



**DISEÑO Y CREACION DE GUIA PARA APLICACIÓN Y ESTABLECIMIENTO
DE DIRECTRICES PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOSTENIBLES
EN CARLSON WAGONLIT TRAVEL COLOMBIA**

DEPARTAMENTO DE MEETING AND EVENTS



DISEÑO Y CREACION DE GUIA PARA APLICACIÓN Y ESTABLECIMIENTO
DE DIRECTRICES PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOSTENIBLES
EN CARLSON WAGONLIT TRAVEL COLOMBIA

DEPARTAMENTO DE MEETING AND EVENTS

Autores:

CAMILO ANDRES HERREÑO FONSECA
DANNY ALEJANDRO MARQUEZ PEDRAZA

Director Académico del Proyecto

GUILLERMO IGNACIO CAPERA
Docente Escuela Administración Turística y Hotelera

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
DUITAMA
2017

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN	8
1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	10
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.2 JUSTIFICACIÓN	15
1.3 OBJETIVOS	18
1.4 DESARROLLO METODOLÓGICO	19
2. MARCO REFERENCIAL.....	21
2.1 MARCO INSTITUCIONAL	21
3. MARCO CONCEPTUAL	22
4. FASE I - ESTADO ACTUAL DE LOS EVENTOS EN CWT®	36
5. FASE II –ENCUESTA.....	39
5.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS	58
5.1.1 APORTES DE SOSTENIBILIDAD PARA CWT®.....	58
5.1.2 SOLUCIONES DE INCLUSIÓN DE SOSTENIBILIDAD PARA CWT®	59
5.1.3 CWT Y LA SOSTENIBILIDAD.....	62
FASE III -CREACIÓN GUIA	64
CONCLUSIONES.....	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	94
APÉNDICES	96

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. ¿Tiene conocimiento sobre sostenibilidad?	40
Figura 2. ¿Considera relevante el tema de sostenibilidad?	42
Figura 3. ¿De las tendencias encaminadas hacia la sostenibilidad mencionadas diga cuales son las más relevantes para usted?	43
Figura 4. ¿Es importante el tema de sostenibilidad en la prestación de sus servicios?	44
Figura 5. ¿Cree que de alguna manera el aplicar políticas de sostenibilidad aumenta el porcentaje de rentabilidad?	45
Figura 6. ¿Realiza acciones y/o actividades en su empresa que vayan encaminadas a la sostenibilidad?	46
Figura 7. ¿Conoce algún tipo de energía renovable?	48
Figura 8. ¿Aplica o utiliza alguna?	49
Figura 9. Si la utiliza, ¿hace cuánto tiempo lo hace?	50
Figura 10. ¿Si no lo hace, estaría dispuesto/a a implementar el uso de energías renovables?	51
Figura 11. ¿Puede identificar si existe algún tipo de beneficio con el uso de estas energías?	52
Figura 12. ¿Conoce alguna empresa de su gremio la cual maneje políticas de sostenibilidad?	53
Figura 13. ¿Estaría dispuesto/a a implementar planes y estrategias encaminadas a la sostenibilidad en su empresa de acuerdo a las directrices de Carlson Wagonlit Travel?	54
Figura 14. ¿De qué manera piensa usted podría implementar algún tipo de plan encaminado a la sostenibilidad en su empresa?	56

LISTA DE APÉNDICES

	Pág.
Anexo A. Anteproyecto	96
Anexo B. Cronograma	102
Anexo C. Presupuesto	103
Anexo D. Encuesta	105

RESUMEN

Herreño Fonseca, Camilo Andrés y Márquez Pedraza, Danny Alejandro

Diseño y creación de una guía para la aplicación y establecimiento de directrices para la organización de eventos sostenibles en Carlson Wagonlit Travel Colombia (departamento de Meeting and Events). - Duitama: Universidad Pedagógica y Tecnológica UPTC, Administración Turística y Hotelera, 2017.

Trabajo de grado como Proyecto de Practica Empresarial (Administrador Turístico y Hotelero). - UPTC, 2017

El estudio presenta un diagnóstico general sobre las prácticas aplicables en el desarrollo de eventos del departamento de Meeting and Events con fines de mejorar el Good Will de CWT®, además plantear soluciones de inclusión de sostenibilidad para actividades y procesos implementados por la compañía en la prestación de sus servicios, para posteriormente informar y sensibilizar a la empresa sobre los beneficios y ventajas que supone una guía de eventos sostenibles para el medio ambiente y a la vez dar a conocer qué es un evento sostenible y como se puede implementar en Carlson Wagonlit Travel; por último, crear concientización tanto interna como externa de como la sostenibilidad puede ser aplicada en eventos corporativos.

Generar una guía de eventos enfocada en criterios de sostenibilidad como propuesta para Carlson Wagonlit Travel Colombia con el fin de estandarizar y optimizar procesos y utilidades que beneficien al ambiente y a la comunidad receptora de eventos.

En este ejercicio de práctica empresarial el diseño metodológico es de tipo observacional y descriptivo; con un enfoque mixto (cualitativo porque busca comprender a profundidad una realidad a la que se enfrenta CWT® en la realización de eventos, y cuantitativo porque aplica una encuesta a proveedores preferenciales); con un método inductivo y deductivo. Las fuentes primarias son: CWT® en su Departamento de Meeting and Events y los proveedores. Dentro de los instrumentos de recolección de información quedará como base la observación directa y la encuesta; los resultados posteriormente se presentan a través de la guía de eventos sostenibles apoyada de su respectiva interpretación y conclusión.

Esta guía se constituirá como un aporte para CWT® y para las empresas colombianas porque pueden llegar a utilizarla para mejorar sus condiciones y políticas de calidad y sostenibilidad reduciendo impactos negativos para el ambiente y dejando un legado importante para la empresa y la sociedad en el entorno local. Los resultados a los que se espera llegar son crear conciencia para que CWT® vaya de la mano con la sostenibilidad dentro de las políticas internas y externas al momento de ofrecer servicios y sean estos basados en las normas nacionales e internacionales para el desarrollo de eventos sostenibles.

INTRODUCCIÓN

Por lo general, son pocas las empresas que tienen una estructura organizacional que no contemplan las prácticas sostenibles como una de sus funciones; lo anterior, debido a que falta identificar la necesidad de emplear la sostenibilidad en un área tan fundamental como lo es el servicio de eventos ; ya que al hacerlo constituye un elemento diferenciador y ayuda al cliente a dar preferencia por un lugar de celebración u otro.

Por esta razón, actualmente, la sostenibilidad se ha convertido en un modelo para cualquier sector turístico que quiera contribuir al desarrollo local, es así como pocos sectores se enfrentan a la innovación y al crecimiento sostenible a largo plazo ya que esta actividad puede tener efectos directos e inmediatos en su economía. Ello nos conduce a plantearnos ¿Los eventos sostenibles pueden aportar algún valor agregado a Carlson Wagonlit Travel?, de esta manera la siguiente intervención quiere abordar un reto que efectivamente se convierte en una primera aproximación para diseñar y organizar una guía de eventos sostenibles.

El documento se divide en capítulos: delimitación del problema, diagnóstico de la situación actual de CWT® entorno a la realización de eventos, el modelo conceptual en que nos basamos, el diseño metodológico como la forma en que llegará a ser desarrollada la aplicación de la investigación, y la utilización de los diferentes instrumentos que permitan generar nuestra guía de eventos sostenibles.

El informe final se presenta como referente cada uno de los objetivos específicos desglosados con su respectiva interpretación y conclusiones. Son tres fases fundamentales para mostrar el análisis de validación de la encuesta a los proveedores como instrumento para recolectar información. Por último se presenta la Guía la cual intenta hacer visible un aspecto importante para las empresas colombianas donde se hace necesario visionar los eventos corporativos y medirlos desde otra dimensión, como lo es, la sostenibilidad.

1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos años la importancia de la implementación y organización de eventos sostenibles ha crecido dentro del manejo de estrategias y normativas que contribuyen a que se genere una percepción de desarrollo de protección y apoyo al medio ambiente desde sus diferentes ámbitos. En este contexto el manejo sostenible de eventos ha demostrado ser una herramienta eficaz en pro del pensamiento de protección y manejo adecuado de los recursos naturales y procesados, los cuales son utilizados para el desarrollo de los eventos.

Los eventos han sido sensibles al cambio en el perfil de los asistentes, pero también a las nuevas demandas sociales preocupadas por los impactos de nuestras decisiones como consumidores. Es por esto que el incremento de la competencia y la necesidad de diferenciarse, es decir, el hecho de organizar un evento con éxito y no solo un simple evento, ha sido también un motivo para incorporar nuevas ideas y tendencias. En nuestra investigación la problemática radica en la falta del desarrollo sostenible para la realización de los eventos en Carlson Wagonlit Travel.

Todo esto ha hecho que los eventos se hayan adaptado (y lo tienen que seguir haciendo) a las necesidades de los proveedores creando servicios especializados y teniendo en cuenta sus necesidades. Actualmente se hace difícil hacer una valoración de la aplicación y el impacto de la sostenibilidad en los eventos de CTW por ello la sostenibilidad genera cambios de raíz en esta problemática.

Respecto a los puntos fuertes, el proceso realizado para el desarrollo de un evento como tal funciona muy bien a nivel logístico, informativo, tecnológico como a nivel de utilidad y atención por parte del talento humano de CWT, pero la desventaja es que no cuenta con un plan de desarrollo de actividades sostenibles ni posee documentación sobre procesos y procedimientos para el llevar a cabo un evento, dado que en CWT Colombia la apertura del departamento de eventos es muy reciente y con muy poca experiencia.

Por esta razón, la problemática a resolver es la falta de capacitación en las normas y políticas enfocadas en la sostenibilidad de CWT, sin embargo, un punto a favor es el manejo de la utilización e implementación de la tecnología internamente que facilita bastante todos los procesos y los automatiza de manera eficiente. A nivel nacional, Colombia no es pionera ni motivante en el desarrollo y aplicabilidad de la normatividad, a diferencia de otros países como España y Argentina, cuyo manejo se empezó a implementar desde comienzos del siglo XXI, de igual manera, Inglaterra se enfocó plenamente en la sostenibilidad para el desarrollo de los juegos olímpicos del 2012, aplicando de principio a fin la (norma ISO 2012-1.)

De igual manera, Núñez, (2003) afirma:

La responsabilidad social (RS) es un punto importante que las empresas en especial las multinacionales tienen que cubrir para salvaguardar el bienestar social y cultural de las comunidades donde operan, así tener una transformación social de mayor alcance. La acción empresarial exige alcanzar niveles de competitividad acompañados de solidaridad dentro del marco de desarrollo sostenible para tener un desempeño social y ambientalmente responsable a través de la adopción de buenas prácticas empresariales".(p.8)

Para realizar este trabajo de investigación delimitaremos el ámbito de estudio a dos marcos concretos: el primero es la Organización de Eventos Sostenibles como herramienta de innovación en los servicios que actualmente presta CWT® y el segundo es la Organización de Eventos Sostenibles en el contexto profesional de las empresas Colombianas.

Estas delimitaciones hacen referencia al hecho de que este estudio enfoca la inclusión de Sostenibilidad en el manejo de nuestros eventos desde la perspectiva comercial dentro de estrategias de protección ambiental y manejo adecuado de recursos; esta investigación está encaminada a analizar la Organización de eventos sostenibles desde esta perspectiva mencionada, de hecho, la planificación, gestión y ejecución de eventos no tendría sentido desde nuestro enfoque, si no se analiza dentro de la comercialización de eventos desde una visión global.

Además, se ha considerado necesario enmarcar la investigación en la práctica profesional de la Organización de Eventos a nivel nacional, asimilando su enorme crecimiento en los últimos años y, teniendo en cuenta que en algunos casos, el crecimiento con desarrollo de Eventos se da de una forma desordenada y sin criterios de sostenibilidad, o en muchos casos la falta de un adecuado manejo de comunicación. Por ejemplo para Sánchez,A;Fonseca,C;Quesada,R & Fontana,Y, (2011): “en un hotel, agencia de viajes, o cualquier empresa el producto total depende directamente del recurso humano que tiene a los turistas, es decir aquellos encargados de dar la primera impresión de la empresa y su calidad, así como de su compromiso con la sostenibilidad”. (p.178)

Por esta razón, la investigación ha comenzado por y a partir de las opiniones de los Asesores y/o expertos, actores responsables de la organización de eventos dentro de CWT®, quienes nos aportan información sobre otro de los actores del proceso de la Organización de Eventos: Carlson Wagonlit Travel, desde el punto de “La Agencia”; Compañía especializada en la Prestación de Reservación Servicios Aéreo, Hoteleros, de Traslados, Catering y Organización de Eventos entre otros, así poder darle la prioridad necesaria al tema de Sostenibilidad en el desarrollo de la actividad comercial la cual estamos analizando.

Es conveniente comprender que según Schiffman, L y Kanuk ,L, (2005):

las empresas, ante este nuevo enfoque de los consumidores, necesitan encontrar nuevas formas de ganarse su confianza, para lo cual deben, antes que nada, conocer cuáles son sus percepciones, ahora conformadas por un espectro más amplio que no sólo incluye las variables precio, calidad, distribución, entre otros, sino también otras actividades de las empresas reflejadas que retribuyan parte de lo reciben de la sociedad de acuerdo a este planteamiento. (p.38).

