabajado las principales actividades que se llevarán a cabo para desarrollar esta Propuesta de Valor y su nivel de dificultad para, de manera posterior desarrollar el Project plan detallado por parte del destino

Las tareas definidas son las mostradas en la siguiente tabla:

TAREAS/ACTIVIDADES	DIFICULTAD
<p>1. Realización de un análisis de la competencia para conocer las propuestas de valor de otros destinos europeos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Buscar/pedir ejemplos de propuestas de valor de otros destinos. Buscar inspiraciones: videos, discursos, explicaciones. 	1
<p>2. Definir los conceptos clave queremos contar y que todos los miembros del Bilbao Convention Bureau se sientan cómodos con estos conceptos.</p>	2
<p>3. Revisión y resultado de la sesión de trabajo con BRAINTRUST + de la estrategia + de informes estadísticos que tenemos.</p>	1
<p>4. Encuestas y entrevistas con organizadores de eventos para conocer sus expectativas y mejorar la propuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Escuchar a actores del ecosistema de quienes nos interese su visión y expectativas sobre nuestra propuesta de valor. 	2
<p>5. Proceso de licitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Elaboración del pliego. ○ Proceso de ejecución con la agencia de comunicación. 	3
<p>6. Definición de una estrategia de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Trabajar esta estrategia tanto a nivel interno como a nivel externo con asociados, entidades que forman parte de la comisión. ○ Crear piezas de video sobre el legado del sector MICE y sobre Bilbao como ciudad sostenible. 	3

CONCLUSIONES

A continuación, se muestran las conclusiones de las principales reflexiones mantenidas durante toda la sesión:

Objetivo principal del desarrollo de la propuesta de valor MICE:

Definir y unificar el discurso de sostenibilidad en una propuesta de valor clara en tres enfoques:

- Asegurar que Bilbao se posicione como un destino competitivo y atractivo para eventos sostenibles, diferenciándose en la industria MICE a nivel europeo.
- Poner en valor la industria MICE en el destino visibilizando el impacto positivo del sector.
- Sensibilización del sector.

"Posicionar a Bilbao como un destino MICE competitivo, accesible y centrado en las personas, ofreciendo experiencias innovadoras y sostenibles que destaquen por su calidad, autenticidad cultural y compromiso con la regeneración urbana, garantizando un legado positivo y duradero para la ciudad y sus habitantes."

Referentes internacionales:

Resumen del enfoque de los Convention Bureau de estos destinos:

- **Róterdam:** se enfoca en aprovechar su infraestructura regenerada y sostenible.
- **Escocia:** pone énfasis en la certificación sostenible y la narrativa del destino, utilizando la comunicación efectiva como herramienta.
- **Copenhague:** lidera en la organización de eventos con impacto ambiental mínimo, proporcionando guías, herramientas y alianzas estratégicas.

Cada uno de estos Convention Bureau integra profundamente la sostenibilidad en su oferta, posicionándose como destinos MICE ejemplares para eventos que buscan alinearse con estos valores.

A continuación, se muestran los valores de marca de Bilbao como destino MICE sostenible trabajados en la sesión.

VALORES DE MARCA BILBAO DESTINO MICE SOSTENIBLE:

Bilbao Convention Bureau

1	REGENERACIÓN URBANA: La transformación de Bilbao desde un pasado industrial a una ciudad moderna y sostenible es un caso de éxito a nivel internacional.	
	INFRAESTRUCTURAS DE PRIMER NIVEL: Instalaciones como el Palacio Euskalduna y el Bilbao Exhibition Centre (BEC), conectividad aérea con vuelos directos a principales ciudades europeas, y una red de transporte público eficiente.	2
3	GASTRONOMÍA DE CALIDAD: Bilbao destaca por su cultura gastronómica, con 14 estrellas Michelin, que enriquece la experiencia MICE.	
	INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA: Bilbao es un referente en eventos tecnológicos e innovación, lo que impulsa su atractivo como destino desarrollado tecnológicamente hablando.	4
5	CERCANÍA Y ACCESIBILIDAD: El tamaño compacto de la ciudad facilita la logística de los eventos, con distancias cortas entre infraestructuras clave.	
	CALIDAD DE VIDA Y BIENESTAR URBANO: Bilbao ha centrado gran parte de sus políticas en mejorar la vida de las personas que residen en la ciudad. El equilibrio entre la sostenibilidad urbana y la calidad de vida ha sido fundamental en la regeneración de la ciudad, creando un entorno que no solo es atractivo para eventos, sino también para los residentes.	6
7	SOSTENIBILIDAD: Fuerte compromiso con la sostenibilidad, con iniciativas como autobuses 100% eléctricos y el índice GDS, lo que posiciona a Bilbao en un contexto internacional de ciudades sostenibles.	

Jornada de presentación y sensibilización en destino.

FICHA DE LA SESIÓN:

FECHA DE CELEBRACIÓN	6 marzo 2025
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	14:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Hotel Ercilla de Bilbao
ASISTENTES	36 asistentes
	<p>FEMP:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cristina Montalvá Medina, Directora general de igualdad y políticas locales de la FEMP. Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo. <p>BRAINTRUST:</p> <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Isabel San Juan, Consultora Senior.





FEMPren ESPERIENTZIAK PROIEKTUKO EMAITZEN AURKEZPENA

SPAIN CONVENTION BUREAU SAREAK ETA BILBOKO UDALAK

Atsegin handiz gonbidatzen zaituzte **Esperientziak Proiektuko emaitzen aurkezpenera eta prestakuntza- eta sentsibilizazio-jardunaldira**, non **Bilbao Convention Bureauk** pilotu gisa **parte hartu** baitu MICE Legatuaren eta Jasangarritasunaren Ekintza Plana garatzeko eta ezartzeko lanetan.

Jardunaldian zehar helmugan egindako lanak eta lan horrek sektorean izandako ondorioak aurkeztuko ditugu.

EGITARAUA:

Eguna: martxoak 6
Ate-irekiera 10:00etan
Ordutegia: 10:15 –12:15
Prestakuntza eta Sentsibilizazio Jardunaldia: "MICE jasangarri bat lortzeko bidea"
----- Kafe-ordua: 12:15 – 12:45-----
Ordutegia: 13:00 – 14:00
Emitzen aurkezpena
Agur instituzionala
Mahai-ingurua: "MICE industriaren eredu birsortzaile baterantz"
Jardunaldiaren amaiera: 14:00

Lekua: BILBOKO ERCILLA HOTELA, AUTOGRAPH COLLECTION Bilbo

EMAN IZENA HEMEN





CONTENIDO DE LA SESIÓN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES:

Introducción

La ciudad de Bilbao acogió la tercera sesión de presentación y sensibilización del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE en el Hotel Ercilla, con la presencia de representantes institucionales, profesionales del sector MICE y agentes de la cadena de valor del destino. Esta actuación supuso la última fase del trabajo realizado en el marco del proyecto piloto, consolidando a Bilbao como destino comprometido con un modelo de eventos más sostenible, responsable y con visión de impacto a largo plazo.

La sesión incluyó tanto la presentación de resultados del plan como una jornada de sensibilización diseñada para fomentar la reflexión sectorial y el compromiso con el cambio.

Bienvenida institucional

La jornada se inició con unas palabras de **Kepa Olabarrieta**, Director del Bilbao Convention Bureau, quien dio la bienvenida a los asistentes y contextualizó el trabajo realizado desde el destino. A continuación, intervino **Marien Cava**, en representación del Spain Convention Bureau, para explicar el marco nacional del proyecto y la importancia de Bilbao dentro de la Red de Entidades Locales participantes.

El evento contó también con la presencia de **Kontxi Claver**, Concejala Delegada del Área de Desarrollo Económico, Comercio, Turismo y Empleo del Ayuntamiento de Bilbao, quien presidió la apertura institucional junto a **Cristina Montalvá Medina**, Directora General de Igualdad y Políticas Locales de la FEMP.

Jornada de sensibilización

Impartida por el equipo de Braintrust, la jornada se tituló *“El camino hacia un MICE sostenible”* y se estructuró en tres bloques principales:

1. **Introducción participativa:** La sesión comenzó con una dinámica Mentimeter donde los asistentes compartieron su visión sobre sostenibilidad y el papel del MICE en el destino. Esta actividad permitió establecer un marco de diálogo y conectar rápidamente con las inquietudes del público.

2. **Conceptos clave y diagnóstico:** Se presentaron los resultados de la evolución de la industria MICE en el último año del diagnóstico nacional, así como los principales retos de la industria.

Se subrayaron los beneficios del modelo para el destino y se compartieron experiencias de buenas prácticas, tanto nacionales como locales, incluyendo los primeros pasos de empresas de Bilbao hacia un turismo de eventos más sostenible.

3. **El enfoque de la sensibilización de Bilbao estaba desarrollado bajo el paraguas de economía circular desarrollando temas como:**

- Gastronomía
- Recursos escasos
- Movilidad
- Conexión comunitaria y social.

4. **Reflexión y acción:** El último bloque incluyó una reflexión colectiva sobre qué puede aportar cada actor desde su posición. La dinámica se centró en identificar retos y compromisos individuales o colectivos que puedan implementarse en el corto plazo.

Casos destacados y ejemplos locales

Durante la sensibilización se mencionaron ejemplos de buenas prácticas locales como:

- **Oreka:** empresa destacada por su modelo de gestión alimentaria responsable y su apuesta por la economía circular.
- **Sistema de movilidad sostenible:** se subrayó el papel del tranvía y la infraestructura de transporte público como activo sostenible para la logística de eventos.

Aunque no hubo intervenciones directas de empresas locales durante la jornada, el contenido recogió referencias claras a iniciativas que ya están en marcha en el destino.

Dinámicas participativas (Mentimeter)

- **¿Qué aporta el MICE a Bilbao?:** Las respuestas más destacadas fueron: *conocimiento legado, proyección internacional, negocio, crecimiento*.
- **¿Qué aspectos deberían destacarse más en la estrategia de comunicación de Bilbao como destino?:**

- **Compromiso, cercanía y amabilidad**, lo que refleja una identidad emocional y relacional fuerte.
- **Profesionalidad y cohesión**, asociadas a la eficiencia del destino como organizador de eventos.
- **Internacionalización** y carácter **cosmopolita**, señalando su proyección global y apertura.
- Factores diferenciales como:
 - “Ciudad de dimensiones humanas”
 - “Seguridad”, “Walkable”, “Autenticidad”
 - “Tamaño humano”que posicionan a Bilbao como un destino accesible, seguro y auténtico.

Mesa redonda: “Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE”

Moderada por Marien Cava, esta mesa técnica reunió diferentes perspectivas profesionales:

Participantes:

- **Iñaki Etxeguran**, Director General del Hotel Ercilla
- **Libe Mancisidor**, Directora de Fundación Industrias Creativas (organizadores de BIME)
- **Berta Alonso**, Directora de Lamarka y representante OPCs en BiCB
- **Kepa Olabarrieta**, Director del Bilbao Convention Bureau

Bloques abordados:

- **Impacto del proyecto en el destino:** Los panelistas coincidieron en que el plan ha servido para ordenar ideas, impulsar el diálogo y consolidar estrategias a largo plazo.
- **Aprendizajes del proceso:** Se valoró el enfoque participativo y el acompañamiento técnico como claves para avanzar con seguridad hacia el cambio.
- **Acciones locales basadas en el proyecto:** Se compartieron ejemplos incipientes de incorporación de criterios sostenibles en la gestión de eventos, especialmente desde el sector hotelero y de producción cultural.
- **Futuro del modelo en la ciudad:** El debate concluyó en la necesidad de estructurar las buenas intenciones en un plan de acción claro, conectado con la marca de ciudad y con mecanismos de seguimiento.

Conclusiones

Bilbao se posiciona como un destino con gran capacidad de transformación gracias a su madurez institucional, tejido empresarial consolidado y voluntad de alinearse con modelos internacionales de turismo sostenible. El Plan de Sostenibilidad y Legado MICE ha sido una herramienta útil para catalizar conversaciones estratégicas, generar alianzas y sentar las bases de un cambio real.

La colaboración con empresas, instituciones culturales y el sector hotelero se percibe como un activo clave que debe reforzarse con una hoja de ruta común, mecanismos de evaluación y una narrativa que conecte el relato sostenible con la identidad urbana.

PARTICIPANTES EN LA MESA REDONDA:

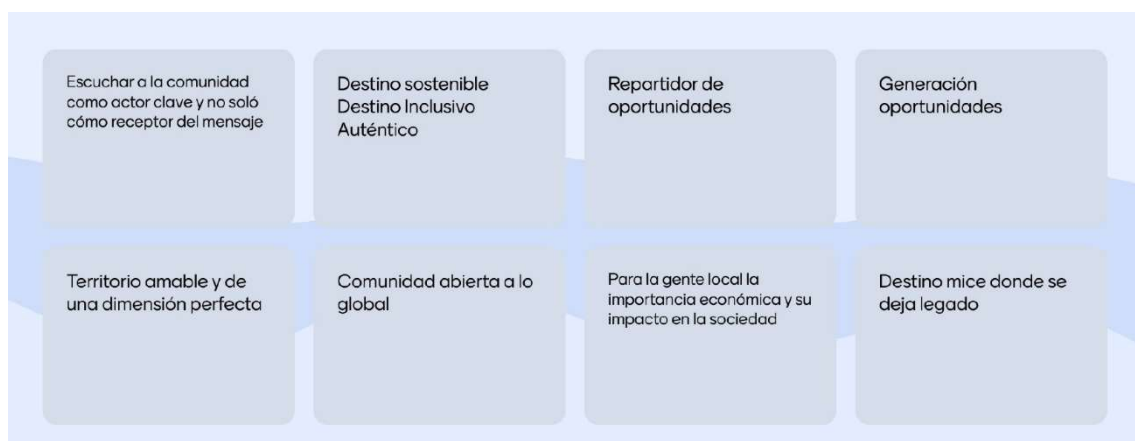




MESA REDONDA: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

MODERA	INTERVIENE			
 MARIÉN CAVA Téc. de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo de la FEMP. Secretaría técnica del SCB.	 KEPA OLABARRIETA Director Bilbao Convention Bureau.	 IÑAKI ETXEGURAN Director General del Hotel Ercilla de Bilbao.	 LIBE MANCISIDOR Directora Fundación Industrias Creativas, organizadores de BIME.	 BERTA ALONSO Directora de Lamarka y representante del sector OPCs.

RESULTADOS DE LAS REFLEXIONES DE LA SESIÓN DE SENSIBILIZACIÓN:



Comunicar teniendo en
cuenta como base a la
población local

DESARROLLO DEL TRABAJO REALIZADO EN GIRONA

1ª sesión presencial:



Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	17 Julio 2024
HORA DE COMIENZO	11:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	14:30 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Palau de Congressos de Girona
ASISTENTES	Destino - Girona: <ul style="list-style-type: none"> Núria Prats Alcón, Directora Girona Convention Bureau. Marta González, Directora Palacio Congressos Girona. Toni Cobos. Responsable de Mantenimiento del Palacio de Congressos de Girona.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora Senior.

Inicialmente se realizó una presentación más teórica para la comprensión de los siguientes puntos, vistos todos ellos previamente en este documento:

- Contexto y situación de la industria
- Presentación de la estrategia, visión y misión
- Metodología del autodiagnóstico

Posteriormente a estos puntos se procede a trabajar con el equipo asistente en la reunión siendo estos los resultados de esta:

REVISIÓN DEL AUTODIAGNOSTICO

Los resultados obtenidos de estas preguntas posicionaron a Girona de la siguiente manera:

SOSTENIBILIDAD EN SUS TRES DIMENSIONES				IMPACTO
MEDIOAMBIENTAL	ECONÓMICA	SOCIAL	IMPACTO A MEDIO/LARGO	
Grados de madurez	Excelencia			
	Óptimo			
	Estándar			
	Desarrollo			
	Inicial			
<ul style="list-style-type: none">Liderazgo e innovación constante en prácticas medioambientales. Este nivel se caracteriza por la adopción y promoción de soluciones avanzadas y creativas que no solo minimizan el impacto ambiental de las operaciones y eventos, sino que también buscan tener un impacto positivo en el medio ambiente.Está en una etapa avanzada en cuanto a prácticas y políticas medioambientales. En este nivel, el CB no solo ha implementado una estrategia medioambiental sólida, sino que también gestiona y revisa activamente estas prácticas para asegurar su efectividad y buscar mejoras continuas.El CB ha establecido y está implementando activamente políticas y prácticas ambientales estructuradas y coherentes. Este nivel indica que el CB ha integrado la sostenibilidad medioambiental en su estrategia operativa y en la organización de eventos, mostrando un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental.Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua.Conciencia inicial de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los eventos MICE. En este nivel, el enfoque en el medio ambiente suele ser reactivo más que proactivo, con pocas políticas o prácticas establecidas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y eventos.	<ul style="list-style-type: none">Cúspide en la gestión económica sostenible. Aquí, el CB no solo ha integrado completamente prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones, sino que también lidera con innovación, contribuyendo activamente al desarrollo económico a largo plazo de su comunidad y región.Compromiso maduro y proactivo con impactos económicos sostenibles, caracterizado por la implementación y la mejora continua de estrategias económicas responsables.El CB integra prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones. Este nivel de madurez indica que el CB se preocupa por el impacto económico de los eventos a largo plazo en la comunidad y en la que opera.El CB empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en la economía local y regional a través de sus actividades y con una planificación económica que considere el impacto económico y apoye a los proveedores locales. Este reconocimiento se traduce en prácticas más deliberadas y estructuradas orientadas a generar un impacto económico sostenible y equitativo.Enfoque primario en los costes, con una consideración reducida del impacto económico local. La conciencia sobre cómo sus operaciones y eventos impulsan o afectan la economía local es mínima o está en etapas muy tempranas de desarrollo. Las acciones emprendidas en este ámbito suelen ser reactivas, esporádicas y no forman parte de una estrategia económica sostenible bien definida.	<ul style="list-style-type: none">Excelencia en su impacto social, estableciéndose como un líder innovador y comprometido en la promoción del bienestar comunitario, la inclusión, y el desarrollo social sostenible. Este nivel se caracteriza por un enfoque integral y transformador hacia la responsabilidad social, integrando plenamente las consideraciones sociales en todas las operaciones y eventos.Implementación efectiva y la mejora continua de estrategias sociales responsables y comprometidas. En este estado, el CB no solo ha establecido políticas y programas sólidos que benefician a la comunidad y fomentan la inclusión, sino que también monitorea, evalúa y refina estas iniciativas para maximizar su impacto positivo.El CB ha desarrollado y está aplicando de manera activa prácticas que tienen un enfoque específico en generar un impacto social positivo tanto en la comunidad local como en los participantes de eventos. Este enfoque no solo se refleja en la inclusión y la diversidad, sino también en contribuciones significativas a la comunidad local y el bienestar de los grupos involucrados.El CB ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las primeras etapas de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar.Compromiso básico con la inclusión y diversidad. Acciones sociales esporádicas. Enfoque emergente hacia las responsabilidades sociales y mayormente reactivas. La participación en iniciativas sociales puede ser esporádica, poco sistemática y no está integrada en la estrategia general del CB. A menudo, estas acciones son impulsadas por oportunidades ad-hoc o requerimientos externos más que por un plan estratégico interno.	<ul style="list-style-type: none">El CB no solo tiene establecidas políticas y objetivos claros para asegurar el impacto a medio/largo plazo de sus eventos, sino que también implementa un sistema de gestión activa y seguimiento para optimizar estos impactos. Este nivel refleja un enfoque maduro y sistemático, con mecanismos de evaluación y ajuste en marcha para garantizar que los esfuerzos se estén implementando y generando los beneficios esperados.Establecimiento de relaciones profundas y sostenidas con organizaciones comunitarias, escuchando activamente y respondiendo a las necesidades comunitarias a través de programas conjuntos.El CB adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a integrar la planificación de generación de impacto a medio/largo plazo en sus procesos, buscando colaboraciones con los organizadores y el ecosistema del destino.El CB adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.El CB está comenzando a reconocer y a dar sus primeros pasos hacia la comprensión del concepto de impacto a largo plazo y su importancia. En este nivel, las acciones y estrategias están en sus fases iniciales, con esfuerzos dispersos y una falta de integración sistemática del concepto de impacto duradero en la planificación y ejecución de eventos.	

Mientras se respondieron las preguntas, se genera una dinámica participativa, a través de la cual los representantes del destino nos van ilustrando acerca de cómo desarrollan las diferentes líneas de trabajo consultadas, qué buenas prácticas implementan o de qué recursos disponen para trabajar en las preguntas planteadas. A continuación, se detallan las diferentes conclusiones alcanzadas con respecto a su desempeño en cada una de las dimensiones abordadas:

MEDIOAMBIENTAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia medioambiental:

Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua.

- Políticas y estrategias orientadas a la sostenibilidad ambiental:** incluyen la reducción de energía, el reciclaje y la gestión de residuos, trabajando activamente junto con los organizadores y las sedes, asegurando que todos los actores participen activamente en la consecución de estos objetivos ambientales.
- Herramientas para medir la huella de carbono:** Se han testado opciones para implementar una herramienta de huella de carbono, aunque finalmente no se ha ejecutado. **A nivel interno se calcula el consumo energético** de cada evento para el cálculo del coste, **pero de una manera muy limitada.**

- **Colaboraciones:** Se trabaja en estrecha colaboración tanto con el palacio de congresos como con otros Convention Bureau (Catalunya, Costa Brava y principalmente con Olot y Lloret de Mar) en estos espacios de colaboración se recogen buenas prácticas de todos ellos tales como: un manual para los organizadores de los eventos de sostenibilidad y accesibilidad con 4MEETIMPACT creado por el Convention Bureau de Catalunya. O guías de sostenibilidad realizadas por el Costa Brava Convention Bureau.
- **Se indica desde tanto por parte del Convention Bureau como del Palacio de Congresos** que sigue habiendo ciertas reticencias por parte de los organizadores para asumir un coste mayor en las medidas implementadas de sostenibilidad.
- **En cuanto al transporte sostenible se promueve ir andando** por las distancias tan cortas de la propia ciudad, sin embargo y a pesar de que la ciudad cuenta con autobuses híbridos y un sistema de bicicletas urbana, se indica la necesidad por parte del Palacio de Congresos y Convention Bureau de tener un punto de bicicletas urbanas en el mismo palacio dando más opciones a los asistentes.
- **Sostenibilidad alimentaria:** Los excedentes alimentarios son un problema, pero en Girona todos los catering trabajan con entidades sociales para el excedente de comida

ECONÓMICA

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia económica: El Convention Bureau integra prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones. Este nivel de madurez indica que el Convention Bureau se preocupa por el impacto económico de los eventos a largo plazo en la comunidad y la región en la que opera.

- **Impulso de la economía local:** El fomento de la economía local es el ADN de cualquier Convention Bureau, es el objetivo principal por el que se trabaja, poner en valor el producto y los proveedores locales fomentando el empleo y la economía. Girona, al ser una ciudad pequeña la contratación de los proveedores locales es clave en el desarrollo de la industria MICE. Además, **existe un acuerdo con los comercios locales pequeños** para ofrecer un descuento a todos los asistentes y participantes de eventos y congresos.
- **Formación y Sensibilización:** Cada año desde el Convention Bureau de Girona se invita a los estudiantes de la escuela de hostelería para explicarles en qué consiste el MICE además de enseñarles las instalaciones. **Existe por otro lado un acuerdo con la Universitat de Girona** mediante el cual se fomenta la contratación de becarios. Además,

se ha colaborado con la misma aportando conocimiento. Por otro lado, se asiste a los hospitales de referencia de la ciudad de Girona y en la sala de espera **dejan información para explicar el papel del Convention Bureau y del Palacio**

- **Colaboraciones:** Durante la pandemia del COVID-19 se generó la **“Tabla MICE”** donde se involucró a todos los stakeholders de la industria con el objetivo de compartir ideas para salir de la situación. Se hizo durante un año cada 2 meses y se sacaron conclusiones interesantes entre las que destacaron, hacer una web más interactiva donde salieran todos los proveedores, la cual está en proceso de llevarse a cabo. Fue muy pedagógico **para asentar las bases del MICE.**

SOCIAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia social: El Convention Bureau ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las fases iniciales de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar.

- **Inclusión social:** Los organizadores cada vez solicitan **más prácticas sostenibles a nivel social** que a nivel medioambiental, por ello, una de las opciones que se ofrece es la **empresa de azafatos la cual cuenta con acuerdos para la contratación de personas en riesgo de exclusión social.**
- **Asociaciones Colaboradoras con el Convention Bureau:**
 - **Asociación Amigos de la Gente Mayor:** Involucrada en evitar la soledad de las personas mayores mediante visitas y excursiones organizadas.
 - **Apropa Cultura:** Promueve la cultura para personas con discapacidad o en riesgo de exclusión social, bajo el lema "todos y todas necesitamos cultura".
 - **Ramón Nugera:** Empresa que ofrece ocupación a personas con discapacidad funcional. Se fomenta que sirvan el cóctel de bienvenida o clausura en los eventos.

- **Accesibilidad:** Actualmente se está realizando un **análisis de accesibilidad en el Palacio de Congresos** para estudiar que limitaciones existen actualmente y poder eliminarlas de tal manera que se convierta en un lugar completamente accesible. Se está avanzado y ya se han instalado bucles magnéticos.
- **Por otro lado, el auditorio cuenta con lenguaje de signos** gestionado por una asociación encargada de asegurar la accesibilidad para personas con discapacidad auditiva
- **Espacio para la salud mental:** En el Palacio cuentan con el **“Espacio Calma”**, una sala donde se promueve que toda persona tiene un momento de estrés pueda acceder para relajarse y poder continuar. Con ese espacio **se fomenta la salud mental**.

IMPACTO

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia de impacto a medio/largo plazo: El Convention Bureau adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el Convention Bureau empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.

- **Identificación de necesidades:** La idea actualmente es que desde el Convention Bureau se acceda a las áreas correspondientes del **ayuntamiento** con el objetivo de identificar en **qué áreas pueden ayudar de la ciudad mediante la celebración de eventos MICE**.
- **Colaboración con Áreas Sociales de Girona:** Existe un área en Girona **enfocada a cuidar a las personas mayores y con la cual se ha colaborado, durante esta colaboración se iba a los centros cívicos a explicarles todo lo relacionado con el tema de los medicamentos: cómo tomarlos, evitar automedicarse, acudir siempre al médico...**
- **Conocimiento sobre la transformación del destino:** Los integrantes del Convention Bureau de Girona **cuentan con conocimiento sobre los proyectos que están provocando la transformación del destino**, pero no están plasmados ni recogidos en algún espacio.

- Existe un programa que se llama **“Cómete Girona”** donde se incluyen huertos con alimentos que se usan en el catering como productos de aproximación o de Km0.
- **Formación:** los integrantes del Convention Bureau de Girona **han acudido a eventos internacionales donde se ha hablado de legado** en la industria MICE y han recabado Buenas prácticas.
- **Legado:** Se solicita el poder contar con una herramienta para medir el legado social de tal manera que se sepa si se ha producido legado o no mediante un evento y poder contabilizarlo y comunicarlo a todos los stakeholders.

TRANSVERSALES:

Este bloque de preguntas cuenta con diferentes cuestiones que afecta de manera transversal a las 4 dimensiones que se muestran en el Maturity Model.

- Los miembros del Convention Bureau de Girona participan **en programas de formación continua sobre sostenibilidad**, que incluyen cursos especializados y talleres enfocados en prácticas sostenibles y gestión del medio ambiente.
- Desde el Convention Bureau se **ha iniciado la implementación de herramientas digitales básicas** para resaltar la importancia de la digitalización como un elemento crucial para promover la sostenibilidad. Este enfoque tiene como objetivo integrar tecnologías que mejoren la eficiencia de los procesos y contribuyan a prácticas más sostenibles.
- Se está empezando a desarrollar una **memoria anual donde se va a recoger todo lo relacionado con el sector MICE** para poder comunicar de manera estructurada las prácticas sobre sostenibilidad en el destino.
- Una de las ideas que también se tiene en mente es **generar un sello de “Legado”** para poder incluirlo en las acciones de legado que se desarrollen en la ciudad y la ciudadanía empezara a asociar ese sello con las acciones de transformación del destino.
- Se ha creado la **alianza OGL Meeting junto con Olor y Lloret de Mar** combinando las diferentes experiencias que los tres destinos ofrecen con el objetivo de promocionar y atraer eventos al territorio.

- En cuanto a alianzas **estratégicas existe una relación total con los sectores, con la universidad, con los hospitales...** para mejorar la promoción y el desarrollo del destino.

RECOMENDACIONES DE EXPERIENCIAS A DESARROLLAR

Una vez visto el posicionamiento del destino en el Maturity Model, en la herramienta de PowerBI **se les mostró una serie de recomendaciones personalizadas acorde a las necesidades de cada Convention Bureau**, a nivel medioambiental, económico, social, impacto y transversal.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
MEDIOAMBIENTAL	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	01. Analizar fórmulas para fomentar la donación de materiales sobrantes en los eventos a iniciativas sociales locales.
		02. Editar una guía de buenas prácticas con recomendaciones para una mejor gestión de residuos en diferentes segmentos de la cadena de valor (sedes de reuniones, hoteles, restaurantes y catering, etc.).
		03. Establecer acuerdos con empresas de gestión de residuos que garanticen la recolección y el tratamiento adecuado de los materiales reciclables y desechos orgánicos.
	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	04. Diseñar una guía de buenas prácticas con consejos para mejorar la eficiencia energética en toda la cadena de valor MICE del destino.
		05. Analizar junto con otros departamentos/concejales de la ciudad, el impacto de los grandes eventos en el transporte del destino.
	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	06. Elaborar una guía de buenas prácticas en gestión sostenible de la alimentación en reuniones y eventos.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	07. Hacer una auditoría energética del segmento MICE del destino para poder analizar el punto de partida y poder definir objetivos realistas.
		08. Incentivar a restaurantes y proveedores de catering a obtener certificaciones como Green Restaurant Association, que avalen de manera sostenible en la gestión alimentaria.
	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	09. Colaborar con entidades certificadoras para ofrecer programas de capacitación específicos para los actores del sector de eventos en el destino.
		10. Organizar talleres y seminarios para educar a proveedores y organizadores de sobre las diferentes certificaciones disponibles y los beneficios de obtenerlas.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
ECONÓMICA	PROGRAMAS DE APOYO LOCAL	01. Desarrollar campañas de promoción de productos locales, dentro o en los alrededores de los eventos, que puedan ayudar a las exportaciones de pequeñas y medianas empresas locales.
		02. Identificar y promocionar productos o experiencias turísticas que pongan en contacto a congresistas con pequeños artesanos, artistas o productores locales.
	COLABORACIÓN EN PROYECTOS COMUNITARIOS	03. Colaborar con organizaciones que promuevan el comercio justo y la producción local.
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	04. Generar inteligencia turística y de mercado que permita a los socios del CB o las empresas MICE locales, tener acceso a conocimiento sobre las tendencias del sector y puedan adaptar sus productos y servicios a las necesidades de la demanda internacional.
		05. Crear y mantener un portal de empleo en línea específico para la industria MICE, donde las empresas locales puedan publicar vacantes y los solicitantes de empleo puedan buscar oportunidades.
	PROMOCIÓN DEL EMPLEO LOCAL	06. Definir un plan de apoyo a emprendedores locales.
		07. Fomentar que las oportunidades de empleo y participación en la industria MICE sean accesibles para todos los segmentos de la población local, incluyendo grupos subrepresentados.
	DESARROLLO Y TALENTO	08. Desarrollar desde el CB charlas en escuelas de turismo para dar a conocer el turismo MICE y las interesantes oportunidades laborales que puede ofrecer. En colaboración con empresas MICE locales de diferentes sectores.
		09. Desarrollar eventos de networking para que los socios del CB o los proveedores MICE locales tengan un lugar de encuentro que les permita conocerse mejor y desarrollar colaboraciones.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	10. Incorporar criterios de sostenibilidad acordes a los objetivos definidos en la contratación de proveedores.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	11. Desarrollar mesas de trabajo sectoriales para coordinar con las empresas locales la obtención de datos relacionados con su grado de sostenibilidad, que permita elaborar un estudio global sobre la situación del destino.
		12. Implementar sistemas de retroalimentación interna para fomentar una mayor interacción y colaboración entre empleados y asociados.
	TRANSPARENCIA DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS	13. Desarrollar programa de sensibilización a toda la cadena de valor, con la creación de talleres y mesas de trabajo, que permitan alinear al sector local en torno a la sostenibilidad y ofrecerles soluciones y herramientas adaptadas a diferentes sectores de actividad.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
SOCIAL	COLABORACIÓN EN PROYECTOS COMUNITARIOS	01. Colaborar con asociaciones, fundaciones y otros organismos locales que trabajen en áreas sociales y medioambientales, para definir actividades y experiencias solidarias que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos. 02. Difundir eventos solidarios que están pasando en la ciudad entre los asistentes a las reuniones y eventos (a través de puntos de información turística).
	COMUNICACIÓN INCLUSIVA	03. Crear y distribuir guías de estilo que incluyan el uso de lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los materiales de comunicación.
	FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD	04. Desarrollar y aplicar políticas claras sobre comunicación inclusiva en todos los eventos, asegurando que todos los organizadores y proveedores cumplan con estos estándares. 05. Crear y publicar una política de accesibilidad clara en la página web del CB y en todos los materiales relacionados con los eventos.
	COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE DIVERSIDAD	06. Se promocionan de manera puntual en las RRSS éxitos, entrevistas... relacionadas con la diversidad en los eventos. 07. Desarrollar un directorio que incluya organizaciones enfocadas en diversidad racial, de género, LGBTQ+, personas con discapacidades, y otros grupos minoritarios. Publicar este directorio en el sitio web del CB y en materiales promocionales para facilitar el acceso a los organizadores de eventos.
	FOMENTO DE LA INCLUSIÓN LABORAL	08. Fomentar la inclusión y diversidad en toda la cadena de valor, asegurando que todos los proveedores y socios adopten prácticas inclusivas. 09. Priorizar y apoyar la contratación de proveedores que sean empresas de propiedad diversa, incluyendo minorías, mujeres, y personas con discapacidades.
IMPACTO	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	01. Avanzar hacia modelos de gobernanza público-privados, que permitan ofrecer un mejor servicio a organizadores y asistentes, logrando que los eventos generen un legado duradero en el destino.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	02. Crear marco de colaboración con grandes organizadores profesionales de congresos (OPCs) para identificar congresos que sean reconocidos por el importante legado que dejan en los destinos donde se desarrollan. 03. Crear marco de colaboración y coordinación con asociaciones y sociedades médicas, científicas, educativas y empresariales, para identificar formas de incrementar el legado de las reuniones.
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	04. Desarrollar reuniones periódicas con asociaciones civiles y de vecinos para buscar fórmulas de generar legado en barrios deprimidos de la ciudad.
	MARCO PARA INCREMENTAR EL LEGADO	05. Integrar el legado como factor importante a la hora de captar y apoyar la celebración de reuniones y eventos. Apoyo extra a eventos que aporten más valor y dejen mayor legado.

Para finalizar se indica que se procederá al envío de un documento resumen con todo lo que se ha visto en la sesión y de cara a la próxima reunión virtual, el Convention Bureau deberá seleccionar las acciones que les gustaría llevar a cabo para personalizar su estrategia y empezarlas a desarrollar en una hoja de ruta durante la segunda sesión presencial:

2ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	9 de Octubre 2024
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	14:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Auditorio y Palacio de Congresos
ASISTENTES	<p>Destino - Girona:</p> <ul style="list-style-type: none"> Núria Prats Alcón, directora Girona Convention Bureau. Marta González, directora Palacio Congresos Girona. <ul style="list-style-type: none"> Xavier Aldeguer Manté, 4º teniente de alcaldía y concejal de Talento, Innovación, Salud y Comunidad. <p>FEMP:</p> <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo. <p>BRAINTRUST:</p> <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora de Negocio.

Objetivo de la sesión:

- Elaborar un Project Plan para Desarrollar un marco de colaboración y coordinación entre asociaciones y sociedades médicas, científicas, educativas y empresariales, con el fin de fortalecer el impacto y el legado de las reuniones y eventos que se celebren en Girona.
- Acción/experiencia a desarrollar en el destino: Desarrollar un marco de colaboración y coordinación entre asociaciones y sociedades médicas, científicas, educativas y empresariales, con el fin de fortalecer el impacto y el legado de las reuniones y eventos

Previo a esta reunión se les facilitó un pre-work para tratar en la misma sesión, quedando definida con los siguientes puntos:

PREWORK (REFLEXIONES PREVIAS)

1. Revisión de iniciativas de legado existentes:

- a. Identificación de las acciones que ya están contribuyendo al legado de las reuniones en Girona.

2. Identificación de actores clave:

- a. Listado de asociaciones médicas, científicas, educativas y empresariales que podrían participar en el marco colaborativo.
- b. Reflexionar sobre qué otras instituciones o empresas pueden tener interés en contribuir al legado de las reuniones.

3. Ejemplos de buenas prácticas:

- a. Revisión de casos de éxito en otros destinos que hayan implementado marcos de colaboración para generar impacto y legado a largo plazo.
- b. Reflexionar sobre cómo esos modelos podrían adaptarse a las necesidades y particularidades de Girona.

4. Definición del concepto de legado en Girona:

- a. Reflexionar sobre las áreas clave donde el destino quiere dejar huella a través de sus reuniones y eventos.

ACCIÓN: DESARROLLAR UN MARCO DE COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN ENTRE ASOCIACIONES Y SOCIEDADES MÉDICAS, CIENTÍFICAS, EDUCATIVAS Y EMPRESARIALES, CON EL FIN DE FORTALECER EL IMPACTO Y EL LEGADO DE LAS REUNIONES Y EVENTOS QUE SE CELEBREN EN GIRONA.

1. Introducción.

- a. Bienvenida e introducción de los participantes.
- b. Objetivos del encuentro.

2. Reflexión.

- a. Evaluar el impacto de las mesas de trabajo existentes u otro tipo de iniciativas actuales

3. Definición del Marco de Colaboración y Coordinación.

Temas a discutir:

- a. Creación de la mesa de trabajo científico/médico.
- b. Ampliación del marco a otras áreas.

4. Plan de Acción y Definición de Responsabilidades.

- a. Definir la estructura del marco.
- b. Asignación de responsables.
- c. Crear un calendario de trabajo.
- d. Medición de la acción.
- e. Recursos.

5. Conclusión y Próximos Pasos

RESULTADOS DE LA SESIÓN

REFLEXIÓN INICIAL

Durante esta primera parte y atendiendo a la participación de los asistentes, así como lo trabajado en el documento del pre-work enviado previamente, se plantean una serie de cuestiones que ayudan a determinar las claves para el desarrollo de la colaboración.

1. Impacto y Enfoque de los Congresos en Girona

- Se destacó que muchos congresos celebrados en Girona generan un impacto positivo dirigido casi exclusivamente a la ciudadanía. Sin embargo, cuando se trata de temas más técnicos (como congresos sobre aguas residuales), el impacto no se percibe de la misma forma entre los ciudadanos, sino que beneficia principalmente a entidades locales o

intermediarios. Por ejemplo, un congreso técnico podría apoyar a una entidad como Aguas de Girona en la implementación de buenas prácticas.

- También se discutió la importancia de evaluar qué tipo de congresos pueden aportar un valor directo y duradero a la comunidad, incluso cuando el enfoque del congreso no esté directamente relacionado con la salud o la educación de la ciudadanía. Esto requiere identificar cuáles son las entidades locales clave que pueden beneficiarse de diferentes temáticas de congresos.