En definitiva, es un reto manejar estándares de calidad con una notable disminución de recursos, de esta manera como actores principales para el manejo de los eventos se debe tener la capacidad de aportar criterios de evaluación, medición y control para la intervención de sostenibilidad en el ámbito de Organización de Eventos, con el pensamiento principal del efectivo manejo de recursos que puedan encontrar al momento de la inclusión de sostenibilidad en la prestación de la Organización de Eventos, congresos y convenciones, guiándonos de igual manera por la normatividad de sostenibilidad Nacional afín a nuestro ámbito empresarial, con la aseguración de la consecución de actividades económicas viables a corto y a largo plazo.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta lo anterior esta realidad resolverá el siguiente interrogante:

¿Qué relevancia tiene generar una guía de eventos como propuesta para Carlson Wagonlit Travel Colombia con el fin de resolver la falta de buenas prácticas e inclusión de sostenibilidad en cada una de sus actividades y procesos implementados para la prestación de eventos?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son las características y en qué condiciones se debe implementar un evento sostenible?
- ¿Cómo se encuentran y desarrollan actualmente los eventos en Colombia?
- ¿Qué impacto tiene las buenas prácticas de sostenibilidad para la prestación de un servicio de eventos por parte de CWT®?
- ¿Cuál es la problemática interna de CWT® y qué puede aportar al entorno local e internacional?
- ¿Qué ventajas tiene para CWT® y para el entorno organizar eventos de este tipo?
- ¿Es un beneficio para CWT® implementar la prestación de eventos sostenibles?
- ¿Cuáles son las directrices fundamentales para generar una guía de eventos sostenibles?

1.2 JUSTIFICACIÓN

A pesar de que en el ámbito educativo, existen procesos de formación y documentación para el manejo de Organización y Desarrollo de Eventos, tanto a nivel Técnico, Tecnólogo y Profesional y, aunque exista una normatividad a nivel nacional, es notoria la falta de documentación académica propia del país, y más concretamente sobre la Organización de Eventos Sostenibles, por ello queremos que esta investigación pueda ser una ayuda para mejorar los contenidos y recursos de formación en este campo y para los interesados en la inclusión de Sostenibilidad en la Organización de Eventos.

Dado que CWT® y cada uno de los integrantes tiene como principal pensamiento, la atención y solución de necesidades del cliente, de acuerdo a los servicios que como compañía ofrece, entendemos que el desarrollo de nuestras labores debe ir encaminada en la protección y resguardo de los recursos ambientales, culturales, sociales de patrimonio apoyándonos en tendencias y tecnologías amigables al medio ambiente, que estén consideradas como fuentes renovables de recursos.

Esta guía nace con el análisis de defensa del entorno a nivel general y global; y por la iniciativa que CWT® pueda llegar a manejar innovación y competitividad en el sector de los eventos, por medio de la intervención de calidad, sostenibilidad, estandarización eficaz de procesos y servicios manejados ante las necesidades del cliente. No se quiere pensar en el manejo de eventos sostenibles, como un deber a realizar por parte nuestra, sino en el aspecto de creación y convivencia junto con una cultura de eventos sostenibles, con aspectos amigables, eficientes hacia el medio ambiente, interviniendo con una

adecuada comunicación, gestión y educación ambiental, para que la sostenibilidad en los eventos pueda ser vista como algo viable con el entorno.

Por ello, con la realización de esta guía, prima el reto de trabajo en el tema, a nivel empresarial, social, regional ¿y por qué no? a nivel nacional, para que en el futuro de los eventos no sea necesario utilizar la inclusión de la terminología de “evento sostenible”, ya que con el pensamiento óptimo de adaptabilidad del presente y otros más documentos afines, no será necesario hacer distinción entre los eventos sostenibles y el resto de eventos, ya que cada uno de los eventos a celebrarse por CWT®, estarán diseñados y desarrollados siguiendo los principios de sostenibilidad.

El tiempo que demore para que esto suceda dependerá del compromiso de actuar y fomentar los cambios necesarios a todos los niveles y de cada uno de los actores que estamos implicados en la gestión, organización y desarrollo de eventos. Ya se está viendo con la creación y aplicación de normas y criterios de sostenibilidad, por eso consideramos es el momento de la aplicación oportuna de las mismas, de salir del pensamiento de tener a la mano textos bien guiados, sino de poder ser los intérpretes y guías de las acciones futuras para la viabilidad de los mismos, estamos en el momento idóneo de la puesta en marcha, comprendiendo que el tema no le concierne solamente a las empresas que intervienen en la organización de los eventos, sino que se hace extensivo a las organizaciones promotoras de los mismos y a las empresas que proveen servicios para su realización.

Según Sánchez, Fonseca, Quesada & Fontana, (2011): “La sostenibilidad turística procura la mitigación de impactos negativos en su entorno. Para lograrlo debe propiciar que la gestión de empresas turísticas sea congruente con los principios que definen, a su vez, al turismo sostenible. Cualquier tipo de empresa turística, independientemente del tamaño o modalidad, debe procurar ser sostenible”. (p.20).

El estudio sobre el tema planteado da apoyo y respuesta a motivaciones personales como la asesoría en organizaciones de eventos dado que uno de nuestros motivos de la realización de esta investigación ha sido conseguir conocimientos fundamentados, que puedan ser utilizados en nuestro ámbito profesional, esto con el fin de emplearlos como ayuda para el asesoramiento principal en la Planificación y Organización de Eventos Sostenibles para Carlson Wagonlit Travel como para el asesoramiento empresarial en general.

Por último, esta investigación es un aporte significativo en el proceso de investigación porque el estudiar la Organización de Eventos desde la nueva perspectiva de integración de Sostenibilidad, nos abre una vía plena de observación permitiéndonos futuramente orientar la organización de un evento hacia la experiencia de marca CWT® - M&E frente a los clientes, con el planteamiento de estrategias al integrar la sostenibilidad y las demás labores que ello requiera.

1.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar una guía aplicativa a los eventos y enfocada en criterios de sostenibilidad como propuesta para Carlson Wagonlit Travel Colombia con el fin de estandarizar, optimizar procesos y utilidades que beneficien al ambiente y la comunidad receptora de eventos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Establecer el estado actual de los eventos en CWT®
- Identificar las prácticas aplicables en el desarrollo de eventos del departamento de Meeting and Events para mejorar el Good Will de CWT®.
- Plantear soluciones de inclusión de sostenibilidad para actividades y procesos implementados por CWT en la prestación de sus servicios.
- Definir la relación entre la misión y visión de CWT con la sostenibilidad
- Dar a conocer qué es un evento sostenible y como se puede implementar en una empresa como CWT®.

1.4 DESARROLLO METODOLÓGICO

El proceso como fue llevado a cabo el proyecto se basa en las siguientes fases:

Fase 1

- ✓ Formulación del campo de estudio a trabajar
- ✓ Definir el proceso de realización de eventos por parte de CWT

A partir de este proceso que realiza CWT la siguiente actividad a realizar es:

- ✓ Determinar las prácticas aplicables en el desarrollo de eventos de CWT y poder consignarlas en la guía.
- ✓ Diseñar las pautas claves que mejoren el good will de la empresa.

Fase 2

- ✓ Selección de soluciones de inclusión de sostenibilidad.
- ✓ Organización de trabajo de campo para poder plantear mejoras a los procesos implementados por CWT.
- ✓ Analizar el proceso la prestación de servicios en cuanto a evento.
- ✓ Formular una estrategia aprovechando la oportunidad de generar la guía como aporte al entorno local y nacional.

Fase 3

- ✓ Formulación de conceptos de evento sostenible.
- ✓ Elección de directrices de carácter sostenible que sean factibles para implementar en CWT.
- ✓ Propuesta y boceto de guía de eventos para CWT.

Fase 4

- ✓ Definición y características de eventos corporativos.

- ✓ Sensibilizar a los participantes de esta guía, al personal del departamento y a futuro a los clientes en relación a la sostenibilidad.
- ✓ Determinar una forma de divulgación de la guía para que la conozcan interna y externamente las metas adoptadas y puedan comunicar a futuro las medidas que reducen los impactos negativos al ambiente (etapa a futuro).

Fase 5

- ✓ Análisis de resultados: codificación y sistematización de la observación obtenida.
- ✓ Diseño de un instrumento válido y confiable, es decir, la guía de eventos sostenibles para evidenciar la forma de generar soluciones eficientes para la empresa a partir de este legado.
- ✓ Interpretación de la guía para que la gente se informe y se sensibilice a partir del contenido de esta guía.
- ✓ Desarrollo final del informe.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO INSTITUCIONAL

Carlson Wagonlit Travel como empresa

Carlson Wagonlit Travel ayuda a gestionar los viajes, reuniones y/o eventos, para poder realizar este tipo de asesoría CWT hace una gestión de viajes, atención al viajero, reuniones y eventos.

Misión:

CWT proporciona soluciones eficientes e innovadoras para optimizar la gestión de los viajes, las reuniones y los eventos.

Visión:

CWT está enfocada a apoyar a empresas de todo tipo y tamaño, sean instituciones gubernamentales como organizaciones no gubernamentales para optimizar sus programas de viajes a través del mejor servicio y asistencia hacia sus viajeros.

Aprovechando el talento y experiencia de sus colaboradores, CWT, sustentada en tecnología global de punta, ayuda a sus clientes a obtener grandes resultados en términos de servicio, ahorro y seguridad.

3. MARCO CONCEPTUAL

Con el pasar de los tiempos y las actualizaciones que ello acarrea (técnicas, tecnológicas, sociales, organizativas, cognitivas), denotamos que la historia de la Organización de Eventos es el resultado de la búsqueda constante, del manejo de herramientas innovadoras para la comunicación entre empresas y su público. Esta herramienta nace y evoluciona para dar respuesta a las necesidades de la transmisión de mensajes día a día más complejos.

Galmés, (2010) afirma que: “La aparición de los eventos empresariales parece situarse en Estados Unidos en torno a 1940”. (p.13) .Desde entonces, la evolución de esta herramienta ha sido desigual en función del desarrollo de los mercados de cada lugar del planeta, bien sea por la documentación manejada en cada uno, o por la necesidad que en el momento se presenciaba para el desarrollo de estos.

Los siguientes términos contextualizan cada uno de nuestros objetivos así:

Eventos en Colombia

El equipo de trabajo de Meeting & Events, bien sea de CWT® Colombia, o de las grandes empresas en general, necesitan cada vez más formación, información y nuevas tecnologías para poder ser competitivos, puesto que es notorio que las nuevas solicitudes de eventos, vienen dándose de manera de personalización y adaptación al perfil del cliente, viéndose también la necesidad de creatividad de nuevos recursos en los eventos y, de la misma manera el cliente busca a los proveedores que conozcan y puedan atender las necesidades al momento de la intervención en los eventos, surgiendo así, eventos cada vez más sofisticados y capaces de transmitir información más compleja y actualizada.

Dándonos a entender a nosotros como Organización que para crear diferenciación desde el ámbito empresarial, una de nuestras metas será la “Transmisión de lo Intangible”, generando mediante una perfecta preparación, un entorno competitivo e innovador con la Organización de Eventos Sostenibles, así podamos ser diferenciados notoriamente de la competencia.

Evento

A nivel nos podríamos guiar por la presente Norma Técnica Sectorial Colombiana 006-2, Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones - Requisitos de Sostenibilidad en la que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo definen la palabra Evento como el : “termino genérico que designa cualquier tipo de reunión de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religiosos, promocional o de otra índole, que facilite el intercambio de ideas o conocimientos de experiencias entre los participantes”. (NTS-TS 006 del 2009, p.2).

Sostenibilidad

Según Te hago, (2014): “Es un elemento clave para que una empresa adquiera la denominación de Smart, esto es que desarrolle una estrategia donde la sostenibilidad social y ambiental tiene un papel principal. Por tanto, dentro de esa denominación de inteligente se incluye la de sostenible” (p.37).

De esta manera entendemos y defendemos el hecho de pensar que un evento sostenible es aquel que atiende a criterios eficientes para su organización y desarrollo, primando la intervención de protección al medio ambiente con temas referentes a una adecuada gestión de recursos, y la asociación de lineamientos futuros a manejar en la Organización de Eventos por Meeting and Eventos de

CWT® como lo serán en este caso el manejo de las conocidas 4 R: “reducir, reciclar, reutilizar y repensar”; ya que visiblemente es complicado que podamos definir con exactitud cuándo y en qué medidas un evento se puede considerar sostenible, a partir de los estándares y marcos de referencia disponibles en la actualidad.

Sostenibilidad Turística

Según Alberto Sánchez, Fonseca, Quesada & Fontana, (2011) en su libro Gestión de empresas turísticas sostenibles, comenta que la sostenibilidad turística: “es el conjunto de acciones emprendidas para hacer que el turismo, como actividad productiva, sea no solo altamente beneficioso y rentable, sino también perdurable mediante el uso racional y controlado de los recursos que requiere para su óptima operación”. (p.20).

Eventos sostenibles

Todo evento sostenible es aquel en el cual se tiene en cuenta todos los impactos negativos los cuales pueden llegar a afectar el entorno donde se realiza, para así poder minimizarlos al máximo y tomar acciones correctivas en donde se encuentre algún tipo de falencia, la idea es producir el menor impacto ambiental posible, esto conlleva a un manejo adecuado de los recursos tales como agua, energía, alimentos, papel, etc., pero sobre todo mitigando la generación de residuos ya sean orgánicos o inorgánicos, emisiones producidas por los vehículos utilizados, impactos por alojamientos, etc., pero además con la aplicación del evento se debe dejar un legado positivo a la comunidad o sector donde se trabajó desde el punto de vista social y económico.

El programa para el medio ambiente de las naciones unidas PNUMA, (2013) define un evento sostenible como “aquel que se diseña, organiza e implementa de forma que minimice los impactos ambientales negativos y deje un legado positivo para la comunidad que lo alberga.” (norma ISO 2012-1, p.1)

El Contexto Actual De Los Eventos Sostenibles En El Mundo

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

Actualmente tal vez sea la celebración de jornadas, Meetings y congresos lo que están demandando e incorporando iniciativas sostenibles en su gestión con creciente interés. De la experiencia adquirida en estos eventos se ha publicado mucha bibliografía, en formato de guías de buenas prácticas, páginas web, hojas informativas, etc.

Para hacer una breve reseña histórica sobre la situación internacional de este tipo de eventos responsables, podríamos mencionar el informe de CONAMA 9 – GT-ESOS Eventos sostenibles donde habla de la celebración, en el año 2004, del Simposio “*Greening Events*”, que tuvo lugar en el Fórum de las Culturas de Barcelona. (Torrego & Paredes, 2008) menciona “en este congreso, participaron más de 80 representantes de diferentes ciudades de todo el mundo y se posibilitó por primera vez una aproximación sistemática a la realidad de los eventos sostenibles”. (p.16).