2. Ampliación del Concepto de Legado

- Se comentó que las acciones de legado no siempre tienen que ir dirigidas directamente a la ciudadanía. Pueden también estar orientadas a entidades locales que tengan el potencial de generar un impacto a largo plazo.

3. Inventario de Entidades Locales y Necesidades

- Se sugirió que sería útil contar con un listado de entidades y sus necesidades, para que los congresos puedan planificarse con un enfoque más estratégico y dirigido. Este listado permitiría emparejar mejor las temáticas de los eventos con las necesidades específicas de las entidades locales, generando un impacto más tangible y duradero.

4. Desarrollo de Acciones Continuas y Colaborativas

- Se reflexionó sobre la posibilidad de involucrar a entidades intermediarias para que asuman un papel de continuidad en las iniciativas de legado. Un ejemplo sería organizar una charla sobre prevención de caídas en adultos mayores y que una asociación local tome el relevo para realizar eventos/formaciones de seguimiento. Esto permitiría que el legado de los congresos se mantenga y amplifique con el tiempo.

5. Identificación de Empresas e Instituciones Potenciales para el Legado

- Es necesario seleccionar qué empresas y organizaciones en Girona pueden mostrar un interés proactivo en contribuir al legado. Esto facilitaría el inicio de alianzas estratégicas con instituciones que ya están comprometidas con el desarrollo comunitario y la sostenibilidad.

6. Áreas Clave para Enfocar el Legado en Girona

- Se identificaron varias áreas clave en las que los congresos pueden dejar una huella de impacto en la ciudad, tales como salud, educación y bienestar emocional, especialmente

para la gente mayor. Desde la concejalía de innovación se planteó la idea de hacer de Girona un hub de innovación, facilitando vínculos entre los congresos y estas áreas estratégicas, como el sector de la salud y el bienestar.

7. Marco para Incrementar el Legado

- Se discutió la importancia de crear un marco de colaboración que involucre a asociaciones, sociedades médicas y educativas, para asegurar que los congresos tengan un impacto positivo y prolongado en la ciudad. Esto incluye la posibilidad de convocar una mesa de trabajo científico-médico liderada por el concejal de Salud, para coordinar esfuerzos entre los hospitales y otras instituciones.

8. Retos y Necesidades Específicas de Girona

- Girona está trabajando en ser una ciudad inclusiva y en promover la salud y el bienestar emocional de sus ciudadanos. También se señaló que Girona tiene el desafío de generar un atractivo único que complemente a Barcelona, evitando quedarse como una ciudad "dormitorio" o simplemente un destino de museo. En este sentido, la ciudad está explorando oportunidades para formar un clúster en torno a ciclismo y salud.

9. Creación de un Comité Coordinador

- Se acordó la necesidad de un comité coordinador que incluya a representantes del Palacio de Congresos, el Convention Bureau, asociaciones relevantes y el ayuntamiento para asegurar la implementación y seguimiento de las iniciativas.

Resumen de la fase de reflexión

Elementos principales reflexionados:

Los puntos principales fueron:

- **Impacto Dirigido y Enfoque en el Legado:** Los congresos en Girona suelen beneficiar a la ciudadanía, pero algunos eventos técnicos podrían tener un mayor impacto si se alinean con entidades locales específicas. Se plantea la necesidad de que el legado no se limite a la ciudadanía, sino también a instituciones que puedan generar cambios duraderos.
- **Inventario de Entidades y Necesidades:** Crear un listado de entidades y sus necesidades, permitiendo conectar cada congreso con objetivos específicos de la ciudad para maximizar el beneficio.
- **Acciones Continuas:** Involucrar a intermediarios locales para continuar el legado tras cada congreso, logrando que las iniciativas se mantengan y amplíen con el tiempo.
- **Identificación de Aliados Potenciales:** Se identifican empresas e instituciones locales que puedan tener interés en participar activamente en las acciones de legado, facilitando el inicio de colaboraciones estratégicas.
- **Áreas Clave para el Legado:** Se priorizan la salud, educación y bienestar emocional como sectores donde los congresos pueden dejar un impacto significativo.
- **Marco de Colaboración:** Crear un marco que incluya a asociaciones médicas, educativas y científicas, liderado por el concejal de Salud, para asegurar que los congresos generen un impacto positivo duradero.
- **Retos Específicos de Girona:** Se busca que Girona tenga un atractivo único complementario a Barcelona, posicionándose como un hub de innovación en salud y ciclismo.
- **Estructura y Coordinación:** Se acuerda formar un comité que coordine el legado de los congresos, con representantes de instituciones clave para asegurar la implementación de estas iniciativas.
- Es clave **unir las tres áreas de influencia** para el desarrollo de acciones y que todas ellas respondan a necesidades conjuntas, estas son: **organizadores/intermediación, ciudadanos/entidades y áreas claves estratégicas correspondientes del ayuntamiento.**

RESULTADO DE LA DEFINICIÓN DEL CANVAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS (PROJECT MANAGEMENT CANVAS)

1. Objetivo

- Establecer una conexión entre los congresos y la ciudad para maximizar el impacto de las misiones de las asociaciones que organizan los congresos y responder a las necesidades urbanas.
- Incrementar la visibilidad del sector MICE entre los ciudadanos, buscando obtener beneficios sociales y urbanos derivados de la celebración de congresos.

2. Alcance

- Alcanzar a la ciudadanía y asociaciones profesionales: Enfocarse en grupos que buscan un impacto positivo y están comprometidos con prácticas sostenibles.
- Aumentar la visibilidad: Involucrar al ayuntamiento, así como a medios de comunicación locales y regionales.
- Generar beneficios tangibles: Colaborar con hospitales de referencia, centros de investigación, asociaciones y el ayuntamiento para derivar beneficios concretos de las actividades propuestas.

3. Resultado

- Satisfacer las necesidades urbanas: Aprovechar la celebración de congresos en la ciudad para responder y cubrir las necesidades locales.
- Promover la identidad de la ciudad como sede de congresos: Fomentar el reconocimiento de la ciudadanía sobre la importancia y el rol de la ciudad como un destino clave para congresos, motivando a los residentes a actuar como embajadores y prescriptores de la ciudad.
- Enriquecimiento del conocimiento local: Facilitar que los ciudadanos adquieran nuevos conocimientos a través de los eventos y congresos, con el fin de mejorar su calidad de vida y contribuir al desarrollo continuo de la ciudad.

4. Indicadores de Éxito

- Enumerar las acciones de legado que se hacen en el destino derivadas de los congresos asegurando su efectividad y relevancia continuada.
- Contabilizar la cantidad de mesas de trabajo que se han desarrollado a lo largo del tiempo como un indicador del compromiso continuo y la generación de valor a partir de estas reuniones.

5. Stakeholders (Partes Interesadas)

- Ayuntamiento.
- Hospitales.
- Entidades sociales.
- Asociaciones profesionales.
- Colegios profesionales.
- Comunicación del Convention Bureau y del ayuntamiento.
- OPC.
- Asociaciones científicas.

6. Beneficiarios

- Ayuntamiento.
- Asociaciones locales.
- Ciudadanía.

7. Equipo

- Crear un comité formado por una persona del Palacio, una persona del Convention Bureau y una persona del ayuntamiento.
- El equipo de comunicación del Ayuntamiento y del Palacio de Congresos.
- La concejalía de Xavier Aldeguer Manté.
- La oficina de turismo de la ciudad.

8. Recursos

- Difusión y comunicación.
- Espacios necesarios para realizar la acción.
- Recursos económicos.
- Una página web para informar sobre las actividades de Legado.

9. Hitos

- Implicación formal de todos los stakeholders.
- Dinámica de trabajo con la parte de comunicación del Palacio y del Ayuntamiento.
- Crear una claim de legado.
- Detectar las entidades locales necesarias para el proyecto.
- Ejecutar la acción con todos los Stakeholders.

10. Riesgos

- Cambios políticos cada 4 años
- Saturación de trabajo por parte de las personas implicadas.
- Asegurar la comprensión completa del proyecto por parte de todas las entidades involucradas.

11. Tareas

Se trabajan en este punto el desglose de tareas relacionadas con cada uno de los hitos indicados, además de indicar aquellas que son de alta dificultad, quedando por tanto el desglose de esta manera para su posterior trabajo en el destino desarrollando su Project Plan detallado.

Título de la tarea	Descripción
Implicación formal de los Stakeholders	
Presentación a todas las áreas del ayuntamiento/mesa de concejales	
Informar a todas las entidades sociales desde el ayuntamiento	Hacer una carta informativa como apertura de puertas a la segunda comunicación que vendrá del CB y del Palacio directamente
Comunicarse desde el CB y Palacio con las asociaciones	
Hablar con Gloria de comunicación para crear una manera de difusión con Xavier y difundir la marca legado entre la sociedad médica	
Comunicación con OPC's y sociedades científicas del proyecto de legado que se está definiendo en Girona	
Información a alcaldía de la creación de la marca legado y siguientes pasos	
Crear una dinámica de trabajo con Comunicación del Palacio y del ayuntamiento	
Reunión para explicación del proyecto conjunta con comunicación	
Establecer un protocolo de funcionamiento para las acciones de legado	
Crear una claim de legado	
Definir el concepto que queremos que proyecte el claim	
Establecer focus group para testar el claim que sea entendible para la ciudadanía	Con ciudadanos que ayuden a crear/testar el claim.
Conocimiento de las entidades locales sobre el proyecto/acción	
Detectar todas las entidades locales y listarlo	Listarlas en un Excel con su actividad
Presentación con la información "básica" del proyecto, CB y Palacio	Información del CB, del Palacio y del proyecto de legado

Ejecutar la acción con todos los Stakeholders	
Crear un procedimiento de trabajo interno entre el CB y Palacio para el desarrollo de legado	Que incluya las diferentes fases teniendo en cuenta los congresos y las necesidades detectadas. Definición de un protocolo interno
Posibilidad de establecer mesa de coordinación entre ayuntamiento, sociedad científica y entidad local	

CONCLUSIONES

Como resultado de la sesión se plantean unas conclusiones que **subrayan la necesidad de un enfoque estratégico, colaborativo y sostenible** para que los congresos en Girona dejen un impacto positivo y duradero en la ciudad y en sus ciudadanos:

- **Enfoque en el Legado Diversificado:** Los congresos en Girona deben ir **más allá del beneficio directo para la ciudadanía, incorporando un enfoque hacia entidades locales que puedan multiplicar el impacto de los eventos.** Esto incluye instituciones que pueden actuar como intermediarios, logrando que el legado de cada congreso tenga efectos duraderos y sostenibles.
- **Creación de un Inventario de Necesidades y Entidades Locales:** Tener un **registro detallado de las entidades locales y sus necesidades** específicas permitirá una mejor planificación de los congresos. Esta estrategia de emparejamiento ayudará a que cada congreso esté alineado con los objetivos locales, maximizando el impacto positivo en la comunidad.
- **Selección Estratégica de Alianzas:** Girona debe identificar y trabajar con empresas e instituciones locales proactivas en la sostenibilidad y desarrollo social. Estas alianzas permitirán un desarrollo colaborativo del legado de los congresos, facilitando la implementación de acciones concretas.
- **Áreas Clave para el Desarrollo de un Legado Significativo:** La **salud, la educación y el bienestar emocional** son **sectores estratégicos** en los que los congresos pueden dejar un impacto profundo en Girona. Focalizarse en estas áreas permitirá una huella significativa y una mejora tangible en la calidad de vida de los ciudadanos.
- **Establecimiento de un Marco de Colaboración:** La colaboración entre el Ayuntamiento, el sector salud, y otras asociaciones científicas y educativas es fundamental para estructurar las acciones de legado de manera coherente y efectiva. Un comité coordinador que convoque a estos actores facilitará la implementación de las iniciativas.

- **Coordinación y Organización a Largo Plazo:** Formar un comité con representantes de las instituciones clave asegurará una planificación eficiente y una coordinación continua de las acciones de legado. Esto permitirá que las iniciativas de los congresos se alineen con las prioridades de la ciudad y se adapten a cambios en el entorno político y social.

Jornada de presentación y sensibilización en destino.

FICHA DE LA SESIÓN:

FECHA DE CELEBRACIÓN	10 marzo 2025
HORA DE COMIENZO	09:30 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Palau de Congressos de Girona
ASISTENTES	12 asistentes
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Luis Martínez Sicluna, Secretario General de la Federación Española de Municipios y Provincias. Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora Senior.

PRESENTACIÓ DELS RESULTATS DEL PROJECTE EXPERIÈNCIES DE LA FEMP

**DES DE LA XARXA DEL SPAIN OFICINA DE CONGRESSOS
JUNTAMENT AMB L'AJUNTAMENT DE GIRONA**

Ens complau convidar-li a la presentació de resultats, jornada de formació i sensibilització del Projecte Experiències, on Girona ha participat com a destinació pilot en el desenvolupament i implantació del Pla d'Acció en Sostenibilitat i Llegat MICE.

Durant la jornada els presentarem els treballs realitzats a la destinació i la seva repercussió en el sector.

PROGRAMA:

10 de març.

⌚ Horari: 09:30 – 10:30 h

Presentació dels resultats.

- ◆ Benvinguda institucional
- ◆ Taula rodona: "Cap a un model regeneratiu en la indústria del MICE"

----- Coffee Break: 10:30h – 11:00h -----

⌚ Horari: 11:00 – 13:00 h

Jornada de Formació y Sensibilització: "El camí cap a un MICE sostenible"

Fi de la jornada: 13:00 h

📍 **Ubicació:** Palau de Congressos de Girona

INSCRIU-TE AQUÍ

CONTENIDO DE LA SESIÓN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES:

Introducción

Girona acogió la tercera y última sesión del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE en el Palau de Congressos, un espacio simbólico por su implicación en procesos de sostenibilidad y legado desde hace años. La jornada contó con una importante representación institucional, tanto local como nacional, y se estructuró en dos grandes bloques: mesa redonda institucional y jornada de sensibilización para el ecosistema MICE local.

A pesar de ser una de las sesiones con menor número de asistentes, el perfil técnico de los participantes y el grado de implicación institucional dotaron al encuentro de un alto nivel de calidad y profundidad en los intercambios.

Bienvenida institucional

La apertura institucional contó con la intervención de **Gema Geis Carreras**, Vicealcaldesa, 1ª Teniente Alcalde y Concejala de Promoción Económica del Ayuntamiento de Girona, quien destacó el compromiso del consistorio con la sostenibilidad como valor transversal en la política turística.

Le siguió el **Secretario General de la FEMP, Luis Martínez-Sicluna**, quien contextualizó el proyecto dentro de la estrategia nacional y subrayó la necesidad de que ciudades como Girona sirvan de ejemplo en la implementación de modelos turísticos sostenibles.

Mesa redonda: “Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE”

Moderada por Marien Cava, la mesa tuvo un enfoque institucional con intervenciones de:

- **Gema Geis Carreras**, Vicealcaldesa, 1ª Teniente Alcalde y Concejala de Promoción Económica del Ayuntamiento de Girona
- **Luis Martínez-Sicluna**, Secretario General de la FEMP
- **Xavier Aldeguer Manté**, 4º Teniente de Alcalde y Concejala de Talento, Innovación y Salud
- **David Ibáñez**, Director de la Fundación Auditori Palau de Congressos de Girona
- Fragmento de entrevista grabada de **Nuri Prats**, Directora del Girona City Convention Bureau

Contenidos tratados:

- **Impacto del proyecto en Girona:** Se puso en valor el proceso de reflexión estratégica que ha permitido identificar y visibilizar acciones ya existentes vinculadas al legado, especialmente desde el Palau de Congressos y su vinculación con asociaciones locales.
- **Aprendizajes adquiridos:** La colaboración entre departamentos municipales y el sector cultural ha sido una de las grandes fortalezas del destino. El proyecto ha ayudado a alinear esta cooperación con un enfoque más estructurado.
- **Iniciativa local:** Girona priorizó visibilizar los trabajos de legado impulsados por el Palau de Congressos y fortalecer la coordinación interna para seguir impulsando eventos con impacto positivo.
- **Futuro del modelo:** Se acordó la necesidad de consolidar una estrategia municipal en torno al legado, creando herramientas de planificación y seguimiento, así como fortalecer la cooperación con actores privados.

Jornada de sensibilización

Impartida por Braintrust, la jornada tuvo una estructura similar a la del resto de destinos y se celebró tras la pausa café:

1. **Introducción participativa (Mentimeter):** Se recogieron percepciones iniciales sobre sostenibilidad y el papel del MICE en Girona, destacando respuestas orientadas a la innovación, proximidad y compromiso ciudadano.
2. **Contexto y fundamentos del modelo MICE Sostenible:** Se presentó el DAFO nacional, los principios de sostenibilidad y legado, y los retos identificados en el sector.
3. **Planificación sostenible de eventos, se enfocaron en temas tales como:**
 - Planificación de eventos sostenibles
 - Beneficios sociales y económicos del modelo
 - Exposición de buenas prácticas (nacionales e internacionales)
4. **Ejemplos locales:** Se compartieron dos referentes locales como parte de la narrativa del destino:

- **Ginjoler Catering:** proveedor comprometido con prácticas responsables, cuyas acciones fueron valoradas como ejemplo de integración de sostenibilidad en la gastronomía.
- Vídeo de experiencias desde el **Palau de Congressos**, donde se documentan iniciativas de legado desarrolladas con asociaciones locales.

Dinámicas participativas (Mentimeter)

- **¿Qué aporta el MICE a Girona?:** Respuestas como, *riqueza, atracción de talento, internacionalización, posicionamiento cultural y sostenibilidad* marcaron la tónica.
- **¿Qué es sostenibilidad?:** Se repitieron términos como *conciencia, futuro, respeto, legado*.
- **Motivaciones de la jornada:**
 - Aplicaciones claras y prácticas para implementar la sostenibilidad.
 - Refuerzo del compromiso institucional con el modelo sostenible.
 - Necesidad de integrar la sostenibilidad en todas las fases de organización de eventos.
 - Valoración de la concienciación colectiva como motor de cambio.
 - Reconocimiento del papel compartido: *la sostenibilidad es cosa de todos*.
 - Aportación de nuevas ideas sostenibles desde distintas perspectivas.
 - Relevancia de la profesionalización y de la sistematización de buenas prácticas.
 - Inspiración para seguir innovando y profundizando en la implementación sostenible.

Conclusiones

Girona ha demostrado tener una base sólida sobre la que construir un modelo MICE con impacto. Su fortaleza reside en la conexión entre talento, innovación, cultura y sostenibilidad. Aunque el número de asistentes fue reducido, el grado de implicación de los actores presentes permitió profundizar en los temas clave.

La implicación del Palau de Congressos y del Ayuntamiento refuerza el potencial del destino para liderar iniciativas sostenibles con proyección internacional.

PARTICIPANTES EN LA MESA REDONDA:

MESA REDONDA: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

MODERA

MARIEN CAVA
Téc. de la Subdirección
de Promoción
Económica y Turismo de
la FEMP.
Secretaría técnica del
SCB.

INTERVIENE

**Luis Martínez
Sicluna**
Secretario General de
la Federación
Española de
Municipios y
Provincias.

**Gemma Geis
Carreras**
Vicealcadesa, 1ª
teniente alcalde y
Concejala de Promoción
Económica.

**Xavier Aldeguer
Manté**
4º Teniente alcalde y
Concejal de Talento,
Innovación, Salud y
Comunidad.

David Ibáñez
Director de la
Fundación Auditorio
Palau de Congressos
de Girona.

RESULTADOS DE LAS REFLEXIONES DE LA SESIÓN DE SENSIBILIZACIÓN:

¿QUÉ PIENSAS QUE APORTA LA INDUSTRIA DE REUNIONES A ESTE DESTINO?

Aporta riqueza, es un turismo de calidad.

Riqueza económica y conocer el destino

Turismo de calidad.

Oportunitats Posicionament

Una buena oportunidad ara situar aún mejor Girona en el mapa y como un buen destino de turismo de calidad, dando mas y mejor vida a la ciudad

Situa la ciudad en el mapa a nivel internacional aportando valor económico, social, etc.

Ideas y conocimientos

Economías

Mentimeter

¿QUÉ ES PARA TI SOSTENIBILIDAD?

15 Respuestas

economía circular
aprofitament recursos
conciencia
futuro
respeto
necesidad
responsabilitat
legado
proximidad
calidad
ecología



Mentimeter

¿QUE APRENDIZAJES Y MOTIVACIONES TE LLEVAS DE LA JORNADA?

Aplicaciones claras y
prácticas de la
sostenibilidad

El compromiso de las
instituciones con la
sostenibilidad

Seguir enfocados en hacer
presente la sostenibilidad
en todas las fases de la
organización de los eventos.

Consciencia
Profesionalización
Compromiso con la
sostenibilidad Nuevas ideas
de cómo implementar más
la sostenibilidad

Aportación de nuevas
ideas sostenibles

Concienciación
colectiva

La sostenibilidad es
cosa de todos



DESARROLLO DEL TRABAJO REALIZADO EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

1ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:



Ayuntamiento
de Las Palmas
de Gran Canaria



FECHA DE CELEBRACIÓN	24 Julio 2024
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.
ASISTENTES	<p>Destino – Las Palmas de Gran Canaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> José Moya, Director de Gabinete Alcaldía. Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria. Natalia Juanco, Técnica asesora en el gabinete de alcaldía del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria. Sergio Maccanti, Técnico Gran Canaria Convention Bureau. Nauzet Pérez, Técnico Asesor. <p>FEMP:</p> <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo. <p>BRAINTRUST:</p> <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora Senior.

Inicialmente se realizó una presentación más teórica para la comprensión de los siguientes puntos, vistos todos ellos previamente en este documento:

- Contexto y situación de la industria
- Presentación de la estrategia, visión y misión
- Metodología del autodiagnóstico

Posteriormente a estos puntos se procede a trabajar con el equipo asistente en la reunión siendo estos los resultados de esta:

REVISIÓN DEL AUTODIAGNOSTICO

Los resultados obtenidos de estas preguntas posicionaron a Las Palmas de Gran Canaria de la siguiente manera:

SOSTENIBILIDAD EN SUS TRES DIMENSIONES				IMPACTO
MEDIOAMBIENTAL	ECONÓMICA	SOCIAL	IMPACTO A MEDIO/LARGO	
Grados de madurez	Excellencia			<ul style="list-style-type: none"> El CB no solo tiene establecidas políticas y objetivos claros para asegurar el impacto a medio/largo plazo de sus eventos, sino que también implementa un sistema de gestión activa y seguimiento para optimizar estos impactos. Este nivel refleja un enfoque maduro y sistemático, con mecanismos de evaluación y ajuste en marcha para garantizar que los esfuerzos se estén implementando y generen los beneficios esperados.
	Óptimo			<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de relaciones profundas y sostenidas con organizaciones comunitarias, escuchando activamente y respondiendo a las necesidades comunitarias a través de programas conjuntos.
	Estándar			<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a integrar la planificación de generación de impacto a medio/largo plazo en sus procesos, buscando colaboraciones con los organizadores y el apoyo de la comunidad.
	Desarrollo			<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.
	Inicial			<ul style="list-style-type: none"> El CB está comenzando a reconocer y a dar sus primeros pasos hacia la comprensión del concepto de impacto a largo plazo y su importancia. En este nivel, las acciones y estrategias están en sus fases iniciales, con esfuerzos dispersos y una falta de integración sistemática del concepto de impacto duradero en la planificación y ejecución de eventos.

Mientras se respondieron las preguntas, se genera una dinámica participativa, a través de la cual los representantes de la ciudad y del Convention Bureau nos van ilustrando acerca de cómo se desarrollan las diferentes líneas de trabajo consultadas, qué buenas prácticas implementan o de qué recursos disponen para trabajar en las preguntas planteadas. A continuación, se detallan las diferentes conclusiones alcanzadas con respecto a su desempeño en cada una de las dimensiones abordadas:

MEDIOAMBIENTAL

Grado de madurez de la situación de la ciudad y del Convention Bureau en materia medioambiental: Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua.

- Políticas y estrategias orientadas a la sostenibilidad ambiental:** Se ha empezado a valorar la relevancia de la sostenibilidad y se han ido adoptando medidas preliminares, incluyendo la disminución en el consumo de papel y el impulso al reciclaje.
- Cuando se fundó el Convention Bureau se pagó por una herramienta para promocionar la ciudad de tal manera que se den a conocer a la comunidad local las buenas prácticas

que se están llevando a cabo y las acciones del sector tanto a nivel nacional como internacional sobre el reciclaje, la eficiencia energética...

- **Herramientas para medir la huella de carbono:** Existe una conversación pendiente con la empresa BRISA para medir la huella de carbono y desarrollar acciones para reducir su impacto
- **Colaboraciones:** Se cuenta con **una guía de buenas prácticas con ideas de mejora** que se desarrolló a través de un trabajo de fin de máster con la universidad de Gran Canaria
- **En cuanto al transporte sostenible:** La ciudad de Las Palmas de Gran Canaria destaca como caso de éxito con el uso de las bicicletas y la promoción de ir andando a los diferentes lugares. Se incentiva con descuentos a los participantes de los eventos. Además, están generando el desarrollo de una aplicación móvil donde se comuniquen y fomenten todos estos descuentos.
- **Sostenibilidad alimentaria:** **Las prácticas alimenticias sostenibles actualmente es un tema delicado** ya que el tema de sanidad es muy complejo y los organizadores de los eventos, de momento, no lo solicitan de manera proactiva. Lo que se realiza es intervenir en la planificación de la cantidad de comida para evitar el desperdicio.

ECONÓMICA

Grado de madurez de la situación de la ciudad y del Convention Bureau en materia económica: Cúspide en la gestión económica sostenible. Aquí, la ciudad y el Convention Bureau no solo ha integrado completamente prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones, sino que también lidera con innovación, contribuyendo activamente al desarrollo económico a largo plazo de su comunidad y región.

- **Impulso de la economía local:** **El fomento de la economía local es el ADN de cualquier Convention Bureau**, es el objetivo principal por el que se trabaja, poner en valor el producto y los proveedores locales fomentando el empleo y la economía. El papel principal de tanto de la ciudad como del Convention Bureau de Gran Canaria es liderar dentro del sector MICE.
- **Producto local:** En cuanto a los productos locales, **existe una feria que pone en valor todos los productos** que se generan ya que la promoción de los proveedores es clave y

está completamente integrada en la contratación, así como la planificación y ejecución en los eventos.

- El plátano además de consumo se ha utilizado para generar fibras las cuáles se usan para poder imprimir en 3D diferentes artículos de merchandising. De esta manera, **aparte de generar empleo local y economía circular, se está aprovechando lo que antes se consideraba residuo.**
- **Fomento del talento:** El año pasado, en Gran Canaria se celebró la **7 edición del Canaria Gran MICE de tipo asambleario**, donde se habló de las últimas tendencias del sector, como hablar en público, sobre la sostenibilidad, la digitalización... de tal manera que se fomentara el talento del sector MICE entre los participantes. Este evento, se vuelve a celebrar este año en Gran Canaria y donde se hablará, entre otros temas, de la inteligencia artificial en MICE
- **Colaboraciones:** **Se cuenta con empresas asociadas** de tal manera que todos los stakeholders que están relacionados con la industria MICE forman parte de esta comunidad local que además es muy activa. Además, **se colabora con la universidad pública y privada de Gran Canaria con frecuencia.** Desde el Convention Bureau se asiste para dar a conocer qué es y cuál es su labor.

SOCIAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia social: El Convention Bureau ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las fases iniciales de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar.

- **Asociaciones Colaboradoras:** Queda mucho recorrido en este ámbito, pero tanto desde la propia ciudad como desde el Convention Bureau de Gran Canaria **están en contacto continuo con asociaciones locales para trabajar en la sostenibilidad social.**
- Se conocen personalmente las asociaciones y lo que se está haciendo con las personas que forman parte de estas agrupaciones, hay un trato muy cercano que permite una buena interacción.

- **Desarrollo social:** Las Palmas de Gran Canaria es una ciudad muy cosmopolita con la mente muy abierta y en cuyo ADN está incluido al desarrollo social, se hace de manera innata, pero **no cuentan con una planificación oficial en este sentido en el sector MICE.** El plan de acción de la agenda urbana que se ha diseñado podría respaldar este desarrollo.
- La estrategia a futuro es **poder aprovechar todo lo que se ha desarrollado desde el Ayuntamiento y el Cabildo** y poder aplicarlo en todos los ámbitos sociales durante la celebración de los eventos.
- **Comunicación inclusiva:** Un ejemplo en cuanto a la comunicación inclusiva es en el Palacio de Congresos de Las Palmas de Gran Canaria, que al ser un espacio público cuenta con **un intérprete de lenguaje de signos** para utilizarlo siempre que sea necesario.
- **Accesibilidad:** El Palacio de Congresos de Las Palmas de Gran Canaria, **es accesible para todas las personas que tengan diferentes dificultades** cumpliendo con diferentes ODS que están recogidos en un documento por escrito.

IMPACTO

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia de impacto a medio/largo plazo: El Convention Bureau adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el Convention Bureau empieza a integrar la planificación de generación de impacto a medio/largo plazo en sus procesos, buscando colaboraciones con los organizadores y el ecosistema del destino.

- **Identificación de necesidades:** La interacción con la comunidad local es prácticamente diaria, se realiza a través de correos electrónicos, llamadas personales... pero no existe una forma de comunicación oficial.
 - Una iniciativa muy valiosa, **son los desayunos del Convention Bureau** donde se habla del día a día de las personas que trabajan allí de tal manera que se fomenta un vínculo entre los trabajadores.
 - El sector MICE cuenta con una gran ventaja y es que **trabaja con vecinos con predisposición. Desde el ayuntamiento se habla con los vecinos** y se recaba la información necesaria para conocer sus necesidades.

- **Conocimiento sobre la transformación del destino:** Un caso de éxito es “INFECAR” y su transformación, donde mediante **reuniones participativas con los vecinos se generó el plan maestro del recinto ferial**, siendo un ejemplo de la transformación del destino a partir de una necesidad que ya existía.
- **Compromiso de los Stakeholders:** Existe **contacto directo con todo el ecosistema** (con medioambiente, la guagua, el equipo de turismo, los museos de la ciudad, la cultura...).
- Todas las personas que forman parte de esta industria están comprometidas en la teoría, pero en la práctica es más difícil. Sin embargo, existe muy buena predisposición y muchas ganas de avanzar y mejorar.
- **Formación:** Los miembros del Convention Bureau **se capacitan de forma continua y llevan a cabo estudios regulares** sobre distintas opciones y medidas que podrían tener un efecto positivo a medio y largo plazo.
- **Medición del impacto a medio/largo plazo es la “kryptonita”** del asunto y es importante contar con una herramienta para conocer ese impacto de manera homogénea.

TRANSVERSALES:

Este bloque de preguntas cuenta con diferentes cuestiones que afecta de manera transversal a las 4 dimensiones que se muestran en el Maturity Model.

- **Los integrantes del Convention Bureau Gran Canaria han comenzado a recibir formación relacionada con la sostenibilidad y el impacto a largo plazo.**
- **Herramientas digitales:** Se ha iniciado la implementación de herramientas digitales esenciales y se está destacando la importancia de la digitalización como un pilar clave para impulsar la sostenibilidad. Este enfoque no solo busca optimizar los procesos internos, sino también sensibilizar sobre cómo la tecnología puede contribuir significativamente al bienestar ambiental a largo plazo.
- **Mediciones e indicadores:** Si bien no se cuenta con mediciones cuantitativas del desarrollo y resultados de la sostenibilidad en los eventos, si **se publican de manera recurrente los logros, acciones realizadas en esta materia poniendo en valor dichas actuaciones** tanto para el ecosistema como para la propia ciudadanía.

- **Imagen de marca sostenible:** Para el desarrollo de la identidad de marca sostenible, se van haciendo diferentes acciones, pero no están siguiendo un plan ordenado. No se cuenta actualmente con una estrategia.
- Se han establecido **acuerdos de colaboración con una variedad de organizaciones locales**, que abarcan desde entidades gubernamentales hasta universidades y empresas privadas, con el objetivo de unir esfuerzos en la promoción y el desarrollo sostenible del destino. Estas alianzas permiten combinar recursos, compartir conocimientos y trabajar colectivamente en iniciativas que benefician tanto a la comunidad local como a los visitantes, asegurando un impacto positivo y duradero.

RECOMENDACIONES DE EXPERIENCIAS A DESARROLLAR

Una vez visto el posicionamiento del destino en el Maturity Model, en la herramienta de PowerBI se les mostró una serie de recomendaciones personalizadas acorde a las necesidades de cada Convention Bureau, a nivel medioambiental, económico, social, impacto y transversal.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
MEDIOAMBIENTAL	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	01. Analizar fórmulas para fomentar la donación de materiales sobrantes en los eventos a iniciativas sociales locales.
		02. Editar una guía de buenas prácticas con recomendaciones para una mejor gestión de residuos en diferentes segmentos de la cadena de valor (sedes de reuniones, hoteles, restaurantes y catering, etc.).
		03. Establecer acuerdos con empresas de gestión de residuos que garanticen la recolección y el tratamiento adecuado de los materiales reciclables y desechos orgánicos.
	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	04. Diseñar una guía de buenas prácticas con consejos para mejorar la eficiencia energética en toda la cadena de valor MICE del destino.
		05. Analizar junto con otros departamentos/concejalías de la ciudad, el impacto de los grandes eventos en el transporte del destino.
	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	06. Elaborar una guía de buenas prácticas en gestión sostenible de la alimentación en reuniones y eventos.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	07. Promover una auditoría energética del segmento MICE del destino para poder analizar el punto de partida y poder definir objetivos realistas.
	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	08. Incentivar a restaurantes y proveedores de catering a obtener certificaciones como Green Restaurant Association, que avalan sostenibles en la gestión alimentaria.
		09. Colaborar con entidades certificadoras para ofrecer programas de capacitación específicos para los actores del sector de eventos en el destino.
		10. Organizar talleres y seminarios para educar a proveedores y organizadores de sobre las diferentes certificaciones disponibles y los beneficios de obtenerlas.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
ECONÓMICA	PROGRAMAS DE APOYO LOCAL	01. Crear una red de negocios locales comprometidos con la sostenibilidad para facilitar la colaboración y el intercambio de recursos e ideas.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	02. Establecer programas de intercambio con otros Convention Bureau o destinos internacionales, que fomenten el intercambio de conocimientos, experiencias y mejores prácticas en materia de sostenibilidad en la industria MICE.
	DESARROLLO DE LA IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE	03. Incorporarse al Global Destination Sustainability Movement.
	DESARROLLO Y TALENTO	04. Desarrollar y ofrecer cursos de e-learning sobre diversos temas relacionados con la gestión de eventos, accesibles desde cualquier lugar.
		05. Implementar programas de premios y reconocimientos para celebrar los logros y contribuciones significativas de los empleados y colaboradores en el ámbito de eventos.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	06. Crear un catálogo de casos de éxito y buenas prácticas de sostenibilidad y legado de reuniones que se han desarrollado en el destino.
	DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS	07. Diseñar unos premios que permitan reconocer a aquellas reuniones y eventos que se han desarrollado de una forma sostenible y que han dejado un mayor legado.
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	08. Diseñar una campaña de comunicación y publicidad global, centrada en la sostenibilidad, en el marco del Global Meetings Industry Day (GMID).
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	09. Elaborar memoria de sostenibilidad anual que recoja todas las acciones desarrolladas y el cumplimiento de objetivos.
	PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO	10. Diseñar programa que impulse la innovación y la creatividad dentro de toda la cadena de valor.
	PROMOCIÓN DEL EMPLEO LOCAL	11. Trabajar con gobiernos locales para desarrollar incentivos y subvenciones que apoyen el crecimiento de nuevas empresas en el sector de eventos.
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	12. Crear hubs digitales y laboratorios de innovación donde los profesionales puedan experimentar con nuevas tecnologías y métodos para mejorar los eventos.
		13. Ofrecer formación específica sobre análisis de datos y su aplicación en la toma de decisiones para mejorar la planificación y el impacto de los eventos.
	TRANSPARENCIA	14. Crear un portal de transparencia con datos sobre la evolución de la sostenibilidad en el CB y en el sector local.

SOCIAL	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	COLABORACIÓN EN PROYECTOS COMUNITARIOS	01. Colaborar con asociaciones, fundaciones y otros organismos locales que trabajen en áreas sociales y medioambientales, para definir actividades y experiencias solidarias que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos. 02. Difundir eventos solidarios que están pasando en la ciudad entre los asistentes a las reuniones y eventos (a través de puntos de información turística).
	COMUNICACIÓN INCLUSIVA	03. Crear y distribuir guías de estilo que incluyan el uso de lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los materiales de comunicación. 04. Desarrollar y aplicar políticas claras sobre comunicación inclusiva en todos los eventos, asegurando que todos los organizadores y proveedores cumplan con estos estándares.
	FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD	05. Crear y publicar una política de accesibilidad clara en la página web del CB y en todos los materiales relacionados con los eventos. 06. Se promocionan de manera puntual en las RRSS éxitos, entrevistasrelacionadas con la diversidad en los eventos.
	COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE DIVERSIDAD	07. Desarrollar un directorio que incluya organizaciones enfocadas en diversidad racial, de género, LGBTQ+, personas con discapacidades, y otros grupos minoritarios. Publicar este directorio en el sitio web del CB y en materiales promocionales para facilitar el acceso a los organizadores de eventos.
	FOMENTO DE LA INCLUSIÓN LABORAL	08. Fomentar la inclusión y diversidad en toda la cadena de valor, asegurando que todos los proveedores y socios adopten prácticas inclusivas. 09. Priorizar y apoyar la contratación de proveedores que sean empresas de propiedad diversa, incluyendo minorías, mujeres, y personas con discapacidades.

IMPACTO	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	MARCO PARA INCREMENTAR EL LEGADO	01. Crear laboratorio de legado con instituciones seleccionadas que permita trabajar de forma conjunta y continuada en el tiempo, para identificar proyectos e iniciativas que puedan ser la herramienta para que las reuniones y eventos dejen un mayor legado en el territorio.
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	02. Diseñar un catálogo de acciones de responsabilidad social corporativa en el destino, que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	03. Identificar asociaciones y sociedades médicas, científicas, académicas y empresariales comprometidas con la generación de legado en los destinos donde desarrollan sus reuniones y eventos.

TRANSVERSALES	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	01. Buscar partners y colaboradores que nos puedan ayudar en nuestra misión para mejorar la sostenibilidad en toda la cadena de valor.
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	02. Crear una campaña de comunicación/sensibilización a toda la cadena de valor MICE local, para darle a conocer el compromiso adquirido con la sostenibilidad y legado en el sector MICE. 03. Desarrollar sesiones informativas sectoriales a los socios del Convention Bureau /empresas locales, sobre la estrategia de sostenibilidad.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	04. Definir una serie de indicadores de seguimiento (KPIs) que permitan analizar si se cumplen los objetivos de sostenibilidad definidos en el destino.
	TRANSPARENCIA	05. Divulgar de forma regular datos y resultados relativos a la estrategia de sostenibilidad del CB y los avances en la consecución de los objetivos planteados.
	PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO	06. Establecer colaboraciones con instituciones educativas locales para desarrollar programas de formación específicos para la industria MICE.
	DESARROLLO DE LA IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE	07. Incorporar contenidos sobre el plan de sostenibilidad en todas las acciones promocionales desarrolladas por el CB. 08. Poner en marcha un plan de digitalización de materiales promocionales y documentación interna.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	09. Involucrar a los diferentes stakeholders y a toda la cadena de valor en la definición del desarrollo sostenible del turismo MICE en el territorio. 10. Realizar estudio para analizar la situación de la sostenibilidad en toda la cadena de valor.
	DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS	11. Producir elementos gráficos y audiovisuales que permitan transmitir al sector el compromiso con la sostenibilidad y el cumplimiento de objetivos.
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	12. Realizar encuestas y estudios de opinión para entender mejor las expectativas y preocupaciones de los stakeholders locales.
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	13. Enviar boletines electrónicos con actualizaciones sobre las iniciativas sostenibles del Convention Bureau implementadas en el destino.
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	14. Implementar programas de alfabetización digital para capacitar a todos los involucrados en la industria de eventos en el uso básico y avanzado de tecnologías digitales.