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

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

Cabe señalar que mucho de los eventos sostenibles tienen en común discutir aspectos en el ámbito ambiental. Por esta razón, Torrego & Paredes, (2008) afirma: “para que los eventos sostenibles sean legítimos con los contenidos que van a discutir o celebrar, se deben sentir más obligados a poner la teoría de la gestión sostenible a la práctica.”(p.19).

Impactos En La Celebración De Eventos Sostenibles

Asimilando el desarrollo e intervención de eventos sostenibles en CWT® se estima creara beneficios desde el punto de vista empresarial, social y medio ambiental, ninguno de ellos con datos cuantitativos, pues el desarrollo de estos va más allá de esto o de una afluencia económica de los mismos, por ello es necesario considerar que, igual que el desarrollo de cualquier otra actividad, los eventos no son acciones neutrales para la sociedad y/o su entorno, a continuación se puede mencionar algunos de ellos:

Impactos Económicos

La celebración de eventos tiene y por naturaleza deberá tener impactos económicos y consecuencias financieras positivas para el organizador del evento, promotores, y participantes. Al mencionar los actores hay que pensar en la rentabilidad del eventos, es decir, que así el evento sea sostenible hay que tener en cuentas sus fines monetarios. Los beneficios de ingresos pueden provenir de la venta de entradas, patrocinadores o también de los efectos económicos inducidos por los ingresos del turismo por el desarrollo del evento. (Guía de eventos sostenibles –Directrices para la organización de eventos sostenibles en Vitoria-Gasteiz) (p.21).

De igual forma es importante incluir manejo de costos o costos derivados de la organización y desarrollo de los eventos como lo son: costos de organización (pagos nomina, salarios, seguridad, publicidad, entre otros), inversión, adaptación y/o alquiler de infraestructura.

En conclusión, hay que tener presente los siguientes ítems:

- Lograr que el evento tenga un impacto económico positivo tanto para CWT® como para el entorno y el cliente.
- Conocer el impacto de la realización del evento en el entorno local.
- La responsabilidad social debe ser la prioridad en el momento de llevar a cabo el evento
- Incluir políticas de sostenibilidad a nuestros proveedores va a marcar la diferencia
- Garantizar el cumplimiento de los requisitos básicos de los proveedores en cuestiones de sostenibilidad.

Impactos Sociales

Los impactos sociales son sin duda los que se consideran de vital importancia al manejar el proceso de realización de eventos sostenibles, ya que por ellos principalmente es la ejecución de los mismos, los asistentes y participantes son parte fundamental y el alma de los eventos, en este caso podríamos pensar que el evento es el mecanismo vivo que permite dar respuesta a sus necesidades, dándonos como resultado un grado de satisfacción que para nosotros como organizadores deberá tener un máximo indicado, porque es el resultado de nuestras labores y organización. (Guía de eventos sostenibles –Directrices para la organización de eventos sostenibles en Vitoria-Gasteiz) (p.15).

En general, el aspecto social de los eventos permite generar conciencia en los asistentes desde pensar en darle buen uso a las instalaciones hasta reciclar correctamente los productos que se les entregan. Con ello se logra innovación y motiva el turismo de la región.

Impactos Ambientales

Como Organizadores de Eventos Sostenibles, se tiene la posibilidad de medir y determinar cuantificadamente la importancia de los impactos ambientales en el desarrollo de los eventos, dado que es posible realizar mediciones a los aspectos que forman parte de la sostenibilidad y responsabilidad ambiental obteniendo una retroalimentación que nos permita medir la viabilidad de nuestro evento.

Los aspectos ambientales se están empezando a tener en cuenta para la realización y desarrollo de los eventos, y podemos notarlo en la creación de documentaciones como la presente, la concientización ambiental en las organizaciones como CWT®, en la sociedad y en la región, traerá consigo la generación de criterios y estándares, para guiar a nuestro personal a la generación y obtención de eventos sostenibles, si podemos juntar este tema

junto con la aplicación de los criterios de sostenibilidad, podemos lograr reducción de costes en el área, una mayor eficiencia en los procesos para la organización y ejecución del evento, llamando así la atención por nuestros clientes a la hora de solicitar en invertir para la organización de sus eventos.

A continuación incluimos los principales impactos del antes, durante y después de la celebración de un evento:

El Consumo de Energía: energía consumida por la iluminación, sonorización, climatización e intervención de elementos electrónicos, transporte y/o traslado de pasajeros, personal y/o mercancías utilizadas en los eventos. Este elemento generaría sostenibilidad si se implementa el ahorro energético a través de fuentes renovables.

El Consumo de Agua: tratamiento de las aguas residuales generadas tras la realización del evento, ya que con el desarrollo del evento habrá consumo de agua y de los elementos que acusan de inclusión de servicio, como lo es el alojamiento de los participantes al evento la limpieza de los espacios o zonas intervenidas para el desarrollo, y el manejo del catering entre otros.

La Generación de Residuos: los residuos que se producen en las diferentes fases del evento, desde el transporte de los materiales hasta los desechos orgánicos del catering, de esta manera debemos intervenir para que cada uno de los residuos generados tengan un destino adecuado de acuerdo a las características de los mismos, teniendo presente que la cantidad de emisión de recursos debe variar de acuerdo a la magnitud de los eventos y de las posibilidades de reutilización y reciclaje que le demos a los elementos o materiales utilizados.

Las Emisiones Atmosféricas : la generación del CO₂ y a los gases de efecto invernadero derivados del transporte los materiales, y personas involucradas en

los eventos, las emisiones que genera también el consumo energético, y emisiones derivadas del uso de materiales y recursos utilizados para un eficiente desarrollo del evento, de esta manera debemos aplicar dos recursos; el primero la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y CO2 y el segundo recurso es la compensación de las emisiones que no se puedan evitar.

La **Contaminación Acústica**: se refiere al manejo del sonido o ruido producido en los eventos, generando así la alteración de las condiciones ambientales naturales del lugar de desarrollo del evento, implicando con esto la posibilidad de molestia, riesgo o daño para las personas que habitan el entorno y el desarrollo de sus actividades, como tal es el caso de la creación de ruido de automóviles de transporte de los asistentes al evento, al ruido que ellos mismos generan, a la música de animación, instrumentalización y/u otro género musical que ambiente el evento.

La **Contaminación Lumínica** :Este tipo de contaminación en los eventos es el exceso de iluminación, el mal manejo de las iluminaciones publicitarias y podremos indicar que uno de los principales objetivos de la realización de eventos sostenibles, es la minimización de los impactos negativos, aprovechando de manera eficiente y sostenible los recursos que nos pueda aportar el entorno local e interviniendo en la concientización de responsabilidad no solamente social sino en cada una de las que se implique el desarrollo de los mismos.

Responsabilidad Social

Una descripción bastante clara sobre la RSE la expone Cajiga (2006), quién al respecto comenta:

Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos

sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común. (Cajiga,C; J.F, 2006, p.4)

Si una empresa es consciente y comprometida con la responsabilidad social va a ser altamente competitiva con el desarrollo de las personas que colaboran en todos los procesos de la empresa, en este caso, los organizadores de eventos de CWT, los proveedores preferenciales y los participantes pueden sacar beneficio si se guían por este elemento.

Para poder diseñar y crear la guía de eventos sostenibles nos basamos en un modelo que consideramos cumple con las políticas de sostenibilidad para llevar a cabo una gestión de eventos de calidad. La primera es la guía para la celebración de eventos y congresos sostenibles - Universidad de Cantabria y la segunda es la guía de eventos sostenibles –Directrices para la organización de eventos sostenibles en Vitoria-Gasteiz. A continuación se contextualiza el contenido de los items que tuvieron en cuenta las guías y que en nuestro proceso son importantes para construir la guía para CWT.

Guía

Julián Pérez Porto y María Merino (2012) menciona que “Una guía es algo que tutela, rige u orienta. A partir de esta definición, el término puede hacer referencia a múltiples significados de acuerdo al contexto. Una guía puede ser el documento que incluye los principios o procedimientos para encauzar una cosa o el listado con informaciones que se refieren a un asunto específico”. (Pérez,J y Merino,M, 2012,p.1)

Según la guía para la celebración de eventos y congresos sostenibles de la Universidad de Cantabria en el capítulo ¿Qué puedes encontrar en esta guía? (Fernández ,J.M; García,J.A, 2011, p.12).

La información básica que se incluye son ítems primordiales a la hora de realizar una guía sostenible:

- **Grupos de interés implicados:** la participación y colaboración de todos los implicados o participantes es fundamental.
- **Etapas en las que se estructura el proceso:** una planificación adecuada facilita el trabajo de organización y ayuda a contemplar y monitorizar la mayor cantidad de variables posibles.
- **Pautas organizativas:** elementos en la planificación del trabajo relacionado con la organización de un evento sostenible.
- **Áreas de trabajo:** las áreas a considerar en el proceso de organización y desarrollo de un evento, en relación con la sostenibilidad.
- **Líneas de acción principales:** una guía propone las actividades básicas a considerar en cada área en lo que a la introducción de la sostenibilidad se refiere en cada una de las etapas identificadas.
- **Indicadores de desempeño:** los indicadores tratan de orientar, monitorear y dar seguimiento a las actividades realizadas y logros conseguidos. Los indicadores incluidos son sólo una propuesta y será el comité organizador quien deba decidir si los utiliza estrictamente o los modifica según sus propósitos y necesidades.

De acuerdo a (Fernández ,J.M; García,J.A, 2011) para garantizar que un evento sea sostenible “es fundamental que todos los grupos de interés implicados conozcan los comportamientos y actitudes a interiorizar, con el ánimo de maximizar los impactos positivos. Así, la labor de los grupos de interés se convierte en una pieza fundamental en la organización de un evento sostenible”. (p.14).

Los principales grupos de interés identificados son:

Dirección: El compromiso de la dirección es fundamental para que la búsqueda de la sostenibilidad se integre con éxito en la celebración del evento. La dirección posee una visión general en relación con los objetivos de planteados y, por tanto, habrá de supervisar y garantizar la materialización de los mismos.

Comité organizador: El equipo de trabajo es quien tiene la capacidad de aplicar la sostenibilidad en el proceso del evento. Cada uno de los responsables de área deberá asumir la sostenibilidad como un objetivo más dentro de sus funciones.

Proveedores: El evento depende de la participación y compromiso de todos aquellos proveedores de productos o servicios. Por ello, se deberá exigir y monitorizar aspectos tales como el respeto a la legislación y que éstos cuenten con una política de RSC definida y sólida puede facilitar considerablemente el trabajo del comité organizador de un evento sostenible.

Patrocinadores: La imagen del evento puede quedar condicionada por los patrocinadores del evento. Por ello es imprescindible seleccionarlos garantizando la coherencia con el mensaje del mismo.

Socios / colaboradores: El trabajo en red puede suponer múltiples beneficios para la organización y desarrollo del congreso.

Asistentes al evento: Por un lado, se debe tratar de garantizar su satisfacción con respecto al mismo, y por otro, han de ser implicados en todas aquellas acciones de sostenibilidad, pues sin su colaboración no será posible alcanzar los objetivos propuestos.

Medios de comunicación: son un aliado fundamental para lograr difundir el mensaje y grado de éxito de la iniciativa. Por tanto, será fundamental tratar de divulgar también información acerca del plan y líneas de actuación sostenibles las cuales, además, pueden constituirse como un elemento diferenciador con respecto a otros eventos y dotar de coherencia al fondo y la forma del mismo. (Fernández ,J.M; García,J.A, 2011, p.15)

ETAPAS

Antes de comenzar a aplicar una guía y plantear un trabajo desde la perspectiva de la sostenibilidad, se deben tener en cuenta algunas etapas básicas que plantea el modelo de guía para la celebración de eventos y congresos sostenibles - Universidad de Cantabria.

Diseño y planificación se establecen las bases del evento. Es aquí donde se deberá identificar y valorar los posibles impactos negativos que el evento pueda generar. De las decisiones tomadas dependerá el grado de éxito del evento.

Organización se define el lugar donde se va a desarrollar el evento, los materiales necesarios o los proveedores, socios o colaboradores precisos para la buena marcha de la iniciativa. También los requisitos para contratar los proveedores en relación con la sostenibilidad del evento.

Celebración y seguimiento tener bien definidos los objetivos, actividades e indicadores que nos ayudarán a ir ejecutando y dando seguimiento al conjunto de la iniciativa y tener asignados los responsables de cada área o tarea planteada.

Evaluación y retroalimentación se lleva a cabo tareas como el desmontaje del evento, el tratamiento de la información producida y recopilada en las fases anteriores, la evaluación general de la iniciativa, la identificación de puntos fuertes y puntos de mejora.

BASES PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS SOSTENIBLES

Según la guía para la celebración de eventos Universidad de Cantabria la metodología es un elemento importante para organizar y celebrar un evento de forma sostenible en relación a los objetivos que quiere alcanzar la empresa. Por ello proporciona unos ítems e orientación:

- Saber elegir a las personas que serán responsables de coordinar las políticas de sostenibilidad.
- Elaborar una propuesta asertiva basada en el desarrollo sostenible (la propuesta debe tener en cuenta la complejidad del evento y de las necesidades de la empresa)
- Realizar una evaluación de las medidas a implementadas en el evento

Según (Fernández ,J.M; García,J.A, 2011):

El proceso de integración de la sostenibilidad a un evento ha de ser transversal a cada una de las etapas y áreas de trabajo definidas. Para ello, deberán ir incorporándose los distintos aspectos económicos, sociales o ambientales que se hayan identificado a lo largo de la etapa de diseño y planificación. (p.19)

Algunos de los aspectos a tener en cuenta son:

Dimensión Económica	Dimensión Social	Dimensión Ambiental
-Costos del evento, gestión de la calidad, innovación, acordar condiciones de los proveedores.	-Accesibilidad, igualdad, condiciones laborales, seguridad y salud en el trabajo, relaciones con la comunidad local.	-Consumo de agua, luz y gas, reutilización de materiales (de oficina, alimentación, bebidas, etc.), movilidad, gestión de desechos y emisiones de CO2.

4. FASE I - ESTADO ACTUAL DE LOS EVENTOS EN CWT®

Se revisa el estado actual del manejo que actualmente realiza para el desarrollo de los eventos por parte del departamento de Meetings and Events, en donde se encuentra el siguiente proceso llevado a cabo para planificación de eventos:

El departamento inicialmente está dividido en tres subareas según la necesidad del cliente (congresos, eventos y/o convenciones) y para el cual se tiene un equipo de colaboradores especializado para cada modalidad. Se encuentra que una vez el cliente desea la organización de un evento, este realiza la solicitud a CWT® M&E a través de la herramienta de comunicación llamada Moxie (plataforma de envío y recepción de correos entre el cliente y CWT®), al hacer esto se genera un número ID (número de identificación de ingreso de la solicitud), sobre este ID se realiza el seguimiento correspondiente al evento por parte de operaciones.

La solicitud que genera el cliente le cae al correo de la supervisora, la cual comparte la información correspondiente (Información del cliente, Solicitante del evento, Tipo del evento, fechas de inicio y fin del evento, fecha de la solicitud, fecha de envío de la cotización al cliente, fecha de confirmación de cotización) en la plataforma de comunicación de eventos llamada Cvent, en base a esta información se clasifica el evento de acuerdo a su naturalidad (congresos, convenciones o eventos), de acuerdo a las modalidades el supervisor direcciona el evento al asesor encargado.

Una vez transcurre esto, la plataforma se conecta con el correo corporativo del asesor para notificar la solicitud del evento, en el cual genera el proceso de validación de datos, lugar fechas, servicios a prestar y comienza con la organización de las cotizaciones para envío y aprobación por parte del cliente,

posteriormente este último realiza la debida selección de la opción de cotización más conveniente, para finalmente proceder a reservar y emitir los servicios correspondientes con los proveedores involucrados,

Una vez organizado el proceso de planificación se observa el siguiente proceso el cual es llevado a cabo para el desarrollo de los eventos:

Después de la aprobación para desarrollo del evento por parte del cliente se genera la invitación a los posibles asistentes del evento, dentro de la cual el asesor interviene con el envío de confirmación de asistencia e inscripción de los asistentes al evento vía web mail y/o telefónica (Esta inscripción tiene un costo el cual es cargado a la tarjeta del cliente para posterior legalización). Luego y de acuerdo a la cantidad de asistentes se manejan los tiempos de confirmación de los servicios correspondientes.

Cada asistente es ingresado en la plataforma virtual de CWT-Portrait, herramienta de CWT que almacena la información y datos de los pasajeros la cual nos comparte el cliente del evento, ya que las herramientas de reservaciones deben contar con estos datos para poder proceder con la emisión y reservación de los diferentes servicios en las diferentes GDS, una vez cada pasajero tenga la reservación correspondiente, las mismas herramientas de CWT® se encargan de enviar los itinerarios al correo personal y/o asistente en caso de ser requerido.

Luego de proceder con las respectivas reservaciones el asesor transmite las diferentes emisiones al back office interno de contabilización para proceder con la facturación y legalización correspondiente ante el cliente.

En penúltimo lugar se lleva a cabo el desarrollo del evento según los procesos planeados tanto por el cliente como por CWT.

Como proceso final se realiza la culminación del evento, para el cual los proveedores envían la respectiva facturación de acuerdo a los servicios

prestados para el desarrollo del evento, luego de esto el asesor de CWT hace una validación de la facturación que le llega del evento y transmite al área administrativa para emisión de facturación la cual es dirigida al cliente y en la cual se detalla los servicios utilizados con su respectiva comisión cobrada por CWT®.

Una vez se tienen los soportes correspondientes se indica al cliente que se puede dar por cerrado el evento, en donde se validan las emisiones y cobro de comisiones correspondientes, se alimenta la información final del evento en las plataformas y se cierra el expediente financiero correspondiente. Después de este se puede concluir el cierre exitoso del evento entre Cliente-CWT.

5. FASE II –ENCUESTA

A continuación se describe el proceso que se llevó a cabo con los proveedores preferenciales para la aplicación de la encuesta:

Proceso con los proveedores:

El proceso comienza dando lugar a una reunión con el departamento de Supplier Management quienes son los encargados de tener el contacto con nuestros proveedores y llevar a cabo negociaciones específicas con estos, para definir la población con la cual se va a trabajar.

Se evidencia que es un grupo bastante grande, y por ende se decide trabajar con una muestra la cual corresponde a los proveedores preferenciales, este departamento nos facilita la data necesaria para poder tener un acercamiento con cada uno, el cual inicialmente se hace por correo electrónico para agendar una cita y poder explicar el proceso que se quiere implementar, así como la viabilidad de inclusión de políticas sostenibles en el desarrollo de un evento para los clientes de CWT.

Se elabora una encuesta basada en políticas de sostenibilidad, la cual permita conocer el porcentaje de proveedores CWT que conocen sobre este tema y si estarían dispuestos a implementar estas recomendaciones.

Esta reunión se lleva a cabo en las instalaciones de CWT y a la cual se tiene una asistencia de 33 proveedores, en esta reunión primero que todo se hace un sondeo del conocimiento de estos sobre sostenibilidad, posteriormente se da una inducción y retroalimentación en el tema (políticas de sostenibilidad) para así poder dar un cierre donde se plantea el nuevo proceso que se quiere llevar a cabo y la aceptación del mismo en los proveedores, donde para sorpresa de CWT la respuesta a la iniciativa es satisfactoria.

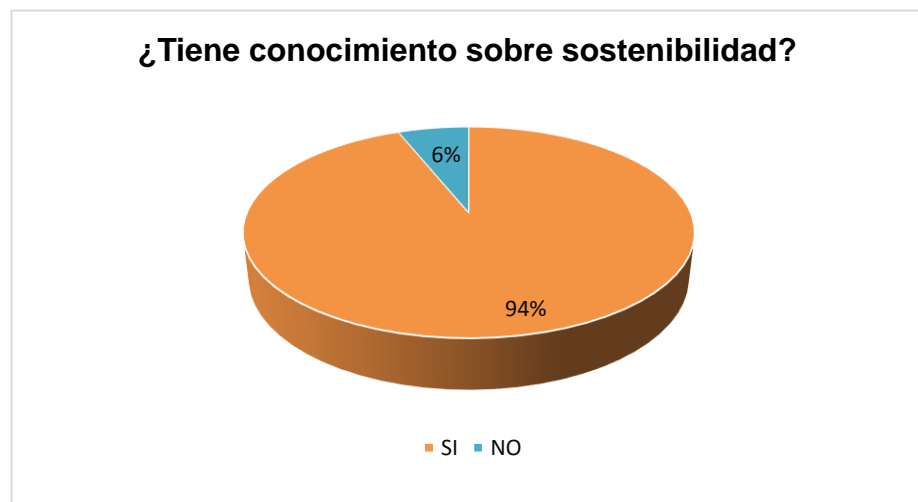
INSTRUMENTO PARA MEDIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD

Se aplicó la encuesta a los 33 proveedores para resolver el objetivo de la investigación *“Diseño y creación de guía para aplicación y establecimiento de directrices para la organización de eventos sostenibles en Carlson Wagonlit Travel Colombia. Departamento de Meeting & Events”*. (Ver anexo B)

De acuerdo al anterior instrumento, se arrojaron los siguientes resultados sobre encuesta realizada a proveedores.

Figura 1. ¿Tiene conocimiento sobre sostenibilidad?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	93.94%	31
NO	6.06%	2



FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos en relación al conocimiento que se tiene sobre el tema de sostenibilidad el 94 % responde a un si es decir 31 proveedores define sostenibilidad con gran propiedad; el 6 % responde no es decir 2 proveedores no poseen un concepto claro de sostenibilidad.

CONCLUSIÓN: en resumen los proveedores definen sostenibilidad así: (es el reflejo de una sincera sensibilidad hacia el impacto que las sociedades industrializadas han causado al medioambiente en su proceso de crecimiento y expansión. Es el equilibrio entre los ámbitos económico, social y ambiental que busca preservar la biodiversidad y ser autosustentable, además de ofrecer inclusión de la población y protección de medios naturales, es decir, la **necesidad de apostar de una forma definitiva por las energías renovables, creación de conciencia global.**

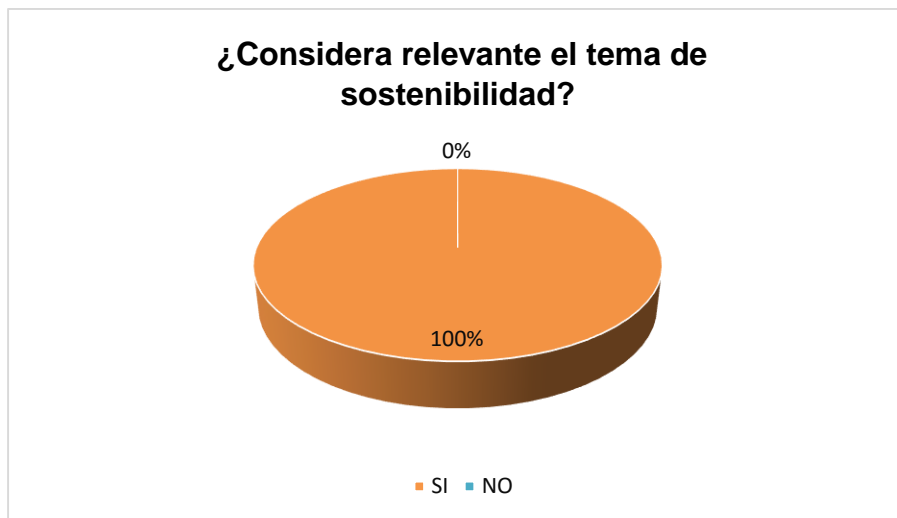
Surge como una solución al deterioro ambiental para contribuir al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones entorno al medio ambiente, hacer esfuerzos y mayor eficacia para mantener/mejorar la integridad del sistema biofísico, pensar en un consumo efectivo que permita una calidad de vida de la población y su nivel de vida en relación al cuidado de medio ambiente, mantener una accesibilidad a los recursos ecológicos, biodiversidad, capital humano, energía, etc.

Es la forma de crear productividad teniendo en cuenta las señales del ambiente y las señales de la sociedad, rentabilidad y economía de recursos empleados por una empresa o persona que desee darle prioridad al medio ambiente. Manejo y conservación de los recursos naturales de tal manera que permita asegurar una satisfacción a las necesidades de las personas y generar productividad futura del ambiente, cuidado del mismo y crear valor de conciencia ambiental

Según las apreciaciones de los proveedores sostenibilidad es el equilibrio entre el desarrollo económico y las estrategias ambientales para mejorar los estándares de vida en el futuro y tener una depreciación de recursos en una medida que traiga beneficios para el capital humano y brinde una sobrevivencia y felicidad entorno a necesidades ambientales que más adelante será la satisfacción de necesidades de tipo social, cultural y ambiental y el crecimiento económico y salud global a largo plazo.

Figura 2. ¿Considera relevante el tema de sostenibilidad?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	100.00%	33
NO	0.00%	0



FUENTE: Elaboración propia (2017)

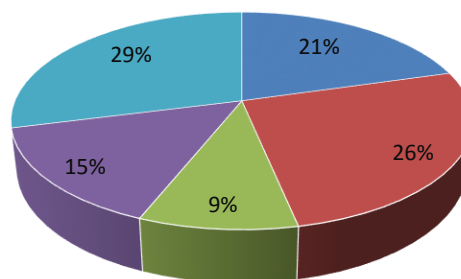
INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos sobre la relevancia de la sostenibilidad el 100% responde si es decir los 33 proveedores consideran importante este tema ya que les permite analizar el impacto de la crisis que

atravesan los recursos naturales y como a partir de soluciones sostenibles se puede mejorar la calidad de vida y la productividad de su empresa.

Figura 3. ¿De las tendencias encaminadas hacia la sostenibilidad mencionadas diga cuales son las más relevantes para usted?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Innovación y desarrollo de nuevos modelos de negocio	66.67%	22
Conciencia ambiental	84.85%	28
Transición hacia economías más bajas en emisiones	30.30%	10
Evaluación de activos ambientales y sociales	48.48%	16
Crisis de agua	93.94%	31
Otro	0.00%	0
Cuál	0.00%	0

¿De las tendencias encaminadas hacia la sostenibilidad mencionadas diga cuales son las más relevantes para usted?



- Innovación y desarrollo de nuevos modelos de negocio
- Conciencia ambiental
- Transición hacia economías más bajas en emisiones
- Evaluación de activos ambientales y sociales
- Crisis de agua

FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos sobre las tendencias más relevantes encaminadas hacia la sostenibilidad el 29 % responde a crisis de agua es decir que 31 proveedores encuentran fundamental preservar las fuentes hídricas; el 26 % responde a la conciencia ambiental es decir que 28 proveedores entienden cómo influyen las acciones de cada día en el ambiente y consideran importante analizar como esto afecta el futuro y el entorno; el 21 % responde a innovación y desarrollo de nuevos modelos de negocio es decir 22 proveedores señalan necesario innovar para que un negocio tenga éxito, además este aspecto requiere generar esas condiciones que van a incrementar la productividad y en consecuencia la competitividad de la empresa; el 15 % ven importante la evaluación de activos ambientales y sociales es decir 16 proveedores saben que se necesitan unos datos exactos para valorar el impacto ambiental y brindar soluciones sostenibles; por último el 9 % señalan transición hacia economías más bajas de emisiones es decir 10 proveedores tienen conciencia que la contaminación no solo afecta el planeta sino también la salud de las personas por eso el desarrollo sostenible va a permitir tener energías limpias.

En conclusión, la falta de conciencia sobre la magnitud del problema y las conductas inapropiadas explican el deterioro progresivo de la situación y la razón de por qué hay que adoptar las medidas sobre sostenibilidad. Este análisis nos da unos ítems claros a desarrollar en la guía de eventos.