Para finalizar se indica que se procederá al envío de un documento resumen con todo lo que se ha visto en la sesión y de cara a la próxima reunión virtual, el Convention Bureau deberá seleccionar las acciones que les gustaría llevar a cabo para personalizar su estrategia y empezarlas a desarrollar en una hoja de ruta durante la segunda sesión presencial:

2ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	22 de Octubre 2024
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:30 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.
ASISTENTES	<p>Destino – Las Palmas de Gran Canaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sergio Maccanti, director del Gran Canaria Convention Bureau. Natalia Juanco, Técnica de Gabinete de alcaldía. Zoilo Alemán, presidente Asociación Canaria MICE. Pedro Rodríguez, subdirector Comercial y de Congresos de Palacio de Congresos de Canarias. Israel Ortega, representante de los protectores de la Fundación Canaria Gran Canaria Convention Bureau, director de El Paraguas Events y tesorero de la Asociación Canaria MICE. Lorenzo, representante de INFECAR. <ul style="list-style-type: none"> Clara Sosa, técnico de Turismo de Las Palmas de Gran Canaria. <p>FEMP:</p> <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo. <p>BRAINTRUST:</p> <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora de Negocio.

Objetivo de la sesión:

- Elaborar un Project Plan para diseñar una guía/directorio de entidades sociales.
- Acción/experiencia a desarrollar en el destino: diseñar una guía/directorio de entidades sociales.

Previo a esta reunión se les facilitó un pre-work para tratar en la misma sesión, quedando definida con los siguientes puntos:

PREWORK (REFLEXIONES PREVIAS)

1. Conclusiones de las sesiones de trabajo y grupos realizados.
2. Tareas/acciones realizadas hasta el momento:
 - Enfoque de las líneas de trabajo realizadas hasta el momento.
 - Actores a los que se les ha comunicado la acción y respuestas recibidas.
3. Reflexión sobre los criterios de selección para seleccionar las 10-15 asociaciones: ejm:
 - Identificación por sectores de líneas estratégicas del ayuntamiento.
 - Áreas clave para la ciudad.
 - Necesidades concretas conocidas.
4. Colaboraciones ya existentes entre asociaciones locales y eventos en el destino.

ACCIÓN: DESARROLLO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LAS PALMAS DE GRAN CANARIA CONVENTION BUREAU

1. **Introducción.**
 - a. **Bienvenida e introducción de los participantes:**
 - b. **Objetivos del encuentro**
2. **Reflexión.**
 - a. Tareas/acciones realizadas hasta el momento.
 - b. Colaboraciones ya existentes.
 - c. Identificación de sectores estratégicos y áreas clave para Las Palmas de Gran Canaria (ej. inclusión social, sostenibilidad, cultura local).
 - d. Consideración de las necesidades específicas del destino y su relevancia para los organizadores de eventos MICE.
3. **Definición del Concepto de la Guía.**

Temas a discutir:

 - a. Contenido del catálogo
 - b. Comunicación con organizadores de eventos
4. **Plan de Acción: Pasos clave para la creación del catálogo.**
 - a. Objetivo principal de la guía.
 - b. Alcance actual y futuro.
 - c. Hitos clave en el desarrollo de la guía.
 - d. Recursos necesarios.
 - e. Resultados esperados.
5. **Conclusión y Próximos Pasos.**

RESULTADOS DE LA SESIÓN

REFLEXIÓN INICIAL

Durante esta primera parte y atendiendo a la participación de los asistentes, así como lo trabajado en el documento del prework enviado previamente, se plantean una serie de cuestiones que ayudan a determinar las claves para el desarrollo de la guía.

1. SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR MICE.

La sostenibilidad fue uno de los temas centrales de la sesión, abordando varios desafíos y posibles soluciones:

- **Huella de Carbono y Reforestación:** Se destacó la importancia de compensar la huella de carbono de los eventos MICE, no solo a través de actividades locales como la reforestación y limpieza de barrancos, sino también integrando estas actividades como parte de los eventos. Por ejemplo, algunos eventos ya ofrecen actividades de reforestación a los participantes como parte de su programa.
- **Costes del Reciclaje y Problemas Operativos:** La gestión de residuos en eventos es compleja y costosa, con pocos incentivos para la sostenibilidad:
 - Costes altos: Reciclar materiales como PVC, plástico, madera y moqueta puede ser entre un 12% y un 17% más caro que los materiales convencionales.
 - Infraestructura limitada: La falta de instalaciones de reciclaje adecuadas en recintos feriales, dificulta el reciclaje, y no siempre existen sistemas para gestionar los residuos de forma efectiva.

- Propuesta de tarifas especiales: Los asistentes sugirieron negociar tarifas especiales en ecoparques y puntos de reciclaje para los organizadores de eventos, dado que pagar la tarifa actual es económicamente inviable para eventos pequeños.
- **Desperdicio Alimenticio y Reutilización de Recursos:** En algunos eventos se realiza la donación de alimentos sobrantes a bancos de alimentos, aunque falta una estructura más formal para gestionar el desperdicio. Además, se propuso incentivar el uso de productos de proximidad (km 0) y se discutió la posibilidad de introducir recipientes reutilizables como túper para que los asistentes se llevaran la comida sobrante, aunque esto solo sería posible con eventos locales.

2. COLABORACIÓN CON ASOCIACIONES LOCALES.

La colaboración con asociaciones locales es vista como una oportunidad para conectar el sector MICE con la comunidad y lograr un impacto positivo en la ciudad:

- **Asociaciones participantes:** Hasta el momento se ha involucrado a unas 15 asociaciones, cubriendo diversos sectores de la sociedad canaria. Esta red de colaboración permite al sector MICE aportar a causas sociales y ambientales en el destino.
- **Actividades de apoyo comunitario:** Algunas de las acciones destacadas incluyen la recaudación de fondos para organizaciones locales y la organización de actividades en eventos, como una reciente colecta de donaciones para la Fundación Foresta durante un congreso internacional. Otras acciones han incluido la limpieza de playas y la donación de materiales no perecederos, como lonas para asociaciones protectoras de animales.
- **Representatividad y necesidades:** Es importante que las asociaciones seleccionadas, para colaborar, representen áreas estratégicas para la ciudad y respondan a necesidades comunitarias concretas.

3. DESAFÍOS LOGÍSTICOS Y DE INFRAESTRUCTURA EN LAS PALMAS.

La sesión abordó varios retos logísticos y de infraestructura que enfrenta Las Palmas para consolidarse como un destino MICE competitivo:

- **Capacidad hotelera:** La ciudad de Las Palmas tiene una capacidad hotelera limitada, lo que afecta directamente la capacidad de atraer eventos MICE de gran escala. Aunque existen planes para mejorar esta situación, la realidad actual impone restricciones y obliga a los organizadores a recurrir a hoteles en zonas cercanas, como el sur de la isla, lo cual puede ser un inconveniente logístico.

- **Transporte público y movilidad:** Se identificó la necesidad de promover el uso del transporte público entre los asistentes a eventos para reducir la huella de carbono de los mismos. Canarias ya cuenta con subvenciones en el sistema de transporte público (Guaguas), lo cual es un paso positivo, pero se sugirió que se exploren incentivos específicos para asistentes a eventos.
- **Ampliación de infraestructura para eventos:**
 - Renovación de INFECAR: Se están realizando reformas en INFECAR, lo cual incluye la implementación de medidores sostenibles para cuantificar los residuos generados en los eventos. Además, se está considerando la posibilidad de mejorar la infraestructura de reciclaje en el recinto.
 - Terminal de Cruceros como Espacio MICE: La nueva terminal de cruceros, cuando no esté en uso para barcos, podrá ser utilizada como un centro de congresos y eventos, ofreciendo así un espacio adicional para el sector MICE. Esta expansión es vista como una oportunidad para diversificar los espacios de reunión en la ciudad.

4. CONTENIDO PARA EL DESAROLLO DE UNA GUÍA CON ENTIDADES SOCIALES.

- **Objetivo de la guía:**
 - La guía busca destacar y facilitar la conexión entre los organizadores de eventos y las asociaciones locales, promoviendo prácticas sostenibles y contribuyendo a causas sociales.
 - Se pretende que la guía informe no solo sobre los aspectos logísticos y servicios, sino también sobre cómo los organizadores pueden colaborar en iniciativas de impacto positivo en la ciudad.
- **Contenido propuesto:**
 - **Asociaciones locales:** Incluir una lista de asociaciones locales que representan sectores importantes para la ciudad, como sostenibilidad, inclusión social, cultura y educación, con una breve descripción de su misión y áreas de colaboración disponibles.
 - **Criterios de sostenibilidad:** Ofrecer una sección dedicada a las prácticas sostenibles recomendadas y requeridas en la ciudad. Esto incluye opciones de reciclaje, uso de materiales de bajo impacto, y alternativas de transporte y logística para reducir la huella de carbono.
 - **Impacto social:** Proporcionar ejemplos de actividades que los organizadores pueden incluir en sus eventos para dejar un impacto positivo.

- **Formato y promoción:**

- **Formato atractivo y funcional:** La guía debe ser visualmente atractiva, fácil de navegar y con información clara y práctica, de modo que sea accesible y atractiva para los organizadores.
- **Estrategias de promoción:** Para asegurar que la guía llegue a los organizadores y sea utilizada, se plantearon estrategias de difusión, incluyendo colaboraciones con las asociaciones empresariales y redes de contacto del Ayuntamiento.

5. LEGADO EDUCATIVO DEL MICE.

La sesión también subrayó la importancia de asegurar que el sector MICE deje un impacto duradero y positivo en la comunidad local, más allá de los beneficios económicos inmediatos, en este sentido se trataron temas como:

- **Fomento de vocaciones en el sector MICE:**

- **Capacitación de jóvenes y estudiantes:** Los asistentes discutieron iniciativas para involucrar a los jóvenes en la industria MICE, generando un espacio donde los estudiantes puedan conocer y participar en los distintos aspectos de este sector. Durante algunos congresos, se invita a estudiantes de secundaria y formación profesional para que asistan, aprendan y consideren la industria como una carrera profesional.
- **Cambio de calendario de prácticas:** Se propuso modificar el calendario académico para que las prácticas estudiantiles en la industria MICE se realicen fuera de los períodos de mayor actividad. Esto permitiría una mejor experiencia de aprendizaje y fomentaría el desarrollo de talentos locales.

- **Inclusión social en los eventos:**

- **Accesibilidad e inclusión:** En muchos eventos, ya se incluyen servicios de accesibilidad, como intérpretes de lenguaje de señas y bucles magnéticos para personas con discapacidad auditiva. Se sugirió seguir promoviendo estos servicios y explorar otras formas de inclusión en los eventos.

6. PARTICIPACIÓN DEL AYUNTAMIENTO.

La participación de diversas áreas del Ayuntamiento en el desarrollo del sector MICE fue identificada como clave para garantizar un enfoque integral que aborde las necesidades de la ciudad y apoye el crecimiento de esta industria:

- **Involucramiento de diferentes departamentos:**
 - Se propuso que áreas como limpieza, movilidad, economía, juventud, transporte y turismo colaboren activamente en el desarrollo de la industria MICE, no solo desde el apoyo logístico, sino como impulsores de la sostenibilidad y el impacto positivo en la comunidad.
- **Creación de una "Ventanilla Única" para MICE:**
 - Los participantes destacaron la dificultad de gestionar los permisos y requisitos necesarios para organizar eventos en la ciudad, proponiendo la creación de una "ventanilla única". Similar a la que ya existe para la promoción cinematográfica, esta ventanilla facilitaría la obtención de permisos y coordinaría los esfuerzos entre las distintas áreas del Ayuntamiento, simplificando el proceso para los organizadores.

Resumen de la fase de reflexión

Redefinición del Sector MICE:

- Cambiar la percepción de MICE de "turismo" a "industria de reuniones" para destacar su impacto económico y social en la comunidad local.

Sostenibilidad:

- Incluir actividades de compensación de huella de carbono (reforestación, limpieza) en los eventos y establecer tarifas especiales para reciclaje, dada la infraestructura limitada y los altos costes actuales.
- Reducir desperdicio alimenticio mediante donaciones y fomentar productos de proximidad (km 0).

Conexión con Asociaciones Locales:

- Fortalecer la colaboración con asociaciones locales de diversos sectores (social, cultural, medioambiental) para generar un impacto positivo en la comunidad.
- Crear el contenido de la guía, objetivo de estas reflexiones, que facilite a los organizadores de eventos identificar y colaborar con estas asociaciones.

Retos de Infraestructura y Logística:

- La capacidad hotelera limitada y el transporte público restringen el crecimiento de MICE en Las Palmas.

Legado Educativo:

- Involucrar a jóvenes en el sector MICE para fomentar vocaciones y asegurar el desarrollo de talento local.

Colaboración del Ayuntamiento:

- Integrar a áreas clave del Ayuntamiento (limpieza, transporte, economía) en el desarrollo de MICE para asegurar un crecimiento sostenible y alineado con las necesidades de la ciudad.
- Simplificar la gestión de permisos y requisitos con una "ventanilla única" para MICE.

RESULTADO DE LA DEFINICIÓN DEL LAS PRINCIPALES CLAVE PARA EL DESARROLLO DE LA GUIA

1. Objetivo:

- Informar y subrayar la importancia del sector MICE, ya que, a pesar de la trayectoria del Convention Bureau, aún hay un desconocimiento general sobre este sector.
- Conectar a los organizadores de eventos con asociaciones locales para fomentar colaboraciones que impacten positivamente en la ciudad.

2. Alcance Actual y Futuro:

- La acción incluye eventos, organizadores y medios de comunicación, buscando atraer a diferentes áreas del ayuntamiento (limpieza, movilidad, transporte, economía, juventud, turismo) y a la ciudadanía local.
- Generar espacios de encuentro donde personas relevantes, como científicos invitados, puedan dar charlas y contribuir al conocimiento de la comunidad.

3. Hitos Clave en el Desarrollo:

- Reactivar reuniones y desarrollar mesas de trabajo con representantes del sector MICE y las áreas relevantes del ayuntamiento.
- Fomentar la inclusión de otras áreas municipales en las mesas de trabajo, asegurando que todos los sectores involucrados contribuyan a los objetivos del proyecto.

4. Recursos Necesarios:

- Análisis DAFO (realizado hace dos años) como base para el proyecto.
- Cuestionarios ciudadanos en desarrollo, que podrían incorporar preguntas sobre MICE y la estrategia que se quiere implementar en la ciudad.

5. Resultados Esperados:

- Crear un entorno de colaboración efectiva entre el sector MICE y la comunidad local.
- Fortalecer la percepción del MICE como un sector clave en el desarrollo económico y social de Las Palmas de Gran Canaria.
- Facilitar la planificación y ejecución de eventos que integren criterios de sostenibilidad y legado social, mejorando la reputación de la ciudad como destino MICE.

CONCLUSIONES

A continuación, se muestran las conclusiones de las principales reflexiones con el objetivo de la elaboración de una guía/directorio de entidades sociales.

1. La guía debe:

- **Conectar organizadores con la comunidad local:** Una guía que incluya asociaciones locales facilitaría a los organizadores de eventos MICE colaborar con entidades de la comunidad, promoviendo actividades de impacto social que aumenten el legado positivo de los eventos en la ciudad.
- **Facilitar la sostenibilidad y la Responsabilidad Social:** Al proporcionar información sobre asociaciones medioambientales y sociales, los organizadores podrán integrar prácticas sostenibles y acciones solidarias en sus eventos, como actividades de reforestación, recolección de donaciones o apoyo a colectivos específicos.
- **Representar sectores clave:** La guía debe seleccionar asociaciones que representen áreas estratégicas de Las Palmas, como sostenibilidad, inclusión social, cultura y salud pública, asegurando que las colaboraciones respondan a las necesidades reales de la ciudad.

2. Además, la guía debe **contar con un formato atractivo y accesible:** Debe ser visualmente clara y fácil de navegar, permitiendo que los organizadores identifiquen rápidamente las asociaciones y servicios que les interesan, así como sus áreas de colaboración disponibles.

3. Es necesario **promoverla a través de redes:** Para asegurar su difusión, la guía puede ser compartida en redes de contacto del Ayuntamiento, el Convention Bureau y otras entidades clave, de modo que los organizadores puedan acceder a esta información al planificar sus eventos.

4. **Se deberá también incluir casos de éxito y ejemplos prácticos** entre el sector MICE y entidades locales, esto ayudará a los organizadores a visualizar el valor y el impacto positivo de integrar estas acciones en sus eventos.

5. Al conectar a los organizadores con asociaciones educativas y sociales, la guía puede **facilitar la inclusión de actividades** y concienciación social que beneficien a la comunidad local y generen un impacto duradero en Las Palmas de Gran Canaria.

Guías/directorios actuales de referencia:

- Directorio de entidades sociales de Madrid.

APROXIMACIÓN A LAS TAREAS NECESARIAS PARA EL DISEÑO DE LA GUÍA

TAREAS PARA EL DISEÑO DE LA GUÍA	DESCRIPCIÓN
1. Investigación y Selección de Entidades	Identificar asociaciones locales en sectores clave como sostenibilidad, inclusión social, cultura, salud y educación. Priorizar aquellas con trayectoria y relevancia local.
2. Definición de Criterios de Inclusión	Establecer criterios claros para seleccionar asociaciones que representen áreas estratégicas de Las Palmas, asegurando que respondan a necesidades reales y actuales de la comunidad.
3. Contacto y Validación de Información	Comunicarse con cada asociación para confirmar sus datos, áreas de colaboración, misión y proyectos disponibles. Verificar información y obtener permisos para aparecer en la guía.
4. Revisión de Buenas Prácticas y Casos de Éxito	Investigar ejemplos de colaboraciones exitosas entre asociaciones y organizadores de eventos MICE. Incluir casos de estudio para inspirar y guiar a los organizadores de eventos.
5. Definición de Estructura y Formato de la Guía	Determinar la estructura de la guía, incluyendo secciones para cada sector (ej., medioambiente, cultura), datos de contacto y descripciones de cada asociación.
6. Diseño Visual de la Guía	Desarrollar un diseño atractivo y accesible. Crear plantillas visuales que sean intuitivas para el usuario, con navegación fácil y categorización clara de las asociaciones.
7. Redacción de Contenidos	Redactar una breve descripción de cada asociación, especificando sus áreas de colaboración y ejemplos de actividades. Incluir un marco introductorio para guiar al usuario.
8. Revisión y Corrección de Contenidos	Realizar revisiones de contenido para asegurar precisión, coherencia y claridad en los textos. Verificar la exactitud de los datos de contacto y descripciones.
9. Incorporación de Recursos Visuales y Ejemplos	Añadir recursos visuales (logotipos de asociaciones, iconos de colaboración) y casos prácticos que ilustren posibles colaboraciones. Esto ayuda a los organizadores a visualizar opciones.
10. Estrategia de Promoción de la Guía	Desarrollar un plan de comunicación para difundir la guía, incluyendo su distribución a través del Convention Bureau, redes del Ayuntamiento y otras entidades.
11. Evaluación y Recopilación de Feedback	Tras la implementación inicial, recopilar opiniones de organizadores y asociaciones para ajustar y mejorar la guía en futuras ediciones.
12. Actualización Periódica de la Guía	Establecer un sistema de actualización semestral o anual para revisar la información de las asociaciones y añadir o eliminar entidades según sus actividades actuales.

Jornada de presentación y sensibilización en destino.

FICHA DE LA SESIÓN:

FECHA DE CELEBRACIÓN	24 febrero 2025
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:45 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Sala de exposiciones del Castillo de la Luz
ASISTENTES	31 asistentes
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo y secretaria técnica del SCB.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora Senior.







PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL PROYECTO EXPERIENCIAS DE FEMP

DESDE LA RED DEL SPAIN CONVENTION BUREAU JUNTO CON EL AYUNTAMIENTO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Nos complace invitarle a la **presentación de resultados, jornada de formación y sensibilización del Proyecto Experiencias**, donde **Las Palmas de Gran Canaria ha participado** como destino piloto en el desarrollo e implantación del Plan de Acción en Sostenibilidad y Legado MICE.

Durante la jornada les presentaremos los trabajos realizados en el destino y su repercusión para el sector.

PROGRAMA:

Fecha: 25 de febrero.

Apertura de puertas 10:00 h

Presentación de resultados.

- ◆ Bienvenida Institucional
- ◆ Mesa Redonda: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

🕒 **Horario:** 10:15 – 11:15 h

----- **Coffee Break:** 11:15h – 11:45h -----

Jornada de Formación y Sensibilización: "El camino hacia un MICE sostenible"

🕒 **Horario:** 11:45 – 13:45 h

INSCRÍBETE AQUÍ
▶

📍 **Ubicación:** Sala de exposiciones del Castillo de La Luz
Las Palmas de Gran Canaria





CONTENIDO DE LA SESIÓN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES:

Introducción

La ciudad de Las Palmas de Gran Canaria acogió su tercera y última sesión del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE en un espacio simbólico de su historia urbana y cultural: el Castillo de la Luz. Esta jornada supuso la culminación de una intensa participación institucional y sectorial, destacando la colaboración fluida entre el Ayuntamiento, el Cabildo y el sector privado. La actuación se centró especialmente en presentar el diseño de una guía/directorio de entidades sociales que pueda ser utilizada por organizadores de eventos como herramienta para generar impacto positivo en el territorio.

Desarrollo de la jornada

Bienvenida institucional

El acto fue inaugurado por **D^a Carolina Darias**, Alcaldesa de la ciudad y Vicepresidenta primera del Spain Convention Bureau. En su intervención, destacó la oportunidad que supone el proyecto para fortalecer el posicionamiento de Las Palmas como un destino de eventos con conciencia social y ambiental. Subrayó también la voluntad política del consistorio de integrar la sostenibilidad de forma estructural en la estrategia turística.

Durante esta primera parte, se contó con la presencia del **Gerente de Turismo del Cabildo de Gran Canaria, Pablo Llinares**, y con la participación de **Pedro Quevedo**, Primer Teniente Alcalde y Concejal de Turismo, quien realizó el cierre del bloque institucional, reforzando la idea de trabajar unidos desde las distintas administraciones y sectores.

Mesa redonda: “Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE”

Moderada por Marien Cava (Spain Convention Bureau), la mesa tuvo una orientación técnica con una clara visión de futuro. Intervinieron:

- **Natalia Juanco**, Técnica asesora del Gabinete de Alcaldía
- **Sergio Macanti**, Responsable técnico de Gran Convention Bureau
- **Zoilo Alemán**, Presidente de la Asociación Canaria de la Industria MICE

Los principales temas abordados fueron:

- **Beneficios del proyecto:** Se puso en valor la utilidad del plan como catalizador para la colaboración público-privada, destacando cómo ha contribuido a mejorar la relación entre el Ayuntamiento y los organizadores de eventos.
- **Aprendizajes:** Los participantes subrayaron que la sistematización de procesos sostenibles y la articulación de mesas de trabajo entre áreas del gobierno municipal han sido los principales avances, y que el proyecto ha servido como base para implementar una nueva cultura institucional más abierta y participativa.
- **Iniciativa local prioritaria:** Se presentó el diseño de una *guía de entidades sociales* como acción principal del piloto en la ciudad. Esta guía busca conectar eventos y congresos con proyectos de alto valor social, para promover colaboraciones de impacto real. El objetivo es que las empresas organizadoras puedan incorporar estas entidades en su cadena de valor (actividades complementarias, voluntariado corporativo, donaciones, etc.).
- **Sostenibilidad futura:** Se propuso establecer una red de mejora continua con el sector y mantener reuniones periódicas para revisar acciones, crear nuevas sinergias y coordinar desde el Convention Bureau la implementación y evolución del modelo sostenible.

Jornada de sensibilización

La segunda parte de la jornada fue desarrollada por el equipo de Braintrust y tuvo una estructura dinámica y participativa. Se dividió en los siguientes bloques:

1. **Introducción e interacción inicial:** Se utilizó Mentimeter para invitar a los asistentes a reflexionar sobre el valor del MICE y el significado de la sostenibilidad. Las respuestas permitieron introducir los conceptos clave.
2. **Contexto del sector y marco conceptual:** Se compartieron datos del diagnóstico nacional y el DAFO del sector MICE en España. Se explicaron las bases del modelo regenerativo, centrado en dejar un legado positivo y sostenible en los destinos anfitriones.
3. **Planificación sostenible de eventos,** se enfocaron en temas tales como:

- Contratación local y apoyo al tejido productivo insular
 - Logística responsable: movilidad, alimentación, materiales
 - Integración de asociaciones sociales y medioambientales
 - Participación ciudadana y corresponsabilidad
4. **Casos de éxito y buenas prácticas:** Se presentaron vídeos inspiradores (Costa Rica, Mónaco) y se fomentó el diálogo sobre cómo trasladar estas experiencias a la realidad de la isla.
5. **Reflexión y compromisos finales:** Se propuso mantener viva esta conversación mediante foros locales y seguimiento desde el Convention Bureau.

Dinámicas participativas (Mentimeter)

- **¿Qué aporta el MICE a Las Palmas de GC?:** Las respuestas destacaron *dinamización* *conocimiento*, *riqueza*, *internacionalización*, *desestacionalización*.
- **¿Qué es para ti sostenibilidad?:** Aparecieron conceptos como, *responsabilidad*, *presente*, *compromiso*, *legado*, *diversificación*, *crecimiento*, *equilibrio*, *regeneración*.
- **Aprendizaje y motivaciones de la jornada:**
 - La importancia de incorporar la sostenibilidad desde el diseño y la planificación.
 - Necesidad de fortalecer la colaboración público-privada para avanzar en sostenibilidad.
 - La industria MICE puede ser un referente para otros sectores.
 - Reconocimiento de la complejidad de las necesidades particulares y los retos por abordar.
 - La sostenibilidad requiere visión a futuro, pero es un reto del presente.
 - Relevancia de las sinergias entre sectores diversos y agentes locales.
 - Valorar el poder de la ayuda mutua entre empresas, colectivos y organizaciones.
 - Conciencia de que hay mucho camino por recorrer, pero también muchas buenas prácticas a compartir.
 - Importancia de formar a la sociedad sobre la sostenibilidad.
 - Motivación para activar la transformación del sector MICE desde lo local, paso a paso.
 - Necesidad de elevar la voz para impulsar cambios normativos

Conclusiones

La experiencia de Las Palmas de Gran Canaria ha sido destacada por su enfoque colaborativo y su clara voluntad de institucionalizar la sostenibilidad en el modelo turístico. El diseño de la guía de entidades sociales responde a una necesidad real del sector: contar con herramientas operativas para conectar eventos con la comunidad. El nivel de implicación institucional, junto con el liderazgo del Convention Bureau y el apoyo del Cabildo, conforma un ecosistema con altas probabilidades de éxito a medio y largo plazo.

PARTICIPANTES EN LA MESA REDONDA:







MESA REDONDA: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

<p style="text-align: center;">MODERA</p>  <p style="text-align: center;">Marien Cava Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo de la FEMP. Secretaría técnica del SCB</p>	<p style="text-align: center;">INTERVIENE</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 48%; text-align: center;">  <p>Natalia Juanco Técnica Asesora de Gabinete de Alcaldía</p> </div> <div style="width: 48%; text-align: center;">  <p>Sergio Maccanti Técnico MICE Fundación Gran Canaria Convention Bureau</p> </div> <div style="width: 48%; text-align: center;">  <p>Zoilo Alemán Presidente de la Asociación Canaria de la Industria MICE</p> </div> </div>
---	--

RESULTADOS DE LAS REFLEXIONES DE LA SESIÓN DE SENSIBILIZACIÓN:



¿QUE APRENDIZAJES Y MOTIVACIONES TE LLEVAS DE LA JORNADA?

Comunidad, sectores interrelacionados, comunicación, agentes clave locales, aprendizajes compartidos para un mismo fin

Retos muy interesantes por abordar.

Incorporar la sostenibilidad desde el diseño y la planificación

La unión de la Industria, fundamental para el avance en la sostenibilidad de nuestra ciudad.

Hay milucho camino por recorrer

There are many examples of good practice for us to share and follow. We can always improve

Necesidad de acuerdos público-privado

Para la burna praxis, seguirsumando/ apoyando y alzando la voz para que cambien las leyes que muchas veces nos impiden ser mas sostenibles

Sinergias y colaboraciones de sectores diversos

La sostenibilidad es algo del presente, que requiere visión constantemente del futuro

La dificultad de las necesidades particulares

Manos a la obra. Muchas ganas de activar a empresas asociadas y colaboradoras y a las entidades locales para comenzar a transformar de manera estratégica el sector MICE en la isla. Pasito a pasito.

La constatación de que la colaboración público privada es imprescindible...no podemos esperar a que la otra parte sea la a de el primer paso hacia la solución.

Ayuda mutua entre colectivos, empresas y organizaciones locales

Formar a la sociedad de la importancia de la sostenibilidad

La Industria MICE puede llegar a ser un ejemplo de Industria sostenible para el resto de sectores

DESARROLLO DEL TRABAJO REALIZADO EN MÁLAGA

1ª sesión presencial:



Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	1 Julio 2024
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	15:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Centro de recepción de visitantes de Ben Gabirol.
ASISTENTES	Destino - Málaga: <ul style="list-style-type: none"> Carmen Arjona. Directora del Málaga Convention Bureau. Verónica Acedo. Jefa de Negociado de Desarrollo de Proyectos y MICE. Área de Turismo. Ayuntamiento de Málaga. María del Pilar Álvarez. Jefa de Sección de Programas Singulares, Desarrollo de Negocio Turístico y Relación con Órganos de Gobierno y Colegiados Área de Turismo. Ayuntamiento de Málaga.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Isabel San Juan, Consultora Senior.

Inicialmente se realizó una presentación más teórica para la comprensión de los siguientes puntos, vistos todos ellos previamente en este documento:

- Contexto y situación de la industria
- Presentación de la estrategia, visión y misión
- Metodología del autodiagnóstico

Posteriormente a estos puntos se procede a trabajar con el equipo asistente en la reunión siendo estos los resultados de esta:

REVISIÓN DEL AUTODIAGNOSTICO

Los resultados obtenidos de estas preguntas posicionaron a Málaga de la siguiente manera:

SOSTENIBILIDAD EN SUS TRES DIMENSIONES					IMPACTO
MEDIOAMBIENTAL		ECONÓMICA	SOCIAL		IMPACTO A MEDIO/LARGO
Grados de madurez	Excelencia	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo e innovación constante en prácticas medioambientales. Este nivel se caracteriza por la adopción y promoción de soluciones avanzadas y creativas que no solo minimizan el impacto ambiental de las operaciones y eventos, sino que también buscan tener un impacto positivo en el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Cúspide en la gestión económica sostenible. Aquí, el CB no solo ha integrado completamente prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones, sino que también lidera con innovación, contribuyendo activamente al desarrollo económico a largo plazo de su comunidad y región. 	<ul style="list-style-type: none"> Excelencia en su impacto social, estableciéndose como un líder innovador y comprometido en la promoción del bienestar comunitario, la inclusión, y el desarrollo social sostenible. Este nivel se caracteriza por un enfoque integral y transformador hacia la responsabilidad social, integrando plenamente las consideraciones sociales en todas las operaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB no solo tiene establecidas políticas y objetivos claros para asegurar el impacto a medio/largo plazo de sus eventos, sino que también implementa un sistema de gestión activa y seguimiento para optimizar estos impactos. Este nivel refleja un enfoque maduro y sistemático, con mecanismos de evaluación y ajuste en marcha para garantizar que los esfuerzos se estén implementando y generen los beneficios esperados.
	Óptimo	<ul style="list-style-type: none"> Está en una etapa avanzada en cuanto a prácticas y políticas medioambientales. En este nivel, el CB no solo ha implementado una estrategia medioambiental sólida, sino que también gestiona y revisa activamente estas prácticas para asegurar su efectividad y buscar mejoras continuas. 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso maduro y proactivo con impactos económicos sostenibles, caracterizado por la implementación y la mejora continua de estrategias y prácticas responsables. 	<ul style="list-style-type: none"> Implementación efectiva y la mejora continua de estrategias sociales responsables y comprometidas. En este estado, el CB no solo ha establecido políticas y programas sólidos que benefician a la comunidad y fomentan la inclusión, sino que también monitorea, evalúa y refina estas iniciativas para maximizar su impacto positivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de relaciones profundas y sostenidas con organizaciones comunitarias, escuchando activamente y respondiendo a las necesidades comunitarias a través de programas conjuntos.
	Estándar	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha establecido y está implementando activamente políticas y prácticas ambientales estructuradas y coherentes. Este nivel indica que el CB ha integrado la sostenibilidad medioambiental en su estrategia operativa y en la organización de eventos, mostrando un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB integra prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones. Este nivel de madurez indica que el CB se preocupa por el impacto económico de los eventos a largo plazo en la comunidad y la región en la que opera. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha desarrollado y está aplicando de manera activa prácticas que tienen un enfoque de medio plazo para generar un impacto social positivo tanto en la comunidad local como en los participantes de eventos. Este enfoque no solo se refleja en la inclusión y la diversidad, sino también en contribuciones significativas a la comunidad local y el bienestar de los grupos involucrados. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB implementa la planificación y generación de impacto a medio/largo plazo en sus eventos, buscando colaboraciones con los organizadores y el equipo del destino.
	Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en la economía local y regional a través de sus actividades y con una planificación económica que considera el impacto económico y apoya a los proveedores locales. Este reconocimiento se traduce en prácticas más deliberadas y estructuradas orientadas a generar un impacto económico sostenible y equitativo. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las fases iniciales de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.
	Inicial	<ul style="list-style-type: none"> Conciencia inicial de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los eventos MICE. En este nivel, el enfoque en el medio ambiente suele ser reactivo más que proactivo, con pocas políticas o prácticas establecidas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque primario en los costes, con una consideración reducida del impacto económico local. La conciencia sobre cómo sus operaciones y eventos impulsan o afectan la economía local es mínima o está en etapas muy tempranas de desarrollo. Las acciones emprendidas en este ámbito suelen ser reactivas, esporádicas y no forman parte de una estrategia económica sostenible bien definida. 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso básico con la inclusión y diversidad. Acciones sociales esporádicas. Enfoque emergente hacia las responsabilidades sociales y mayormente reactivo. La participación en iniciativas sociales puede ser esporádica, poco sistemática y no está integrada en la estrategia general del CB. A menudo, estas acciones son impulsadas por oportunidades ad-hoc o requerimientos externos más que por un plan estratégico interno. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB está comenzando a reconocer y a dar sus primeros pasos hacia la comprensión del concepto de impacto a largo plazo y su importancia. En este nivel, las acciones y estrategias están en sus fases iniciales, con esfuerzos dispersos y una falta de integración sistemática del concepto de impacto duradero en la planificación y ejecución de eventos.

A continuación, se detallan las diferentes conclusiones alcanzadas con respecto a su desempeño en cada una de las dimensiones abordadas:

MEDIOAMBIENTAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia medioambiental: El Convention Bureau ha establecido y está implementando activamente políticas y prácticas ambientales estructuradas y coherentes. El Convention Bureau ha integrado la sostenibilidad medioambiental en su estrategia operativa y en la organización de eventos, mostrando un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental.

- Políticas y estrategias orientadas a la sostenibilidad:** Desde el Convention Bureau de Málaga se ha elaborado un **Manual para la organización de eventos sostenibles** como **buena práctica** y se ha distribuido tanto al ecosistema como a los organizadores, este manual tiene como uno de sus objetivos mostrar acciones prácticas que, cualquier profesional de la industria, pueda llevar a cabo para diseñar, organizar y producir eventos más sostenibles.
- Se cuenta en el destino con un sello del centro asesor ambiental** que, si bien no se ha aplicado todavía a los eventos, se está viendo cómo hacerlo e incluso se ha realizado algún piloto. En este sentido desde el Convention Bureau se indica que el sello debería de ser más estricto en alguno de sus ámbitos.

- **Medición del impacto:** Desde el área de turismo se indica que **por parte de Segittur se está creando un sistema de medición del impacto** para los eventos: número de eventos, empleo sostenibilidad del evento, colaboración local, uso de infraestructuras, lo que va a facilitar la unificación de criterios a la hora de valorar el impacto de los eventos en los destinos.
- **Reducción de residuos:** Se trata de una **práctica competencia de medioambiente** con quien **se colabora estrechamente**, en este sentido se facilitan contenedores, jarras de agua...
- **Se valora la acción desde el Convention Bureau de realizar una auditoría interna de sus proveedores** para constatar las buenas prácticas en este sentido.
- **Medición de huella de carbono:** **no se cuenta con calculadora** específica. Se está trabajando para que la compensación se realice en el destino ya que muchas organizaciones llevan contratada esta compensación fuera del mismo.
- **Fomento del transporte sostenible:** Se **promueve activamente el transporte público**, sin embargo, la flota de autobuses de Málaga no cuenta con autobuses eléctricos, además que el palacio de congresos no tiene excelentes comunicaciones. En esta línea hay que colaborar con otras entidades para seguir reforzando el área.

ECONÓMICA

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia económica: Compromiso maduro y proactivo con impactos económicos sostenibles, caracterizado por la implementación y la mejora continua de estrategias económicas responsables.

- **Impulso de la economía local:** El **fomento de la economía local es el ADN de cualquier Convention Bureau**, es el objetivo principal por el que se trabaja, poner en valor el producto y los proveedores locales fomentando el empleo y la economía.
- **Contratación de proveedores locales:** A nivel contratación desde el propio ayuntamiento, el **hándicap** con el que se cuenta es que **cualquier tipo de contratación debe ser licitada** y no es posible incluir un epígrafe donde tenga una valoración mayor el hecho de ser local.

- **Colaboraciones:** Se colabora estrechamente con el INFE (Instituto Municipal para la Formación y el Empleo.) y se trabaja para el fomento del empleo desde el ayuntamiento con las dos escuelas de hostelería que hay en el destino.
 - Se realizan **dos eventos anuales con los socios** con el objetivo de formar, desarrollar nuevas experiencias, así como el fomento de las sinergias locales.
 - También se han realizado **colaboraciones con la UMA y con institutos locales** para impartir charlas o crear contenido que apoye el talento y la formación en la ciudad.
 - Se **trabaja** en colaboración con los organizadores de eventos para desarrollar la sostenibilidad económica, proporcionando **apoyo continuo y recursos que ayuden al desarrollo de la economía local.**
- **Formación y sensibilización:** Es clave dar a conocer al ciudadano la importancia de la actividad MICE y lo que se genera.
 - Desde el Convention Bureau se realiza una **labor de pedagogía**, sin embargo, en el caso de **Málaga, no es posible facilitar unos proveedores concretos**, ya que debe **ser imparcial** dentro de las necesidades del organizador.
- El **desarrollo económico, fomento del empleo y desarrollo del talento de la ciudad es el principal enfoque del Convention Bureau de Málaga.**

SOCIAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia social: El Convention Bureau ha desarrollado y está aplicando de manera activa prácticas que tienen un enfoque específico en generar un impacto social positivo tanto en la comunidad local como en los participantes de eventos. Este enfoque no solo se refleja en la inclusión y la diversidad, sino también en contribuciones significativas a la comunidad local y el bienestar de los grupos involucrados.