Figura 4. ¿Es importante el tema de sostenibilidad en la prestación de sus servicios?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	100.00%	33
NO	0.00%	0

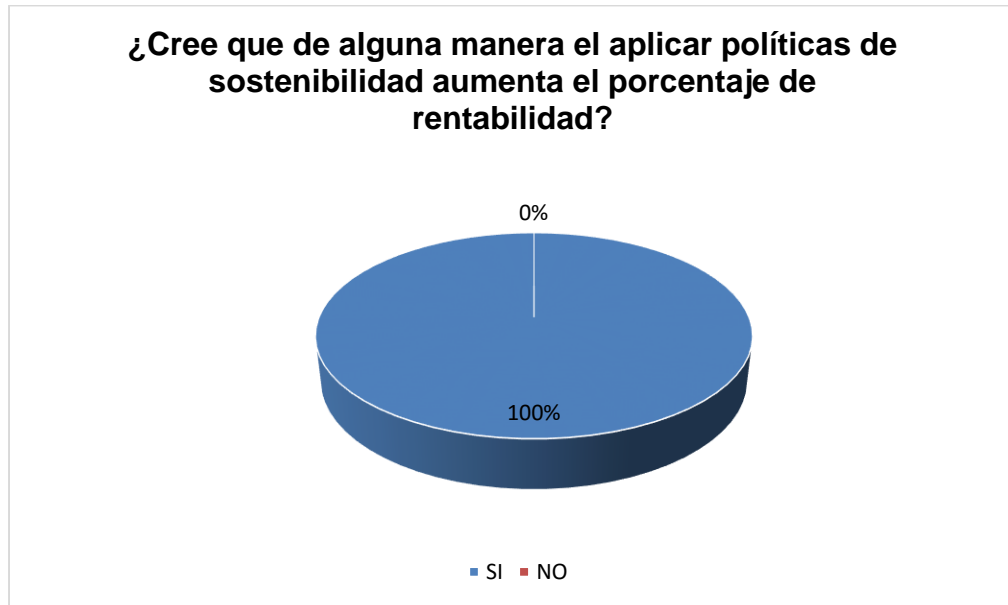


FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos el 100 % responde si es decir que los 33 proveedores preferenciales consideran importante la sostenibilidad en la prestación de sus servicios, con esto podemos concluir que hay una acogida al tema y que el 0 % responden a un no.

Figura 5. ¿Cree que de alguna manera el aplicar políticas de sostenibilidad aumenta el porcentaje de rentabilidad?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	100.00%	33
NO	0.00%	0



FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos sobre el aumento del porcentaje de rentabilidad al aplicar políticas de sostenibilidad el 100 % responde si es decir los 33 proveedores son conscientes que la sostenibilidad paga, pues hay que entenderla no como una tendencia con sobrecostos, sino como una herramienta indispensable de los negocios, de los eventos que realiza la empresa y como una oportunidad tangible.

Figura 6. ¿Realiza acciones y/o actividades en su empresa que vayan encaminadas a la sostenibilidad?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	57.58%	19
NO	42.42%	14



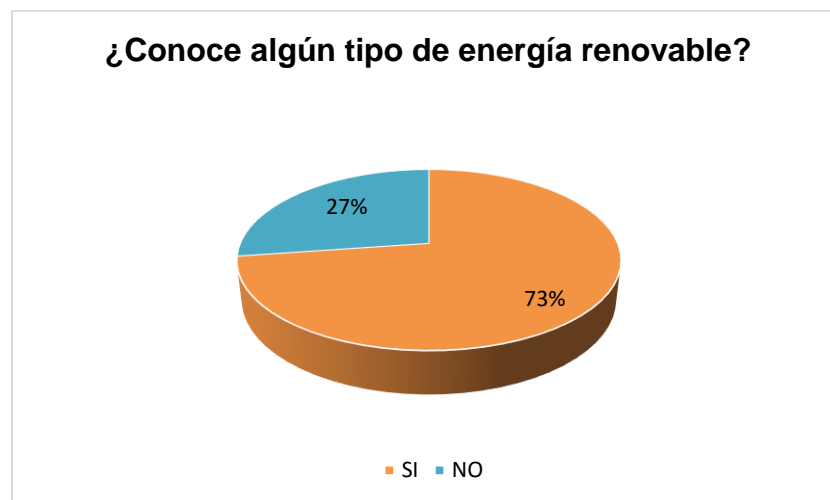
FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: según los datos obtenidos sobre la realización de acciones y/o actividades encaminadas a la sostenibilidad por parte de la empresa el 58 % responden si es decir 19 proveedores preferenciales realizan actividades como (reutilizar materiales, cuidado del agua, cambio a tecnologías renovables, no imprimir correos innecesarios, apagar el monitor en la hora de las salidas externas, optimización del uso de plástico, facilitar acceso de agua potable y minimizar el uso de agua en los procesos productivos, promover un portafolio con alternativas saludables, promover toma de decisiones responsables, lograr efectividad organizacional, garantizar la salud de los trabajadores, generar espacios para la formación del desarrollo humano, procesos de innovación, adopción de un enfoque preventivo respecto a la responsabilidad ambiental, gestión integral de residuos, consumo de energía y gestión de emisiones, inclusión y competitividad, desarrollo humano ,promover prácticas compatibles con la conservación de biodiversidad, consumo y reutilización de materiales (material de oficina, alimentación, bebidas, etc. Mejorar el aspecto de movilidad y transportes y manejo de desechos residuales , esto nos muestra que los

proveedores están comprometidos con la implementación de las pautas de la guía de eventos sostenibles porque sus acciones son el reflejo de la disposición de hacer de su empresa un lugar sostenible; el 42 % responde al No es decir 14 proveedores no tienen un conocimiento sobre las actividades que pueden hacer para hacer la diferencia, aquí radica nuestra gestión para hacer que estos proveedores empiecen a implementar la sostenibilidad en su empresa con mínimas acciones.

Figura 7. ¿Conoce algún tipo de energía renovable?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	72.73%	24
NO	27.27%	9

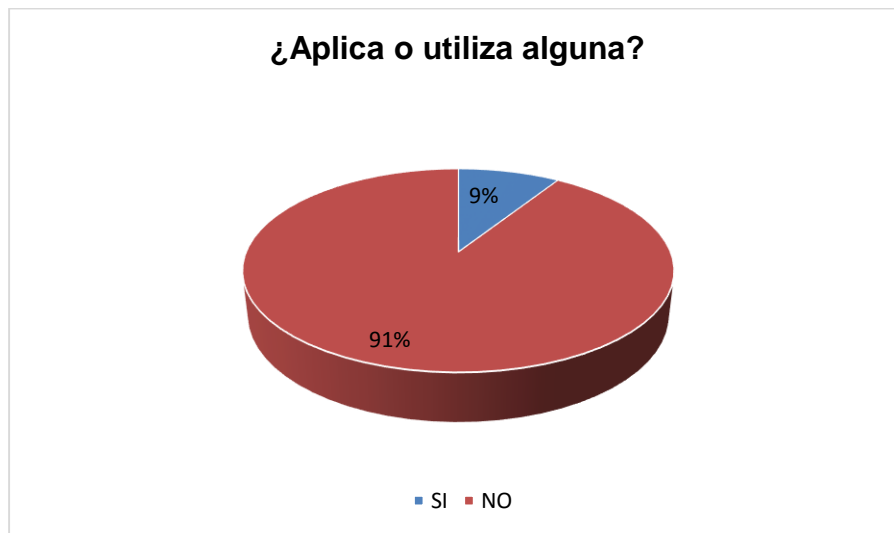


FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos respecto al conocimiento que tiene los proveedores de tipos de energía renovables el 73 % responde si es decir 24 proveedores conocen la energía solar, hidráulica, eólica y la de biomasa que son energías comunes para obtener gran cantidad de energía; el 27 % responde a un no es decir 9 proveedores no conocen ningún tipo de energía renovable a falta de investigar a fondo lo que implica ser sostenible e indagar los beneficios que tienen estas energías para el medio ambiente y para las empresas.

Figura 8. ¿Aplica o utiliza alguna?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	9.09%	3
NO	90.91%	30

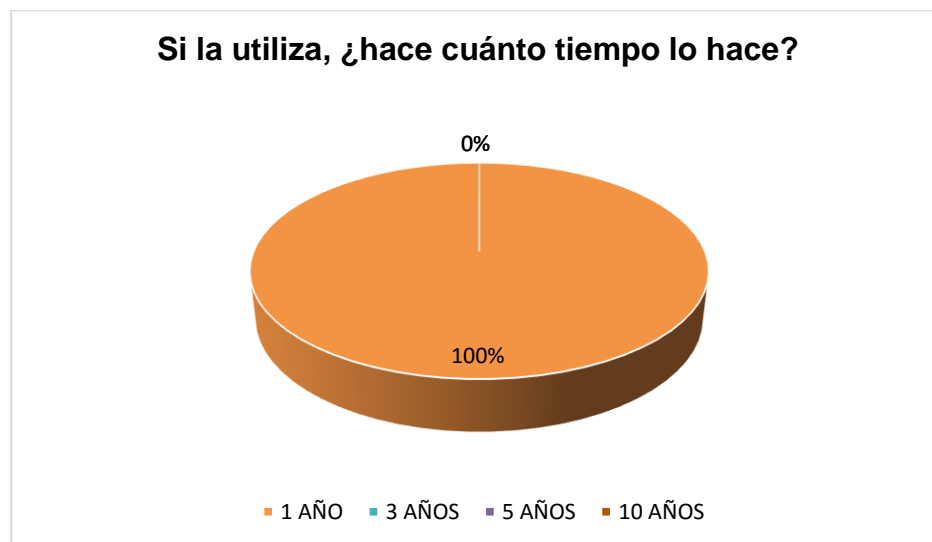


FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: según los datos obtenidos respecto a si aplica o utiliza alguna energía renovable en 91 % responde no es decir que 30 proveedores no se han arriesgado a implementar este tipo de energías debido al poco conocimiento que tienen, al sobre costo que implica , a la falta de responsabilidad social ya que implementar esto implica un beneficio al ambiente; el 9 % responde si es decir que solo 3 proveedores ya están en el camino de la sostenibilidad con este aspecto que es fundamental para crear innovación y calidad.

Figura 9. Si la utiliza, ¿hace cuánto tiempo lo hace?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
1 AÑO	100.00%	3
3 AÑOS	0.00%	0
5 AÑOS	0.00%	0
10 AÑOS	0.00%	0

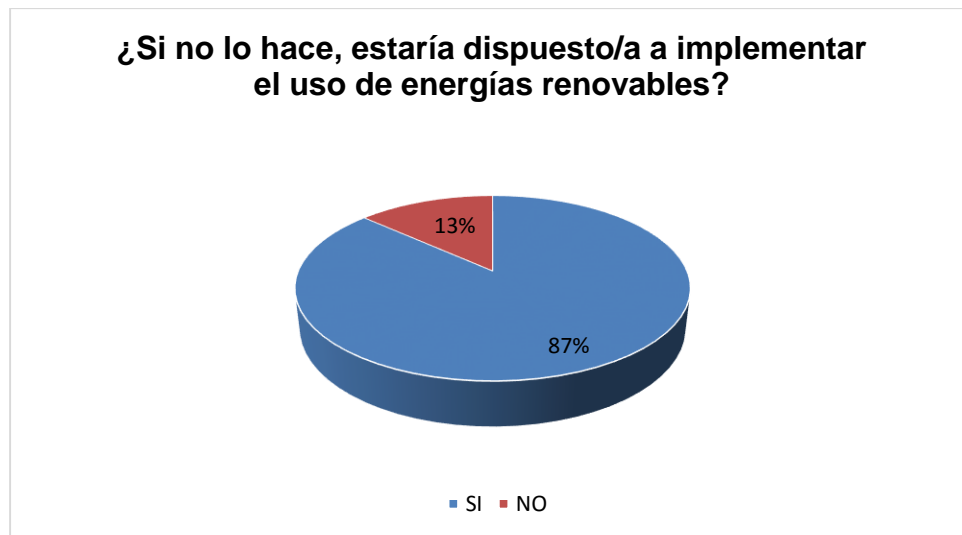


FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos respecto a las empresas que si utilizan la energía renovable el 100% responde a 1 año es decir los tres proveedores llevan un lapso de tiempo corto pero pueden ser los promotores de iniciativas que motiven a los demás a empezar en el camino del desarrollo sostenible a partir de la reducción de energía.

Figura 10. ¿Si no lo hace, estaría dispuesto/a a implementar el uso de energías renovables?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	86.67%	26
NO	13.33%	4



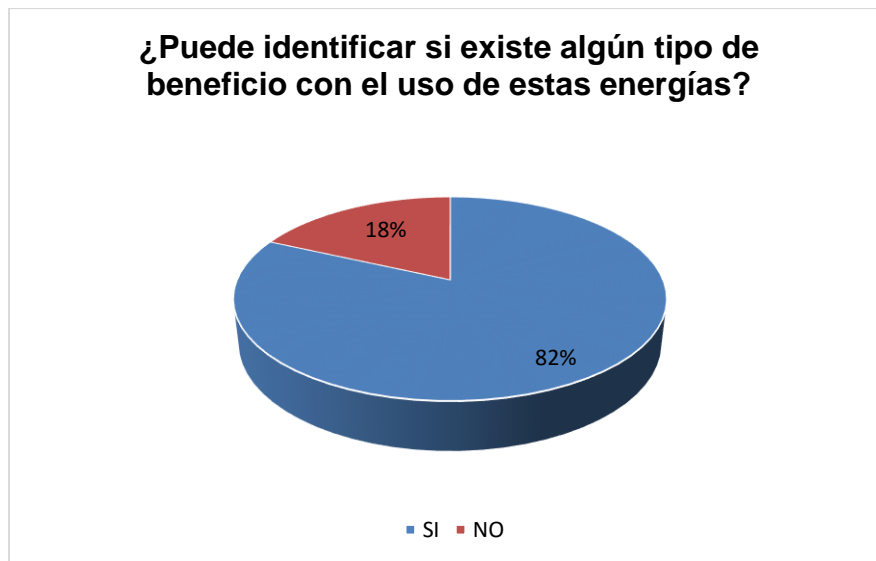
FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos respecto a si estaría dispuesto a implementar el uso de energías renovables, el 87 % responde si es decir 26 proveedores estarían dispuestos a implementar el uso de las energías

renovables ya que la guía de eventos sostenibles de CWT les brinda confianza y consideran que los parámetros son un aporte relevante para el medio ambiente. Además estas energías están en pleno desarrollo y en el futuro irán mejorando sus procesos y siendo cada vez más eficientes; el 13 % responde no es decir 4 proveedores no están seguros de asumir esta iniciativa porque les implica un desembolso económico inicial alto y la disponibilidad puede ser un problema actual, no siempre se dispone de ellas y se debe esperar que haya suficiente almacenamiento.

Figura 11. ¿Puede identificar si existe algún tipo de beneficio con el uso de estas energías?

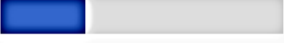

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	81.82%	27
NO	18.18%	6

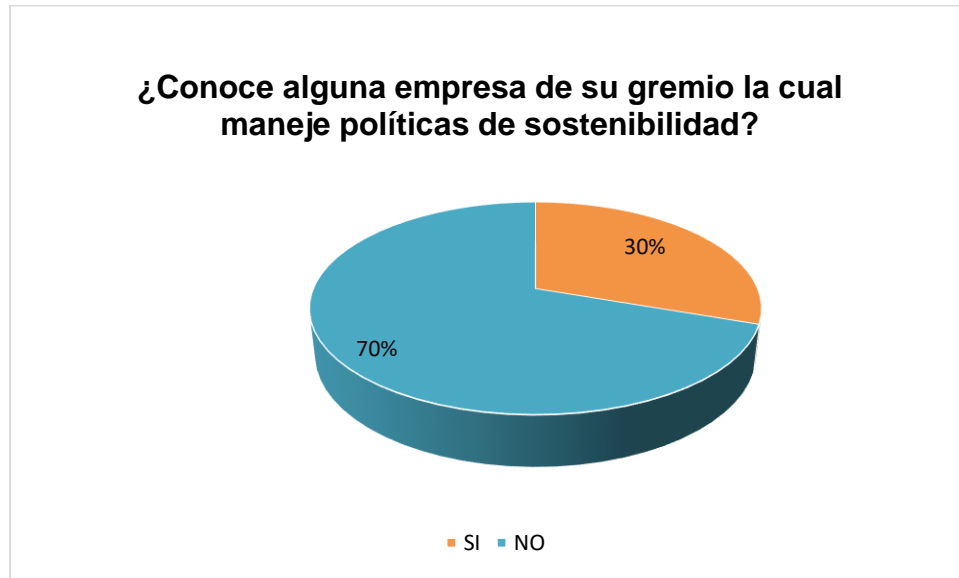


FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos respecto a identificar algún beneficio de las energías renovables el 82 % responde si es decir 27 proveedores consideran que si hay un beneficio y lo especifican así (Nunca se agotan, proveen gran cantidad de energía, son limpias y no conllevan a la emisión de gases, mínimos impactos sobre el medio ambiente, contribuyen a mejorar los niveles de contaminación atmosférica, son competitivas y ayudan a la economía, contribuye a la sanidad ambiental, respetuosas con el medio ambiente, no contaminan y representan la alternativa de energía más limpia, son fáciles de desmantelar y no requieren custodiar sus residuos, hace que la región sea más autónoma, son energías seguras ya que no contaminan, no suponen un riesgo para la salud, y sus residuos además no crean ningún tipo de amenaza para nadie, se trata de energías de fuentes que son inagotables, como el sol o el agua y permiten su fácil adecuación en determinados espacios) ; el 18 % responde no es decir 6 proveedores no conocen ningún beneficio de estas energías precisamente porque no tienen conocimiento de que existen.

Figura 12. ¿Conoce alguna empresa de su gremio la cual maneje políticas de sostenibilidad?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	30.30% 	10
NO	69.70% 	23



FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos respecto a si conoce alguna empresa que maneje políticas de sostenibilidad el 70 % responde si es decir 23 proveedores si conocen empresas como: Grupo Nutresa, ISA, ARGOS y grupo SURA esto nos demuestra que si hay un interés por indagar otras empresas que sean puente para iniciar el tema de sostenibilidad en el área de eventos; el 30 % responde no es decir 10 proveedores no conocen ninguna.

Figura 13. ¿Estaría dispuesto/a a implementar planes y estrategias encaminadas a la sostenibilidad en su empresa de acuerdo a las directrices de Carlson Wagonlit Travel?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	96.97%	32
NO	3.03%	1



FUENTE: Elaboración propia (2017)

INTERPRETACIÓN: según los datos obtenidos respecto a la disposición que tiene el proveedor para implementar planes y estrategias encaminadas a la sostenibilidad en su empresa de acuerdo a las directrices de Carlson Wagonlit Travel el 97 % responde si es decir 32 proveedores están dispuestos a regirse con los parámetros de nuestra guía de eventos sostenibles, esto nos muestra que es acertado nuestro trabajo de campo porque hay una motivación por parte del proveedor para encaminar sus procesos en la sostenibilidad y nos da las pautas suficientes para crear, diseñar e implementar nuestra guía de acuerdo a los objetivos planteados y a las necesidades que tenga cada proveedor , todo de la mano para generar un impacto ambiental y un aporte al turismo sostenible; el 3 % responde no es decir 1 proveedor aun siente dudas porque no conoce a fondo lo que implica regirse por otro empresa. Es cuestión de abordarla para poder contar con el 100% de nuestros proveedores y lograr más acogida.

Figura 14. ¿De qué manera piensa usted podría implementar algún tipo de plan encaminado a la sostenibilidad en su empresa?

Identificar cuáles son los impactos sociales, ambientales y económicos, positivos y negativos, de la empresa sobre su entorno y sus grupos de interés.
Llevar a cabo un análisis sobre la percepción de esos impactos por parte de los grupos de interés
Evaluar el grado de compromiso hacia la sostenibilidad de los actores internos de la empresa
Establecer un plan de acción a corto plazo
Buscar una empresa como CWT que fomente la realización de eventos sostenibles para nuestra empresa
Crear convenios con empresa que ya manejen la sostenibilidad y que sean parte de la mejora de la nuestra
Establecer equipos y planes de trabajo en los diversos niveles de gestión relacionados con la sostenibilidad
Desarrollar la estructura organizativa que impulse el plan de sostenibilidad
Desarrollar acuerdos operativos para empezar a manejar la sostenibilidad
Priorizar la temática ambiental
Implementar el tema de sostenibilidad en la comunicación interna y externa que maneje nuestra empresa
Gestionar la financiación externa para la consolidación de un excelente proyecto de sostenibilidad
Potenciar la viabilización del desarrollo sustentable
Hacer un trabajo en equipo para crear una propuesta sólida para emplear la energía renovable
Enlazar los planes estratégicos con los planes operativos y ayudar a comprender la determinación de un futuro sostenible.

Capacitar a los empleados del área operativa para hacer una tarea de reciclaje acorde
Empezar a utilizar recursos renovables en las diferentes áreas
Hacer inclusión del capital humano en toda la toma de decisiones
Generar una responsabilidad social por parte de la empresa en torno al tema ambiental utilizando menos recursos tóxicos
Fomentar el crecimiento de la empresa con el buen uso del agua
Utilizar la tecnología para hacer del tema de la sostenibilidad un punto competitivo en cualquier gremio
Realizar capacitaciones personalizadas para el desarrollo las habilidades y mejora del desempeño de los trabajadores
Conformación de grupos de trabajo que presenten ideas de mejora tanto para los procesos como para el ambiente de trabajo.
Desarrollar programas de bienestar que involucren a los trabajadores y sus familias

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos podemos concluir que cada uno de los anteriores ítems son aportes que debemos tener en cuenta para implementar nuestra guía de eventos ya que las necesidades de cada uno de los proveedores se ven reflejadas en toda la encuesta y nos permite conocer la mejor manera de empezar a implementar la sostenibilidad a partir de nuestros conocimientos y las pautas de CWT.

5.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Gracias a los resultados que arrojó la aplicación de la encuesta a los proveedores preferenciales, se pudo establecer el siguiente análisis acorde a los objetivos planteados:

5.1.1 APORTES DE SOSTENIBILIDAD PARA CWT®

A través de cada uno de los aportes que los proveedores nos hicieron saber a través de la encuesta y respecto al proceso actual que maneja CWT, tenemos claro que si es posible contratar los servicios que mejor se adapten a los requerimientos de sostenibilidad medioambiental e incluso, obtener propuestas para la mejora eficiente del evento. De esta manera la creación de la guía es aplicable porque cumple con las expectativas suficientes para ser un modelo de base para iniciar a planificar un evento acorde al panorama que cada una de las empresas presenta.

Es obvio y se ha comentado en diversas ocasiones que la organización de cualquier evento provoca un impacto directo en el entorno. Pero con esta investigación se refleja que las buenas prácticas en gestión ambiental son sumamente necesarias; para que un evento entre plenamente en un enfoque sostenible tiene que asumir también criterios económicos y sociales como los que se socializaron con los proveedores, gracias a ello se realizó una retroalimentación donde llegamos a la conclusión que la utilización de recursos, el gestionar el consumo y la movilidad de manera eficaz, cumplir y fomentar las iniciativas de igualdad, involucrar buenas prácticas de gestión ambiental, basar todo en aspectos en reducir, reciclar y reutilizar es primordial y serán ítems a tener en cuenta en el momento que decidan implementar nuestra guía.

Otras posibles estrategias que admite la planificación de eventos tienen que ver con sus inherentes requisitos de participación ya que si los proveedores y CWT no se comprometen hacer un trabajo en equipo sera difícil organizar su evento sostenible.

5.1.2 SOLUCIONES DE INCLUSIÓN DE SOSTENIBILIDAD PARA CWT®

Todas las iniciativas planteadas por la guía de eventos sostenibles es valida porque es un compromiso el invertir en proyectos productivos, reconocer sus impactos, establecer una relación constructiva con el entorno, proponer alternativas de sostenibilidad es una responsabilidad de las empresas hoy en dia.

Aún con los inconvenientes de delimitar los aspectos que se debían incluir en la guía, y la complejidad de seleccionar la muestra de proveedores, se pudo ofrecer un aporte innovador y constructivo . Por esta razón fue efectiva la aceptación de los proveedores sobre la guía porque se hizo una clara gestión y divulgación de la misma gracias a Carlson Wagonlit Travel y a su misión de gestión en eventos hoy como profesionales se pudo generar este aporte donde se ampliaran nuestros conocimientos y ceamos puente de confianza para entender la sostenibilidad como la mejor forma de competitividad y como la solución para hacer de un proceso una oportunidad de liderar cambio.

El impacto de la guía se ve reflejado con una empresa responsable y comprometida con el desarrollo sostenible como CWT que poco a poco se irá comprometiendo con este tema y hoy va creando soluciones en su gestión.

Como todo proceso lleva su tiempo, así mismo la guía tendrá límites para implementarse en su totalidad pero esto dependerá de la actividad de los líderes de las áreas y del compromiso de los proveedores . Todo es posible ya que el contenido de la guía es claro y de fácil acceso ; de igual manera le proporciona al proveedor reducir los impactos negativos que tiene en la realización de su evento y a eso le apuestan ellos.

A continuación se delimitan las soluciones de inclusión para ayudarle a CWT y a los proveedores a fortalecer su gestión con base a estándares de responsabilidad y sostenibilidad, facilitándole esta guía para asegurar la perdurabilidad de sus procesos , y seguir siendo una empresa competitiva,eficiente y responsable.

Conocimiento aplicado

Estar informado sobre cosas actuales y tendencias de sostenibilidad es fundamental para mejorar las prácticas en la realización de eventos, este aspecto fue reiterativo después de aplicar la encuesta para que cada proveedor se afiance con el tema y tenga claro la importancia de la guía.

Asesoría y acompañamiento

Los proveedores contarán con el acompañamiento necesario por parte de nosotros, gracias a ello se mejorará el desempeño y la participación.

Este programa padrino fue sin costo e hizo parte de nuestro trabajo de campo como una forma de fortalecer la guía y mejorar la gestión estratégica, financiera, operativa y prospectiva de CWT.

Educación continua

El dominio de temas como la sostenibilidad y mantenerse actualizado con las diferentes alternativas de cambio es un reto para los proveedores. Sin embargo en la aplicación de la encuesta muestran un bagaje básico sobre el tema y esto nos da las bases necesarias para formar permanentemente a nuestros proveedores por medio de la guía.

Estrategia de comunicación

La comunicación es la base cuando se requiere hacer cambios. En la investigación la estrategia de acercarnos a los proveedores reúne una serie de acciones planificadas que se propusieron para lograr los objetivos a través del uso de la encuesta y del diseño de la guía. Por eso el trabajo de campo se enfocó en atender paso a paso a los requerimientos de ¿Cómo planificar un evento sostenible? y a concientizar a los proveedores para que ellos tuvieran criterios para opinar sobre la sustentabilidad de la guía. Así, la comunicación resulta clara y efectiva al lograr una aceptación evidente por los proveedores. También dieron un aporte personal para mejorar algunos items de la guía; es una ventaja enorme porque esta retroalimentación optimiza la estrategia de planificación y diseño de la guía de eventos sostenibles.

Formas para promover prácticas sostenibles entre los proveedores

Aparte de la selección y evaluación de proveedores, también se identificaron otras formas de promover prácticas sostenibles entre los proveedores. Se encontraron métodos básicos que les sirven a los asesores en el momento de tener contacto directo con el proveedor. La primera es un programa de formación, el segundo la colaboración y por último un reconocimiento al proveedor.

Consideramos un reto tener un acercamiento con los proveedores pero fue una experiencia muy productiva porque ofrecer estos espacios nos permitió tener conciencia de la importancia de implementar nuestra guía y ayudar a mejorar su gestión en sostenibilidad.