- **Desarrollo social:** En el **manual para la realización de eventos sostenibles el desarrollo social del municipio está implícito.**

- Inclusión y diversidad: Se **trabaja estrechamente con asociaciones de grupos de inclusión y diversidad** para la realización de diferentes actividades como el Merchandising.
 - Con el **Secretariado Gitano se ha colaborado en el ámbito de azafatas de congresos**, pero existen ciertas complicaciones ya que dentro de la ciudad también hay una empresa de azafatas que, en alguna ocasión, ha mostrado su disconformidad con este tipo de contrataciones al ser profesionales para el desarrollo de esta tarea.
 - **No siempre es bien recibido** por parte del organizador este tipo de propuestas para colaborar dentro del evento con personas en exclusión social ya que consideran que no son profesionales y no todos acceden a ello. Desde el Convention Bureau de Málaga se les pone en contacto con este tipo de fundaciones o asociaciones, pero la decisión, así como el desarrollo de la contratación final o no, es directamente desde el propio organizador.
- **Durante el desarrollo de la guía de sostenibilidad se hizo un taller de formación sobre el fomento de la inclusión laboral**, sin embargo, se indica desde el Convention Bureau que se están viviendo momentos complicados, es difícil encontrar personal... y no se ven con la potestad ni la autoridad de decirles a los socios a quién contratar.
- Desde el **municipio se cuenta con un plan de accesibilidad turística** que está compuesto por representantes de cada área de la accesibilidad de Málaga y agrupa 72 asociaciones con discapacidades, esta área se trabaja desde este plan y no directamente desde el Convention Bureau, aunque a través de él se tiene toda la información necesaria.

IMPACTO

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia de impacto a medio/largo plazo: El Convention Bureau adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el Convention Bureau empieza a integrar la planificación de generación de impacto a medio/largo plazo en sus procesos, buscando colaboraciones con los organizadores y el ecosistema del destino.

- **Identificación de necesidades:** Inicialmente se conocen las necesidades del destino teniendo en cuenta que no es un destino grande y al final se colabora con todas las

áreas, **aunque no hay una estructura procedimentada** que permita hacer un seguimiento de los proyectos enfocados en la transformación del destino.

- **Se han realizado algunas consultas a la comunidad** por parte del destino, pero se cuenta con datos muy limitados.
- **Transformación del destino: Se conocen algunos de los proyectos desarrollados en el destino como Málaga cardioprotegida** (El proyecto consiste en la concienciación a la población de la necesidad de conocimientos básicos en la reanimación cardio pulmonar, así como la utilización de desfibriladores, distribuidos por la ciudad al alcance de la ciudadanía en ayuda del que lo necesite de la manera más sencilla posible.), **Málaga sin gluten** (urge en el marco de colaboración suscrito entre la Asociación de Celíacos de Málaga (ACEMA) y el Área de Promoción Empresarial y Empleo del Ayuntamiento. Ambos cuentan con página web propia.
- **Impacto duradero: En la guía/manual de evento sostenibles se trata el impacto duradero en el destino y se indican medidas** para implementarlo en las que se está trabajando para el desarrollo del legado.
- **Este tema es incipiente y complejo** para desarrollar en el destino, ya que no solo debe estar todo el ecosistema involucrado si no que es el organizador el que tiene la última palabra.
- **Medición de impacto e indicadores: A nivel de medición no se cuenta actualmente con ningún sistema ni indicadores** para medir el impacto ni a corto, ni a medio/largo plazo. Se espera que con la herramienta de Seggitur poder usarla y generar estos indicadores para la medición en el destino.

TRANSVERSALES:

Este bloque de preguntas cuenta con diferentes cuestiones que afecta de manera transversal a las 4 dimensiones que se muestran en el Maturity Model.

- **Formación: Todos los integrantes del Convention Bureau han recibido formación relacionado con la sostenibilidad y el impacto a largo plazo**, principalmente estas formaciones vienen dadas por el Spain Convention Bureau así como otras directamente recibidas en el destino.

- **Transformación digital:** Se fomenta el desarrollo de la digitalización como base fundamental en la sostenibilidad, tanto de manera interna como fomentando buenas prácticas dentro de los socios del Convention Bureau.
- **Comunicación de acciones:** Si bien no se cuenta con mediciones cuantitativas del desarrollo y resultados de la sostenibilidad en los eventos, si **se publican de manera recurrente los logros, acciones realizadas en esta materia poniendo en valor dichas actuaciones** tanto para el ecosistema como para la propia ciudadanía.
- **A través de la creación del manual de eventos sostenibles se ha desarrollado un Storytelling** en este sentido con objetivos claros para el desarrollo de una marca sostenible en el destino.
- **Promoción del destino:** A su vez **se trabaja con los socios para crear alianzas que permitan realizar eventos conjuntos** focalizados en la promoción del destino tanto nacional como internacionalmente.
- **Se colabora con este objetivo de la misma manera con el Spain Convention Bureau.**

RECOMENDACIONES DE EXPERIENCIAS A DESARROLLAR

Una vez visto el posicionamiento del destino en el Maturity Model, en la herramienta de PowerBI se les mostró una serie de recomendaciones personalizadas acorde a las necesidades de cada Convention Bureau, a nivel medioambiental, económico, social, impacto y transversal.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
MEDIOAMBIENTAL	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	01. Crear programa de incentivos para organizadores que obtengan alguna acreditación que certifique que el evento es sostenible o tiene huella 0.
	DESARROLLO DE LA IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE	02. Definir estrategia de apoyo a la captación de reuniones y eventos relacionados con la sostenibilidad o el cambio climático.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	03. Definir una serie de compromisos u objetivos medioambientales que se aspiran a alcanzar.
	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	04. Desarrollar talleres de trabajo con equipos de cocina del Sector Hostelería de la ciudad, que de servicio a acciones MICE, para definir estrategias y herramientas para reducir los desechos alimenticios.
	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	05. Establecer acuerdos con empresas de gestión de residuos que garanticen la recolección y el tratamiento adecuado de los materiales reciclables y desechos orgánicos.
	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	06. Fomentar diseño de menús que resalten ingredientes regionales específicos, apoyando la biodiversidad local y educando a los asistentes sobre la riqueza gastronómica de la zona.
	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	07. Fomentar la realización de auditorías energéticas en los lugares donde se celebran eventos para identificar áreas de mejora.
	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	08. Realizar campañas de sensibilización sobre la importancia de la eficiencia y transporte sostenible tanto para los proveedores, organizadores y asistentes.
		09. Trabajar de manera prioritaria con proveedores que cumplan ciertos estándares sobre la gestión de residuos y reciclaje (desde la comida, materiales usados...).

ECONÓMICA	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	DESARROLLO Y TALENTO	01. Colaborar con instituciones educativas de ámbito local o regional para tener 1 o 2 becarios que apoyen en la actividad de promoción del destino MICE y que vayan conociendo la industria.
		02. Definir un plan para atraer talento al sector.
		03. Ofrecer talleres sobre emprendimiento y gestión de negocios para aquellos interesados en iniciar sus propios proyectos en la industria de eventos.
	PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO	04. Desarrollar talleres prácticos a pequeñas y medianas empresas enfocados en cómo diseñar productos y experiencias adaptadas al segmento MICE que sean auténticas, innovadoras y sostenibles. Design thinking.
		05. Poner en marcha proyecto de microconsultoría para apoyar a las PYMES y ayudarles a definir un plan de sostenibilidad o circularidad adaptado a sus características particulares.
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	06. Diseñar campañas promocionales para incentivar el bleisure entre los asistentes a las reuniones . Promoción a través del organizador antes del evento (para que se puedan planificar).
		07. Establecer programas de mentoría donde negocios sostenibles más experimentados ayuden a otros a implementar prácticas ecológicas.
	PROMOCIÓN DEL EMPLEO LOCAL	08. Impulsar proyectos que permitan mejorar la calidad del empleo en el sector MICE.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	09. Incorporar criterios de sostenibilidad acordes a los objetivos definidos en la contratación de proveedores.

SOCIAL	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	COMUNICACIÓN INCLUSIVA	01. Involucrar a personas con discapacidades en el desarrollo de materiales de comunicación.
		02. Producir todos los materiales de comunicación en formatos accesibles, incluyendo versiones en braille, audio, y texto de fácil lectura.
		03. Ofrecer servicios de intérpretes de lenguaje de señas y otros servicios de apoyo durante los eventos para asegurar que todos los participantes puedan comunicarse eficazmente.
	FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD	04. Celebrar mesas redondas periódicamente con organizaciones que trabajan para promover la accesibilidad, como asociaciones de personas con discapacidades para obtener asesoramiento y revisar y sugerir mejoras para la accesibilidad en los eventos.
		05. Crear y proporcionar recursos en línea para facilitar la implementación de prácticas de accesibilidad por parte de los organizadores de eventos.
		06. Establecer un sistema para recoger el feedback de los participantes sobre la accesibilidad de los eventos, utilizando encuestas y grupos focales.
	FOMENTO DE LA INCLUSIÓN LABORAL	07. Desarrollar y distribuir guías detalladas sobre cómo planificar y ejecutar eventos accesibles, que incluyan recomendaciones sobre el diseño físico, la tecnología y las prácticas de comunicación inclusiva.
		08. Implementar un programa de capacitación obligatorio para todo el personal del CB sobre eventos accesibles.
		09. Crear y promover políticas claras de inclusión y diversidad que todas las empresas asociadas y proveedores deben cumplir.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	10. Establecer una red de empresas y organizaciones comprometidas con la inclusión laboral para compartir mejores prácticas y oportunidades.
		11. Desarrollar campañas de participación ciudadana para conocer la opinión de la población local sobre el impacto que les genera el desarrollo de reuniones y eventos.
		12. Desarrollar campañas recurrentes de sensibilización sobre diversidad entre los socios del CB o los proveedores MICE locales.
	COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE DIVERSIDAD	13. Identificar, a través de consultas y talleres con las organizaciones, proyectos específicos que puedan beneficiar a las comunidades locales y mejorar la inclusión en los eventos.
		14. Fomentar el desarrollo de exposiciones de artistas locales cerca de las grandes sedes de reuniones y eventos de la ciudad, para que los asistentes se puedan relacionar más con la cultura local.
		15. Implementar programas de formación para organizadores de eventos y personal de proveedores sobre la importancia de la inclusión y cómo implementarla.
	PROGRAMAS DE FORMACIÓN Y DESARROLLO PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	16. Organizar charlas, talleres y seminarios sobre sostenibilidad y desarrollo comunitario.
		17. Realizar consultas públicas antes de grandes eventos para obtener retroalimentación de la comunidad sobre sus expectativas y preocupaciones.

IMPACTO	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	MARCO PARA INCREMENTAR EL LEGADO	01. Crear laboratorio de legado con instituciones seleccionadas que permita trabajar de forma conjunta y continuada en el tiempo, para identificar proyectos e iniciativas que puedan ser la herramienta para que las reuniones y eventos dejen un mayor legado en el territorio.
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	02. Diseñar un catálogo de acciones de responsabilidad social corporativa en el destino, que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	03. Identificar asociaciones y sociedades médicas, científicas, académicas y empresariales comprometidas con la generación de legado en los destinos donde desarrollan sus reuniones y eventos.

TRANSVERSALES	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	01. Incluir requisitos de sostenibilidad y certificaciones en los contratos y acuerdos.
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	02. Organizar talleres sobre habilidades digitales básicas y avanzadas, como el uso de herramientas de gestión de eventos, marketing digital, y análisis de datos.
		03. Organizar webinars y conferencias virtuales sobre temas de transformación digital y su impacto en la industria de eventos.
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	04. Programar una rueda de prensa o evento anual, para dar a conocer los esfuerzos en sostenibilidad que se llevan a cabo desde el Convention Bureau.
	TRANSPARENCIA	05. Crear una plataforma tecnológica de Open Data con acceso para los socios del CB o las empresas MICE locales, con datos agregados sobre la madurez de la sostenibilidad en su sector de actividad y herramientas prácticas para mejorarla.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	06. Desarrollar acuerdos de colaboración con otros destinos MICE que sean complementarios, para desarrollar presentaciones conjuntas a potenciales clientes que permitan ofrecer mayor valor añadido a los organizadores de reuniones.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	07. Desarrollar campañas de escucha activa (Social Listening) para analizar la imagen del destino MICE en el ecosistema digital.
	PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO	08. Diseñar plan de formación integral para mejorar las capacidades de toda la cadena de valor local en temas relacionados con la sostenibilidad. Con consejos y herramientas prácticas para reducir el impacto medioambiental del evento y generar impacto social positivo y legado.

Para finalizar se indica que se procederá al envío de un documento resumen con todo lo que se ha visto en la sesión y de cara a la próxima reunión virtual, el Convention Bureau deberá seleccionar las acciones que les gustaría llevar a cabo para personalizar su estrategia y empezarlas a desarrollar en una hoja de ruta durante la segunda sesión presencial:

2ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	7 de Octubre 2024
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	14:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Centro de recepción de visitantes de Ben Gabirol.
ASISTENTES	Destino - Málaga: <ul style="list-style-type: none"> Carmen Arjona Rodriguez, Directora Málaga Convention Bureau. Verónica Acedo Moreno, Jefa de Negociado de Desarrollo de Proyectos y MICE. José Delgado Cano, Jefe de Sección de Bienestar Social del Área de Derechos Sociales. Rocío Rodríguez Manzano, Jefa de Servicio de Participación Ciudadana, Migración, Acción Exterior, Cooperación al Desarrollo, Transparencia y Buen Gobierno. Almudena Ramos Ribot, Directora Gerente Empresa Más Cerca. Mari Carmen Ledesma Albarrán, Asesora del Área Específica de Derechos Sociales, Diversidad, Igualdad y Accesibilidad. <ul style="list-style-type: none"> María Dolores Auriol Florido; Directora general de derechos sociales.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marién Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Isabel San Juan, Consultora Senior.

Objetivo de la sesión:

- Elaborar un Project Plan para definir las bases para la creación de un catálogo de acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
- Acción/experiencia a desarrollar en el destino: Creación de un catálogo de acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Previo a esta reunión se les facilitó un pre-work para tratar en la misma sesión, quedando definida con los siguientes puntos:

PREWORK (REFLEXIONES PREVIAS)

1. Mapa de acciones de ESG existentes:

- Identificación de las iniciativas de ESG que se tengan localizadas y ya implementadas por empresas, asociaciones y actores locales.
- Revisión de las colaboraciones actuales con el sector para este tipo de acciones.

2. Análisis de oportunidades:

- Reflexión sobre qué áreas de ESG son más relevantes para Málaga (ej. sostenibilidad ambiental, inclusión social, educación, preservación cultural).

3. Expectativas de los organizadores de eventos:

- Reflexión sobre qué tipo de acciones de ESG buscan los organizadores de eventos que visitan Málaga.
- Revisión de ejemplos, si se cuenta con ellos, de otros destinos que han creado catálogos de ESG para el segmento MICE.

4. Sostenibilidad y formalización:

- Reflexión sobre cómo formalizar las iniciativas existentes y hacerlas atractivas para empresas y asociaciones que participen en eventos.

ACCIÓN: DISEÑO DE UN CATÁLOGO DE ACCIONES ESG (ENVIROMENTAL SOCIAL GOVERNANCE).

Introducción.

- a. Bienvenida e introducción de los participantes.
- b. Objetivos del encuentro.

1. Reflexión.

- a. Identificación de sinergias entre el sector MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) y las iniciativas locales de ESG.

2. Definición del Concepto del Catálogo de ESG.

Temas a discutir.

- a. Contenido del catálogo.
- b. Proceso de formalización.
- c. Colaboración con organizadores de eventos.

4. Plan de Acción y Tareas: Pasos clave para la creación del catálogo.

- a. Identificación y evaluación de iniciativas.
- b. Definir responsables.
- c. Cronograma de trabajo.
- d. Presupuesto y recursos.

5. Conclusión y Próximos Pasos.

RESULTADOS DE LA SESIÓN

REFLEXIÓN INICIAL:

Durante esta primera parte y atendiendo a la participación de los asistentes, así como lo trabajado en el documento del pre-work enviado previamente, se plantean una serie de cuestiones que ayudan a determinar las claves para el desarrollo de la guía.

1. Iniciativas existentes

En este punto se procede a la reflexión global sobre las diferentes alternativas que existen en el destino que podrían encajar en el catálogo.

Actualmente, Málaga cuenta con diversas colaboraciones sociales que se han desarrollado de manera espontánea entre el sector social y comunitario y el área de derechos sociales, enfocándose en inclusión, apoyo a la diversidad y ayuda a colectivos vulnerables. Sin embargo, estas iniciativas requieren una estructura formal que las haga más accesibles y consistentes para que los organizadores de eventos MICE puedan integrarlas en sus programas de ESG.

Algunas de las iniciativas destacadas incluyen:

- **Cruz Roja y Secretariado Gitano:** Colaboraciones que buscan sensibilizar a la comunidad mediante talleres culturales y actividades con personas inmigrantes, donde pueden compartir aspectos de sus culturas de origen y generar una conexión más profunda en la comunidad.

- **Banco de Alimentos y Comedor Social del Palo (Anfremar):** Programas de ayuda alimentaria y apoyo básico a personas en situación de necesidad, los cuales podrían incorporarse como actividades de voluntariado para asistentes de eventos.
- **Mercadillos Solidarios:** Estos eventos tienen el objetivo de recaudar fondos y dar visibilidad a diferentes asociaciones locales, creando un espacio de encuentro donde los organizadores de eventos puedan realizar actividades de sensibilización y captar fondos para causas locales.
- **Programas de Salud y Bienestar:** Actividades de salud comunitaria, como talleres de afrontamiento, yoga, y programas de salud ocular (en colaboración con la Fundación Miranza), enfocados en apoyar a niños y personas mayores.

2. Debate sobre el contenido.

- Este directorio incluirá una lista de asociaciones y organizaciones locales con las que los organizadores de eventos pueden colaborar. Cada entrada en el directorio presentará una breve descripción de la asociación, su misión, los tipos de colaboración posibles y ejemplos de actividades que pueden integrarse en eventos. Se toma como ejemplo el directorio de entidades sociales con el que cuenta Madrid Convention Bureau.
- **Filtros y Criterios de Selección:** Para asegurar la calidad y relevancia de las asociaciones, se establecerán criterios claros de selección. Esto permitirá a los organizadores identificar rápidamente las opciones más alineadas con sus objetivos y el tipo de impacto que desean lograr.
- Para ilustrar las actividades y los impactos de ESG a los organizadores se valora la opción de que la guía incluya enlaces a videos e imágenes que muestren tanto las ubicaciones de las actividades como ejemplos de colaboración. Estos recursos permitirán a los organizadores visualizar cómo pueden integrar estas actividades en sus eventos y qué tipo de impacto generarán en la comunidad.
- Se intentará realizar un **seguimiento del impacto** de la guía trabajando con los organizadores para que desde el Convention Bureau se conozcan las acciones que se puedan estar realizando en el destino.
- En cuanto a la visibilidad y el acceso:

1. La guía estará disponible en un apartado específico del sitio web del Convention Bureau, asegurando que sea fácil de encontrar y acceder para cualquier organizador de eventos interesado en integrar ESG en sus actividades en Málaga.
2. Promoción y Comunicación: Se prevé una estrategia de comunicación que incluya la difusión de la guía a través de redes sociales, boletines informativos y eventos de networking, para maximizar su visibilidad y fomentar el uso por parte de los organizadores de eventos.

Resumen de la fase de reflexión

Elementos principales para el desarrollo de la guía de ESG.

Durante la fase de reflexión de la sesión, los participantes propusieron ideas clave para la creación de una Guía de ESG que será accesible en el sitio web del Convention Bureau de Málaga. Esta guía busca facilitar a los organizadores de eventos MICE la integración de actividades de impacto social y sostenible en sus programas.

Los puntos principales fueron:

- **Directorio de Asociaciones Locales:** Incluirá una lista de asociaciones y entidades en Málaga con descripciones de colaboración posibles, filtradas por criterios específicos para asegurar calidad y alineación con los objetivos de los organizadores.
- **Recursos Visuales y Casos de Éxito:** Para inspirar y mostrar el impacto de las actividades de ESG, se incluirán videos, imágenes y testimonios de eventos previos, ayudando a los organizadores a visualizar el alcance de sus posibles contribuciones.
- **Sistema de Evaluación:** Se implementará un mecanismo de seguimiento para medir el impacto de cada colaboración, tanto para los organizadores como para las asociaciones, promoviendo la transparencia y la mejora continua.
- **Accesibilidad y Promoción:** La guía será promovida activamente y estará disponible en la web, asegurando fácil acceso y visibilidad para incentivar su uso y fortalecer la imagen de Málaga como un destino MICE responsable y comprometido.

Este enfoque busca facilitar la colaboración entre eventos MICE y asociaciones locales, generando un impacto positivo y reforzando el tejido social de Málaga.

RESULTADO DE LA DEFINICIÓN DEL CANVAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS (PROJECT MANAGEMENT CANVAS):

1. Objetivo

- Crear una **Guía de ESG accesible y práctica** para que los organizadores de eventos MICE puedan integrar actividades de responsabilidad social y sostenibilidad en sus programas en Málaga, promoviendo el impacto positivo en la comunidad local y fortaleciendo el compromiso de la ciudad como destino sostenible.
- Generar impacto social.
- Acercar la industria MICE a la ciudadanía de una manera más cercana
- Crear un intercambio de experiencias.
- Sensibilizar al ecosistema

2. Alcance

- La guía abarcará opciones de colaboración en los campos de **salud, inclusión social, diversidad, derechos sociales, área de mayores, cultura...**, permitiendo a los organizadores acceder a un directorio de asociaciones locales.

3. Resultado

- Publicación de una guía digital en el sitio web del Convention Bureau de Málaga que:
 - **Incluya un directorio de asociaciones locales** con descripciones de colaboración.
 - Ofrezca **recursos visuales y casos de éxito** de eventos anteriores.
 - Facilite un **sistema de evaluación del impacto** de las actividades de ESG.

4. Indicadores de Éxito

- **Número de organizadores de eventos** que integran actividades de ESG usando la guía.
- **Cantidad de colaboraciones efectivas** entre eventos y asociaciones locales.
- **Feedback positivo** de organizadores y asociaciones, medido a través de encuestas.
- Incremento en la **visibilidad de la guía** y el sello de sostenibilidad en redes sociales y otros canales.

5. Stakeholders (Partes Interesadas)

- **Asociaciones y ONG locales:** Entidades colaboradoras para las actividades de ESG.
- **Organizadores de eventos y empresas** comprometidos con la sostenibilidad.
- **Desarrolladores web y equipo de comunicación:** Responsables del diseño y mantenimiento de la guía.
- **Áreas del Ayuntamiento:** Social, participación ciudadana, inclusión y diversidad)

6. Beneficiarios

- **Organizadores de eventos MICE:** Acceso a una herramienta de ESG práctica y distintiva.
- **Participantes de eventos y comunidad local:** Aumento de la cohesión social y oportunidades de sensibilización a través de las actividades.
- **Asociaciones locales:** Visibilidad y apoyo económico para sus proyectos sociales.

7. Equipo

- **Liderazgo:** Equipo del Convention Bureau de Málaga.
- **Apoyo:** Área de comunicación y diseño para el desarrollo de contenido y promoción.

8. Recursos

- **Económicos:** Fondos para el desarrollo, promoción y actualización de la guía.
- **Registro municipal de asociaciones**

9. Hitos

- Establecer criterios
- Identificar asociaciones
- Hablar con las asociaciones
- Contextualización del sector a las asociaciones
- Diseño del directorio
- Comunicación

10. Tareas

Se trabajan en este punto el desglose de tareas relacionadas con cada uno de los hitos indicados, además de indicar aquellas que son de alta dificultad, quedando por tanto el desglose de esta manera (véase la tabla adjunta, sig. Página)

TÍTULO DE LA TAREA	DESCRIPCIÓN
1. Establecer criterios	Evaluar prácticas de otros destinos y entidades para definir criterios de selección y colaboración. Reunión del Convention Bureau (CB) con su equipo y otras áreas para acordar criterios profesionales.
Ver que han realizado otros destinos, entidades etc.	
Reunirse el CB con el equipo para establecer los criterios profesionales.	
Reunión conjunta con el resto de las áreas.	
2. Identificar asociaciones	Reflexionar sobre los criterios técnicos y estratégicos de cada área del ayuntamiento. Seleccionar cinco asociaciones por sector para incluir en el directorio.
Reflexiones previas con criterios técnicos de las áreas uniéndolos con los criterios del CB.	Criterios a tener en cuenta: Recursos materiales, espacios adecuados, interlocutores colaborativos, más los establecidos por el CB, que hayan formado parte de algún consejo sectorial, relacionarse en otro idioma, nº de personas que se pueden atender
Identificación por sectores de líneas estratégicas del ayuntamiento.	
Decisión de las 5 asociaciones por sector.	Establecer un número de asociaciones para poder comenzar, (aprox 20 asociaciones)
Reunión interna áreas del ayuntamiento con CB.	
3. Hablar con las asociaciones	Primer contacto con las asociaciones para explicarles el proyecto. Elaborar un calendario de reuniones y un documento visual para contextualizarles sobre el CB y los beneficios del proyecto.
1er Contacto por parte de las áreas para explicar el proyecto.	
Hacer un calendario de reuniones con todas las áreas implicadas para presentar el proyecto.	
Reflexión sobre los beneficios que reciben las organizaciones.	Cubrir las necesidades que tengan las asociaciones, recaudar fondos, promoción...
Preparar un documento visual para hacer la presentación.	
Contextualizar a las asociaciones el sector, labor del CB, proyecto.	
4. Formación del sector a las asociaciones	Organizar un taller o formación para las asociaciones, incluyendo la planificación de la ubicación, horario y contenido. Inscribir a las asociaciones y compartir los resultados obtenidos tras la formación.
Buscar localización, hora etc...	
Diseñar el contenido de la formación/taller.	Colaboración de empresas del sector, organizadores poner en común las necesidades de cada uno, asociaciones que ya han colaborado con actividades en eventos.
Ponerse en contacto con las asociaciones participantes para la inscripción.	
Realización de la formación.	
Recoger y compartir el equipo los resultados de la formación.	
5. Creación del directorio	Gestionar la financiación y el proceso de licitación para crear el directorio de asociaciones. Solicitar a las entidades seleccionadas el contenido necesario para su inclusión.
Buscar la financiación.	Presupuestos 2025
Licitar el contrato.	
Ejecutar la licitación.	
Solicitar a las entidades sociales seleccionadas contenido para el directorio.	
6. Comunicación	Coordinar con el área de comunicación y el SCB para desarrollar un plan que difunda la guía y las acciones de responsabilidad social de forma efectiva.
Reunión con el área de comunicación.	
Coordinación con el SCB para la comunicación.	
Establecer un plan para la comunicación de la acción.	Notas de prensa, RRSS

CONCLUSIONES

A continuación, se muestran las conclusiones de las principales reflexiones mantenidas durante toda la sesión para el desarrollo de la guía de acciones de ESG de Málaga:

- **Estructuración de Iniciativas de ESG:** La guía permitirá formalizar y hacer accesibles diversas iniciativas de impacto social en Málaga. Esto beneficiará tanto a las asociaciones locales como a los organizadores de eventos, facilitando la integración de actividades sostenibles y de responsabilidad social en sus eventos.
- **Creación de un Directorio de Asociaciones:** Incluir un directorio detallado de asociaciones locales permitirá a los organizadores de eventos MICE identificar y colaborar con entidades adecuadas, asegurando que el impacto generado sea relevante y beneficioso para la comunidad local.
- **Sistema de Evaluación y Seguimiento:** Implementar un sistema de evaluación permitirá medir el impacto de las actividades de ESG. A través de reportes y encuestas de satisfacción, se podrá ajustar el enfoque de la guía y asegurar que las actividades cumplan sus objetivos de impacto social.
- **Promoción y Visibilidad:** La guía se difundirá mediante el sitio web del Convention Bureau, redes sociales y eventos de networking. Esto garantizará que sea accesible y conocida por los organizadores de eventos, aumentando el uso del directorio.
- **Fortalecimiento del Tejido Social y la Identidad de Málaga:** Al facilitar la colaboración entre el sector MICE y las asociaciones locales, el proyecto contribuye a fortalecer la cohesión social y a dar visibilidad a las entidades locales, impulsando el compromiso de Málaga con la responsabilidad social.
- **Hitos y Plan de Acción:** Se han definido hitos clave como la identificación de asociaciones, el desarrollo y lanzamiento de la guía, y el establecimiento de un plan de comunicación. Estos hitos servirán para dar seguimiento y asegurar el cumplimiento de los objetivos en cada etapa del proyecto.

Guías actuales de referencia:

- Directorio de entidades sociales del Madrid Convention Bureau.

Jornada de presentación y sensibilización en destino.

FICHA DE LA SESIÓN:

FECHA DE CELEBRACIÓN	3 marzo 2025
HORA DE COMIENZO	10:45 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	14:15 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Hotel ILUNION Málaga
ASISTENTES	31 asistentes
	<p>FEMP:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cristina Montalvá Medina, Directora general de igualdad y políticas locales de la FEMP. Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo. <p>BRAINTRUST:</p> <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora Senior.






PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL PROYECTO EXPERIENCIAS DE FEMP

DESDE LA RED DEL SPAIN CONVENTION BUREAU JUNTO CON EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

Nos complace invitarle a la **presentación de resultados, jornada de formación y sensibilización del Proyecto Experiencias**, donde **Málaga ha participado** como destino piloto en el desarrollo e implantación del Plan de Acción en Sostenibilidad y Legado MICE.

Durante la jornada les presentaremos los trabajos realizados en el destino y su repercusión para el sector.

PROGRAMA:

Fecha: 3 de marzo.

Apertura de puertas 10:45h

Presentación de resultados.

- ◊ Bienvenida Institucional
- ◊ Mesa Redonda: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

① Horario: 11:00h – 11:45h

----- Coffee Break: 11:45h – 12:15h -----

Jornada de Formación y Sensibilización: "El camino hacia un MICE sostenible"

① Horario: 12:15h – 14:15h

Fin de la jornada: 14:15h

INSCRÍBETE AQUÍ

📍 **Ubicación:** Hotel ILUNION Málaga
Málaga





CONTENIDO DE LA SESIÓN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES:

Introducción

La ciudad de Málaga celebró la tercera y última sesión del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE, enmarcada dentro del proyecto “Experiencias Turismo de España” para la red de Entidades Locales del SCB. Esta jornada se desarrolló en el Hotel Ilunion Málaga, espacio comprometido con valores de sostenibilidad e inclusión, reforzando el simbolismo de la cita.

A pesar de la alerta naranja por lluvias que provocó algunas ausencias, el evento logró congregarse a una representación relevante del ecosistema MICE local, con presencia institucional de alto nivel, agentes del sector turístico, social y económico, y asociaciones vinculadas a proyectos de responsabilidad social.

Desarrollo de la jornada

Bienvenida institucional

La jornada fue inaugurada por **D. Jacobo Florido**, 5º Teniente de Alcalde, Concejal de Recursos Humanos, Calidad y Turismo, quien dio la bienvenida en nombre del Ayuntamiento y expuso la firme apuesta de Málaga por un modelo de desarrollo turístico sostenible y con impacto.

A continuación, intervino **Cristina Montalvá Medina**, Directora General de Igualdad y Políticas Locales de la FEMP, que contextualizó la jornada dentro del Plan Nacional de Sostenibilidad y Legado MICE y agradeció el compromiso mostrado por la ciudad desde el inicio del proyecto.

Mesa redonda: “Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE”

Moderada por Marien Cava, Secretaria Técnica del Spain Convention Bureau, la mesa reunió a perfiles institucionales y técnicos involucrados directamente en la iniciativa local.

Participantes:

- **María Dolores Flores**, Directora General de Derechos Sociales, Igualdad y Políticas Inclusivas
- **Isabel Pascual Villamor**, Directora General de Participación Ciudadana, Cooperación, Transparencia y Buen Gobierno
- **Carmen Arjona Rodríguez**, Directora del Málaga Convention Bureau

Principales contenidos tratados:

- **Beneficios del proyecto:** Se destacó el impulso que ha supuesto el plan para generar sinergias entre diferentes áreas del Ayuntamiento, especialmente en torno a la acción priorizada: la creación de un *catálogo de acciones ESG* para congresos y eventos MICE, que integrará a entidades sociales locales.
- **Aprendizajes del proceso:** Las ponentes coincidieron en la utilidad del plan como herramienta de diagnóstico interno y como elemento integrador entre políticas de turismo, participación ciudadana e inclusión.
- **Iniciativa local:** El catálogo ESG busca ofrecer a los organizadores de eventos en Málaga una guía estructurada de colaboraciones con entidades sociales, ambientales y de gobernanza, reforzando el compromiso del destino con la sostenibilidad real y operativa.
- **Futuro del modelo:** Se enfatizó la voluntad de institucionalizar estas prácticas, dotándolas de continuidad y de visibilidad, y de convertir al Convention Bureau en un actor facilitador de impacto positivo en el territorio.

Jornada de sensibilización

La segunda parte de la jornada fue desarrollada por el equipo de Braintrust. Como en el resto de los destinos, se estructuró en bloques temáticos con un enfoque participativo y práctico:

1. **Introducción participativa (Mentimeter):** Se recogieron las primeras impresiones del público sobre la aportación del MICE y el significado de sostenibilidad.
2. **Diagnóstico sectorial y marco conceptual:** Se expuso el DAFO nacional de la industria MICE, se introdujeron los conceptos clave (sostenibilidad, impacto, legado) y se compartieron ejemplos de impacto positivo.
3. **Planificación sostenible de eventos, se enfocaron en temas tales como:**
 - Gobernanza colaborativa
 - Contratación responsable
 - Inclusión social y economía local
 - Gestión circular de recursos

- Comunicación del legado
4. **Casos de éxito inspiradores:** Se compartieron vídeos internacionales y se destacaron experiencias locales, como la intervención de:
- **David Ferrero Gutiérrez**, del Dpto. de Comunicación de Grupo Envera (inclusión social a través del empleo).
 - **Explora Más**, empresa malagueña ejemplo de buenas prácticas en sostenibilidad.
5. **Reflexión y compromisos personales:** Los asistentes compartieron en dinámicas abiertas sus ideas y compromisos de mejora para contribuir al modelo regenerativo.

Dinámicas participativas (Mentimeter)

- **¿Qué aporta el MICE a Málaga?:** Las respuestas reflejaron un consenso sobre su papel como motor de empleo, oportunidad, economía, calidad, herramienta de visibilidad para el destino.
- **¿Qué es sostenibilidad?:** Se repitieron términos como *responsabilidad, futuro, compromiso, negocio, consciencia, accesibilidad*.
- **Motivaciones de la jornada:**
 - Concienciación sobre el impacto del MICE y el rol individual en la sostenibilidad.
 - Reafirmación del compromiso, la implicación y el deseo de cambio.
 - Valoración del aprendizaje recibido y del conocimiento del proyecto.
 - Motivación e ímpetu de mejora para aplicar lo aprendido.
 - Contactos, colaboración y trabajo en red como claves para avanzar.
 - Ganas de actuar con propósito y saber por dónde empezar.
 - Reconocimiento de la importancia de la empatía y del “todas ganamos”.
 - Relevancia de la información y de la planificación conjunta para lograr objetivos comunes.
 - Necesidad de combinar concienciación con acción concreta y compromiso compartido.

Conclusiones

Málaga ha mostrado un sólido compromiso institucional y técnico, especialmente en su capacidad para generar trabajo transversal entre áreas municipales. El desarrollo del catálogo ESG responde a una demanda real del sector y representa una herramienta muy valiosa para profesionalizar y facilitar la integración de la sostenibilidad en los eventos.

La jornada confirmó que existe un ecosistema local dispuesto a implicarse, siempre que se facilite el marco, se comuniquen los avances y se generen espacios de formación y encuentro como el que tuvo lugar.

PARTICIPANTES EN LA MESA REDONDA:






MESA REDONDA: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">MODERA</div>  <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px;"> Marién Cava <small>Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo de la FEMP. Secretaría técnica del SCB.</small> </div>	<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">INTERVIENE</div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 48%;">  <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px;"> Mª Dolores Aurioles Flores <small>Directora General de Derechos Sociales, Igualdad, Accesibilidad y Políticas Inclusivas.</small> </div> </div> <div style="width: 48%;">  <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px;"> Isabel Pascual Villamor <small>Directora General de Participación Ciudadana, Migración, Acción Exterior, Cooperación al Desarrollo, Transparencia y Buen Gobierno.</small> </div> </div> <div style="width: 48%;">  <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px;"> Carmen Arjona Rodríguez <small>Asesora de la Concejalía Delegada de Turismo y Promoción de la Ciudad para la gestión de Congresos (Directora del Málaga Convention Bureau).</small> </div> </div> </div>
--	---

RESULTADOS DE LAS REFLEXIONES DE LA SESIÓN DE SENSIBILIZACIÓN:



Mentimeter

¿QUÉ APRENDIZAJES Y MOTIVACIONES NOS LLEVAMOS DE LA JORNADA?

Concienciación	Contactos	Empatía	Compromiso
Compromiso	Aprendizaje	Ímpetu de mejora	Un buen conocimiento de un excelente proyecto

👍 👤

Implicación	Saber por donde empezar	Muchas información	Colaboración
Deberes, concientización	Ganas de cambio	Importancia del trabajo en red sobre el "todos ganamos" para conseguir un mundo mejor para todos :)	

DESARROLLO DEL TRABAJO REALIZADO EN SANTANDER

1ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:



FECHA DE CELEBRACIÓN	10 Julio 2024
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	14:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Palacio de la Magdalena.
ASISTENTES	Destino - Santander: <ul style="list-style-type: none"> Sira Trueba. Responsable de Comercialización, Santander Convention Bureau. Maria Mato. Responsable de la ejecución del Plan de Sostenibilidad turística en Destino de Santander.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucia Ortega, Consultora Senior.