5.1.3 CWT Y LA SOSTENIBILIDAD

Aunque la misión y visión de la empresa no está enfocada con la sostenibilidad si tiene enfoque en la gestión de los eventos, de esta manera la guía es un aporte significativo para el proceso que lleva el área de meeting and events porque da solución a cada necesidad de los proveedores.

Con base en esto, el proceso interno en CWT se lleva a cabo primero identificando la problemática, posteriormente planteando las soluciones y realizando una retroalimentación sobre los nuevos procesos de inclusión para el desarrollo de los eventos.

CONCLUSIÓN GENERAL

Los proveedores mostraron un comportamiento adecuado en ámbitos como el medio ambiente porque están interesados en hacer un aporte para la prestación de sus servicios de una manera responsable con el medio, y aunque todavía es una práctica poco habitual el compromiso es notorio y esta guía es una contribución significativa para que poco a poco ellos puedan dar lugar a ideas futuras, con innovación, capacidad de respuesta y responsabilidad social.

Los proveedores analizados en este estudio parecen haber progresado más en su gestión. También demuestran un interés claro y autentico por mantener estas políticas y sistemas de medio ambiente.

La necesidad de avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible y el papel de CWT y sus proveedores es un tema que no puede tomarse a la ligera. Todo lo contrario, esta guía es el resumen a una ardua labor de nuestra práctica empresarial porque la búsqueda de sostenibilidad requiere un cambio radical que se pretende fomentar mediante la guía. Bajo esta apreciación, los beneficios de la creación de la guía da el valor central a las empresas que son conscientes de la importancia del medio ambiente. Una empresa sostenible obtiene recursos del sistema con el fin de contribuir a una riqueza mayor como lo es “obtener gestión sostenible”.

Este comportamiento aumenta los beneficios para sociedad y se convierte en un depredador neto de eventos sostenibles. Es satisfactorio el resultado de este estudio porque hoy no solo es Carlson Wagonlit Travel la empresa que asume este cambio con nuestra guía son todos los proveedores que hacen divulgación de la importancia sobre sostenibilidad. Hoy son pocos más adelante será una estrategia empresarial amplia y eficaz.

A continuación se presenta la guía de eventos sostenibles dirigida al departamento de Meeting and Events de CWT® la cual está enfocada en criterios de sostenibilidad .La guía nos permite validar la encuesta realizada a los proveedores quienes aportaron las bases suficientes para cumplir con las políticas sostenibles, así:

FASE III -CREACIÓN GUIA

GUIA DE EVENTOS SOSTENIBLES

¿A Quién Va Dirigida La Guía?

Este documento tiene como principal receptor Carlson Wagonlit Travel, Agencia especializada en turismo corporativo, sus colaboradores del Departamento de meeting & Events.

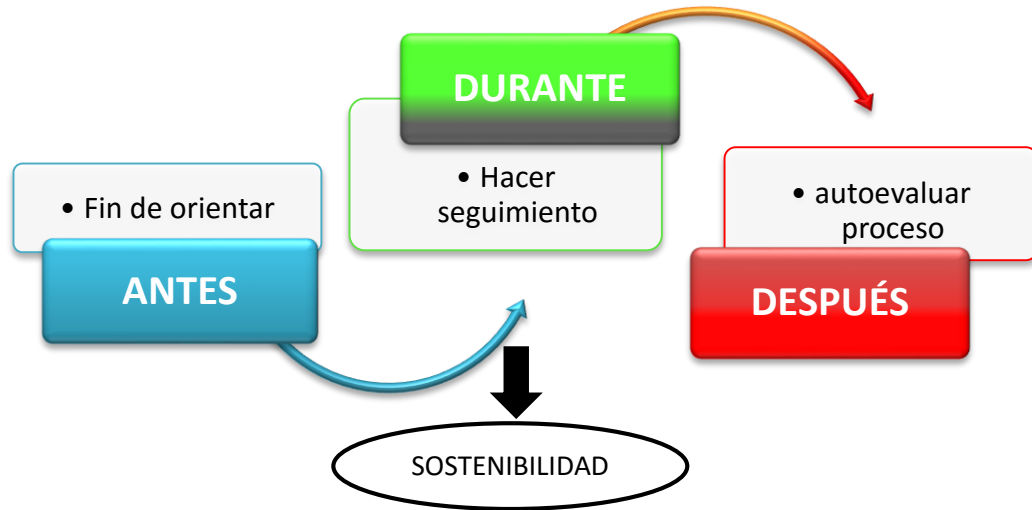
¿Qué Puedes Encontrar en Esta Guía?

En esta guía se describe el proceso en el cual un asesor debe llevar a cabo el desarrollo de un evento con enfoque sostenible, desde el momento previo en que el cliente se dirige a nosotros para la realización de solicitud de la actividad hasta la finalización y evaluación de la misma.

¿Cómo Utilizar Esta Guía?

Esta guía se deberá utilizar antes, durante y después de finalizado el evento, con el fin de orientar, hacer un seguimiento y autoevaluar el proceso realizado para conocer así el grado de aplicabilidad de la sostenibilidad en dicho evento.

Utilización de la guía



Fuente: Elaboración propia (2017)

FASES PARA EL ADECUADO DESARROLLO DE UN EVENTO SOSTENIBLE

➤ **Objetivos de Sostenibilidad al Evento.**

Los siguientes Objetivos servirán de guía al asesor con el fin de realizar la selección eficaz de los proveedores y actividades a intervenir en el desarrollo del evento, así validar el grado de compromiso que se tiene con la sostenibilidad.

OBJETIVOS DE SOSTENIBILIDAD AL EVENTO

1. Mantener y mejorar la satisfacción de los clientes a través de un evento de calidad.
2. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura y no contaminante.
3. Estimular el crecimiento económico a través de la realización del evento para que CWT sea una empresa altamente competitiva.
4. Utilizar infraestructuras fiables y sostenibles para apoyar el desarrollo económico y promover la innovación de los eventos de CWT.
5. Motivar a los asistentes sobre el consumo responsable de productos y materiales que afectan al medio ambiente.
6. Concienciar a la población sobre las medidas urgentes de combatir el cambio climático y sus efectos.
7. Fortalecer los medios de ejecución entre el área de M&E, proveedores y clientes y revitalizar alianzas para cumplir los objetivos planteados y lograr un compromiso con la sostenibilidad.

1. Calidad:

Este aspecto es uno de los más importantes, todos los servicios que ofrezcamos a nuestro cliente deben tener calidad ya que es lo que nos va a dar parte de nuestro valor agregado al producto que estamos ofreciendo.

2. Energía Asequible y no contaminante:

Todo la energía utilizada en lo posible debe ser un tipo de energía renovable, a esto se refiere el que la energía se pueda reutilizar y/o no afecte a nuestro medio ambiente, un claro ejemplo de esto es la utilización de paneles solares los cuales se cargan con la luz solar y no generamos efectos secundarios, además es una energía la cual es asequible ya que su inversión no es muy costosa y por el contrario no ayudará a minimizar costos.

3. Crecimiento económico:

Cuando hablamos de crecimiento económico quiere decir que el evento que estamos organizando debe ir necesariamente en pro del crecimiento económico para Carlson Wagonlit Travel, que nos genere la utilidad presupuestada o mejor aún supere las metas, adicional que a la localidad en la cual se va a desarrollar el evento también se vea beneficiada con nuestro trabajo.

4. Innovación

El servicio prestado por Carlson Wagonlit Travel siempre debe ser innovador, tener siempre algo que el producto de la competencia no tenga, por eso nuestro portafolio de servicio siempre debe ser de calidad y orientado a políticas sostenibles para que sea un plus el cual nos destaque frente a nuestra competencia.

5. Consumo responsable:

Es un aspecto bastante importante ya que aquí nos referimos al consumo generado durante la planeación, desarrollo y cierre del evento, de materiales, insumos, servicios públicos, desechos residuales de una manera responsable y ecológica para contribuir con el medio ambiente y además seguir con la reducción de los costes, por ende todas nuestras actividades a desarrollar en lo posible deben tener estas características.

6. Acción por el clima:

Este punto va muy de la mano con el consumo responsable ya que si nuestro proceder se encamina a un consumo responsable, bien sea de energía, o un manejo de desechos, reciclar, el no utilizar productos que vayan en contra del medio ambiente, el control en las emisiones de gas, estamos poniendo nuestro grano de arena para contribuir en la solución al calentamiento global que hoy en día es responsabilidad de todos y por ende nos afecta a todos como comunidad.

7. Alianzas para el logro de objetivos:

El tener aliados para lograr el cumplimiento de los estándares planteados en esta guía enfocados a la sostenibilidad es un punto muy importante, es por ello que se ha planteado con nuestros proveedores de servicio el que cada uno de ellos nos ofrezca un portafolio que vaya de la mano con la sostenibilidad y poder así alcanzar nuestras metas establecidas, por eso cuando sea el momento de seleccionar nuestros proveedores de servicio en lo posible debemos escoger y utilizar los que nos puedan ofrecer productos encaminados con nuestros objetivos.

Los siguientes actores a mencionar intervienen en el cumplimiento de los objetivos y tienen una responsabilidad en la participación y desarrollo del evento sostenible:

- **Departamento de Meeting and events** : departamento encargado del proceso , gestión y desarrollo de eventos de tipo(evento, congreso o convención)
- **Supervisores y asesores encargados:** son las personas que llevan a cabo el proceso de planificación organización y desarrollo del evento
- **Clientes:** personas que se acercan a CWT para solicitar el servicio de gestión de eventos.
- **Empresarios de la región:** personas que conocen del evento y se motivan adquirir este servicio
- **Proveedores a prestar sus servicios:** Son proveedores preferenciales que aportan la materia prima para el desarrollo del evento, son parte fundamental del equipo ya que de ellos depende gran parte el éxito del evento.
- **Asistentes al evento:** son las personas que satisfacen sus necesidades al contactar el servicio y son los que brindan la evaluación de viabilidad en cuanto a la sostenibilidad. Son el cuerpo del evento de ellos depende el compromiso de hacer un evento de calidad.

➤ **Fase de Planificación de un Evento.**

En esta fase se incluyen actividades de desarrollo en las cuales se podrá conocer las características básicas del evento y permitir el logro de las metas y objetivos trazados. El asesor debe diligenciar el check list para realizar el reporte con los requerimientos del cliente en el momento de direccionar el evento:

CHECK LIST PROCESO	PUNTOS A VALIDAR
	Definir necesidad del cliente El departamento inicialmente está dividido en tres subareas según la necesidad del cliente (congresos, eventos y/o convenciones)
	El cliente realiza solicitud a CWT M&E El cliente realiza la solicitud a través de una herramienta de comunicación Moxie para generar el ID (número de identificación de ingreso de la solicitud)
	Seguimiento sobre el ID (sobre este ID se realiza el seguimiento correspondiente al evento por parte de operaciones
	Ingreso a plataforma Cvent Plataforma de comunicación de evento para revisar toda la información anterior
	Clasificar el tipo de evento a organizar. (el asesor indica si es un evento, un congreso o una convención , es decir, direcciona el tipo de evento)
	Direccionar el evento De acuerdo a las modalidades el supervisor direcciona el evento al asesor encargado

	<p>Generar proceso de validación en el cual genera el proceso de validación de datos, lugar fechas, servicios a prestar y comienza con la organización de las cotizaciones para envío y aprobación por parte del cliente, posteriormente este último realiza la debida selección de la opción de cotización más conveniente</p>
	<p>Contactar a los proveedores preferenciales para tener una previa cotización de los servicios que CWT requiere para la ejecución del evento. (El asesor especifica las políticas ambientales para que los proveedores suministren sus productos de acuerdo a los objetivos planteados, se reciben dos propuestas por proveedor para que el cliente tenga una decisión acertada.</p> <p style="text-align: center;">Cotizaciones</p> <p>Este punto corresponde a una parte importante del proceso ya que el proceso de cotización de reservas hoteleras, cotización de servicios de traslados terrestres, catering y servicios de restauración para las actividades a desarrollar deben ser planeadas, permitiendo así manejar variables de costos reducidos por servicio proveído, disminuyendo así el desarrollo y compra de servicios improvisados los cuales pueden llegar a generar mayor valor como solicitud directa sin previo aviso.</p>
	<p>Confirmación de reservas realizadas con todos los servicios cotizados y aprobados por parte del cliente de acuerdo al presupuesto planteado. El asesor emite la reserva</p>

	<p>Visualizar el número de asistentes, su origen, fechas y duración del evento.</p> <p>(se emite el reporte de la totalidad de personas que van asistir al evento para poder enviar las invitaciones)</p>
	<p>Se generan las invitaciones a los asistentes para que tengan en cuenta la temática del evento en relación a la sostenibilidad. (el asesor genera las invitaciones para que ellos le reenvíen la confirmación de asistencia)</p>
	<p>Enviar confirmación mediante el uso de correos y/o llamadas telefónicas para contactar al cliente y a los asistentes (durante todo el proceso el asesor debe evitar el uso del papel como muestra del compromiso que tiene con los objetivos de sostenibilidad acordados con el evento)</p>
	<p>Cargar costo de inscripción a la tarjeta del cliente (Esta inscripción tiene un costo el cual es cargado a la tarjeta del cliente para posterior legalización)</p>
	<p>Ingresar a los asistentes en la plataforma Portrait Cada asistente es ingresado en la plataforma virtual de CWT-Portrait, herramienta de CWT que almacena la información y datos de los pasajeros la cual nos comparte el cliente del evento. Se debe realizar la respectiva revisión del principal motivo del evento, en el cual se debe incluir el proceso administrativo de CWT® y del cliente, tal como número de asistentes al evento, contratación de ponentes y alistamiento de la documentación correspondiente al desarrollo del post evento.</p>