Inicialmente se realizó una presentación más teórica para la comprensión de los siguientes puntos, vistos todos ellos previamente en este documento:

- Contexto y situación de la industria
- Presentación de la estrategia, visión y misión
- Metodología del autodiagnóstico

Posteriormente a estos puntos se procede a trabajar con el equipo asistente en la reunión siendo estos los resultados de esta:

REVISIÓN DEL AUTODIAGNOSTICO

Los resultados obtenidos de estas preguntas posicionaron a Santander de la siguiente manera:

SOSTENIBILIDAD EN SUS TRES DIMENSIONES				IMPACTO
				IMPACTO A MEDIO/LARGO
Grados de madurez	MEDIOAMBIENTAL	ECONÓMICA	SOCIAL	
	<p>• Liderazgo e innovación constante en prácticas medioambientales. Este nivel se caracteriza por la adopción y promoción de soluciones avanzadas y creativas que no solo minimizan el impacto ambiental de las operaciones y eventos, sino que también buscan tener un impacto positivo en el medio ambiente.</p>	<p>• Cúspide en la gestión económica sostenible. Aquí, el CB no solo ha integrado completamente prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones, sino que también lidera con innovación, contribuyendo activamente al desarrollo económico a largo plazo de su comunidad y región.</p>	<p>• Excelencia en su impacto social, estableciéndose como un líder innovador y comprometido en la promoción del bienestar comunitario, la inclusión, y el desarrollo social sostenible. Este nivel se caracteriza por un enfoque integral y transformador hacia la responsabilidad social, integrando plenamente las consideraciones sociales en todas las operaciones y eventos.</p>	<p>• El CB no solo tiene establecidas políticas y objetivos claros para asegurar el impacto a medio/largo plazo de sus eventos, sino que también implementa un sistema de gestión activa y seguimiento para optimizar estos impactos. Este nivel refleja un enfoque maduro y sistemático, con mecanismos de evaluación y ajuste en marcha para garantizar que los esfuerzos se estén implementando y generando los beneficios esperados.</p>
	<p>• Está en una etapa avanzada en cuanto a prácticas y políticas medioambientales. En este nivel, el CB no solo ha implementado una estrategia medioambiental sólida, sino que también gestiona y revisa activamente estas prácticas para asegurar su efectividad y buscar mejoras continuas.</p>	<p>• Compromiso maduro y proactivo con impactos económicos sostenibles, caracterizado por la implementación y la mejora continua de estrategias económicas responsables.</p>	<p>• Implementación efectiva y la mejora continua de estrategias sociales responsables y comprometidas. En este estado, el CB no solo ha establecido políticas y programas sólidos que benefician a la comunidad y fomentan la inclusión, sino que también monitorea, evalúa y refina estas iniciativas para maximizar su impacto positivo.</p>	<p>• Establecimiento de relaciones profundas y sostenidas con organizaciones comunitarias, escuchando activamente y respondiendo a las necesidades comunitarias a través de programas conjuntos.</p>
	<p>• El CB ha establecido y está implementando activamente políticas y prácticas ambientales estructuradas y coherentes. Este nivel indica que el CB ha integrado la sostenibilidad medioambiental en su estrategia operativa y en la organización de eventos, mostrando un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental.</p>	<p>• El CB integra prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones. Este nivel de madurez indica que el CB se preocupa por el impacto económico de los eventos a largo plazo en la comunidad y la región en la que opera.</p>	<p>• El CB ha desarrollado y está aplicando de manera activa prácticas que tienen un enfoque específico en generar un impacto social positivo tanto en la comunidad local como en los participantes de eventos. Este enfoque no solo se refleja en la inclusión y la diversidad, sino también en contribuciones significativas a la comunidad local y el bienestar de los grupos involucrados.</p>	<p>• El CB adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a integrar la planificación de generación de impacto a medio/largo plazo en sus procesos, buscando colaboraciones con los organizadores y el ecosistema del destino.</p>
	<p>• Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la implementación de prácticas que buscan una mejora continua.</p>	<p>• El CB empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en su comunidad local y regional a través de sus actividades y operaciones. Este nivel de madurez indica que el CB considera el impacto económico y apoya a los proveedores locales. Este reconocimiento se traduce en prácticas más deliberadas y estructuradas orientadas a generar un impacto económico sostenible y equitativo.</p>	<p>• El CB ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las fases iniciales de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de madurez indica que el CB empieza a reconocer la importancia de contribuir positivamente a la comunidad local y el bienestar.</p>	<p>• El CB adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y estructurar sus políticas.</p>
	<p>• Conciencia inicial de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los eventos MICE. En este nivel, el enfoque en el medio ambiente suele ser reactivo más que proactivo, con pocas políticas o prácticas establecidas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y eventos.</p>	<p>• Enfoque primario en los costes, con una consideración reducida del impacto económico local. La conciencia sobre cómo sus operaciones y eventos impulsan o afectan la economía local es mínima o está en etapas muy tempranas de desarrollo. Las acciones emprendidas en este ámbito suelen ser reactivas, esporádicas y no forman parte de una estrategia económica sostenible bien definida.</p>	<p>• Compromiso básico con la inclusión y diversidad. Acciones sociales esporádicas. Enfoque emergente hacia las responsabilidades sociales y mayormente reactivo. La participación en iniciativas sociales puede ser esporádica, poco sistemática y no está integrada en la estrategia general del CB. A menudo, estas acciones son impulsadas por oportunidades ad-hoc o requerimientos externos más que por un plan estratégico interno.</p>	<p>• El CB está comenzando a reconocer y a dar sus primeros pasos hacia la comprensión del concepto de impacto a largo plazo y su importancia. En este nivel, las acciones y estrategias están en sus fases iniciales, con esfuerzos dispersos y una falta de integración sistemática del concepto de impacto duradero en la planificación y ejecución de eventos.</p>

A continuación, se detallan las diferentes conclusiones alcanzadas con respecto a su desempeño en cada una de las dimensiones abordadas:

MEDIOAMBIENTAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia medioambiental: Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua.

- Políticas y estrategias orientadas a la sostenibilidad medioambiental:** Dentro del Convention Bureau de Santander se ha comenzado a valorar más profundamente la importancia de la sostenibilidad en sus operaciones. Como resultado, se han iniciado varias medidas preliminares para fomentar prácticas más sostenibles. Entre estas acciones se encuentra la reducción del consumo de papel y la promoción activa del reciclaje. Estos esfuerzos buscan minimizar el impacto ambiental.
- Se cuenta con una empresa de mantenimiento que se encarga de la gestión de residuos y se solicitan auditorías para estudiar y analizar que productos han entrado y cuáles han salido.
- Medición de la huella de carbono:** El Convention Bureau: colabora con los organizadores que quieran calcular la huella de carbono, como por ejemplo sucedió durante un curso celebrado, pero es bastante complejo actualmente. La idea futura es incluir en el listado de proveedores uno que mida la huella de carbono. Santander es

una smartcity y uno de los indicadores que se integra es el tema de la medición. Actualmente, ya se cuenta con el consumo que se realizan en las sedes.

- El edificio de Palacio es accesible, la electricidad es con gas renovable, la iluminación es a través de LEDS y además de recabar información sobre la huella de carbono, con todas estas acciones se compensa de manera natural.
- **Fomento del transporte sostenible:** Existe un **convenio entre el ayuntamiento y los organizadores de eventos sobre el transporte público dentro de la ciudad**, aunque lo que se intenta fomentar siempre es recorrer la ciudad caminando cuando sea posible.
- **Gestión del excedente alimenticio:** En cuanto al excedente alimenticio, el Palacio de los Congresos sí que lo gestiona. **En el plan de sostenibilidad que se está desarrollando se quiere introducir diferentes ítems para que un proveedor que sea sostenible cuente con una discriminación positiva y sea algo excluyente entre los proveedores.**

ECONÓMICA

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia económica: El Convention Bureau empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en la economía local y regional a través de sus actividades y con una planificación económica que considera el impacto económico y apoya a los proveedores locales. Este reconocimiento se traduce en prácticas más deliberadas y estructuradas orientadas a generar un impacto económico sostenible y equitativo.

- **Impulso de la economía local:** El **impulso de la economía local** no es solo una actividad, sino el **núcleo fundamental de la estrategia del Convention Bureau**. Este enfoque se traduce en una preferencia decidida por resaltar y valorizar los productos y proveedores locales, lo cual no solo mejora la oferta turística de la ciudad, sino que también fortalece la economía local al fomentar el empleo y la generación de riqueza en la comunidad.
- **Contratación de proveedores locales:** En la web del Santander Convention Bureau hay un **listado con todos los proveedores de la ciudad**.
 - En las campañas de marketing que realiza el Convention Bureau, se hace un esfuerzo consciente para resaltar y promover activamente a los proveedores y

negocios locales. Se subraya su contribución en el impulso del empleo regional, destacando su papel en el fortalecimiento de la economía local.

- **Talento:** En cuanto al desarrollo del talento, **existen acuerdos donde estudiantes hacen prácticas** y asisten a ver que es un Convention Bureau, cómo funciona...
- La industria MICE en Santander está muy integrado y es **una gran apuesta en cuanto a sostenibilidad** en el destino y se fomenta para favorecer la **desestacionalización del turismo**.

SOCIAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia social: El Convention Bureau ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las fases iniciales de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar.

- **Desarrollo social:** Se ha realizado una **identificación y catalogación de asociaciones y empresas que proporcionan servicios específicamente** demandados por el sector MICE, tales como merchandising, contenidos para actividades de teambuilding, y catering. Estos proveedores están incluidos en las bases de datos del sistema de proveedores.
- **Inclusión y diversidad:** También se ha recopilado **un listado de centros especiales de empleo que facilitan la inclusión social mediante la integración laboral** de personas con discapacidad. Esto refleja un compromiso con la responsabilidad social y el fomento de la diversidad en el ámbito laboral.
 - Una **fundación dedicada a jóvenes en riesgo de exclusión social ofrece formación en hostelería y servicios de catering**, preparándolos para el empleo y proporcionando servicios para eventos y conferencias. Desde el Convention Bureau, se hace un esfuerzo significativo para destacar y **promover la contratación de estos jóvenes**, subrayando la importancia de su inclusión en la industria.

- **Accesibilidad:** En cuanto a la accesibilidad, **se ha elaborado una ficha detallada sobre las características de accesibilidad de la ciudad** a nivel de destino, proporcionando información esencial para la planificación de eventos inclusivos.
 - El ayuntamiento ofrece un **servicio de interpretación de lenguaje de signos de manera gratuita** para los organizadores de eventos que lo requieran. Este servicio se proporciona de manera reactiva, respondiendo a las solicitudes específicas de los organizadores.

IMPACTO

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia de impacto a medio/largo plazo: El Convention Bureau adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el Convention Bureau empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.

- **Identificación de necesidades:** Actualmente no se conocen las necesidades del destino, para ello sería necesario hacer un estudio ordenado. El impacto en el destino se gestiona en función de las oportunidades que surgen según van pidiendo los organizadores.
- Tienen redactado un **manual de Responsabilidad Social Corporativa** donde han **priorizado 6 ODS** y se le está dando forma.
- **Transformación del destino:** Se conocen varios proyectos de transformación que se han celebrado en el destino como, por ejemplo, Jornadas Nacionales Diabetes SEMERGEN, Congreso Organización Mundial Trasplante...
 - El ecosistema está medianamente comprometido con la transformación del destino. **El Convention Bureau tiene relación directa con las OPC's y con el sector de tal manera que intentan trabajar conjuntamente siempre que se puede.**
- **Formación:** En cuanto a la formación sobre el impacto positivo a medio y largo plazo, los componentes del Convention Bureau están **en proceso de planificación de capacitaciones y en la fase de investigación sobre diversas alternativas y estrategias que puedan tener un efecto beneficioso en el destino.**

- **Herramientas:** El Convention Bureau solicita que necesitan herramientas prácticas y aplicables para desplegar en su destino y con sus colaboradores y proveedores (manuales de Buena Prácticas, formularios, formatos, plantillas para facilitar planificación y desarrollo de plan sostenibilidad eventos, para comunicación, capacitación específica, etc.)

TRANSVERSALES:

Este bloque de preguntas cuenta con diferentes cuestiones que afecta de manera transversal a las 4 dimensiones que se muestran en el Maturity Model.

- **Formación:** Todos los **miembros están comenzando a recibir formación básica en cuanto a sostenibilidad** en todos sus ámbitos: medioambiental, económica y social.
- **Transformación digital:** En el Convention Bureau **se está en fases iniciales** con procesos complejos donde se recoge la máxima información posible en diferentes excel. A nivel destino, hay una plataforma de smartcity pero aún no es aplicable al Convention Bureau. Se está desarrollando una tarjeta personalizada con descuentos para poder ofrecerla a los congresistas.
- **Medición:** se recoge manualmente desde el Convention Bureau. **Se cuenta con varios documentos donde se incorpora el número de eventos, número de participantes en cada uno de ellos, calendario de congresos... pero actualmente no es sencillo.** Solicitan un programa donde poder incluir toda esta información y tenerlo más organizado.
- **Estrategia de comunicación:** **Está en fase de iniciación** de tal manera que se está empezando a comunicar los resultados obtenidos sobre la sostenibilidad en el destino
- **Promoción del destino:** El Convention Bureau ha establecido alianzas estratégicas con entidades locales, que incluyen organizaciones gubernamentales, instituciones académicas y empresas privadas. Estas colaboraciones están enfocadas en trabajar conjuntamente para la promoción y el desarrollo del destino. Este esfuerzo colectivo busca aprovechar los recursos de cada socio para impulsar el crecimiento y la mejora del área de manera integrada y sostenible.

RECOMENDACIONES DE EXPERIENCIAS A DESARROLLAR

Una vez visto el posicionamiento del destino en el Maturity Model, en la herramienta de PowerBI se les mostró una serie de recomendaciones personalizadas acorde a las necesidades de cada Convention Bureau, a nivel medioambiental, económico, social, impacto y transversal.

MEDIOAMBIENTAL	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	01. Analizar fórmulas para fomentar la donación de materiales sobrantes en los eventos a iniciativas sociales locales.
		02. Editar una guía de buenas prácticas con recomendaciones para una mejor gestión de residuos en diferentes segmentos de la cadena de valor (sedes de reuniones, hoteles, restaurantes y catering, etc.).
		03. Establecer acuerdos con empresas de gestión de residuos que garanticen la recolección y el tratamiento adecuado de los materiales reciclables y desechos orgánicos.
	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	04. Diseñar una guía de buenas prácticas con consejos para mejorar la eficiencia energética en toda la cadena de valor MICE del destino.
		05. Analizar junto con otros departamentos/concejalías de la ciudad, el impacto de los grandes eventos en el transporte del destino.
	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	06. Elaborar una guía de buenas prácticas en gestión sostenible de la alimentación en reuniones y eventos.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	07. Fomentar una auditoría energética del segmento MICE del destino para poder analizar el punto de partida y poder definir objetivos realistas.
	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	08. Incentivar a restaurantes y proveedores de catering a obtener certificaciones como Green Restaurant Association, que avalan sostenibles en la gestión alimentaria.
		09. Colaborar con entidades certificadoras para ofrecer programas de capacitación específicos para los actores del sector de eventos en el destino.
		10. Organizar talleres y seminarios para educar a proveedores y organizadores de sobre las diferentes certificaciones disponibles y los beneficios de obtenerlas.

ECONÓMICA	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	DESARROLLO Y TALENTO	01. Desarrollar talleres de trabajo a los socios del CB sobre estrategias de captación y retención de talento.
		02. Fomentar la creación de grupos de estudio y discusión sobre temas relevantes para la industria de eventos, promoviendo el aprendizaje colaborativo.
	PROGRAMAS DE APOYO LOCAL	03. Diseñar una guía de comercios de productos locales y artesanales en la ciudad. Dirigido a los asistentes a reuniones y eventos.
		04. Llevar a cabo campañas de concienciación dirigidas a la comunidad, organizadores y participantes de eventos sobre la importancia de apoyar negocios locales sostenibles.
	PROMOCIÓN DEL EMPLEO LOCAL	05. Publicar y promover historias de éxito de profesionales locales en la industria MICE, destacando sus trayectorias y logros para inspirar a otros.
		06. Realizar estudios de mercado y encuestas para identificar las necesidades de empleo en la industria MICE y desarrollar estrategias para satisfacer esas demandas.

SOCIAL	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	COLABORACIÓN EN PROYECTOS COMUNITARIOS	01. Colaborar con asociaciones, fundaciones y otros organismos locales que trabajen en áreas sociales y medioambientales, para definir actividades y experiencias solidarias que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos.
		02. Difundir eventos solidarios que están pasando en la ciudad entre los asistentes a las reuniones y eventos (a través de puntos de información turística).
	COMUNICACIÓN INCLUSIVA	03. Crear y distribuir guías de estilo que incluyan el uso de lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los materiales de comunicación.
		04. Desarrollar y aplicar políticas claras sobre comunicación inclusiva en todos los eventos, asegurando que todos los organizadores y proveedores cumplan con estos estándares.
	FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD	05. Crear y publicar una política de accesibilidad clara en la página web del CB y en todos los materiales relacionados con los eventos.
		06. Promocionar en las RRSS éxitos, entrevistasrelacionadas con la diversidad en los eventos.
	COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE DIVERSIDAD	07. Desarrollar un directorio que incluya organizaciones enfocadas en diversidad racial, de género, LGBTQ+, personas con discapacidades, y otros grupos minoritarios. Publicar este directorio en el sitio web del CB y en materiales promocionales para facilitar el acceso a los organizadores de eventos.
		08. Fomentar la inclusión y diversidad en toda la cadena de valor, asegurando que todos los proveedores y socios adopten prácticas inclusivas.
	FOMENTO DE LA INCLUSIÓN LABORAL	09. Priorizar y apoyar la contratación de proveedores que sean empresas de propiedad diversa, incluyendo minorías, mujeres, y personas con discapacidades.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
IMPACTO	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	01. Avanzar hacia modelos de gobernanza público-privados, que permitan ofrecer un mejor servicio a organizadores y asistentes, logrando que los eventos generen un legado duradero en el destino.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	02. Crear marco de colaboración con grandes organizadores profesionales de congresos (OPCs) para identificar congresos que sean reconocidos por el importante legado que dejan en los destinos donde se desarrollan. 03. Crear marco de colaboración y coordinación con asociaciones y sociedades médicas, científicas, educativas y empresariales, para identificar formas de incrementar el legado de las reuniones.
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	04. Desarrollar reuniones periódicas con asociaciones civiles y de vecinos para buscar fórmulas de generar legado en barrios deprimidos de la ciudad.
	MARCO PARA INCREMENTAR EL LEGADO	05. Integrar el legado como factor importante a la hora de captar y apoyar la celebración de reuniones y eventos. Apoyo extra a eventos que aporten más valor y dejen mayor legado.

	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
TRANSVERSALES	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	01. Buscar partners y colaboradores que nos puedan ayudar en nuestra misión para mejorar la sostenibilidad en toda la cadena de valor.
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	02. Crear una campaña de comunicación/sensibilización a toda la cadena de valor MICE local, para darle a conocer el compromiso adquirido con la sostenibilidad y legado en el sector MICE. 03. Desarrollar sesiones informativas sectoriales a los socios del Convention Bureau /empresas locales, sobre la estrategia de sostenibilidad.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	04. Definir una serie de indicadores de seguimiento (KPIs) que permitan analizar si se cumplen los objetivos de sostenibilidad definidos en el destino.
	TRANSPARENCIA	05. Divulgar de forma regular datos y resultados relativos a la estrategia de sostenibilidad del CB y los avances en la consecución de los objetivos planteados.
	PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO	06. Establecer colaboraciones con instituciones educativas locales para desarrollar programas de formación específicos para la industria MICE.
	DESARROLLO DE LA IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE	07. Incorporar contenidos sobre el plan de sostenibilidad en todas las acciones promocionales desarrolladas por el CB. 08. Poner en marcha un plan de digitalización de materiales promocionales y documentación interna.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	09. Involucrar a los diferentes stakeholders y a toda la cadena de valor en la definición del desarrollo sostenible del turismo MICE en el territorio. 10. Realizar estudio para analizar la situación de la sostenibilidad en toda la cadena de valor.
	DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS	11. Producir elementos gráficos y audiovisuales que permitan transmitir al sector el compromiso con la sostenibilidad y el cumplimiento de objetivos.
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	12. Realizar encuestas y estudios de opinión para entender mejor las expectativas y preocupaciones de los stakeholders locales.
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	13. Enviar boletines electrónicos con actualizaciones sobre las iniciativas sostenibles del Convention Bureau implementadas en el destino.
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	14. Implementar programas de alfabetización digital para capacitar a todos los involucrados en la industria de eventos en el uso básico y avanzado de tecnologías digitales.

Para finalizar se indica que se procederá al envío de un documento resumen con todo lo que se ha visto en la sesión y de cara a la próxima reunión virtual, el Convention Bureau deberá seleccionar las acciones que les gustaría llevar a cabo para personalizar su estrategia y empezarlas a desarrollar en una hoja de ruta durante la segunda sesión presencial.

2ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	21 de Octubre 2024
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	14:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Palacio de la Magdalena.
ASISTENTES	<p>Destino – Santander:</p> <ul style="list-style-type: none"> Carmen Sampedro Cordero, directora Santander Convention Bureau. Sira Trueba, Responsable de Comercialización, Santander Convention Bureau. Henar Gallego Manzanares, Asesora Comunicación. <p>FEMP:</p> <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo. <p>BRAINTRUST:</p> <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora de Negocio.

Objetivo de la sesión:

- Elaborar un Project Plan para definir las bases para de un plan de comunicación que desarrolle el ámbito de la actualización y gestión interna y la comunicación externa.
- Acción/experiencia a desarrollar en el destino: definir las bases para de un plan de comunicación que desarrolle el ámbito de la actualización y gestión interna y la comunicación externa.

Previo a esta reunión se les facilitó un pre-work para tratar en la misma sesión, quedando definida con los siguientes puntos:

PREWORK (REFLEXIONES PREVIAS)

1. Reflexión de los canales de comunicación actuales:

a. Eficacia de los canales de comunicación existentes: Evaluar el uso actual de los canales actuales (web, redes sociales, boletines, medios especializados).

2. Reflexionar sobre qué aspectos del plan de comunicación externo podrían necesitar más énfasis o ajustes.

ACCIÓN: DESARROLLO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL SANTANDER CONVENTION BUREAU

1. Introducción.

- Bienvenida e introducción de los participantes.
- Objetivos del encuentro.

2. Reflexión.

- Acción1: MEJORA DE LA GESTIÓN INTERNA DE LA INFORMACIÓN RELATIVA A SOSTENIBILIDAD & LEGADO.
- Acción2: MEJORA PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNO SANTANDER CB EN MATERIA SOSTENIBILIDAD & LEGADO.

3. Definición del Plan de Comunicación.

- Revisión y optimización de los canales de comunicación.
- Creación de branded content.
- Uso de catálogos de proveedores y servicios sostenibles.
- Capacitación y sensibilización del sector local.

4. Plan de Acción y Tareas: Pasos clave para la creación del plan.

- Definición de los hitos del plan de comunicación.
- Asignación de responsabilidades.
- Medición del impacto y seguimiento.

5. Conclusión y Próximos Pasos.

RESULTADOS DE LA SESIÓN

REFLEXIÓN INICIAL

Durante esta primera parte y atendiendo a la participación de los asistentes, así como lo trabajado en el documento del pre-work enviado previamente, se plantean una serie de cuestiones que ayudan a determinar las claves para el desarrollo de la colaboración.

1. Mejora interna de los registros y documentación, integrando la sostenibilidad y el legado en el enfoque de los documentos. (EN RELACIÓN CON LA LÍNEA DE ACCIÓN 1)

- **Integración de sostenibilidad y legado:**
 - Es prioritario introducir estas variables desde las primeras fases de la comercialización y planificación de eventos.
 - Los registros internos actuales (calendario de eventos, base de datos de contactos, y prestación de servicios) están fragmentados en diferentes herramientas (principalmente Excel).
 - Se plantea desde el Santander Convention Bureau añadir al Excel actual de registros de eventos una columna más donde se incluyan las acciones de sostenibilidad que se vayan a realizar, al igual que existe actualmente una relacionada con el legado. En este sentido se plantea realizarlo de la siguiente manera:
 - Comenzar a recopilar las actuaciones de sostenibilidad que les sean referidas por los organizadores. Se indica en este punto que sean recogidas inicialmente a modo cualitativo sin categorizar, de manera que se empiece por lo general y posteriormente categorizar las respuestas para su análisis.
 - Esto permitirá comenzar a implementar este registro de manera inmediata y no depender de realizar un ejercicio previo de categorización para preguntar a los organizadores sobre sus acciones relacionadas con la sostenibilidad en sus eventos.

- **Necesidad de un CRM a medida:**

- Un sistema unificado permitiría centralizar y estructurar los datos, pero dado que actualmente no se cuenta con él, es clave empezara a incluir la sostenibilidad en todas las BBDD con las que se cuenta.

- **Documentos de colaboración:**

- Los organizadores de eventos actualmente rellenan un documento para concretar colaboraciones. Este documento incluiría apartados específicos para evaluar el impacto positivo y sostenibilidad de cada evento.

2. Plan de Comunicación Externo (EN RELACIÓN CON LA LÍNEA DE ACCIÓN 2)

A nivel de comunicación externa el Santander Convention Bureau cuenta con los siguientes canales:

- **Web y Redes Sociales:**

- Uso de la web como matriz de contenido para redes sociales.
- Redes sociales activas: LinkedIn (más efectiva), Instagram y Twitter.

- **Newsletter Trimestral:**

- Dirigida exclusivamente al sector local.
- Contenido: actividades realizadas, normativa relevante y temas como sostenibilidad y legado.

- **Branded Content:**

- Inversión en espacios publicitarios y editoriales en plataformas como Eventoplus y Meeting.

- **Segmentación de Clientes:**

- Clientes internos (locales): principalmente enfocados en promoción y formación.
- Clientes externos: organizadores de eventos en general.

- **Trazabilidad y Análisis:**

- Uso limitado de Google Analytics para rastreo básico en la web.

- En cuanto a los **Procesos de Mejora** se detecta lo siguiente:
 - Optimización de la web en marcha, con un enfoque especial en sostenibilidad y legado.
 - Identificación de la necesidad de desarrollar un mensaje más claro y atractivo sobre estos temas.
- **Público objetivo para el desarrollo de la comunicación:**
 1. **Organizadores de eventos:** Aquellos interesados en realizar eventos en Santander que quieran proyectar un compromiso sostenible y dejar un impacto positivo en el destino.
 2. **Sector empresarial e institucional local:** Proveedores, asociaciones y empresas locales que deben entender la importancia y ventajas de trabajar bajo estándares sostenibles.
 3. **Medios de comunicación:** Especializados y generalistas, necesarios para dar visibilidad al trabajo del Santander CB y atraer más eventos alineados con esta estrategia.
- **En cuanto al mensaje estratégico:**
 - Es clave crear un mensaje único que integre sostenibilidad y legado, pero adaptado a cada público.
 - Este mensaje debe ser claro, impactante y persuasivo para animar a los organizadores a comprometerse con estas prácticas.
- **Visibilidad:**
 - La sostenibilidad y el legado deben integrarse en todas las comunicaciones del Santander CB (web, boletines, branded content) para maximizar su impacto.

Resumen de la fase de reflexión

Elementos principales reflexionados:

Mejora Interna de Registros y Documentación (Línea de Acción 1):

- **Integración de sostenibilidad y legado:**
 - Es fundamental incluir estas variables en las fases iniciales de comercialización y planificación de eventos.
 - Como medida inmediata, se propone añadir una columna en el Excel actual para registrar de forma cualitativa las acciones de sostenibilidad reportadas por los organizadores, dejando la categorización para etapas posteriores.
- **Necesidad de un CRM:**
 - Aunque se reconoce la importancia de un sistema centralizado, se resalta la urgencia de incluir sostenibilidad en las bases de datos existentes para una gestión eficiente.
- **Documentos de colaboración:**
 - Incluir apartados específicos sobre impacto positivo y sostenibilidad en los formularios actuales permitirá obtener información valiosa directamente de los organizadores.

Plan de Comunicación Externo (Línea de Acción 2):

- **Canales de comunicación actuales:**
 - Aprovechamiento de la web y redes sociales (LinkedIn como la más efectiva), junto con campañas de branded content y una newsletter trimestral dirigida al sector local, para informar sobre actividades, normativa, y temas como sostenibilidad y legado.
 - Es necesario integrar la sostenibilidad y el legado en todos los canales de comunicación del Santander Convention Bureau (web, boletines, branded content) para maximizar el impacto.
- **En cuanto al mensaje** es clave desarrollar un modelo de comunicación teniendo en cuenta la segmentación del público objetivo con un mensaje único, claro y persuasivo, adaptado a cada segmento

RESULTADO DE LA DEFINICIÓN DEL CANVAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS (PROJECT MANAGEMENT CANVAS)

1. Objetivo General

- Definir y mejorar tanto el proceso de gestión de información interna, como la comunicación externa en materia de sostenibilidad y legado, para integrar sus valores en la estrategia y operativa diaria del Santander Convention Bureau y el conjunto MICE del Destino Santander.
 - a. **Objetivo línea de acción 1:** Introducir y actualizar en la documentación de registros internos los conceptos de sostenibilidad y legado, integrando dichos conceptos desde las fases iniciales de comercialización, planificación, coordinación, etc.
 - b. **Objetivo línea de acción 2:** Definir y actualizar un mensaje claro adaptado a diferentes públicos (organizadores, sector local e institucional) que promueva la sostenibilidad y el legado como valores esenciales del destino. Este mensaje debe incentivar el compromiso de los actores, integrarse en todas las comunicaciones y permitir medir su impacto de forma efectiva. El mensaje debe hacerse llegar a través de los diferentes canales/soportes de comunicación.

2. Alcance

- Lograr que la sostenibilidad sea un objetivo principal en la gestión de eventos, asegurando que estos dejen un legado positivo.
- Impactar de manera efectiva a organizadores, sector empresarial e institucional local, medios de comunicación y, potencialmente, al público general, reforzando así la proyección de Santander como destino sostenible.

3. Resultado

- El resultado esperado es la integración proactiva en todo el proceso de comunicación tanto interna (con los documentos e información actualizada), como externa del Santander Convention Bureau, a nivel del sector local (proveedores), como con los organizadores, teniendo en cuenta los diversos canales/soportes de comunicación disponible.

4. Indicadores de Éxito

- Número de eventos que reportan acciones concretas relacionadas con legado y sostenibilidad mediante cuestionarios post-evento.

- Menciones en medios especializados y generalistas como ejemplo de buenas prácticas en sostenibilidad y legado.
- Aumento en el número de proveedores locales que adoptan estándares de sostenibilidad.
- Número de solicitudes recibidas relacionadas con prácticas sostenibles o interés en colaborar en proyectos de legado.
- Establecimiento de canales de comunicación recurrentes con el sector empresarial e institucional local.
- Incremento en la suscripción y participación en la newsletter.
- Número de medios de comunicación que replican o amplifican los mensajes del Santander CB relacionados con sostenibilidad y legado.
- Nivel de interés generado por la actualización de los mensajes en los diferentes canales (web, redes sociales, boletines...).

5. Stakeholders (Partes Interesadas)

- Alcaldía & Concejalía Turismo Ayuntamiento de Santander.
- CANTUR: Sociedad Regional Cántabra de Promoción Turística – Cantabria.
- Santander Destino.
- Cliente-OPC-Organizadores Profesionales de Congresos.
- Cliente-Prescriptores & Sector local.
- Gestores sedes MICE (públicas & privadas).
- Proveedores MICE Santander Convention Bureau.
- Spain Convention Bureau.
- Dirección del Plan Sostenibilidad Turística de Santander.
- Empresa adjudicataria comunicación-gestión web & RRSS Santander Convention Bureau.
- Instituciones locales.
- Asociaciones.
- Medios especializados MICE.

6. Beneficiarios

- Los beneficiarios para esta acción, son los mismos que los stakeholders ya que se benefician de los resultados.
- Ciudadanía.

7. Equipo

- Carmen.
- Sira.
- María.
- Empresa de comunicación externa.

8. Recursos

- Es necesario recursos humanos, contratar gente para largo plazo.
- María como responsable del PSTD y apoyo.

9. Hitos

- Desarrollo de los diferentes canales de soporte.
- Creación del Branded content.
- Reuniones de trabajo, acciones de sensibilización/capacitación.

10. Riesgos

- Falta de recursos humanos para poder llevar a cabo esta acción.
- Falta de compromiso del sector local.
- Falta de sensibilización a la hora de compartir datos objetivos para poder analizar.

11. Tareas

Se trabajan en este punto el desglose de tareas relacionadas con cada una de las acciones indicadas.

- Acción 1: MEJORA DE LA GESTIÓN INTERNA DE LA INFORMACIÓN RELATIVA A SOSTENIBILIDAD&LEGADO

Título de actuaciones/tareas	Descripción
1. Revisión registros internos.	Revisión de: calendario anual de eventos, prestación servicio, base de datos de contactos, estadísticas, indicadores de datos anuales, etc. para integrar campos de sostenibilidad que permitan planificación, gestión y feed-back de organizadores-promotores en materia de sostenibilidad y legado, desde primeros contactos a seguimiento durante y post evento.
2. Identificar proveedores y recursos potenciales sostenibles y los que ya están trabajando en clave de sostenibilidad.	

- Acción 2: MEJORA PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNO SANTANDER CB EN MATERIA SOSTENIBILIDAD & LEGADO

Título de actuaciones/tareas	Descripción
1. Diseñar contenido para el Manual Técnico.	Redactar un apartado específico sobre sostenibilidad y legado, incluyendo buenas prácticas, normativa y ejemplos prácticos para organizadores.
2. Validar contenido del Manual Técnico.	Revisar el contenido con expertos en sostenibilidad MICE para garantizar su relevancia y aplicabilidad.
3. Desarrollar el submenú "Sostenibilidad & Legado".	Eliminar el apartado "Eventos Seguros" de la web e integrar un nuevo submenú con recursos descargables y contenido relevante sobre sostenibilidad y legado.
4. Revisar categorías de servicios en la web.	Actualizar la clasificación de proveedores para incluir etiquetas claras como "Km0", "Sostenibilidad Social" y "Sostenibilidad Ambiental".
5. Crear el plan de Branded Content.	Diseñar un plan de contenidos para mensajes periódicos en clave de sostenibilidad y legado, integrando buenas prácticas, eventos y proveedores destacados.
6. Generar contenidos promocionales ("píldoras").	Crear textos breves, infografías y videos que destaquen prácticas sostenibles y de legado para su uso en campañas, mailings y redes sociales.
7. Difundir contenido en boletines trimestrales.	Integrar contenido de sostenibilidad y legado en los boletines enviados al sector local, incluyendo ejemplos prácticos y actualizaciones.
8. Publicar en medios especializados.	Utilizar el branded content creado para campañas en medios MICE especializados, destacando buenas prácticas y posicionando al Santander CB como referente.
9. Organizar reuniones de sensibilización.	Reunirse con actores del sector MICE para sensibilizar sobre sostenibilidad y legado e identificar posibles colaboradores y proveedores destacados.
10. Coordinar con el Plan de Sostenibilidad Turística.	Alinear las acciones con las iniciativas del plan, como formación, certificaciones y distintivos ambientales, para reforzar los mensajes clave.

CONCLUSIONES

Como resultado de la sesión se plantean unas conclusiones que destacan la importancia de la integración, actualización de toda la documentación y canales de comunicación para informar sobre las acciones de sostenibilidad tanto a nivel interno como externo:

- **La sostenibilidad y el legado como pilares estratégicos del Santander Convention Bureau:** La integración de sostenibilidad y legado en todos los soportes de comunicación (manual técnico, web, boletines, branded content, etc.) refuerza el posicionamiento del Santander Convention Bureau como un referente en el sector MICE. Esta estrategia no solo sensibiliza a los actores clave, sino que también facilita la adopción de prácticas sostenibles en los eventos organizados en Santander, impulsando un impacto positivo duradero en el destino.

- **Necesidad de actualizar y diversificar los soportes de comunicación:**
La modernización de herramientas como el Manual Técnico y la web permite una comunicación más eficaz y adaptada a las demandas actuales del mercado. Incorporar un submenú dedicado a sostenibilidad y legado en la web y actualizar los catálogos de servicios y proveedores son pasos esenciales para garantizar que estos valores se integren desde la planificación hasta la ejecución de los eventos.
- **El branded content como herramienta de impacto transversal:**
Crear y difundir mensajes en clave de sostenibilidad y legado a través de branded content asegura una comunicación atractiva, coherente y multicanal. Esto posiciona al Santander CB en medios especializados y generalistas, reforzando su visibilidad como destino sostenible y competitivo en el ámbito MICE.
- **Importancia de la capacitación y sensibilización del ecosistema local:**
Las reuniones con proveedores y actores locales son fundamentales para fomentar la implicación del sector en la estrategia de sostenibilidad y legado. Estas acciones, junto con las iniciativas del Plan de Sostenibilidad Turística de Santander, garantizan una mayor alineación y compromiso del ecosistema local con los valores del CB.
- **Indicadores clave para medir el éxito y ajustar estrategias:**
La inclusión de métricas específicas, como el aumento de eventos sostenibles, el número de proveedores que adoptan estándares de sostenibilidad y las respuestas a los cuestionarios post-evento, permitirá evaluar el impacto real de las acciones realizadas. Esto asegura un seguimiento continuo y la capacidad de ajustar la estrategia en función de los resultados obtenidos.
- **Alineación con las tendencias del sector y las expectativas de los organizadores:**
La apuesta por la sostenibilidad y el legado responde a una tendencia creciente en el sector MICE, donde los organizadores buscan destinos que ofrezcan valor añadido y contribuyan a causas sociales y ambientales. El Santander Convention Bureau se posiciona como un actor clave al anticiparse a estas demandas, ofreciendo herramientas, formación y comunicación adaptada a estas expectativas.

Jornada de presentación y sensibilización en destino.

FICHA DE LA SESIÓN:

FECHA DE CELEBRACIÓN	13 febrero 2025
HORA DE COMIENZO	09:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:00 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Palacio de la Magdalena
ASISTENTES	22 asistentes
	<p>FEMP:</p> <ul style="list-style-type: none"> • María José Rodríguez. Subdirectora Área de Promoción Económica y Fondos Europeos. • Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo y secretaria técnica del SCB.
	<p>BRAINTRUST:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raquel Reyes, Project Manager. • Isabel San Juan, Consultora Senior.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL PROYECTO EXPERIENCIAS DE FEMP

DESDE LA RED DEL SPAIN CONVENTION BUREAU JUNTO CON EL AYUNTAMIENTO DE SANTANDER

Nos complace invitarle a la **presentación de resultados, jornada de formación y sensibilización del Proyecto Experiencias**, donde **Santander ha participado** como destino piloto en el desarrollo e implantación del Plan de Acción en Sostenibilidad y Legado MICE.

Durante la jornada les presentaremos los trabajos realizados en el destino y su repercusión para el sector.

PROGRAMA:

Apertura de puertas 9:00 h

Presentación de resultados.

- ◊ Bienvenida Institucional
- ◊ Mesa Redonda: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

⌚ **Horario: 09:15 – 10:20 h**

----- **Coffee Break: 10:30h – 11:00h** -----

Jornada de Formación y Sensibilización: "El camino hacia un MICE sostenible"

⌚ **Horario: 11:00 – 13:00 h**

Fin de la jornada: 13:00 h

📍 **Ubicación:** Palacio de la Magdalena

INSCRÍBETE AQUÍ

CONTENIDO DE LA SESIÓN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES:

Introducción

La ciudad de Santander acogió la tercera sesión de presentación de resultados y jornada de sensibilización del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE. Esta actuación cerró el ciclo de intervenciones en el destino, consolidando a Santander como referente dentro de la red de destinos piloto del proyecto, con una acción específica centrada en la elaboración de las bases de un *Plan de Comunicación* alineado con los valores del modelo MICE sostenible.

La sesión se celebró en el entorno emblemático del Palacio de la Magdalena, sede del Santander Convention Bureau, y contó con una destacada participación institucional, empresarial y técnica. El evento también fue documentado por el equipo audiovisual encargado del seguimiento del proyecto.

Desarrollo de la jornada

Bienvenida institucional

La jornada fue inaugurada por la alcaldesa de Santander, **Dña. Gema Igual**, en su calidad tanto de Alcaldesa como de Vicepresidenta de la FEMP. Durante su intervención, destacó el compromiso de la ciudad con los principios de sostenibilidad, y subrayó la necesidad de integrar esta dimensión como una prioridad estratégica en la planificación y promoción del turismo de reuniones. Le siguió una presentación de Marien Cava, Secretaria Técnica del Spain Convention Bureau, quien puso en valor la evolución del proyecto y el rol activo del destino desde la fase de diagnóstico.

Mesa redonda: “Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE”

Moderada por Marien Cava, la mesa tuvo un enfoque eminentemente técnico. Participaron:

- Carmen Sampedro, Directora del Santander Convention Bureau
- Sira Trueba, Técnica del Santander CB
- María Mato, Responsable del Plan de Sostenibilidad en Destino (Turismo de Santander)

Los temas abordados en los distintos bloques fueron:

- **Impacto y beneficios del proyecto:** Se señaló que la participación en el plan había permitido identificar carencias y oportunidades en el posicionamiento del destino. En

particular, se valoró la utilidad del enfoque metodológico del proyecto para crear un marco común entre los actores institucionales y el sector privado.

- **Aprendizajes del desarrollo del proyecto:** Destacaron la importancia de contar con herramientas que ayuden a estructurar un relato y una identidad de marca coherente con los valores de sostenibilidad, y a su vez, la necesidad de que estos valores se traduzcan en mensajes claros, tangibles y medibles.
- **Acción local priorizada:** Santander apuesta por la construcción de un *Plan de Comunicación MICE sostenible*, como instrumento vertebrador para visibilizar los avances, reforzar el compromiso del ecosistema local y alinear la narrativa del destino con los ODS. Esta iniciativa surge tras constatar que uno de los principales retos del sector es precisamente la falta de visibilidad y coherencia en la forma de comunicar las prácticas sostenibles que ya se están realizando.
- **Futuro del modelo:** Los ponentes coincidieron en que la sostenibilidad debe ser transversal, no un apéndice. En ese sentido, se remarcó la necesidad de mantener espacios de escucha activa y trabajo interdepartamental, con una hoja de ruta clara.

Jornada de sensibilización

Tras una pausa café de media hora, se llevó a cabo la sesión de sensibilización dirigida al ecosistema MICE del destino. Impartida por Raquel Reyes e Isabel San Juan (Braintrust), la jornada se estructuró en los siguientes bloques:

1. **Introducción participativa:** Se inició con una dinámica Mentimeter que permitió recoger percepciones iniciales sobre el papel del MICE en Santander y el concepto de sostenibilidad desde la óptica local.
2. **Contexto y marco conceptual:** Se presentaron los retos identificados en el diagnóstico nacional del sector, la matriz DAFO y la necesidad de avanzar hacia un modelo regenerativo. Se explicaron los conceptos de legado, impacto positivo y responsabilidad compartida.
3. **Planificación sostenible de eventos:** Se abordaron temas como contratación de servicios responsables, integración con el tejido social y económico local, movilidad sostenible y gestión eficiente de recursos.

4. Casos de buenas prácticas:

- A nivel internacional palacio de convenciones de Costa Rica.
- Caso local: intervención de **Fundación AMPROS Eventos**, que presentó su proyecto de inclusión social y sostenibilidad como ejemplo inspirador de colaboración entre empresa y territorio.
- También participaron las responsables del palacio de Congresos de Santander exponiendo su caso como Buenas Prácticas en sostenibilidad aplicada a una sede.

Dinámicas participativas (Mentimeter)

- **¿Qué aporta el MICE al destino?:** Las respuestas reflejaron que se percibe como un motor de dinamización económica, creación de empleo y atracción de talento. También se identificó su potencial transformador si se alinea con los valores de sostenibilidad.
- **Que podemos aportar desde nuestra posición al plan de sostenibilidad:**
 - Trabajo en equipo y contacto directo con los visitantes.
 - Fomento del transporte sostenible.
 - Compromiso con la gestión de residuos y trazabilidad como elemento de concienciación.
 - Propuesta de formación continua en sostenibilidad.
 - Comunicación y difusión de las acciones sostenibles realizadas.
 - Apoyo a la experiencia positiva del visitante y el valor del destino.
 - Facilitación de información y contacto con proveedores y asociaciones locales.
 - Compartir experiencias para mejorar colectivamente.
 - Creatividad, protocolo y experiencia en la organización de eventos sostenibles.
 - Inspiración para que la sostenibilidad se convierta en hábito diario.

Conclusiones

- Santander ha puesto de relieve que el reto no es solo implementar prácticas sostenibles, sino también **saber comunicarlas**, generar cultura compartida y construir un relato unificado que integre a todas las partes del ecosistema MICE. La apuesta por desarrollar un Plan de Comunicación específico representa un paso adelante clave para fortalecer el posicionamiento del destino como referente en turismo responsable.
- La jornada fue muy bien valorada por los asistentes y destacó por el alto nivel técnico de los contenidos, la conexión entre áreas municipales y el enfoque pragmático de las propuestas.

PARTICIPANTES EN LA MESA REDONDA:



The infographic features a header with logos for FEMP, Spain Convention Bureau, Santander Ciudad, Santander, and Santander Convention Bureau. Below this, the title 'MESA REDONDA: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"' is displayed. The layout is divided into two main sections: 'MODERA' and 'INTERVIENE'. The 'MODERA' section includes a portrait of Marien Cava, identified as the Technical Officer for Economic and Tourism Promotion at FEMP and the Technical Secretary of the SCB. The 'INTERVIENE' section includes two portraits: Carmen Sampedro Cordero, Director of the Santander Convention Bureau, and María Mato Vallecillo, responsible for the execution of the Plan for Sustainable Tourism in the Destination of Santander.

MESA REDONDA: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

MODERA

Marien Cava
Técnico de la Subdirección de Promoción
Económica y Turismo de la FEMP.
Secretaría técnica del SCB

INTERVIENE

Carmen Sampedro Cordero
Directora Santander Convention
Bureau

María Mato Vallecillo
Responsable de la ejecución del Plan de
Sostenibilidad turística en Destino de
Santander

RESULTADOS DE LAS REFLEXIONES DE LA SESIÓN DE SENSIBILIZACIÓN:


¿QUÉ PODEMOS APORTAR DESDE NUESTRA POSICIÓN AL PLAN DE SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO COMO ACTORES CLAVE Y NECESARIOS EN ESTE DESARROLLO?



Contacto directo con visitantes	Trabajar en equipo	Compromiso con residuos	Comunicación y difusión de lo que se hace en este sentido
Transporte sostenible.	la trazabilidad de los residuos para comunicarla a los asistentes y se sientan parte del proyecto sostenible de la ciudad	Experiencia positiva , valor del destino	Información y contacto con proveedores y asociaciones locales, al ente organizador

2 10

¿QUÉ PODEMOS APORTAR DESDE NUESTRA POSICIÓN AL PLAN DE SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO COMO ACTORES CLAVE Y NECESARIOS EN ESTE DESARROLLO?



Compartir experiencias para mejorar	Creatividad y experiencia, protocolo eventos sostenibles.	Experiencias sostenibles.	Difusión de la sostenibilidad
Mucha formación !!	Inspirador, una línea de trabajo para implementar que se convierta en hábitos diarios.		

2 10

DESARROLLO DEL TRABAJO REALIZADO EN SEGOVIA

1ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:



FECHA DE CELEBRACIÓN	3 Julio 2024
HORA DE COMIENZO	09:45 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:30 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Concejalía de Turismo.
ASISTENTES	Destino - Segovia: <ul style="list-style-type: none"> Iván Fernández. Responsable Segovia Convention Bureau.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Isabel San Juan, Consultora Senior.

Inicialmente se realizó una presentación más teórica para la comprensión de los siguientes puntos, vistos todos ellos previamente en este documento:

- Contexto y situación de la industria
- Presentación de la estrategia, visión y misión
- Metodología del autodiagnóstico

Posteriormente a estos puntos se procede a trabajar con el equipo asistente en la reunión siendo estos los resultados de esta:

REVISIÓN DEL AUTODIAGNOSTICO

Los resultados obtenidos de estas preguntas posicionaron a Segovia de la siguiente manera:

SOSTENIBILIDAD EN SUS TRES DIMENSIONES					IMPACTO
Grados de madurez	MEDIOAMBIENTAL	ECONÓMICA	SOCIAL		IMPACTO A MEDIO/LARGO
	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo e innovación constante en prácticas medioambientales. Este nivel se caracteriza por la adopción y promoción de soluciones avanzadas y creativas que no solo minimizan el impacto ambiental de las operaciones y eventos, sino que también buscan tener un impacto positivo en el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Cúspide en la gestión económica sostenible. Aquí, el CB no solo ha integrado completamente prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones, sino que también lidera con innovación, contribuyendo activamente al desarrollo económico a largo plazo de su comunidad y región. 	<ul style="list-style-type: none"> Excelencia en su impacto social, estableciéndose como un líder innovador y comprometido en la promoción del bienestar comunitario, la inclusión, y el desarrollo social sostenible. Este nivel se caracteriza por un enfoque integral y transformador hacia la responsabilidad social, integrando plenamente las consideraciones sociales en todas las operaciones y eventos. 		<ul style="list-style-type: none"> El CB no solo tiene establecidas políticas y objetivos claros para asegurar el impacto a medio/largo plazo de sus eventos, sino que también implementa un sistema de gestión activa y seguimiento para optimizar estos impactos. Este nivel refleja un enfoque maduro y sistemático, con mecanismos de evaluación y ajuste en marcha para garantizar que los esfuerzos se estén implementando y generen los beneficios esperados.
	<ul style="list-style-type: none"> Está en una etapa avanzada en cuanto a prácticas y políticas medioambientales. En este nivel, el CB no solo ha implementado una estrategia medioambiental sólida, sino que también gestiona y revisa activamente estas prácticas para asegurar su efectividad y buscar mejoras continuas. 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso maduro y proactivo con impactos económicos sostenibles, caracterizado por la implementación y la mejora continua de estrategias económicas responsables. 	<ul style="list-style-type: none"> Implementación efectiva y la mejora continua de estrategias sociales responsables y comprometidas. En este estado, el CB no solo ha establecido políticas y programas sólidos que benefician a la comunidad y fomentan la inclusión, sino que también monitorea, evalúa y refina estas iniciativas para maximizar su impacto positivo. 		<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de relaciones profundas y sostenidas con organizaciones comunitarias, escuchando activamente y respondiendo a las necesidades comunitarias a través de programas conjuntos.
	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha establecido y está implementando activamente políticas y prácticas ambientales estructuradas y coherentes. Este nivel indica que el CB ha integrado la sostenibilidad medioambiental en su estrategia operativa y en la organización de eventos, mostrando un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB integra prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones. Este nivel de madurez indica que el CB se preocupa por el impacto económico de los eventos a largo plazo en la comunidad y la región en la que opera. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha desarrollado y está aplicando de manera activa prácticas que tienen un enfoque específico en generar un impacto social positivo tanto en la comunidad local como en los participantes de eventos. Este enfoque no solo se refleja en la inclusión y la diversidad, sino también en contribuciones significativas a la comunidad local y el bienestar de los grupos involucrados. 		<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más estructurada hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a integrar la planificación de generación de impacto a medio/largo plazo en sus procesos, buscando colaboraciones con los organizadores y el ecosistema del destino.
	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en la economía local y regional a través de sus actividades y con una planificación económica que considera el impacto económico y apoya a los proveedores locales. Este reconocimiento se traduce en prácticas más deliberadas y estructuradas orientadas a generar un impacto económico sostenible y equitativo. 	<ul style="list-style-type: none"> El CB ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para asegurar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía no ha desarrollado una estrategia social cohesiva y a largo alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar. 		<ul style="list-style-type: none"> El CB adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el CB empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.
	<ul style="list-style-type: none"> Conciencia inicial de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los eventos MICE. En este nivel, el enfoque en el medio ambiente suele ser reactivo más que proactivo, con pocas políticas o prácticas establecidas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque primario en los costes, con una consideración reducida del impacto económico local. La conciencia sobre cómo sus operaciones y eventos impulsan o afectan la economía local es mínima o está en etapas muy tempranas de desarrollo. Las acciones emprendidas en este ámbito suelen ser reactivas, esporádicas y no forman parte de una estrategia económica sostenible bien definida. 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso básico con la inclusión y diversidad. Acciones sociales esporádicas. Enfoque emergente hacia las responsabilidades sociales y mayormente reactivo. La participación en iniciativas sociales puede ser esporádica, poco sistemática y no está integrada en la estrategia general del CB. A menudo, estas acciones son impulsadas por oportunidades ad-hoc o requerimientos externos más que por un plan estratégico interno. 		<ul style="list-style-type: none"> El CB está comenzando a reconocer y a dar sus primeros pasos hacia la comprensión del concepto de impacto a largo plazo y su importancia. En este nivel, las acciones y estrategias están en sus fases iniciales, con esfuerzos dispersos y una falta de integración sistemática del concepto de impacto duradero en la planificación y ejecución de eventos.

A continuación, se detallan las diferentes conclusiones alcanzadas con respecto a su desempeño en cada una de las dimensiones abordadas:

MEDIOAMBIENTAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia medioambiental:

Enfoque más estructurado y consciente hacia la reducción de su impacto ambiental. Este cambio se caracteriza por la definición de las primeras políticas medioambientales, un compromiso activo con la sostenibilidad y la iniciación de prácticas que buscan una mejora continua.

- Políticas y estrategias orientadas a la sostenibilidad medioambiental:** Desde el Convention Bureau Segovia se **ha comenzado a reconocer la importancia de la sostenibilidad** y están tomando acciones iniciales, como la reducción del uso de papel y la promoción del reciclaje de manear interna, así como el fomento de esta reducción en los eventos desarrollados en destino.
- Fomento de la reducción de residuos:** se realizan campañas a los diferentes **proveedores** contándoles las iniciativas que se están llevando a cabo en el destino para que conozcan qué recursos tienen disponibles.
- Si bien **se han enviado recomendaciones a los organizadores y proveedores**, no se han realizado guías detalladas ni formaciones específicas.

- **Medición de la huella de carbono:** No se cuenta con ninguna herramienta de medición ni calculadora de Huella de carbono por lo que se está comenzando a explorar formas de evaluar y mejorar el desempeño en eficiencia energética de los eventos.
- **Acuerdos y colaboraciones:** Desde el Convention Bureau Segovia se cuenta con descuentos asociados para los participantes de eventos tanto con Renfe como con AVANZA, además se cuenta con un documento donde se recoge toda la información relevante y se envía a los organizadores.
- **Fomento del transporte sostenible:** A través del #SEGOVIAESTUSEDE se quiere fomentar el ir caminando a todos los sitios, sin embargo, uno de los hándicaps es que los hoteles con más habitaciones están en las afueras de la ciudad.
- **En relación con la alimentación solo cuentan con un restaurante en la ciudad que tiene la “S de Sostenibilidad Turística”.** Se plantea la reflexión de ¿qué es exactamente un catering sostenible más allá de que sean productos de proximidad?
- **Están terminando de renovar la web y en ella se colgarán todos los documentos relevantes** para que tengan acceso, de una manera sencilla, todo el ecosistema MICE de la ciudad.

ECONÓMICA

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia económica: El Convention Bureau empieza a reconocer y actuar sobre su capacidad para influir positivamente en la economía local y regional a través de sus actividades y con una planificación económica que considera el impacto económico y apoya a los proveedores locales y ha comenzado a integrar integra prácticas económicas sostenibles en su estrategia y operaciones.

- **Impulso de la economía local:** El fomento de la economía local es el ADN de cualquier Convention Bureau, es el objetivo principal por el que se trabaja, poner en valor el producto y los proveedores locales fomentando el empleo y la economía
- **Proveedores locales:** Desde el Convention Bureau Segovia se **promueve activamente la contratación de proveedores locales** a través de campañas puntuales, destacando siempre su importancia tanto para la economía local como para la generación de empleo en la ciudad.

- **Formación:** se **organizan talleres, seminarios y programas** formativos que ponen en valor la industria.
- **Apoyo y colaboración:** Se **apoyan a los organizadores** que contratan producto local aportando asistencia personalizada en cuando a las necesidades que plantean, así como promoviendo de manera proactiva las soluciones de servicios de producto local con el que se cuenta y se trabaja desde la ciudad.
- **No se financian ninguna parte de los congresos**, anteriormente se ofrecían visitas guiadas a los asistentes a los congresos, pero esto supuso un problema al bloquear el servicio de un numero amplio de guías para todos los congresistas, cuando finalmente la asistencia a la visita podría reducirse a la mitad.
- Debido a lo anteriormente indicado, **se ha optado por acreditaciones gratuitas para los congresistas**. que permita la entrada a museos y centros culturales que hay en la propia ciudad de Segovia.

SOCIAL

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia social: El Convention Bureau ha comenzado a tomar medidas más estructuradas para integrar consideraciones sociales en sus operaciones y eventos, aunque todavía está en las fases iniciales de implementar una estrategia social cohesiva y de amplio alcance. Este nivel de desarrollo indica una conciencia creciente sobre la importancia de contribuir positivamente al tejido social de la comunidad y de fomentar la inclusión, la equidad y el bienestar.

- **Desarrollo social:** Se **está comenzando a trabajar en la importancia de la sostenibilidad social**, realizando mesas de trabajo con asociaciones para ver cómo se puede empezar a colaborar con ellos, sin embargo, es complejo, ya que muchas de ellas todavía no ven que los eventos puedan servir como una fuente de ingresos o vía de contribuir a sus objetivos, sino que lo ven como algo que supone trabajo y no se materializa, por lo que se ha optado por enfocarlo trabajando de manera conjunta con la concejalía de servicios sociales que tiene una amplia trayectoria trabajando con las asociaciones o ONGs locales.

- **Inclusión y diversidad:** Con respecto a las iniciativas de inclusión y diversidad **se han puesto en contacto a los organizadores con grupos para fomentar el empleo, pero no es algo que se realice de manera sistemática.**
- Con la **fundación PERSONAS se ha trabajado en colaboración** y se han desarrollado material de merchandising.
- **Accesibilidad:** Si bien **hay un plan de accesibilidad en la ciudad**, no se sabe bien como medir el grado de accesibilidad, aunque si se cuenta con servicios en braille o se ha trabajado con la ONCE para temas de lengua de signos y facilitar este tipo de servicios si así se solicitan.
 - **Los venues más modernos son accesibles**, sin embargo, los que están en el centro de la ciudad al ser **edificios patrimoniales es más difícil** que sean 100% accesibles.

IMPACTO

Grado de madurez de la situación del Convention Bureau en materia de impacto a medio/largo plazo: El Convention Bureau adopta una actitud más proactiva hacia la creación de un impacto duradero de sus eventos. En este nivel, el Convention Bureau empieza a buscar maneras de integrar la generación de un impacto duradero, aunque todavía está en proceso de perfeccionar y sistematizar estas prácticas.

- Identificación de necesidades: Con respecto al conocimiento de las necesidades del destino **se han realizado mesas de trabajo con asociaciones** para saber cómo se les puede ayudar.
 - **Se realizan, aunque no de manera sistemática, consultas específicas** a diferentes actores.
 - Se ha comenzado a **realizar mesas de trabajo con la concejalía de servicios sociales**, pero no han remitido la información esperada. Se indica por parte del Convention Bureau Segovia les gustaría poder estructurar más proyectos de impacto o de legado, haciéndolo a través de servicios sociales, no llegando como elemento disruptor a las asociaciones, si no hacerlo de una manera más natural.

- **Transformación del destino:** Aunque se conocen y se está en contacto con proyectos que generan transformación en el destino, no es posible colaborar directamente.
 - **Si se está dando asesoramiento técnico a un proyecto importante** potenciado desde una empresa importante privada, el proyecto se llama la FARM entre Segovia y la Granja. A través de la compra de un campo de golf, un hotel que está en construcción, y otros dos hoteles, han abierto un venue en la granja... tienen un proyecto llevado por una familia y desde el Convention Bureau Segovia se está en constante contacto con ellos asesorándoles a nivel técnico (a qué ferias tienen que ir, por dónde se tienen que mover...).
 - **No existe una coordinación con el ecosistema en el desarrollo de acciones** que puedan generar transformación en el destino. Se espera que, a través de la mesa de turismo sostenible, que se está empezando a reunir, sea una vía donde poder exponer estas acciones.
- **Desde el destino no se trabaja el impacto a medio-largo plazo de una manera sistemática y organizada.** Lo que se ha hecho ha sido **más reactivo que proactivo.**

TRANSVERSALES:

Este bloque de preguntas cuenta con diferentes cuestiones que afecta de manera transversal a las 4 dimensiones que se muestran en el Maturity Model.

- **Formación:** La mayoría de **las formaciones que se han recibido** e información que se conoce sobre sostenibilidad ha sido **a través del Spain Convention Bureau.**
- **Transformación digital:** A nivel de digitalización interna fundamentalmente se usa **Excel como herramienta principal** por la falta de un CRM que facilite la automatización de los eventos del destino.
- **Medición de indicadores:** A nivel interno se miden temas básicos como la **gestión de residuos o el consumo de energía guiados por la Q** de Calidad Turística.
- **Comunicación y promoción del destino:** inicialmente **no se realizan comunicaciones específicas de sostenibilidad ni a nivel de resultados ni de acciones** más allá de temas puntuales.

- Se ha comenzado a incluir en la comunicación el concepto de sostenibilidad, pero no de manera sistemática y sin un enfoque de desarrollo de marca sostenible.
- Se han realizado alianzas con el objetivo de promocionar el destino con diversas organizaciones locales y entidades.

RECOMENDACIONES DE EXPERIENCIAS A DESARROLLAR

Una vez visto el posicionamiento del destino en el Maturity Model, en la herramienta de PowerBI se les mostró una serie de recomendaciones personalizadas acorde a las necesidades de cada Convention Bureau, a nivel medioambiental, económico, social, impacto y transversal.

MEDIOAMBIENTAL	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE	01. Analizar fórmulas para fomentar la donación de materiales sobrantes en los eventos a iniciativas sociales locales.
		02. Editar una guía de buenas prácticas con recomendaciones para una mejor gestión de residuos en diferentes segmentos de la cadena de valor (sedes de reuniones, hoteles, restaurantes y catering, etc.).
		03. Establecer acuerdos con empresas de gestión de residuos que garanticen la recolección y el tratamiento adecuado de los materiales reciclables y desechos orgánicos.
	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSPORTE SOSTENIBLE	04. Diseñar una guía de buenas prácticas con consejos para mejorar la eficiencia energética en toda la cadena de valor MICE del destino.
		05. Analizar junto con otros departamentos/concejalías de la ciudad, el impacto de los grandes eventos en el transporte del destino.
	FOMENTO DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES	06. Elaborar una guía de buenas prácticas en gestión sostenible de la alimentación en reuniones y eventos.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	07. Promover una auditoría energética del segmento MICE del destino para poder analizar el punto de partida y poder definir objetivos realistas.
	CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS	08. Incentivar a restaurantes y proveedores de catering a obtener certificaciones como Green Restaurant Association, que avalan sostenibles en la gestión alimentaria.
		09. Colaborar con entidades certificadoras para ofrecer programas de capacitación específicos para los actores del sector de eventos en el destino.
		10. Organizar talleres y seminarios para educar a proveedores y organizadores de sobre las diferentes certificaciones disponibles y los beneficios de obtenerlas.

ECONÓMICA	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	DESARROLLO Y TALENTO	01. Desarrollar talleres de trabajo a los socios del CB sobre estrategias de captación y retención de talento.
		02. Fomentar la creación de grupos de estudio y discusión sobre temas relevantes para la industria de eventos, promoviendo el aprendizaje colaborativo.
	PROGRAMAS DE APOYO LOCAL	03. Diseñar una guía de comercios de productos locales y artesanales en la ciudad. Dirigido a los asistentes a reuniones y eventos.
		04. Llevar a cabo campañas de concienciación dirigidas a la comunidad, organizadores y participantes de eventos sobre la importancia de apoyar negocios locales sostenibles.
	PROMOCIÓN DEL EMPLEO LOCAL	05. Publicar y promover historias de éxito de profesionales locales en la industria MICE, destacando sus trayectorias y logros para inspirar a otros.
		06. Realizar estudios de mercado y encuestas para identificar las necesidades de empleo en la industria MICE y desarrollar estrategias para satisfacer esas demandas.

SOCIAL	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	COLABORACIÓN EN PROYECTOS COMUNITARIOS	01. Colaborar con asociaciones, fundaciones y otros organismos locales que trabajen en áreas sociales y medioambientales, para definir actividades y experiencias solidarias que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos. 02. Difundir eventos solidarios que están pasando en la ciudad entre los asistentes a las reuniones y eventos (a través de puntos de información turística).
	COMUNICACIÓN INCLUSIVA	03. Crear y distribuir guías de estilo que incluyan el uso de lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los materiales de comunicación. 04. Desarrollar y aplicar políticas claras sobre comunicación inclusiva en todos los eventos, asegurando que todos los organizadores y proveedores cumplan con estos estándares.
	FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD	05. Crear y publicar una política de accesibilidad clara en la página web del CB y en todos los materiales relacionados con los eventos. 06. Se promocionan de manera puntual en las RRSS éxitos, entrevistasrelacionadas con la diversidad en los eventos.
	COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE DIVERSIDAD	07. Desarrollar un directorio que incluya organizaciones enfocadas en diversidad racial, de género, LGBTQ+, personas con discapacidades, y otros grupos minoritarios. Publicar este directorio en el sitio web del CB y en materiales promocionales para facilitar el acceso a los organizadores de eventos.
	FOMENTO DE LA INCLUSIÓN LABORAL	08. Fomentar la inclusión y diversidad en toda la cadena de valor, asegurando que todos los proveedores y socios adopten prácticas inclusivas. 09. Priorizar y apoyar la contratación de proveedores que sean empresas de propiedad diversa, incluyendo minorías, mujeres, y personas con discapacidades.

IMPACTO	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	01. Avanzar hacia modelos de gobernanza público-privados, que permitan ofrecer un mejor servicio a organizadores y asistentes, logrando que los eventos generen un legado duradero en el destino.
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	02. Crear marco de colaboración con grandes organizadores profesionales de congresos (OPCs) para identificar congresos que sean reconocidos por el importante legado que dejan en los destinos donde se desarrollan. 03. Crear marco de colaboración y coordinación con asociaciones y sociedades médicas, científicas, educativas y empresariales, para identificar formas de incrementar el legado de las reuniones.
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	04. Desarrollar reuniones periódicas con asociaciones civiles y de vecinos para buscar fórmulas de generar legado en barrios deprimidos de la ciudad.
	MARCO PARA INCREMENTAR EL LEGADO	05. Integrar el legado como factor importante a la hora de captar y apoyar la celebración de reuniones y eventos. Apoyo extra a eventos que aporten más valor y dejen mayor legado.

TRANSVERSALES	EXPERIENCIAS	RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN
	CREACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	01. Buscar partners y colaboradores que nos puedan ayudar en nuestra misión para mejorar la sostenibilidad en toda la cadena de valor. 02. Crear una campaña de comunicación/sensibilización a toda la cadena de valor MICE local, para darle a conocer el compromiso adquirido con la sostenibilidad y legado en el sector MICE. 03. Desarrollar sesiones informativas sectoriales a los socios del Convention Bureau /empresas locales, sobre la estrategia de sostenibilidad.
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	04. Definir una serie de indicadores de seguimiento (KPIs) que permitan analizar si se cumplen los objetivos de sostenibilidad definidos en el destino.
	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES	05. Divulgar de forma regular datos y resultados relativos a la estrategia de sostenibilidad del CB y los avances en la consecución de los objetivos planteados.
	TRANSPARENCIA	06. Establecer colaboraciones con instituciones educativas locales para desarrollar programas de formación específicos para la industria MICE.
	PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO	07. Incorporar contenidos sobre el plan de sostenibilidad en todas las acciones promocionales desarrolladas por el CB. 08. Poner en marcha un plan de digitalización de materiales promocionales y documentación interna.
	DESARROLLO DE LA IDENTIDAD DE MARCA SOSTENIBLE	09. Involucrar a los diferentes stakeholders y a toda la cadena de valor en la definición del desarrollo sostenible del turismo MICE en el territorio. 10. Realizar estudio para analizar la situación de la sostenibilidad en toda la cadena de valor.
	DISEÑAR ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	11. Producir elementos gráficos y audiovisuales que permitan transmitir al sector el compromiso con la sostenibilidad y el cumplimiento de objetivos.
	DIVULGACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS	12. Realizar encuestas y estudios de opinión para entender mejor las expectativas y preocupaciones de los stakeholders locales.
	INCLUSIÓN DE STAKEHOLDERS LOCALES	13. Enviar boletines electrónicos con actualizaciones sobre las iniciativas sostenibles del Convention Bureau implementadas en el destino.
	PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA COMUNIDAD	14. Implementar programas de alfabetización digital para capacitar a todos los involucrados en la industria de eventos en el uso básico y avanzado de tecnologías digitales.
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	

Para finalizar se indica que se procederá al envío de un documento resumen con todo lo que se ha visto en la sesión y de cara a la próxima reunión virtual, el Convention Bureau deberá seleccionar las acciones que les gustaría llevar a cabo para personalizar su estrategia y empezarlas a desarrollar en una hoja de ruta durante la segunda sesión presencial:

2ª sesión presencial:

Ficha de la sesión:

FECHA DE CELEBRACIÓN	11 de Octubre 2024
HORA DE COMIENZO	10:00 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	13:30 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	Concejalía de Turismo.
ASISTENTES	Destino - Segovia: <ul style="list-style-type: none"> Iván Fernández. Responsable Segovia Convention Bureau. Joaquín de Blas Bernardos, Psicólogo de la Concejalía de Servicios Sociales, Igualdad, Sanidad y Consumo, responsable de programas de infancia, salud, prevención de adicciones y responsable de la convocatoria anual de subvenciones para entidades del ámbito social y sanitario. Profesional especialista de apoyo a los equipos y compañeros de los Servicios Sociales Básicos. Israel Muñoz Rodríguez, Trabajador social de intervención comunitaria de Concejalía de Servicios Sociales, Igualdad, Sanidad y Consumo.
	FEMP: <ul style="list-style-type: none"> Marién Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo.
	BRAINTRUST: <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Isabel San Juan, Consultora Senior.

Objetivo de la sesión:

- Esta sesión se centró en la definición y desarrollo de un Project Plan con el objetivo de colaborar con asociaciones, fundaciones y otros organismos locales que trabajen en áreas sociales y medioambientales, para definir actividades y experiencias solidarias que puedan apoyar los organizadores de reuniones y eventos.
- Acción/experiencia a desarrollar en el destino: definir las bases para esa colaboración con las asociaciones y entidades locales

Previo a esta reunión se les facilitó un pre-work para tratar en la misma sesión, quedando definida con los siguientes puntos:

PREWORK (REFLEXIONES PREVIAS)

1. Identificación de actores clave en la ciudad.

- Recopilar un listado de asociaciones, fundaciones y organismos locales que trabajan en áreas sociales (inclusión laboral, educación, vulnerabilidad social) y medioambientales (sostenibilidad, protección de recursos naturales).
- Reflexionar sobre qué tipo de actividades y experiencias ya están siendo desarrolladas y podrían incluirse en el plan de acción.

ACCIÓN: COLABORAR CON ASOCIACIONES, FUNDACIONES Y OTROS ORGANISMOS LOCALES QUE TRABAJEN EN ÁREAS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES, PARA DEFINIR ACTIVIDADES Y EXPERIENCIAS SOLIDARIAS QUE PUEDAN APOYAR LOS ORGANIZADORES DE REUNIONES Y EVENTO

1. Introducción.

a. Objetivos del encuentro.

- Definir un plan de colaboración con asociaciones y fundaciones locales en áreas sociales y medioambientales.
- Incorporar a la concejalía de servicios sociales en el desarrollo del modelo para estructurar el trabajo con las asociaciones y definir qué tipo de iniciativas solidarias se desean promover.
- Establecer un marco de trabajo a largo plazo para la creación de acciones que incluyan inclusión laboral, RSC, experiencias de impacto y merchandising sostenible.

2. Reflexión sobre el PREWORK

3. Discusión y Definición del Concepto de la Guía.

a. Temas a tratar.

- Trabajo conjunto con la concejalía de servicios sociales.
- Colaboración con asociaciones locales.

4. Plan de Acción y Tareas.

5. Conclusión y Próximos Pasos.

RESULTADOS DE LA SESIÓN

REFLEXIÓN INICIAL:

Durante esta primera parte y atendiendo a la participación de los asistentes, así como lo trabajado en el documento del pre-work enviado previamente, se plantean una serie de cuestiones que ayudan a determinar las claves para el desarrollo de la colaboración con entidades.

1. Importancia del Legado Real y No Instrumentalizado

- Contexto y Reflexión General:** Durante la sesión, se subrayó la importancia de que el legado que dejen los eventos MICE en Segovia esté basado en las verdaderas necesidades de las organizaciones sociales locales. Se destacó que, en ocasiones, los eventos MICE pueden dar lugar a acciones de "social washing". Por ello, las iniciativas deben orientarse a resolver problemas reales y específicos, evitando acciones que utilicen a las organizaciones para mejorar la imagen del evento sin dejar un beneficio tangible.
- Se indicó que cualquier colaboración se fundamente en un beneficio social real y significativo. Esto incluye definir objetivos claros y comprobar que se responde a las necesidades reales de las entidades sociales locales.

2. Alineación con la Estrategia Social de Segovia

- Se comentó la importancia de que esta acción esté alineada con las prioridades sociales del Ayuntamiento de Segovia. La intención es consolidar un marco que facilite el apoyo

mutuo entre el CB, el sector MICE, y las entidades sociales de la ciudad, beneficiando tanto a los organizadores de eventos como a la comunidad local.

3. Propuesta de Inclusión Laboral a Través del MICE

- **Colaboración en Experiencias Pre-laborales:** Por parte del representante de los servicios sociales se expuso la posibilidad de que las personas con discapacidad o en riesgo de exclusión social puedan desempeñar roles pre-laborales en los eventos que se organicen en la ciudad. Estas experiencias pre-laborales permitirían a los participantes adquirir habilidades útiles en entornos de trabajo reales, generando así confianza en sus capacidades y mejorando su empleabilidad a largo plazo, siendo esta una de las necesidades clave que se tiene actualmente por parte de las entidades para el fomento de la inclusión laboral.
- **Adaptación de los Roles y Actividades:** Se sugirió que algunos eventos ofrezcan puestos de trabajo de corta duración, como azafatos o asistentes en mostradores, adaptados a las habilidades de estas personas. Esto permitiría que quienes están en programas de inclusión laboral ganen experiencia y se integren paulatinamente al mercado laboral, con el acompañamiento y supervisión de entidades especializadas como Fundación Personas, Down Segovia, entre otras.
- **Anticipación y Preparación de los Participantes:** Para garantizar el éxito, se acordó que sería necesario prever los eventos en los que se implementaría esta colaboración. Con esta planificación anticipada, las entidades sociales podrían preparar y capacitar a los participantes para que estén listos cuando surjan estas oportunidades de empleo temporal en eventos.

4. Identificación de Entidades del Tercer Sector y Necesidades Específicas

- Se presentó por parte de los asistentes del área de Servicios Sociales un **listado de organizaciones que podrían colaborar en el proyecto**, como Cruz Roja, Fundación Secretariado Gitano, Asociación de Autismo, Paladio Arte, y otras entidades con programas orientados a la inclusión social y el apoyo a personas en situación de vulnerabilidad. Estas organizaciones ya cuentan con programas específicos que podrían complementarse con oportunidades de trabajo o experiencias pre-laborales en el sector MICE.
- **Análisis de Necesidades y Servicios Ofrecidos:** Para que el proyecto responda realmente a las demandas de estas organizaciones, se planteó la importancia de

entender de manera detallada qué servicios específicos pueden ofrecer y cuáles son sus necesidades más apremiantes. Esto permitirá diseñar actividades y experiencias que sean beneficiosas para ambas partes, ajustadas tanto a las capacidades de los participantes como a las expectativas de los organizadores de eventos.

- **Posibilidades de Innovación y Creatividad:** Las entidades con capacidad de innovación, como Paladio Arte, que incluye programas de teatro para personas con discapacidad, ofrecen oportunidades adicionales para involucrarse en eventos de maneras creativas. Estos enfoques innovadores podrían fomentar la inclusión social de una forma más visible y atractiva, captando la atención del público y creando un impacto cultural.

5. Sigüientes Pasos para la Implementación del Proyecto

- **Presentación y Convocatoria a Reunión de Entidades Sociales:** El Convention Bureau se encargará de la preparación de una presentación formal del proyecto para las entidades del tercer sector, con el apoyo los Servicios Sociales del Ayuntamiento para identificar a los participantes clave. En esta reunión inicial, se explicarán los objetivos del proyecto, el papel del MICE en la creación de impacto social y las oportunidades de colaboración disponibles.
- **Mesa de Trabajo para Diseño de Servicios:** Como parte de la metodología, se organizará una mesa de trabajo con las entidades interesadas, donde se puedan diseñar los servicios y actividades más adecuados para cada tipo de evento. Esto ayudará a identificar qué tipo de colaboraciones resultan más viables y valiosas, además de prever los recursos y apoyos que podrían necesitar las entidades.

Resumen de la fase de reflexión

Durante la fase de reflexión de la sesión, los participantes propusieron ideas clave para la creación comenzar a establecer colaboraciones con las entidades locales de Segovia con el objetivo de desarrollar acciones principalmente en el ámbito de la inclusión laboral.

Los puntos principales fueron:

- **Impacto Real en la Comunidad Local:** Se destacó la importancia de crear colaboraciones que responda a las necesidades específicas de las organizaciones sociales locales, evitando el "social washing". Las actividades del sector MICE deben tener un impacto social auténtico en la ciudad.
- **Alineamiento con la estrategia social de la ciudad:** Es fundamental desarrollar una metodología alineada con la estrategia social de Segovia, que permita medir y presentar resultados tangibles en beneficio de la comunidad para 2025, consolidando un marco de colaboración entre el CB y las entidades sociales.
- **Propuesta de Inclusión Laboral a través del MICE:** La inclusión de personas con discapacidad o en riesgo de exclusión en roles pre-laborales en eventos MICE ofrece una oportunidad para mejorar su empleabilidad. Estos puestos permitirán a los participantes adquirir habilidades prácticas y aumentar su confianza en entornos reales de trabajo.
- **Conocer y Adaptarse a las Necesidades de las Entidades Locales:** Es esencial entender y priorizar las necesidades de cada entidad del tercer sector, diseñando actividades que verdaderamente generen valor para ellas y que se adapten a los recursos y capacidades de los organizadores de eventos.
- **Próximos Pasos y Colaboración:** Se definió la organización de una reunión de presentación para involucrar a las entidades sociales y mesas de trabajo posteriores, donde se concretarán roles, recursos y servicios necesarios, con un enfoque práctico y anticipado para ejecutar el proyecto en 2025.

RESULTADO DE LA DEFINICIÓN DEL CANVAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS (PROJECT MANAGEMENT CANVAS):

1. Objetivo

- **Principal:** Desarrollar un programa de experiencias pre-laborales en los eventos MICE realizados en Segovia, en colaboración con entidades del tercer sector. El programa permitirá que personas de colectivos vulnerables participen activamente en eventos, mejorando su preparación laboral y facilitando su integración en el mercado de trabajo.
- **Objetivo Secundario:** Crear un portafolio de necesidades específicas de las asociaciones del tercer sector para identificar oportunidades de impacto social en cada evento MICE. Este portafolio servirá como referencia para los organizadores que deseen contribuir al impacto social del destino a través de acciones alineadas con las necesidades locales.

2. Alcance

- Evento
- Entidades sociales
- Organizadores
- Ciudadanía

3. Resultado

Conseguir que las personas que participen en estas experiencias pre-laborales logren una mejor preparación para el empleo, desarrollen confianza en sus capacidades y, en muchos casos, puedan acceder a empleos fijos gracias a la experiencia adquirida en los eventos MICE.

4. Indicadores de Éxito

- **Empleabilidad:** Número de personas contratadas como resultado de su participación en el programa.
- **Impacto en Eventos:** Proporción de eventos que incorporan participantes del programa en puestos de trabajo pre-laborales, estableciendo un porcentaje mínimo de inclusión para evaluar el alcance

5. Stakeholders (Partes Interesadas)

- **Internos:** representantes de la Concejalía de Servicios Sociales, así como personal de turismo, comunicación, y marketing del CB.

- **Externos:** Las organizaciones del tercer sector, empresarios y organizadores de eventos MICE en Segovia.

6. Beneficiarios

- **Directos:** Las organizaciones del tercer sector y sus beneficiarios, que accederán a oportunidades de inclusión laboral y visibilidad.
- **Indirectos:** Empresas locales y organizadores de eventos que recibirán personal capacitado, el Ayuntamiento y el CB por el impacto positivo en la comunidad, y el sector MICE en su conjunto por la mejora de su imagen y compromiso social.

7. Equipo

- **Servicios Sociales:** Cumplirán el rol de intermediarios entre el CB y las asociaciones, orientando el proyecto según las necesidades locales y asegurando el compromiso de las entidades.
- **Convention Bureau (CB):** Liderará la implementación con apoyo de los equipos de turismo, comunicación y marketing, facilitando la logística y los recursos necesarios para el proyecto.

8. Recursos

- **Financieros:** Presupuesto para uniformes y materiales de trabajo. Se considera la posibilidad de recibir donaciones de empresas locales o patrocinadores para reducir costos.
- **Formación y Capacitación:** Las ONG podrían encargarse de proporcionar materiales de formación específicos para cada actividad. También se brindará apoyo a las ONG para comunicar y contextualizar el alcance del proyecto.

9. Riesgos

- **Desafíos de Coordinación:** Integrar el trabajo de empresas privadas con iniciativas del tercer sector puede ser complejo y requerirá coordinación para evitar conflictos.
- **Conflictos entre Organizaciones:** Podrían surgir disputas si varias asociaciones ofrecen servicios similares. Será necesario establecer un protocolo de selección y rotación para evitar conflictos y garantizar una distribución equitativa de oportunidades entre las organizaciones.

10. Hitos y Tareas

- 1- Fase previa:
 - a. Revisión de resultados sesión de trabajo con SCB y BRAINTRUST.
 - b. Calendario tentativo a partir de otoño 2025.
 - c. Análisis de puestos y servicios comúnmente requeridos por los organizadores.
 - d. Evaluación interna del estado del proyecto y objetivos a alcanzar
- 2- Reunión de toma de contacto con las entidades del tercer sector.
 - a. Definir política de comunicación con las entidades, interlocutor, etc.
 - b. Preparar el material para exponer el proyecto.
 - c. Convocar a estas entidades a una reunión
 - i. Reservar fecha, lugar, etc.
 - ii. Tener en cuenta quién tiene que estar presente (concejala...)
 - d. Celebración de la reunión
 - e. Levantar acta de la reunión y hacer un informe de resultados de la reunión.
- 3- Análisis específico de las entidades que quieran colaborar. De lo que necesitan y de lo que pueden ofrecer.
 - a. Búsqueda y análisis de documentación disponible
 - b. Reunión con cada una de ellas para entender su actividad y lo que necesitan
- 4- Crear servicios que les vamos a proponer que ofrezcan.
 - a. Mesa de trabajo con las entidades colaboradores para el desarrollo y diseño de los servicios más acordes. (tener en cuenta que hay que tener una salida para los que no sepan o si todos es lo mismo).
 - b. Analizar servicios y puestos que han salido en esa mesa de trabajo.
 - c. Comunicar resultados de la mesa de trabajo a las asociaciones.
- 5- Formaciones
 - a. Preparar el material MICE para las formaciones (si es necesario que haya un material común que conozcan).
 - b. Hacer calendario de formaciones (que tengan lugar antes de otoño).
 - c. ¿Piloto?
- 6- Ejecución del proyecto en los eventos
 - a. Evaluación: diseñar una encuesta, comunicar la encuesta al finalizar el evento, analizar resultados de la encuesta.

Se queda por tanto las siguientes tareas con su descripción para el desarrollo y el comienzo de la colaboración con las entidades sociales de la ciudad de Segovia.

Título de la tarea	Descripción
1. Fase Previa	
a. Resultados de la sesión de trabajo con SCB y Braintrust	Revisar los acuerdos y conclusiones de la sesión inicial para definir el enfoque y objetivos.
b. Calendario tentativo a partir de otoño 2025	Establecer un calendario preliminar para la implementación del proyecto en función de los eventos previstos.
c. Análisis de puestos y servicios comunes	Identificar los roles y servicios que suelen solicitar los organizadores para alinearlos con las capacidades de las entidades locales.
d. Evaluación interna del estado del proyecto y objetivos	Realizar una evaluación del proyecto y ajustar los objetivos iniciales según las necesidades detectadas.
2. Reunión de toma de contacto con las entidades del tercer sector	
a. Definir política de comunicación	Establecer cómo se comunicará el proyecto con las entidades y designar un interlocutor principal.
b. Preparar el material para exponer el proyecto	Crear presentaciones y documentación que expliquen el propósito y beneficios del proyecto.
c. Convocar a estas entidades a una reunión	Enviar invitaciones y coordinar detalles logísticos.
i. Reservar fecha, lugar, etc.	Confirmar la disponibilidad del espacio y la fecha de la reunión.
ii. Definir asistentes clave	Identificar y coordinar la participación de actores esenciales (como la concejala).
d. Celebración de la reunión	Llevar a cabo la reunión inicial de presentación y diálogo con las entidades.
e. Levantar acta y hacer informe de resultados	Documentar los acuerdos y resultados para referencia y seguimiento.
3. Análisis específico de las entidades interesadas	
a. Búsqueda y análisis de documentación	Recopilar información sobre las entidades que quieran participar en el proyecto.
b. Reunión con cada entidad	Dialogar con cada entidad para conocer sus necesidades, capacidades y expectativas.
4. Diseño de servicios	
a. Mesa de trabajo para el diseño de servicios	Realizar sesiones de trabajo conjunto para desarrollar servicios que se ajusten a las capacidades de las entidades.
b. Analizar servicios y puestos	Revisar los servicios propuestos para identificar aquellos con mayor viabilidad.
c. Comunicar resultados a las asociaciones	Informar a las entidades sobre los servicios y roles definidos tras la mesa de trabajo.
5. Formaciones	
a. Preparar material MICE para formaciones	Crear materiales educativos que estandaricen el conocimiento necesario sobre el sector MICE.
b. Hacer calendario de formaciones	Establecer fechas y horarios de las formaciones necesarias antes del otoño.
c. Piloto	Implementar una prueba piloto para evaluar la efectividad de las formaciones y servicios diseñados.
6. Ejecución del proyecto en los eventos	
a. Evaluación del proyecto	Desarrollar y aplicar encuestas para evaluar el impacto del proyecto en cada evento y realizar un análisis de resultados.

CONCLUSIONES

A continuación, se muestran las conclusiones de las principales reflexiones mantenidas durante toda la sesión:

1. **Impacto Social Real y Efectivo en Segovia:** La acción se orienta hacia la creación de un impacto positivo en Segovia a través de los eventos MICE, asegurando que el impacto en la comunidad responda a necesidades reales de las organizaciones sociales locales y evitando prácticas de "social washing". Esta iniciativa permitirá a las entidades sociales ser verdaderas protagonistas en la construcción de un cambio positivo y duradero en la ciudad.
2. **Establecimiento de una Metodología Clara y Planificación Estratégica para 2025:** La implementación de una metodología bien definida es clave para garantizar la sostenibilidad del proyecto y su alineación con los objetivos sociales de Segovia. El establecimiento de un calendario preliminar, junto con indicadores claros de éxito, permitirá la planificación anticipada y la presentación de resultados tangibles en 2025. Esto también facilitará la integración del sector MICE en la estrategia social y económica de la ciudad.
3. **Promoción de la Inclusión Laboral y la Mejora de la Empleabilidad:** La colaboración con las entidades del tercer sector permitirá ofrecer experiencias pre-laborales a personas en riesgo de exclusión o con discapacidad, facilitando su inserción laboral y potenciando su empleabilidad. La inclusión de estos colectivos en los eventos MICE es una oportunidad para que adquieran habilidades y confianza en entornos de trabajo reales, apoyando a su vez el compromiso social del sector.
4. **Participación Activa de Stakeholders y Beneficiarios:** La implicación activa de los stakeholders –incluyendo al CB, concejalía de Servicios Sociales, y entidades del tercer sector– será fundamental para el éxito del proyecto. Su colaboración permitirá una comunicación fluida y una implementación eficaz, maximizando el beneficio para los diferentes actores involucrados, desde las personas beneficiarias de las asociaciones hasta el sector MICE.
5. **Definición de Roles, Recursos y Riesgos:** La clara definición de roles y recursos, junto con la identificación de posibles riesgos, permitirá una ejecución organizada y eficaz del proyecto.

6. **Ejecución y Evaluación Continua del Proyecto:** La fase de ejecución incluirá un proceso de evaluación detallado, basado en encuestas y análisis de resultados, que permitirá medir el impacto del proyecto y realizar ajustes según los datos obtenidos. Esta evaluación será fundamental para asegurar que el proyecto cumpla sus objetivos de inclusión laboral, mejora de empleabilidad y generación de impacto positivo en la comunidad.

Jornada de presentación y sensibilización en destino.

FICHA DE LA SESIÓN:

FECHA DE CELEBRACIÓN	27 febrero 2025
HORA DE COMIENZO	10:45 horas
HORA DE FINALIZACIÓN	14:30 horas
LUGAR DE LA REUNIÓN	CIDE
ASISTENTES	58 asistentes
	<p>FEMP:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cristina Montalvá Medina, Directora general de igualdad y políticas locales de la FEMP. Marien Cava, Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo. <p>BRAINTRUST:</p> <ul style="list-style-type: none"> Raquel Reyes, Project Manager. Lucía Ortega, Consultora Senior.







PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL PROYECTO EXPERIENCIAS DE LA FEMP

DESDE LA RED DEL SPAIN CONVENTION BUREAU JUNTO CON EL AYUNTAMIENTO DE SEGOVIA

Nos complace invitarle a la **presentación de resultados, jornada de formación y sensibilización del Proyecto Experiencias**, donde **Segovia ha participado** como destino piloto en el desarrollo e implantación del Plan de Acción en Sostenibilidad y Legado MICE.

Durante la jornada les presentaremos los trabajos realizados en el destino y su repercusión para el sector.

PROGRAMA:

Fecha: 27 de febrero.

Apertura de puertas 10:45 h

Presentación de resultados.

- ◆ Bienvenida Institucional
- ◆ Mesa Redonda: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

🕒 **Horario:** 11:00 – 12:00 h

----- **Coffee Break:** 12:00h – 12:30h -----

Jornada de Formación y Sensibilización: "El camino hacia un MICE sostenible"

🕒 **Horario:** 12:30 – 14:30 h

Fin de la jornada: 14:30 h

INSCRÍBETE AQUÍ

▶





CONTENIDO DE LA SESIÓN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES:

Introducción

Segovia acogió la tercera sesión de presentación y sensibilización del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE con una de las participaciones más amplias de todo el proyecto. La jornada, que se desarrolló en el auditorio del CIDE, reunió a una combinación diversa de representantes del sector público, la cadena de valor MICE local, asociaciones, ONGs y entidades sociales, lo que refleja la apuesta del destino por un enfoque inclusivo y transversal.

La iniciativa local impulsada desde el Ayuntamiento y el Segovia Convention Bureau —centrada en la **colaboración con asociaciones y fundaciones locales para la inclusión laboral en los eventos**— fue el hilo conductor de una jornada marcada por la sensibilidad social y la apuesta por el legado como eje vertebrador.

Desarrollo de la jornada

Bienvenida institucional

El acto fue inaugurado por **D^a May Escobar Lago**, Tercera teniente de alcalde y Concejala de Turismo, Innovación y Digitalización, quien puso en valor la colaboración entre áreas municipales, destacando la voluntad de Segovia de liderar una transformación que no solo sea sostenible, sino también socialmente justa.

Le siguió **Cristina Montalvá Medina**, Directora General de Igualdad y Políticas Locales de la FEMP, quien subrayó la relevancia de Segovia dentro del conjunto de destinos piloto y felicitó al Ayuntamiento por su liderazgo en el proyecto. Ambas intervenciones resaltaron el enfoque colaborativo entre las áreas de turismo y servicios sociales como valor diferencial del modelo propuesto.

Mesa redonda: “Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE”

Moderada por Marien Cava, la mesa combinó perspectiva institucional y técnica. Participaron:

- **May Escobar Lago**, Concejala de Turismo
- **Azucena Suárez del Pozo**, Concejala de Servicios Sociales e Igualdad
- **Iván José Fernández Cebreiro**, Responsable del Segovia Convention Bureau

Los temas tratados fueron:

- **Impacto del proyecto:** La participación en el plan ha permitido visibilizar las conexiones entre el turismo de reuniones y el ámbito de la inclusión social. Se destacó cómo las políticas públicas pueden utilizar el MICE como herramienta para mejorar la calidad de vida de los colectivos más vulnerables.
- **Aprendizajes clave:** La articulación entre turismo y políticas sociales ha sido el gran avance. El proyecto ha fortalecido puentes entre ambos mundos, identificando espacios de colaboración, como la contratación inclusiva, las actividades solidarias paralelas a los eventos, y la cesión de espacios municipales a organizaciones sin ánimo de lucro.
- **Iniciativa local:** La acción priorizada es la **creación de alianzas con asociaciones y fundaciones locales para definir y trabajar en el desarrollo de acciones que faciliten la inclusión laboral**. El foco estará en entidades que trabajan con personas con discapacidad o en riesgo de exclusión, y la estrategia comenzará con espacios de titularidad pública.
- **Futuro del modelo:** Se propuso institucionalizar estas prácticas mediante convenios y protocolos, con el objetivo de que el impacto social no sea un añadido, sino una capa permanente del modelo turístico segoviano.

Jornada de sensibilización

Tras la pausa café, se desarrolló la sesión técnica de sensibilización conducida por Braintrust, que mantuvo un enfoque participativo, abierto y reflexivo. Los bloques fueron:

Introducción y contexto: Se comenzó con una dinámica Mentimeter sobre el papel del MICE en Segovia y el concepto de sostenibilidad, que permitió identificar percepciones muy alineadas con los valores del proyecto.

Marco conceptual: Se presentó el diagnóstico del sector MICE, con especial énfasis en los retos del modelo tradicional. Se introdujeron los conceptos de legado, responsabilidad compartida y economía regenerativa, y se compartió el DAFO nacional.

Planificación sostenible de eventos, se enfocaron en temas tales como:

- Uso eficiente de los recursos
- Colaboración con la comunidad local

- Planificación de eventos con impacto positivo
- Casos de éxito y BBPP

Inspiración local: La jornada incluyó la intervención del Grupo ZIBA **José María Gastronomía**, empresa certificada con el sello ‘S de Sostenibilidad’, que compartió su experiencia en la adaptación de prácticas sostenibles en la operativa diaria. Su responsable de calidad explicó cómo las mejoras en sostenibilidad han resultado en beneficios tangibles: reducción de costes, mejora de marca e incremento de demanda.

Cierre y compromisos: La sesión terminó con un espacio de diálogo donde los asistentes identificaron oportunidades para incorporar acciones sostenibles desde sus propias organizaciones.

Dinámicas participativas (Mentimeter)

- **¿Qué es sostenibilidad?:** Destacaron términos como *bienestar, equilibrio, futuro, inclusión, impacto real, comunidad, transformación, corresponsabilidad*.
- **¿Qué podemos aportar al Plan de Sostenibilidad del destino?:**
 - Aportación de ideas, conocimiento y experiencias desde el sector privado.
 - Compromiso con la implementación de medidas de sostenibilidad en eventos.
 - Importancia de la accesibilidad, la solidaridad y la concienciación.
 - Necesidad de pensar los eventos desde una perspectiva global y alineada con las necesidades del destino.
 - Interés en investigar, innovar para eventos más sostenibles.
 - Reivindicación del papel activo de cada entidad como agente del cambio.
 - Profesionalidad y cercanía como actitudes esenciales para impulsar la transformación.
- **Aprendizajes y motivaciones de la jornada:**
 - Inspiración, motivación y conciencia sobre el papel de cada actor.
 - Refuerzo de la necesidad de colaborar y tejer redes con empresas e instituciones.
 - Importancia de la transversalidad y del trabajo en equipo para avanzar.
 - Valoración positiva de la oportunidad de implementar sostenibilidad en eventos.
 - Reconocimiento de que *Segovia tiene mucho que ofrecer* como destino MICE sostenible.

- Identificación del reto como un camino con “trabajo por delante” y sin vuelta atrás.
- Relevancia de la comunicación, la educación y la implementación efectiva.
- Necesidad de abrazar la sostenibilidad como inversión, no como gasto.
- Recomendación de comunicar la apuesta sostenible y rentabilizarla a través de la RSC.

Conclusiones

Segovia ha dado un paso firme hacia un modelo de turismo de reuniones con impacto social. La alianza entre turismo y servicios sociales es una innovación replicable y escalable, y posiciona a la ciudad como referente inclusivo. La implicación de las entidades locales, tanto del sector como del tercer sector, refuerza la solidez del modelo.

La jornada reflejó una madurez institucional donde la transversalidad no es solo discurso, sino práctica. La incorporación activa de asociaciones y colectivos vulnerables representa una visión profunda del concepto de legado MICE.

PARTICIPANTES EN LA MESA REDONDA:

MESA REDONDA: "Hacia un modelo regenerativo en la industria MICE"

MODERA	INTERVIENE		
<p>Marien Cava Técnico de la Subdirección de Promoción Económica y Turismo de la FEMP. Secretaria técnica del SCB</p>	<p>May Escobar Lago, Tercera Teniente de Alcalde y Concejala de Turismo; Innovación y Digitalización; Promoción Económica</p>	<p>Azucena Suarez del Pozo Concejala de Servicios Sociales e Igualdad y Barrios.</p>	<p>Iván José Fernández Cebreiro Responsable de Área Segovia Convention Bureau.</p>

RESULTADOS DE LAS REFLEXIONES DE LA SESIÓN DE SENSIBILIZACIÓN:



Mentimeter

¿QUE APRENDIZAJES Y MOTIVACIONES TE LLEVAS DE LA JORNADA?

Inspiración

Colaborar

Motivación

Concienciación

Inserción

Motivación

Tejer redes con
empresas e instituciones

Trabajo por delante

Reflexión

Comunicación

Segovia tiene mucho
que ofrecer

Transversalidad

El camino hacia la
sostenibilidad es un trabajo
en equipo. No hay vuelta
atrás

Implementación

Educación

Oportunidad

Abrazar la Sostenibilidad e
integrarla como inversión en
lugar de gasto
COMUNICANDO NUESTRA
APUESTA SOSTENIBLE y
rentabilizándola a través de las
políticas de RSC

10.2 Principales conclusiones de la encuesta de satisfacción tras la jornada de presentación y sensibilización.

Tras las jornadas de Presentación y en Sensibilización en los destinos, se envió a los asistentes una encuesta de satisfacción. A continuación, se muestran los principales resultados obtenidos de manera cualitativa. El documento con el análisis completo se llama “Resultados de las encuestas de satisfacción enviada a los asistentes de las jornadas de presentación y sensibilización” y se incluirá como otros documentos desarrollados en el plan.

- **Valoración general positiva:** La mayoría de los participantes calificó positivamente la jornada, destacando tanto la organización como la relevancia de los contenidos presentados. Se cumplieron las expectativas en la mayoría de los casos, lo que indica una buena alineación entre el propósito del evento y las necesidades de los asistentes.
- **Interés y compromiso con la sostenibilidad:** El enfoque en la sostenibilidad como eje central fue ampliamente valorado. Muchos asistentes mencionaron que la jornada les permitió reflexionar sobre el impacto del sector MICE y cómo incorporar prácticas sostenibles en sus organizaciones. Este despertar de conciencia refuerza la necesidad de seguir profundizando en esta línea.
- **Intercambio de experiencias y networking:** Uno de los aspectos más destacados fue la oportunidad de compartir experiencias, buenas prácticas y generar sinergias con otros actores del sector. Este componente colaborativo fue percibido como enriquecedor y necesario para avanzar de forma conjunta.
- **Ejemplos prácticos y aplicabilidad:** La exposición de casos reales fue muy bien recibida, especialmente en los destinos donde se ilustraron con claridad acciones concretas. Estos ejemplos permitieron visualizar la aplicabilidad del plan y aportaron inspiración para replicar iniciativas.

- **Áreas de mejora identificadas:**

- Mayor profundidad y concreción: Se pidió profundizar más en el “cómo” (acciones concretas, herramientas, ejemplos detallados), en lugar de centrarse solo en el “qué”.
- Dinamización y formatos participativos: Algunos asistentes echaron en falta dinámicas de trabajo colaborativo (mesas temáticas, grupos de trabajo, disposición del espacio más horizontal) que fomentaran la interacción.
- Ampliación de la participación: Se sugirió implicar a más sectores, empresas e instituciones, especialmente a nivel provincial o local.
- Organización del tiempo y estructura: Hubo comentarios sobre la puntualidad del inicio, el ajuste del tiempo y la duración de algunas partes.
- Seguimiento y continuidad: Se mencionó la necesidad de dar seguimiento real a las ideas planteadas y asegurar que las buenas intenciones se concreten en acciones.

10.3 Detalle del cuestionario de autodiagnóstico utilizado en los pilotos y desarrollado para el modelo de madurez

MEDIOAMBIENTE:

Pregunta	Respuesta	Explicación
1. ¿Cómo describiría el compromiso del CB con la sostenibilidad medioambiental?	1. Estamos en las etapas iniciales de considerar la sostenibilidad en nuestras prácticas y operaciones.	El CB apenas está comenzando a explorar el concepto de sostenibilidad y aún no ha implementado medidas significativas.
	2. Hemos comenzado a reconocer la importancia de la sostenibilidad y estamos tomando algunas acciones iniciales, como la reducción del uso de papel y la promoción del reciclaje.	El CB ya comprende la relevancia de la sostenibilidad y ha iniciado acciones básicas para reducir su impacto ambiental.
	3. Hemos establecido políticas y planes de sostenibilidad medioambiental que incluyen la reducción de energía, el reciclaje y la gestión de residuos.	El CB cuenta con políticas claras y trabaja activamente con los organizadores y sedes para implementar medidas sostenibles en sus operaciones y eventos.
	4. Gestionamos y optimizamos nuestras prácticas de sostenibilidad de manera continua, incluyendo auditorías y políticas de cero residuos en eventos.	El CB tiene procesos sólidos para revisar y mejorar continuamente sus prácticas sostenibles, buscando alcanzar un impacto ambiental mínimo.
	5. Somos líderes en sostenibilidad e innovación, habiendo minimizado el impacto negativo en el destino.	El CB se posiciona como un referente en sostenibilidad, liderando con prácticas innovadoras y promoviendo eventos ejemplares en términos de sostenibilidad.
2. ¿Qué prácticas específicas se han fomentado desde el destino para reducir los residuos?	1. Estamos en el proceso de explorar e identificar prácticas efectivas para la reducción de residuos.	El destino está en una fase inicial, investigando y evaluando posibles acciones para la reducción de residuos en eventos.
	2. Hemos comenzado a promover algunas prácticas básicas, como la reducción del uso de papel y el reciclaje.	Se han implementado acciones iniciales para reducir los residuos, enfocándose en medidas simples y directas.
	3. Proporcionamos directrices claras y recursos para la separación de residuos, fomentando materiales reciclables y compostables.	El destino ofrece herramientas específicas para ayudar a los organizadores y participantes a gestionar residuos de manera más eficiente.
	4. Ofrecemos apoyo a los organizadores de eventos que implementan programas de reducción de residuos, incluyendo auditorías.	El destino no solo promueve buenas prácticas, sino que también colabora directamente con los organizadores mediante auditorías y soporte técnico.
	5. Trabajamos estrechamente con organizadores para integrar una política de desperdicio cero, incluyendo separación avanzada, compostaje y reutilización.	Se aplica un enfoque avanzado y completo, trabajando con todos los actores para minimizar al máximo los residuos en los eventos.
3. ¿Qué directrices se han creado para informar sobre medidas de eficiencia energética?	1. Estamos en las fases iniciales de considerar la creación de directrices específicas.	Aún no existen directrices formales, pero el destino está evaluando cómo comenzar este trabajo.
	2. Hemos comenzado a proporcionar recomendaciones básicas sobre eficiencia energética.	Se han comunicado medidas iniciales sobre eficiencia energética a los organizadores de eventos.

	3. Hemos desarrollado una guía detallada con medidas de eficiencia energética.	Existe un documento específico que los organizadores pueden consultar para implementar prácticas de eficiencia energética en sus eventos.
	4. Proporcionamos buenas prácticas y talleres para los organizadores, ofreciendo asesoramiento.	El destino organiza actividades formativas y asesora activamente a los organizadores para fomentar la eficiencia energética.
	5. Hemos implementado un sistema integral con directrices, formación y seguimiento para asegurar la eficiencia energética.	Se cuenta con un programa estructurado que combina formación, comunicación y supervisión para maximizar la eficiencia energética en todos los eventos.
4. ¿Cómo evalúa el destino el desempeño en eficiencia energética de los eventos?	1. Estamos comenzando a explorar formas de evaluar y mejorar el desempeño en eficiencia energética.	El destino está en una etapa inicial, considerando cómo medir y mejorar la eficiencia energética en eventos.
	2. Hemos comenzado a recopilar datos básicos sobre el consumo de energía.	Se han iniciado esfuerzos para recopilar datos sobre el uso de energía y comunicar medidas de mejora simples.
	3. Realizamos evaluaciones regulares del consumo energético, estableciendo objetivos específicos.	El destino mide regularmente el consumo energético de los eventos y colabora con los organizadores para mejorar la eficiencia.
	4. Implementamos un sistema avanzado de monitoreo y auditoría energética, proporcionando informes.	Se emplean herramientas sofisticadas para monitorear y auditar el consumo energético, ofreciendo informes detallados para la mejora continua.
	5. Contamos con un sistema integral que incluye análisis en tiempo real, auditorías externas e innovaciones tecnológicas.	Se utiliza tecnología avanzada y análisis en tiempo real para garantizar la máxima eficiencia energética en todos los eventos.
5. ¿Cómo se mide en el destino la huella de carbono de los eventos?	1. Estamos en el proceso de considerar herramientas para medir la huella de carbono.	Aún no se han implementado herramientas para medir la huella de carbono, pero el destino está evaluando opciones.
	2. Hemos comenzado a medir la huella de carbono de algunas actividades clave.	Se han dado los primeros pasos para medir la huella de carbono en actividades puntuales mediante herramientas básicas.
	3. Medimos la huella de carbono de la mayoría de las operaciones y eventos utilizando metodologías estándar.	El destino realiza mediciones periódicas de la huella de carbono con herramientas reconocidas y en la mayoría de los eventos.
	4. Utilizamos herramientas avanzadas y auditorías para medir la huella de carbono, con análisis detallados.	Se emplean métodos avanzados para medir la huella de carbono, verificando los datos mediante auditorías detalladas.
	5. Implementamos un sistema integral de gestión de carbono con reportes públicos y certificaciones.	El destino es líder en la gestión de carbono, con mediciones en tiempo real, certificaciones internacionales y estrategias de compensación.
6. ¿Cómo se fomenta el uso de transporte sostenible?	1. Estamos comenzando a explorar estrategias para fomentar el uso de transporte sostenible.	El destino está evaluando opciones para promover el transporte sostenible entre los participantes de los eventos.

	2. Proporcionamos información básica sobre opciones de transporte público.	Se comunica a los participantes la disponibilidad de transporte público mediante materiales informativos.
	3. Tenemos alianzas para ofrecer descuentos o incentivos para el transporte público y compartido.	El destino colabora con operadores de transporte para incentivar el uso de opciones sostenibles a través de descuentos y promociones.
	4. Coordinamos servicios de transporte sostenible como shuttles eléctricos y programas de bicicletas compartidas.	El destino facilita servicios de transporte sostenible y promueve tarifas reducidas mediante alianzas con instituciones locales.
	5. Integramos completamente el transporte sostenible, con asociaciones, infraestructura y programas educativos.	Se ha logrado una integración total del transporte sostenible en los eventos, con opciones accesibles e iniciativas educativas para los participantes.
7. ¿En qué medida se fomentan prácticas alimentarias sostenibles?	1. Estamos en las etapas iniciales de considerar cómo fomentar prácticas alimentarias sostenibles.	El destino está evaluando cómo empezar a promover prácticas alimentarias sostenibles con los organizadores de eventos.
	2. Hemos comenzado a mencionar la importancia de prácticas alimentarias sostenibles en nuestras comunicaciones.	Se ha iniciado la promoción de prácticas sostenibles, pero de manera no sistemática.
	3. Proporcionamos a los organizadores una lista de proveedores de catering sostenibles.	El destino facilita el acceso a proveedores comprometidos con la sostenibilidad alimentaria.
	4. Ofrecemos apoyo logístico a los organizadores que optan por prácticas alimentarias sostenibles.	Se brinda asistencia técnica y logística a los organizadores que adoptan estas prácticas, destacando sus beneficios.
	5. Somos líderes en la promoción de prácticas alimentarias sostenibles, integrando completamente la sostenibilidad en los eventos.	El destino ha alcanzado un liderazgo en sostenibilidad alimentaria, trabajando estrechamente con los organizadores para garantizar prácticas alineadas con la sostenibilidad.

ECONÓMICA:

Pregunta	Respuesta	Explicación
1. ¿Cómo describiría el compromiso del CB con el desarrollo de la sostenibilidad económica en colaboración con los organizadores de eventos?	1. Estamos en las fases preliminares de establecer un compromiso formal con la sostenibilidad económica.	El CB está en una etapa inicial, reflexionando sobre cómo incluir la sostenibilidad económica en su estrategia y colaboraciones.
	2. Hemos comenzado a considerar la sostenibilidad económica en nuestras interacciones con los organizadores de eventos, mencionando la importancia de apoyar a proveedores locales y reducir costos innecesarios.	Se han dado los primeros pasos al comunicar la importancia de prácticas sostenibles como trabajar con proveedores locales y optimizar recursos.
	3. Tenemos políticas y programas específicos para fomentar la sostenibilidad económica, colaborando regularmente con los organizadores de eventos para incluir prácticas económicas sostenibles como la contratación de proveedores locales y la optimización de recursos.	El CB ya cuenta con políticas claras y programas estructurados que promueven la sostenibilidad económica y trabajan activamente con organizadores para aplicarlas.
	4. Implementamos y promovemos estrategias avanzadas de sostenibilidad económica en colaboración con los organizadores de eventos, incluyendo incentivos, formación específica y auditorías para asegurar la eficiencia y el apoyo a la economía local.	Se han desarrollado estrategias avanzadas que incluyen incentivos, auditorías y formación para maximizar la sostenibilidad económica de los eventos.
	5. Trabajamos en colaboración con los organizadores de eventos para desarrollar la sostenibilidad económica, integrando completamente estas prácticas en nuestra estrategia y proporcionando apoyo continuo y recursos innovadores que generan un impacto positivo y sostenible en la economía local.	El CB lidera la integración de prácticas económicas sostenibles mediante colaboración estratégica, recursos innovadores y apoyo continuo a organizadores de eventos.
2. ¿Qué tipo de promoción se realiza desde el destino en el apoyo a la economía local para fomentar el empleo?	1. Estamos en las etapas iniciales de desarrollar estrategias para apoyar la economía local y fomentar el empleo.	El destino está en una fase de exploración, evaluando cómo comenzar a apoyar la economía local y fomentar oportunidades de empleo.
	2. Hemos comenzado a mencionar la importancia de apoyar a la economía local en nuestras comunicaciones, destacando algunos proveedores y negocios locales en nuestras publicaciones y eventos.	Se han dado los primeros pasos al visibilizar a proveedores locales en campañas de comunicación y eventos, aunque no de manera sistemática.
	3. Promovemos activamente a los proveedores y negocios locales en nuestras campañas de marketing y eventos, y destacamos su papel en el fomento del empleo en la región.	El destino impulsa activamente a los proveedores locales a través de campañas específicas, destacando su importancia para la economía y el empleo local.
	4. Ofrecemos incentivos adicionales y visibilidad preferencial a los proveedores y negocios locales en nuestras campañas promocionales, y colaboramos con ellos para desarrollar programas que generen empleo y beneficien a la comunidad.	El destino toma medidas concretas como incentivos y colaboraciones directas con proveedores locales para fomentar empleo y beneficiar a la comunidad.
	5. Colaboramos estrechamente con negocios locales y organizaciones comunitarias para desarrollar y comunicar programas innovadores que generen empleo sostenible y fortalezcan la economía local.	El destino lidera iniciativas innovadoras en colaboración con negocios y comunidades locales, generando impacto económico positivo y sostenible.
3. ¿Cómo se fomenta el desarrollo de talento por parte del CB?	1. Estamos en el proceso de explorar oportunidades para identificar, formar y desarrollar las habilidades del personal y de los actores involucrados en la industria.	El CB está evaluando cómo empezar a desarrollar programas que fomenten habilidades y capacidades en el ecosistema MICE.

	2. Hemos comenzado a implementar algunas acciones básicas para el desarrollo de talento, como la organización de talleres y seminarios ocasionales sobre temas relevantes para la industria.	Se han iniciado acciones formativas, aunque de manera puntual, para mejorar las habilidades de los involucrados en la industria.
	3. Hemos desarrollado programas de formación y capacitación continua para el personal del CB y los actores del ecosistema MICE, incluyendo cursos específicos sobre gestión de eventos, sostenibilidad y marketing.	El CB cuenta con programas de capacitación sistemáticos para mejorar las competencias de su personal y colaboradores en temas relevantes para la industria.
	4. Además de implementar programas de formación y capacitación continua tanto interna como externa, implementamos programas avanzados de desarrollo de talento que incluyen como ejemplo, mentorías y/o programas de liderazgo y/o colaboraciones con instituciones educativas para ofrecer certificaciones y oportunidades de aprendizaje práctico.	El CB adopta un enfoque avanzado al incluir mentorías, liderazgo y colaboraciones con instituciones educativas para fortalecer el talento.
	5. Contamos con programas bien estructurados que incluyen formación avanzada, participación en conferencias internacionales, y proyectos de investigación.	El CB lidera iniciativas de formación avanzada y colabora en proyectos internacionales, posicionándose como referente en el desarrollo de talento en la industria.
4. ¿Cómo se fomenta desde el CB la contratación de proveedores de productos locales?	1. Estamos en las fases iniciales de considerar estrategias para fomentar la contratación de proveedores de productos locales entre los organizadores de eventos.	El CB está evaluando cómo promover la contratación de proveedores locales como parte de su estrategia.
	2. Hemos comenzado a mencionar la importancia de contratar proveedores locales en nuestras comunicaciones con los organizadores de eventos, pero sin un enfoque sistemático.	Se han dado pasos iniciales al destacar la relevancia de trabajar con proveedores locales, aunque sin implementar una estrategia estructurada.
	3. Proporcionamos a los organizadores de eventos una lista de proveedores locales recomendados.	El CB facilita recursos prácticos, como una lista de proveedores locales, para incentivar su contratación en eventos.
	4. Ofrecemos apoyo y asesoramiento a los organizadores de eventos que optan por contratar proveedores locales para que, de manera personalizada, ofrecerles los proveedores que mejor se ajusten a sus necesidades.	El CB trabaja directamente con los organizadores para ofrecer opciones personalizadas que optimicen la contratación de proveedores locales.
	5. La promoción de proveedores locales es clave para nosotros, trabajamos y asesoramos a los organizadores de eventos para integrar completamente la contratación de proveedores locales en la planificación y ejecución de eventos, destacando los beneficios económicos y ambientales de trabajar con ellos.	El CB lidera un enfoque integral para promover proveedores locales, destacando sus beneficios y trabajando estrechamente con los organizadores.

SOCIAL:

Pregunta	Respuesta	Explicación
1. ¿Cómo se fomenta desde el CB el compromiso del ecosistema MICE en su destino con la sostenibilidad social?	1. Estamos en el proceso de desarrollar políticas e iniciativas para promover la sostenibilidad social.	El CB está en una etapa inicial, trabajando en la creación de políticas e identificando necesidades para integrar la sostenibilidad social en el ecosistema MICE.
	2. Hemos comenzado a mencionar la importancia de la sostenibilidad social en nuestras comunicaciones.	El CB está generando conciencia mediante la inclusión de mensajes sobre sostenibilidad social en su comunicación con los actores MICE.
	3. Proporcionamos directrices y recursos específicos para promover prácticas de sostenibilidad social.	El CB desarrolla herramientas como guías, talleres y formaciones para ayudar a los actores MICE a implementar prácticas de sostenibilidad social.
	4. Apoyamos a los actores que demuestran un fuerte compromiso con esta dimensión.	Además de recursos, el CB ofrece incentivos como reconocimiento público, certificaciones o asistencia técnica a los actores MICE comprometidos con la sostenibilidad social.
	5. Promovemos la sostenibilidad social en el ecosistema MICE, trabajando en estrecha colaboración con todos los actores.	El CB desarrolla políticas avanzadas y proyectos innovadores junto a los actores MICE, logrando impactos positivos sostenibles en la comunidad local.
2. ¿Cómo participa el CB en la actividad local para promover, junto con grupos comunitarios, la sostenibilidad social?	1. Las actividades y decisiones relacionadas con la sostenibilidad social se dejan completamente a la discreción de los grupos comunitarios.	El CB no tiene un papel activo en este aspecto y deja que los grupos comunitarios actúen de forma autónoma.
	2. Hemos comenzado a apoyar algunas iniciativas comunitarias de sostenibilidad social de manera ad-hoc.	El CB participa ocasionalmente en eventos o campañas organizadas por grupos comunitarios, pero sin un enfoque sistemático o continuo.
	3. Colaboramos regularmente con grupos comunitarios en proyectos de sostenibilidad social.	El CB trabaja de forma recurrente con grupos comunitarios, aportando recursos y apoyo logístico para iniciativas de sostenibilidad social en la comunidad local.
	4. Implementamos programas conjuntos con grupos comunitarios para promover la sostenibilidad social.	El CB lidera iniciativas conjuntas, como formación, desarrollo de capacidades y proyectos con impacto social, asegurando su efectividad a través de evaluaciones periódicas.
	5. Desarrollamos conjuntamente políticas avanzadas y proyectos innovadores con grupos comunitarios.	El CB crea políticas y proyectos de sostenibilidad social que generan un impacto positivo sostenible, sirviendo como referencia para otras comunidades.
3. ¿Desde el CB se colabora con organizaciones y grupos de diversidad para fomentar la inclusión y diversidad en los eventos realizados en el destino?	1. Las decisiones y acciones relacionadas con la inclusión y diversidad se dejan completamente a la discreción de los organizadores de eventos.	El CB no tiene un papel activo en el fomento de la inclusión y diversidad en los eventos organizados en el destino.
	2. Hemos comenzado a apoyar algunas iniciativas de inclusión y diversidad de manera esporádica.	El CB participa de forma puntual en eventos y campañas organizadas por grupos de diversidad, pero no tiene un enfoque regular o planificado.

	3. Colaboramos regularmente con organizaciones y grupos de diversidad en proyectos específicos.	El CB conecta regularmente a grupos de diversidad con los organizadores de eventos para fomentar la inclusión y diversidad de manera activa.
	4. Implementamos programas conjuntos con organizaciones y grupos de diversidad.	El CB lleva a cabo programas de colaboración con grupos de diversidad, desarrollando iniciativas que fomentan la inclusión y diversidad de manera continua.
	5. Trabajamos en estrecha colaboración con organizaciones y grupos de diversidad para desarrollar políticas avanzadas.	El CB lidera proyectos innovadores y políticas avanzadas que posicionan al destino como un referente en inclusión y diversidad en eventos internacionales.
4. ¿Cómo se fomenta la inclusión laboral en los eventos desarrollados por los organizadores en el destino?	1. Estamos en el proceso de desarrollar políticas e iniciativas para promover la inclusión laboral.	El CB está trabajando en las primeras etapas de creación de políticas y contactos para facilitar la inclusión laboral en los eventos.
	2. Hemos comenzado a apoyar algunas iniciativas de inclusión laboral de manera ocasional.	El CB fomenta conexiones esporádicas entre los organizadores de eventos y grupos de inclusión social, sin una estrategia establecida.
	3. Proporcionamos directrices y recursos específicos para fomentar la inclusión laboral en los eventos.	El CB desarrolla recursos, como guías y talleres, y conecta regularmente a los organizadores de eventos con grupos de inclusión social.
	4. Trabajamos de manera continua con asociaciones para conocer sus necesidades y crear oportunidades laborales inclusivas.	El CB colabora estrechamente con asociaciones y organizaciones para diseñar oportunidades laborales que beneficien a grupos de inclusión social.
	5. Colaboramos con expertos en inclusión para desarrollar planes que favorezcan la inclusión laboral.	El CB trabaja con expertos para diseñar proyectos específicos que promuevan la inclusión laboral y conecta directamente a los organizadores de eventos con estos grupos.
5. ¿A través de qué medidas se fomenta la accesibilidad?	1. Estamos en las etapas iniciales de desarrollar guías y formalizar el abordaje de las necesidades de accesibilidad.	El CB está identificando cómo abordar la accesibilidad de manera estructurada, pero aún no ha implementado medidas concretas.
	2. Hemos comenzado a identificar y catalogar lugares y proveedores accesibles.	El CB está recopilando información sobre accesibilidad y comparte de forma limitada estos datos con los organizadores de eventos.
	3. Proporcionamos listas y recursos para los organizadores sobre accesibilidad.	El CB ofrece herramientas y recursos específicos, como listas de lugares accesibles, para facilitar la organización de eventos inclusivos.
	4. Establecemos alianzas con organizaciones especializadas en accesibilidad.	El CB trabaja con expertos y asociaciones para ofrecer soluciones personalizadas a los organizadores de eventos en términos de accesibilidad.
	5. Integramos la accesibilidad como un criterio clave en todas nuestras políticas.	La accesibilidad es un requisito obligatorio para los proveedores y lugares seleccionados, asegurando eventos accesibles e incentivando buenas prácticas en el destino.
6. ¿Qué tipo de acciones se llevan a cabo en el CB para fomentar la comunicación	1. Estamos en el proceso de desarrollar políticas e iniciativas para promover la comunicación inclusiva.	El CB está en las primeras etapas de planificación para integrar la comunicación inclusiva en los eventos del destino.

inclusiva dentro de los eventos organizados en el destino?	2. Se han empezado a incluir recomendaciones básicas sobre comunicación inclusiva.	El CB incorpora sugerencias iniciales en sus comunicaciones con los organizadores, promoviendo la conciencia sobre comunicación inclusiva.
	3. Proporcionamos directrices y recursos específicos para fomentar la comunicación inclusiva.	El CB ofrece guías y herramientas para ayudar a los organizadores de eventos a implementar prácticas inclusivas en su comunicación.
	4. Implementamos programas de apoyo y asesoramiento continuo.	El CB conecta a los organizadores con servicios especializados, como interpretación en lengua de signos y creación de materiales accesibles, asegurando accesibilidad comunicativa en los eventos.
	5. Hemos desarrollado una política de comunicación inclusiva reconocida como modelo.	El CB implementa y promueve políticas de comunicación inclusiva, sirviendo como referente internacional para otros destinos y organizaciones.

IMPACTO:

Pregunta	Respuesta	Explicación
1. ¿En qué medida consideras que desde el CB se conocen las necesidades del destino?	1. La interacción con la comunidad y las partes interesadas locales es limitada. No se llevan a cabo regularmente, investigaciones ni consultas regulares para entender las necesidades y prioridades del destino.	El CB no realiza esfuerzos significativos para conocer las necesidades del destino y sus partes interesadas, lo que implica que la información y el compromiso con la comunidad son bajos.
	2. Se realizan algunas consultas básicas con la comunidad y se recopilan datos limitados.	El CB realiza esfuerzos esporádicos para conocer las necesidades del destino, pero no hay un proceso estructurado o constante.
	3. Contamos con procesos establecidos para identificar las necesidades del destino, incluyendo consultas regulares con la comunidad y partes interesadas.	El CB ha establecido métodos formales y regulares para consultar a la comunidad y recopilar información sobre las necesidades del destino.
	4. Conocemos bien las necesidades del destino gracias a consultas estructuradas, análisis detallados y la colaboración continua con las partes interesadas locales.	El CB tiene un conocimiento profundo de las necesidades del destino, respaldado por investigaciones detalladas y una colaboración constante con las partes interesadas.
	5. Conocemos en profundidad las necesidades del destino y trabajamos en estrecha colaboración con la comunidad para asegurar un impacto positivo a largo plazo. Se lleva a cabo una investigación continua y en profundidad con todas las partes interesadas a través de una colaboración proactiva y se enfoca en asegurar un impacto positivo y sostenible a largo plazo.	El CB tiene una comprensión exhaustiva de las necesidades del destino y está comprometido en una colaboración activa con la comunidad para lograr un impacto positivo y sostenible a largo plazo.
2. ¿El CB tiene conocimiento sobre proyectos que se desarrollan para fomentar la transformación del destino?	1. Estamos comenzando a explorar formas en las que las actividades del CB puedan alinearse y contribuir a las iniciativas de transformación local.	El CB está iniciando el proceso de alinearse con proyectos de transformación, pero aún no tiene un conocimiento amplio o estructurado.
	2. El CB ha empezado a recopilar información sobre proyectos de transformación, aunque de manera limitada y esporádica.	El CB tiene algo de conocimiento sobre proyectos de transformación, pero aún no se ha integrado completamente con estas iniciativas.
	3. Conocemos varios proyectos de transformación del destino y mantenemos una comunicación periódica con los responsables de estos proyectos.	El CB tiene una comprensión moderada de los proyectos de transformación y mantiene comunicación constante con los responsables.
	4. Tenemos un conocimiento amplio y actualizado sobre los proyectos de transformación del destino, colaborando activamente con los responsables para alinearnos con estos esfuerzos.	El CB tiene un conocimiento actualizado y detallado de los proyectos de transformación, colaborando activamente para contribuir al éxito de estos.
	5. Tenemos un conocimiento profundo e integral sobre todos los proyectos de transformación del destino, desempeñando un papel proactivo y de liderazgo en estos esfuerzos. Colaborando estrechamente con múltiples partes interesadas.	El CB lidera activamente los proyectos de transformación y tiene un conocimiento integral y profundo, colaborando estrechamente con diversas partes interesadas.
3. ¿En qué medida consideras que el ecosistema está comprometido con realizar	1. Estamos en el proceso de desarrollar iniciativas y programas específicos que involucren al ecosistema en la promoción de cambios positivos en el destino.	El ecosistema está comenzando a involucrarse en las iniciativas de transformación, pero aún no está completamente alineado con el proceso.

acciones que promuevan una transformación en el destino?	2. Se ha empezado a participar en acciones que promueven la transformación del destino. Aunque de una manera descoordinada.	Existen acciones para la transformación, pero no son suficientemente coordinadas o sistemáticas.
	3. El ecosistema participa regularmente en iniciativas y programas organizados por el CB y otras entidades. Existen acciones coordinadas y colaborativas que se alinean con los objetivos de sostenibilidad y desarrollo local.	El ecosistema colabora de forma regular y coordinada en las iniciativas del CB para la transformación del destino, alineándose con los objetivos de sostenibilidad.
	4. El ecosistema del destino colabora activamente en acciones estratégicas para la transformación del destino. Participan en proyectos de largo plazo, aportan recursos y se alinean con las metas y objetivos del CB. La colaboración es estructurada y se evalúa regularmente para asegurar el progreso y el impacto positivo.	El ecosistema está completamente comprometido y participa activamente en proyectos a largo plazo para transformar el destino, con una colaboración estructurada y evaluada periódicamente.
	5. El ecosistema está totalmente comprometido con la transformación del destino. Participan en iniciativas innovadoras, colaboran estrechamente con el CB y otras partes interesadas, y contribuyen significativamente a proyectos que generan un impacto positivo y sostenible.	El ecosistema está altamente comprometido y participa en iniciativas innovadoras, trabajando en estrecha colaboración con el CB y otras partes interesadas para generar un impacto positivo y sostenible.
4. ¿Los integrantes del CB se han formado o investigado sobre alternativas y acciones que puedan generar un impacto positivo en el destino?	1. Estamos en el proceso de planificar formación y explorar investigaciones sobre alternativas y acciones que puedan generar un impacto positivo en el destino.	El CB está en las fases iniciales de planificar formación y realizar investigaciones sobre cómo generar un impacto positivo en el destino.
	2. Hemos comenzado a recibir formación básica y realizar investigaciones iniciales sobre algunas alternativas/acciones para mejorar el impacto en el destino.	Los integrantes del CB están comenzando a formarse y realizar investigaciones básicas sobre alternativas que puedan beneficiar al destino.
	3. Nuestros integrantes reciben formación regular y realizan investigaciones periódicas sobre diversas alternativas/acciones que pueden generar un impacto positivo a medio/largo plazo en el destino.	Los integrantes del CB están capacitados de manera continua y realizan investigaciones frecuentes sobre alternativas para mejorar el destino a medio/largo plazo.
	4. Los integrantes del CB están altamente capacitados y realizan investigaciones detalladas y continuas sobre múltiples alternativas/acciones para maximizar el impacto positivo en el destino. Los integrantes participan en formaciones avanzadas, conferencias y workshops internacionales.	El CB tiene un equipo altamente capacitado y realiza investigaciones exhaustivas y continuas sobre cómo generar un impacto positivo. Participan en formaciones avanzadas y eventos internacionales.
5. ¿Cómo mide el CB el impacto a medio/largo plazo de las acciones en el destino?	5. Lideramos investigaciones innovadoras y colaboramos con instituciones académicas y expertos en el campo. Compartimos los hallazgos y mejores prácticas a nivel local e internacional, y aplicamos este conocimiento para diseñar e implementar estrategias que aseguran un impacto positivo y sostenible a largo plazo en el destino.	El CB lidera la investigación en el destino y colabora estrechamente con expertos e instituciones, aplicando este conocimiento para crear estrategias sostenibles a largo plazo.
	1. Estamos comenzando a implementar sistemas para medir el impacto a medio/largo plazo de nuestras acciones en el destino, con el objetivo de recopilar datos y evaluar el progreso.	El CB está iniciando el proceso de implementación de sistemas para medir el impacto, pero aún está en una fase temprana de recopilación de datos.
	2. Hemos iniciado la implementación de métodos básicos de medición, como encuestas ocasionales y recopilación de datos cualitativos.	El CB ya ha comenzado a implementar métodos básicos para medir el impacto, aunque no son lo suficientemente detallados o regulares.

	<p>3. Se ha implementado un sistema de medición que incluye indicadores clave de desempeño (KPIs) y recopilación de datos cuantitativos y cualitativos de manera regular.</p>	<p>El CB ha establecido un sistema estructurado para medir el impacto, con indicadores claros y recopilación de datos tanto cuantitativos como cualitativos.</p>
	<p>4. Empleamos herramientas avanzadas de medición y análisis de impacto, incluyendo software especializado y metodologías reconocidas. Se llevan a cabo evaluaciones detalladas y auditorías periódicas. Los resultados se comparten ampliamente con todas las partes interesadas.</p>	<p>El CB usa herramientas avanzadas y realiza auditorías y evaluaciones detalladas de impacto. Los resultados se comunican regularmente a todas las partes interesadas.</p>
	<p>5. Contamos con un sistema integral de medición del impacto a medio/largo plazo que incluye análisis en tiempo real, informes detallados y auditorías externas, asegurando una mejora continua y un impacto positivo sostenible en el destino. Las evaluaciones incluyen métricas detalladas y auditorías externas para garantizar la precisión y la transparencia. Los resultados se publican en informes detallados, se comunican regularmente a todas las partes interesadas y se utilizan para ajustar las estrategias de manera continua, asegurando un impacto positivo y sostenible a largo plazo en el destino.</p>	<p>El CB tiene un sistema integral y avanzado para medir el impacto, con análisis en tiempo real, auditorías externas y un enfoque continuo para ajustar las estrategias y asegurar un impacto positivo y sostenible a largo plazo.</p>

TRANSVERSAL:

Pregunta	Respuesta	Explicación
1. ¿Qué nivel de formación en sostenibilidad han recibido los integrantes de su CB?	1. Estamos en el proceso de planificar y ofrecer formación específica en sostenibilidad para los integrantes del CB.	El CB está comenzando a considerar la formación en sostenibilidad, pero aún no se ha implementado.
	2. Hemos comenzado a recibir formación básica en sostenibilidad, como charlas introductorias y materiales informativos.	Los integrantes del CB han comenzado a recibir formación básica, como introducciones y materiales informativos, pero no es una formación continua o avanzada.
	3. Todos nuestros integrantes reciben formación regular en sostenibilidad, incluyendo cursos específicos y capacitaciones sobre prácticas sostenibles y gestión ambiental.	Los integrantes participan en programas regulares de formación, con cursos y capacitaciones específicas sobre sostenibilidad.
	4. Contamos con un programa integral de formación en sostenibilidad que incluye certificaciones reconocidas, formación continua, y actualizaciones periódicas sobre las mejores prácticas y avances en sostenibilidad.	El CB tiene un programa estructurado que ofrece formación avanzada con certificaciones y actualizaciones regulares.
	5. Contamos con un programa robusto que incluye formación avanzada, participación en conferencias y talleres internacionales, y colaboración con instituciones educativas para desarrollar programas de formación personalizados.	El CB tiene un enfoque avanzado en formación, participando activamente en conferencias y colaborando con instituciones educativas.
2. ¿Cómo fomenta el CB la transformación digital de manera tanto interna como con sus asociados y el propio ecosistema del destino?	1. Las decisiones y acciones relacionadas con la digitalización se dejan completamente a la discreción de los departamentos internos, asociados y el ecosistema del destino.	No existe una estrategia clara para la digitalización y depende de cada parte involucrada.
	2. Hemos comenzado a implementar algunas herramientas digitales básicas y a promover la importancia de la digitalización para el fomento de la sostenibilidad.	Se han implementado herramientas digitales básicas, pero aún no existe un plan completo de digitalización.
	3. Hemos desarrollado programas específicos para fomentar la digitalización, incluyendo la implementación de sistemas de gestión de eventos digitales y la formación en competencias digitales para el personal y los asociados.	Se han creado programas enfocados en la digitalización de eventos y en la formación en competencias digitales.
	4. Implementamos una estrategia integral de transformación digital que incluye la integración de tecnologías avanzadas, como análisis de datos, y colaboramos con nuestros asociados y el ecosistema del destino para asegurar una adopción amplia y efectiva de estas tecnologías.	El CB tiene una estrategia de digitalización avanzada que incluye tecnologías como análisis de datos y una colaboración activa con el ecosistema.
	5. Hemos desarrollado un ecosistema digital avanzado que incluye plataformas integradas, servicios en la nube y soluciones personalizadas. Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros asociados y el ecosistema del destino para innovar continuamente y asegurar que todas las partes involucradas estén a la vanguardia de la digitalización.	El CB tiene un ecosistema digital avanzado y trabaja estrechamente con los asociados para implementar soluciones innovadoras.
3. ¿Qué herramientas y métodos utilizan en el destino?	1. Estamos en las fases iniciales de establecer sistemas para monitorear indicadores clave de sostenibilidad.	El CB está empezando a establecer herramientas para medir la sostenibilidad, pero todavía no se han implementado de forma efectiva.

para medir la sostenibilidad en los eventos?	2. Monitoreamos algunos indicadores básicos, como el consumo de energía y la generación de residuos, de manera periódica, nos focalizamos principalmente en el desarrollo medioambiental.	Se monitorean indicadores básicos, especialmente en el área medioambiental, pero aún es un proceso limitado.
	3. Monitoreamos una variedad de indicadores que incluye la sostenibilidad medioambiental, económica y social.	El CB monitorea diversos indicadores de sostenibilidad, no solo ambientales, sino también económicos y sociales.
	4. Monitoreamos de manera continua indicadores avanzados de sostenibilidad en todos sus ámbitos.	Se realiza un monitoreo avanzado de sostenibilidad en todos los aspectos, de manera continua.
	5. Utilizamos un conjunto completo de indicadores de sostenibilidad basados en certificaciones internacionales (GDS o cualquier otra certificación similar).	Se emplean herramientas avanzadas basadas en certificaciones internacionales para medir la sostenibilidad.
4. ¿Cómo comunica el CB los resultados obtenidos en sostenibilidad en el destino?	1. Estamos comenzando a desarrollar estrategias para comunicar los resultados obtenidos en sostenibilidad en el destino.	El CB está en las primeras etapas de planificación para comunicar los resultados de sostenibilidad.
	2. Hemos comenzado a incluir información básica sobre los resultados en sostenibilidad en algunos informes internos y comunicaciones con los asociados.	Se incluyen algunos resultados de sostenibilidad en informes internos y comunicaciones limitadas.
	3. Publicamos informes periódicos de sostenibilidad que detallan los resultados de nuestras iniciativas, y compartimos esta información con nuestros asociados y partes interesadas clave.	Se publican informes regulares que detallan los resultados y se comparten con las partes interesadas.
	4. Utilizamos múltiples canales de comunicación, como redes sociales, boletines informativos y eventos públicos, para difundir ampliamente los resultados obtenidos en sostenibilidad y celebrar los logros alcanzados.	Se utilizan diversos canales de comunicación para difundir los resultados y logros en sostenibilidad de forma amplia.
	5. Contamos con una estrategia de comunicación integral que incluye informes detallados, campañas de sensibilización, participación en conferencias y colaboraciones con medios de comunicación para asegurar una amplia difusión y reconocimiento de nuestros esfuerzos y logros en sostenibilidad.	Se tiene una estrategia de comunicación integral que asegura la amplia difusión y reconocimiento de los logros en sostenibilidad.
5. ¿Cómo comunica el CB las prácticas llevadas a cabo sobre la sostenibilidad en el destino?	1. Estamos en el proceso de desarrollar estrategias para promocionar nuestras prácticas de sostenibilidad a las partes interesadas externas.	El CB aún está en proceso de desarrollar estrategias para promocionar sus prácticas.
	2. Mencionamos ocasionalmente las iniciativas de sostenibilidad en algunos comunicados de prensa y en nuestro sitio web y redes sociales.	Se mencionan ocasionalmente las prácticas de sostenibilidad en los medios, pero no es una estrategia constante.
	3. Promocionamos las prácticas de sostenibilidad a través de campañas de marketing específicas, y publicamos informes anuales de sostenibilidad en nuestro sitio web y en las redes sociales.	Se promocionan de manera más activa, incluyendo campañas y publicaciones periódicas sobre sostenibilidad.
	4. Participamos activamente en eventos y conferencias sobre sostenibilidad, y colaboramos con organizaciones externas para promover las prácticas, además de mantener una sección dedicada a la sostenibilidad en nuestro sitio web con actualizaciones regulares.	El CB participa en eventos y mantiene una presencia constante sobre sostenibilidad en su sitio web y otros medios.

	5. Somos reconocidos líderes en sostenibilidad, con una estrategia de comunicación y promoción robusta que incluye alianzas estratégicas, estudios de caso publicados en medios de prestigio, campañas de storytelling que destacan nuestros logros y compromisos, y un fuerte enfoque en la educación y concienciación pública.	El CB tiene una estrategia de comunicación sólida, es reconocido como líder en sostenibilidad y utiliza storytelling y campañas de concienciación.
6. ¿En qué medida ha desarrollado el destino MICE una identidad de marca sostenible?	1. Estamos en las fases iniciales de integrar la sostenibilidad en nuestra estrategia y storytelling para desarrollar una marca sostenible.	La sostenibilidad está en las primeras fases de integración en la estrategia del destino.
	2. Hemos comenzado a incluir menciones a la sostenibilidad en algunas partes de nuestra estrategia y comunicaciones, pero sin un enfoque en el desarrollo de una marca sostenible.	Se ha comenzado a mencionar la sostenibilidad, pero no es el enfoque principal de la estrategia.
	3. Hemos desarrollado una estrategia de sostenibilidad que incluye objetivos claros y hemos integrado elementos de sostenibilidad en nuestro storytelling, destacando nuestras iniciativas y logros en este ámbito para construir una marca sostenible.	El destino tiene una estrategia de sostenibilidad con objetivos claros y ha integrado estos elementos en su narrativa.
	4. Gestionamos y optimizamos nuestra estrategia de sostenibilidad de manera continua, asegurando que todos nuestros mensajes y narrativas incluyan de forma coherente y central la sostenibilidad para fortalecer nuestra marca sostenible.	La estrategia de sostenibilidad se gestiona de manera continua y coherente para fortalecer la marca.
	5. Tenemos totalmente integrada la sostenibilidad en nuestra estrategia y storytelling, con una narrativa poderosa y coherente que posiciona al CB como un referente en sostenibilidad, desarrollando una marca sostenible e inspirando a otros a seguir nuestro ejemplo.	La sostenibilidad está completamente integrada en la estrategia del destino, posicionándose como un referente.

10.4 Otros documentos desarrollados en el plan de interés

- **Diagnóstico Industria MICE Sostenibilidad y Legado:** Análisis de la industria y resultados de las acciones para desarrollar dicho análisis. Contenido del informe:

1. Prólogo
2. Introducción al proyecto
 - 2.1 Objetivos y metodología
 - 2.2. Definición de la industria MICE
 - 2.3. Importancia de la implantación de la sostenibilidad e impacto en la industria MICE
3. Contexto general
 - 3.1 Evolución general del mercado
 - 3.2 Tendencias actuales
 - 3.3 Papel actual del Convention Bureau
 - 3.4 Ejemplos de buenas prácticas
4. Diagnóstico as is (situación actual de desarrollo en sostenibilidad e impacto)
 - 4.1 Visión externa
 - 4.1.1 Metodología
 - 4.1.2 Resultados y análisis
 - 4.1.3 Conclusiones
 - 4.2 Visión interna
 - 4.2.1 Workshops
 - 4.2.2. Encuestas
 - 4.3. Outputs del diagnóstico
 - 4.3.1. Modelo de segmentación
 - 4.3.2. Modelo de madurez
5. Principales conclusiones
 - 5.1. DAFO
 - 5.2. Ideas fuerza
 - 5.3. Principales retos de la industria
 - 5.4. Hacia dónde debemos ir
6. Fuentes bibliográficas
7. Anexos

- **Otros informes de interés:**

1. Análisis documental de las fuentes bibliográficas.
2. Resultados cualitativos de las entrevistas a expertos.
3. Resultados obtenidos de las tres sesiones de Workshop con destinos.
4. Resultados detallados de las encuestas realizadas para determinar el estado de madurez inicial de los Convention bureau y los destinos que representan.
5. Buenas prácticas tanto nacionales como internacionales.
6. Primera aproximación al modelo de madurez.
7. Primera aproximación a la estrategia de cohesión y relato común.
8. Fase propositiva del modelo.
9. Actas e informes de resultados de las sesiones mantenidas con los destinos piloto.
10. Informe de resultados de la sesión de presentación y sensibilización.
11. Actas de las sesiones formativas online para toda la red del SCB.
12. Resultados de las encuestas de satisfacción de los asistentes a las jornadas de formación y sensibilización.

10.5 Fuentes bibliográficas

Fuentes estadísticas:

- Instituto Nacional de Estadística (INE):
 - Estadísticas sobre el turismo de negocios y eventos en España.
 - Datos sobre la participación de empresas en ferias y eventos.
 - Números relacionados con la industria MICE en términos de empleo y contribución económica.
- ETR (Encuesta de Turismo de Reuniones):
 - Datos detallados sobre la cantidad y características de reuniones y eventos.
- Egatur:
 - Estadísticas sobre el gasto de turistas de negocios en España.
- Dataestur:
 - Datos estadísticos específicos sobre el turismo de negocios en España.
- Exceltur:
 - Información sobre la contribución económica del turismo de negocios al PIB español.

Spain Convention Bureau:

- Informe evolución de la industria MICE 2023 y previsiones 2024-2025

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo/SETUR/Turespaña:

- Iniciativas gubernamentales para promover la industria MICE

Segittur:

- Innovaciones tecnológicas y digitales aplicadas a la industria MICE.
- Estrategias de promoción turística y tecnológica.

AEGVE:

- Perspectivas y tendencias en viajes corporativos y eventos empresariales.

FBT (Foro Business Travel):

- Información sobre tendencias y desafíos en viajes de negocios.

Hosteltur:

- Noticias y análisis sobre el sector turístico en España, incluyendo el segmento MICE.

AndalucíaLab, Puntomice, Innovtur:

- Información regional específica sobre eventos y turismo de negocios.

Publicaciones académicas y de investigación

- Investigaciones académicas sobre sostenibilidad, impacto y tendencias en la industria MICE.

Otras fuentes bibliográficas sobre sostenibilidad, legado e impacto positivo de los eventos en destino:

- Guías de sostenibilidad en eventos, acciones de legado de los Convention Bureaus, etc.

Oficinas de Turismo y Convention Bureau extranjeros:

- Datos sobre eventos y congresos internacionales.
- Información sobre destinos y servicios para reuniones y eventos en diferentes países.
- Estrategias de promoción de destinos para el turismo de negocios.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO):

- Informes globales sobre tendencias en turismo y eventos.
- Datos sobre la contribución del turismo de negocios al desarrollo sostenible.

World Travel & Tourism Council (WTTC):

- Información sobre el impacto económico global del turismo, incluido el segmento MICE.

Meeting Professionals International (MPI):

- Recursos educativos y eventos para profesionales de la industria MICE.
- Tendencias y mejores prácticas en la gestión de eventos y reuniones.

Event Industry Council (EIC):

- Normas y certificaciones para la industria de reuniones y eventos.
- Investigaciones sobre el impacto económico y social de la industria MICE.

Global Sustainable Tourism Council (GSTC):

- Estándares y criterios para la sostenibilidad en el turismo, incluyendo eventos.

Global Destination Sustainability Movement (GDSM):

- Iniciativas y buenas prácticas en sostenibilidad y legado para destinos de eventos.

Global Reporting Initiative (GRI):

- Informes y estándares de sostenibilidad para empresas, incluidas las relacionadas con eventos.

Tourism for SDGS Platform (UNWTO):

- Información sobre cómo el turismo contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

World Economic Forum:

- Informes sobre tendencias globales y desafíos en la industria del turismo y eventos.

Events Industry Council:

- Información sobre la industria de eventos y reuniones a nivel internacional.

Trading Economics, Oxford Economics, Tourism Economics:

- Datos económicos y tendencias relacionadas con el turismo y eventos.

Business Travel News:

- Noticias y análisis sobre la industria de viajes de negocios y eventos.

Amadeus, BCD Travel, CWT, Cvent, MCI Group, Amex GBT, miceinthecloud:

- Información sobre tecnología, gestión de eventos y servicios relacionados con viajes de negocios.

Otros documentos de interés:

- Visitbritain business events legacy and impact toolkit
- Plus mcb
- ¿Cómo puede identificar una organización de acción social su contribución a los ods? (plataforma de ong de acción social)
- Hacia una cultura sostenible (guía práctica para integrar la agenda 2030 en el sector cultural; red; red española para el desarrollo sostenible)
- Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (global reporting initiative)
- Index gds
- Índice arcadis
- How to define (your) legacy (the hague & partners)

Links de interés:

Eventos sostenibles

- <https://sheedostudio.com/5-ejemplos-de-eventos-sostenibles/>
- <https://www.exploramas.com/blog/sostenibilidad-eventos-corporativos-beneficios/>
- <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/consejos-para-organizar-un-evento-sostenible-y-reducir-el-impacto-en-el-medioambiente/>
- <https://www.ecoemprende.com/organizar-evento-sostenible/>
- <https://hazrevista.org/rsc/2023/02/eventos-sostenibles-mas-alla-impacto-ambiental/>
- https://mediambient.gencat.cat/es/05_ambits_dactuacio/empresa_i_produccio_sostenible/ecoproductes_i_ecoserveis/esdeveniments-sostenibles/index.html
- https://www.tuvsud.com/es-es/servicios/sostenibilidad/soluciones-sostenibilidad-buen-gobierno/programa-rumbo-sostenibilidad-social?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=2023_sybg-brand-sostenibilidad-social_we_es_is_ges_enq_cs&utm_term=sostenibilidad%20social&s_kwcid=AL!14017!3!649874091290!b!!g!!sostenibilidad%20social&gclid=CjwKCAiA75itBhA6EiwAkho9eytXtJA6W0cdVk5btFUMuKIY7A7nKfJOkwkXzKx-DSnoeXwzCsENhBoCB1IQAvD_BwE
- https://www.sostenibilidad.com/vida-sostenible/como-y-por-que-organizar-un-evento-sostenible/?_adin=02021864894
- <https://www.4foreverything.com/blog/buenas-practicas-organizar-evento-sostenible/>
- <https://www.gds.earth/>
- <https://www.gds.earth/awards/>
- <https://palcongres-vlc.com/es/eventos-sostenibles/>
- https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/web/cambio-climatico/documento/-/asset_publisher/hdxWUGtQGkX8/content/protocolo-para-el-c3-a1lculo-de-la-huella-de-carbono-en-eventos-sostenibles/328613
- <https://www.premiumguest.com/es-blog/eventos-sostenibles-ejemplos-y-casos-de-exito>
- <https://factormeetings.com/imex-frankfurt-marca-hito-en-sostenibilidad/>

Legado e impacto positivo:

- <https://eventscase.es/blog/el-poder-del-legado-de-eventos-guia-para-organizadores-de-eventos>
- <https://www.eventoplus.com/articulos/como-el-legado-puede-ser-concepto-transformador-en-nuestra-industria/>
- <https://www.tehagoeco.com/el-legado-la-verdadera-materialidad-en-los-eventos/>
- <https://www.mapfre.com/actualidad/sostenibilidad/evento-sostenible-legado-positivo-comunidad/>
- <https://marketingturisticodigital.com/el-legado-de-reuniones-y-eventos/>
- <https://www.genethico.com/legado-de-los-eventos/>
- <https://www.cwt-meetings-events.com/es/es/Eventos-impacto-positivo/>
- <https://www.hosteltur.com/147587-congresos-en-madrid-sostenibilidad-e-impacto-positivo-como-prioridades.html>
- <https://economiaenchandal.com/2016/04/11/otros-enfoques-del-legado-de-los-eventos/>
- <https://www.esmadrid.com/mcb/blog/tag/legado/>
- <https://www.apdaysemfyc.es/pag/ods>

CASE STUDY y BBPP:

- 23rd world congress on intelligent transport systems, melbourne 2016.
- World parkinson coalition
- " Visitbritain business events. legacy and impact toolkit "
- Negocios vivos con impacto positivo: intermoda (guadalajara méxico).
(fuente: meet4impact).
- Cop26 en glasgow, escocia (2021):
- Eventos de la asociación internacional de congresos y convenciones (icca):
- Imex frankfurt
- Festival internacional de jazz de Montreal
- Directorio de Entidades Sociales, Madrid Convention Bureau
- World Football Summit (WFS) en Sevilla
- Canada Business Events' Legacy Study
- Scotland's Journey to Change; Visit Scotland Convention Bureau
- Sustainable Event Guidelines, Singapur Convention Bureau

- Positive Impact Guide, Melbourne Convention Bureau
- Catering Depersonas: <https://depersonas.com/catering/>
- Buena práctica en el marco de Congreso-feria sobre energía renovables en el Bilbao Exhibition Centre BEC: https://youtu.be/MnevJmVv_Nk?feature=shared
- Envera – Asociación de Empleados de Iberia Padres de Personas con Discapacidad:
<https://www.youtube.com/watch?v=g2tslr2rZDA>
<https://www.youtube.com/watch?v=jf9QkY07lkU>

Buenas prácticas Videos MICE

En esta sección se muestran algunos ejemplos de buenas prácticas de comunicación analizadas de la sostenibilidad por parte de destinos MICE de todo el mundo.

- Sidney
 - Sustainable Sidney
 - <https://youtu.be/rRfUVvr-t4w?feature=shared>
- Singapore Exhibition and Convention Bureau
 - Launch of the MICE Sustainability Roadmap
 - <https://youtu.be/nhW67WOTvCE?feature=shared>
- Melbourne Convention Bureau
 - Host sustainable business events in Melbourne
 - <https://youtu.be/gOMESUpjemE?feature=shared>
- Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB)
 - Food | Zero km menu | Lausanne, Switzerland | Shorts
 - <https://youtu.be/RFMsd-VjMt0?feature=shared>
- Nueva Zelanda
 - If You Seek A Business Event That Is Far From Generic
 - <https://youtu.be/QD9hpxAO99g>
 - If You Seek Networking That Is Far From Generic
 - <https://youtu.be/AHlHznjV-18>
 - If You Seek Food Experiences That Are Far From Generic
 - <https://youtu.be/llqauKHaGT4>
 - If You Seek Convention Centres That Are Far From Generic <https://youtu.be/SatG5eZ9Pew>
- Tourism Australia Business Events
 - There's Nothing Like Australia For Business Events | Business Events
 - https://youtu.be/3NIIAf_15iM
 - Why you should choose Australia for your next business event
 - <https://youtu.be/M9JDhCyyfig>
- Flandes
 - Why your conference is so important for Flanders
 - <https://youtu.be/KX98rcPAf80>
- Tirol Convention Bureau
 - Sustainable and hybrid events in Tirol
 - <https://youtu.be/9NazhhZz5-E?feature=shared>
 -

- Monaco Convention Bureau
 - The Sustainable Event Manager's GUIDE
 - https://youtu.be/I_tMyBfRLKI?feature=shared
- Las Vegas
 - The Forefront of Sustainability
 - <https://youtu.be/hAuAMZISLp8?feature=shared>
- Glasgow
 - Video sobre los objetivos de sostenibilidad
 - <https://youtu.be/4yLzOLVEPKo?feature=shared>
- Copenhagen
 - **Best of Copenhagen – Sustainability**
 - <https://youtu.be/LI95vU-RsWM?feature=shared>

Otros recursos adicionales:

- Manual de sostenibilidad de alojamientos turísticos
- BCD Travel Meetings & Events – 2024 Sustainability Guide
- Events Industry Council – Steps to Sustainable Events
- Meet Denmark – Powering Meeting Legacy
- Copenhagen Convention Bureau – Copenhagen Legacy Lab
- ICCA – International Sustainability Report
- Global Destination Sustainability Movement – Certifications Guide Updated
- Eventbrite – TRNDS 2024
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente – Manual de Eventos Sostenibles
- BCD Meetings – What's Trending 2024
- IBTM World – Trends Report 2025
- Cvent – Meetings trends 2024
- The Incentive Research Foundation – 2024 Trends Report
- International Association of Convention Centers (IACC) – 2024 Meeting Room of the Future Report
- IMEX – Sustainable Event Report
- The Net Zero Carbon Events – A Net Zero Roadmap for the Events Industry
- Cvent – Planner Sourcing Report

ALGUNOS EJEMPLOS DE CONVENTION BUREAU ANALIZADOS QUE FOMENTAN LA SOSTENIBILIDAD EN SU ESTRATEGIA.

CONVENTION BUREAU	PRÁCTICAS QUE SE FOMENTAN DESDE LOS CONVENTION BUREAU
Wonderful Copenhagen	<ul style="list-style-type: none"> • Catering sostenible con opciones vegetarianas y veganas. • Estrategias efectivas de gestión de residuos. • Fomento de viajes sostenibles y uso del transporte público. • Priorización de la diversidad en los eventos. • Promover alimentos locales y minimizar el desperdicio de alimentos.
Convention Bureau de Alemania	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación del código de sostenibilidad 'right and fair'. • Organización de la conferencia greenmeetings & events. • Formación de Sostenibilidad. • Participación en la iniciativa Net Zero Carbon Events.
Madrid Convention Bureau	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de alimentos de cero millas y experiencias culinarias sostenibles. • Colaboración con restaurantes y mercados locales para alimentos de origen local. • Uso de la herramienta PLUS Legacy with us para alinear eventos con objetivos sostenibles.
Amsterdam RAI Exhibition Centre	<ul style="list-style-type: none"> • Adopción de certificaciones de sostenibilidad y gestión sostenible del personal.
Barcelona Convention Bureau (BCB)	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación Biosphere como destino turístico responsable; • Guía para eventos sostenibles.
Marina Bay Sands, Singapur	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en programas de sostenibilidad con empresas y organizaciones • Iniciativas para reducir el impacto ambiental de eventos.
Calvin L. Rampton Salt Palace Convention Center	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de sostenibilidad ambiental.
Colorado Convention Center	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de reciclaje y eficiencia energética.
Oregon Convention Center	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de sostenibilidad integradas en todas las operaciones.
Shaw Conference Center, Edmonton, Canadá	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento de la sostenibilidad en la comunidad local y entre los participantes del evento.
Virginia Beach Convention Center	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque en energías renovables y prácticas sostenibles de gestión de eventos.

Anaheim Convention Center	<ul style="list-style-type: none"> Programas de donación de alimentos y fomento de la agricultura local.
Metro Toronto Convention Centre	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso con la sostenibilidad a través de contenido digital y programas locales.
Singapore Tourism Board (STB)	<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de Directrices de Sostenibilidad para el sector MICE, basadas en estándares internacionales como ISO 20121 y APEX/ASTM. Iniciativas de sostenibilidad en hoteles y sedes, incluyendo la adopción de paquetes de reuniones verdes. Desarrollo de la Hoja de Ruta de Sostenibilidad MICE, con objetivos de certificación de sostenibilidad para sedes y miembros de SACEOS, así como la implementación de seguimiento de residuos y emisiones de carbono
Singapore Association of Convention & Exhibition Organisers & Suppliers (SACEOS)	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de WA 3 Sustainable MICE Guidelines for waste management, con enfoque en la gestión de residuos para eventos con 50 o más asistentes. Promoción de un enfoque de reducir, reutilizar y reciclar para minimizar el impacto ambiental. Organización de talleres sobre gestión de residuos para promover la concienciación y la adopción de prácticas sostenibles entre los stakeholders de la industria MICE



Proyecto desarrollado en el marco del PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACION Y RESILIENCIA
FINANCIADO CON FONDOS EUROPEOS NEXT GENERATION EU.

Este proyecto se circunscribe en LA ESTRATEGIA DE CREACIÓN,
INNOVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE EXPERIENCIAS TURISMO
ESPAÑA.

ESTRATÉGIA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y FORMACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE Y LEGADO MICE



 **Financiado por
la Unión Europea**
NextGenerationEU

 **Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia**



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



FEDERACION ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

MARZO 2025