	<p>Proceder con la emisión y reservación GDS ya que las herramientas de reservaciones deben contar con estos datos para poder proceder con la emisión y reservación de los diferentes servicios en las diferentes GDS</p>
	<p>Enviar itinerarios Una vez cada pasajero tenga la reservación correspondiente, las mismas herramientas de CWT® se encargan de enviar los itinerarios al correo personal y/o asistente en caso de ser requerido</p>
	<p>Transmitir emisiones al back office Luego de proceder con las respectivas reservaciones el asesor transmite las diferentes emisiones al back office interno de contabilización para proceder con la facturación y legalización correspondiente ante el cliente</p>
	<p>Selección de la fecha de celebración del evento por parte del cliente. El asesor coordina y realiza la selección de fecha en pro de aprovechamiento de recursos y/o materiales con fines de optimizarlos.</p>
	<p>Validar la forma eficaz de transmitir el mensaje a los destinatarios y/o asistentes. (el asesor procede a enviar un correo innovador que le genere una alta expectativa al cliente sobre su evento y le brinde confianza de la inversión que está haciendo , respecto a los asistentes la campaña visual debe ser impactante para que la palabra sostenibilidad les genere recordación y conciencia ambiental) las imágenes, fotografías, y los suvenires son los recursos a emplear</p>
	<p>Dentro de la contratación a proveedores y servicios esta la Selección de los medios de Transporte.</p>

	<p>Accesibilidad al Sitio. (el área de organización debe brindar un medio viable y de fácil acceso incluyente) Tales como vehículos de transporte ecológicos, medidas de minimización de residuos, disposición de políticas de gestión ambiental; tratando en lo posible de conectar la coordinación de zonas de desarrollo a las actividades con el fin de minimizar el consumo de servicios innecesarios (traslados, catering, alojamientos, covers, horas extras)</p>
	<p>Actividades a desarrollar. (el asesor determina la lista de actividades acorde al evento)</p> <p>Los actos sociales referentes o que van de la mano con la organización del evento (actividades de ocio, culturales, visitas o proyectos específicos, excursiones, presentaciones, foros, visitas, etc.) son muy importantes y para ello se tienen en cuenta ciertas variables como lo son el transporte del personal en medios masivos de preferencia que sean de combustibles limpios, estos actos sociales de preferencia deben ser autóctonos de la región para así promover a la población residente y su economía.</p>
	<p>Servicios de Catering.(el asesor hace la cotización con los proveedores que van a suministrar las comidas</p> <p>Los Servicios de A&B como catering se deben usar productos que sean de temporada ya que salen más económicos y que sean productos típicos de la región para así promover la economía local, así también se pueden reducir costos de transporte y los productos se pueden utilizar frescos</p>

	También se debe buscar reducir el consumo de envases desechables y/o de proporciones personales, el menaje utilizado debe ser de productos biodegradables o reutilizables.
	Validar el personal de Logística y contratar personal de apoyo (el asesor y los colaboradores contactan panelistas, Conferencistas, Recreadores para el desarrollo del evento).
	Seleccionar Proveedores de Alojamiento (en caso que aplique).(el asesor tiene esta opción por si el cliente lo desea)
	Compra de Suvenires (en caso de que aplique).(se contacta un proveedor solamente para los suvenires ya que el cliente puede necesitar ofrecer este servicio)

➤ **Fase de Organización de un Evento.**

La organización del evento empieza cuando el asesor tenga lista la reserva. En ese momento se procede a emitir los servicios con los proveedores con su materia prima. De igual forma se elige el lugar del evento, si es necesario se emite reserva de alojamiento. Para ello también se visualiza la necesidad de incluir otras actividades complementarias para el desarrollo de esta fase destacando el enfoque sostenible como se menciona anteriormente. En esta fase el asesor debe tener el conocimiento previo de las necesidades del cliente para poder orientarlo de la mejor manera y cumpliendo políticas de responsabilidad social. (Los siguientes ítems hacen parte de la fase de organización, aquí el asesor marca con una X si aún hay inconvenientes para cumplir 100% con lo estipulado y un ok si está en marcha el proceso) cualquier tipo de anotación se escribe dentro de la casilla como soporte en el reporte y

evaluación final. Si queda pendiente se indicara PEND en espera, para indicar al supervisor una alerta de ayuda o solución.

CHECK LIST	FASES DE ORGANIZACIÓN
	<p>Revisión opciones de la sede o lugar a desarrollar el evento.(el asesor muestra las opciones de lugar y el cliente elije dependiendo el evento que desea y que esté acorde a su presupuesto)</p> <p>El sitio o lugar donde se desarrollará el evento debe cumplir con ciertas características tales como eficiencia energética, accesibilidad a la zona (medios de transporte) y sus recintos (accesos a discapacitados), consumo de agua controlada, contaminación auditiva, manejo de desechos residuales (instalación de puntos de selección de residuos), disponibilidad de nuevas tecnologías las cuales permitan establecer comunicación interna y externa al evento, optimización de climatización de la temperatura del lugar, energías renovables tales como energía solar térmica, energía solar fotovoltaica.</p>
	<p>Establecer el lugar para desarrollar el evento teniendo en cuenta (iluminación, energía eléctrica, el clima, la política de reciclaje en cuanto a residuos y materiales utilizados) (El asesor brinda las opciones de lugar, y envía la cotización correspondiente para un evento sostenible, además anexa un resumen sobre las políticas de sostenibilidad para indicar los beneficios que implica reciclar e utilizar energías renovables).</p>

	<p>Selección de alojamientos que promuevan el cuidado del medio ambiente, que estén al alcance del presupuesto del cliente y que tenga fácil acceso para llegar (en este aspecto el encargado asesora al cliente ya que muchas veces la persona es ajena a la región y le da confianza recibir opciones de una persona que viva en la ciudad donde se realiza el evento).</p> <p>En los eventos en los cuales sea necesario incluir el servicio de alojamiento, este debe cumplir con características tales como acceso a personas con discapacidad ya que corresponden a otro segmento del cliente y no se pueden excluir, el establecimiento debe estar certificado con las normas ISO 14001, debe tener un plan de manejo de residuos, utilización de procesos para el uso adecuado del agua, infraestructura para el manejo eficiente de energía, como los son las consideraciones bioclimáticas, climatización adecuada sin desperdicio de energía, bombillas de bajo consumo, energías renovable.</p>
	<p>Almacenar las opiniones del cliente y de los asistentes para el informe final (el asesor en los correos debe permitir que el cliente comente si está satisfecho o no con el proceso ya que de esta retroalimentación depende que el evento cumpla con las necesidades del cliente.)</p>
	<p>Manejar la comunicación con los proveedores preferenciales de las características ambientales y sociales para los servicios y suministros los cuales les serán solicitados.(el asesor debe estar dispuesto a escuchar las apreciaciones de los proveedores ya que ellos</p>

	pueden ser la solución cuando algún ítem del proceso esté pendiente o en espera)
	<p>Establecer que proveedores pueden suplir las políticas de sostenibilidad como (el uso de climatización, iluminación natural y la existencia de contenedores que permitan la adecuada recolección de residuos) (el área de meeting and events debe tener los contactos para brindar un evento sostenible acorde con estos parámetros que serán los que el cliente va a solicitar siendo los más necesarios a la hora de desarrollar el evento.</p>

➤ **Fase de Celebración de un Evento.**

En esta fase el asesor y el área encargada se hará el control de la puesta en marcha a las actividades planificadas, además se deberá atender y solucionar los diferentes imprevistos que lleguen a surgir. Teniendo en cuenta la presencia de los lineamientos de sostenibilidad.

CHECK LIST	ACTIVIDAD
	<p>Difusión de la información sobre el contenido del evento (la correcta divulgación en la plataforma del correo permitirá al asesor una buena comunicación con su cliente y los asistentes) enviar dos correos para evitar los spam.</p> <p>-Manejo de información del programa a desarrollar del evento, envío de mailing a los posibles asistentes y/o participantes del mismo, inscripciones y confirmaciones, documentación publicitaria, confirmación de la sede y adecuación de los recintos a ser utilizados, suvenires, premiación, actividades rompe hielo, actividades de</p>

	comunicación (contacto de prensa, difusión pública del evento).
	Implementación de plataformas tecnológicas para la comunicación (se utilizan plataformas digitales como un fanpage, instagram, y un blog son el gancho innovador para mostrar la sostenibilidad si la información no es clara por el correo)
	Información de medios de transporte disponibles durante el desarrollo del evento (el asesor debe tener contactado otra una empresa de servicios de transporte por si la que se contrata con anterioridad no llega o no cumple con lo pactado.
	Actualización a las medidas de control (tener un plan b por cualquier inconveniente)
	Retroalimentación sobre los lineamientos utilizados con enfoque sostenible (si el correo no sirve como medio de retroalimentación, el contacto directo con los asistentes el día del evento debe brindarnos un bagaje de lo sucedido en el evento)

➤ **Fase de Desmontaje, Cierre y Evaluación del Evento.**

En esta fase se culminara el evento, por ende se deben realizar las respectivas mediciones, evaluación y retroalimentación sobre los lineamientos enfocados a la sostenibilidad.

CHECK LIST	ACTIVIDAD DE CIERRE
	Información a posteriori (se brinda la información adicional a cada uno de los actores es decir a los asistentes se informa

	sobre la culminación del evento, a los proveedores se genera el aporte de su colaboración y se valida el cobro final y al área de M&E se le recibe el reporte de la experiencia acerca del evento sostenible).
	Los proveedores envían su facturación los proveedores envían la respectiva facturación de acuerdo a los servicios prestados para el desarrollo del evento
	Validar facturación esto el asesor de CWT hace una validación de la facturación que le llega del evento.
	Control eficiente a los materiales y residuos utilizados (las personas encargadas del desmontaje están supervisadas por una persona para la que parte de reciclaje se cumpla acorde a las políticas sostenibles y ambientales.)
	Trasmitir al área de facturación el asesor Transmite al área administrativa para emisión de facturación la cual es dirigida al cliente (se detalla los servicios utilizados con su respectiva comisión cobrada por CWT®).
	Informar al cliente que se da por cerrado el evento Una vez se tienen los soportes correspondientes se indica al cliente que se puede dar por cerrado el evento además se valida la emisión del cobro.
	Alimentar las plataformas el asesor alimenta la información final del evento en las plataformas
	Procesos administrativos para la realización de cierres financieros ante el cliente (El asesor cierra el expediente financiero del cliente, y archiva los documentos para generar el informe de cierre del evento , emite agradecimiento a cada uno de los actores por correo)

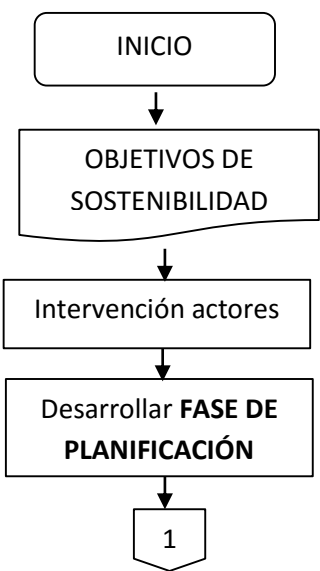
	<p>Medición de los impactos por parte de las actividades desarrolladas en los asistentes y/o participantes.(Una vez culminado el evento se debe realizar un cálculo de las emisiones reales producidas por el mismo y para plantear una propuesta de compensación).</p>
	<p>Establecer las medidas de minimización de impactos y las formas de medir el grado de cumplimiento de los objetivos. (lograr que las políticas de sostenibilidad generen impactos positivos para medir la sostenibilidad en el desarrollo del evento, el asesor va a medir el cumplimiento al final cuando se emita el reporte y evaluación de culminación del evento)</p>
	<p>Desmontaje Evaluación final del evento, la cual es una parte muy importante y delicada del proceso viéndolo desde la parte ambiental. De igual manera los materiales utilizados para la decoración en lo posible se deben reutilizar, así mismo como una clasificación de los residuos producidos para saber que se puede reutilizar y lo que se debe desechar.</p>
	<p>Informe final Se genera un informe sobre el cierre del evento cliente-CWT y se archiva la documentación.</p>

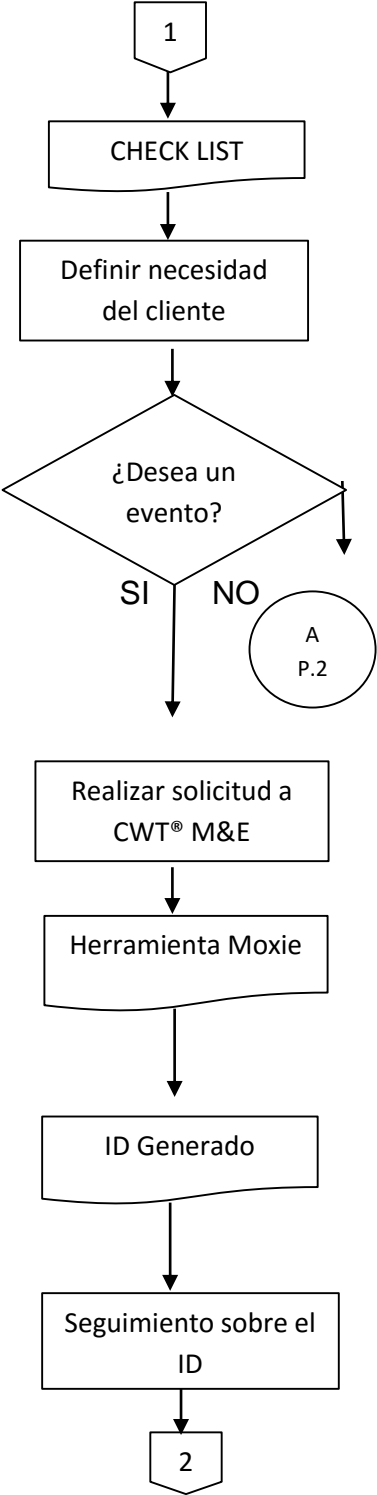
Como recomendaciones y pautas generales CWT debe saber que lograr un pleno desarrollo e implementación de la guía requiere la involucración de todos los actores, además es indispensable seguir complementando la guía con el fin de mejorar y perfeccionar algunos ítems y acciones a partir de la retroalimentación que brinden los proveedores. De igual forma promover capacitaciones sobre el desarrollo sostenible e incentivar a las empresas a consultar esta guía como referente para que se motiven hacer sus eventos sustentables.

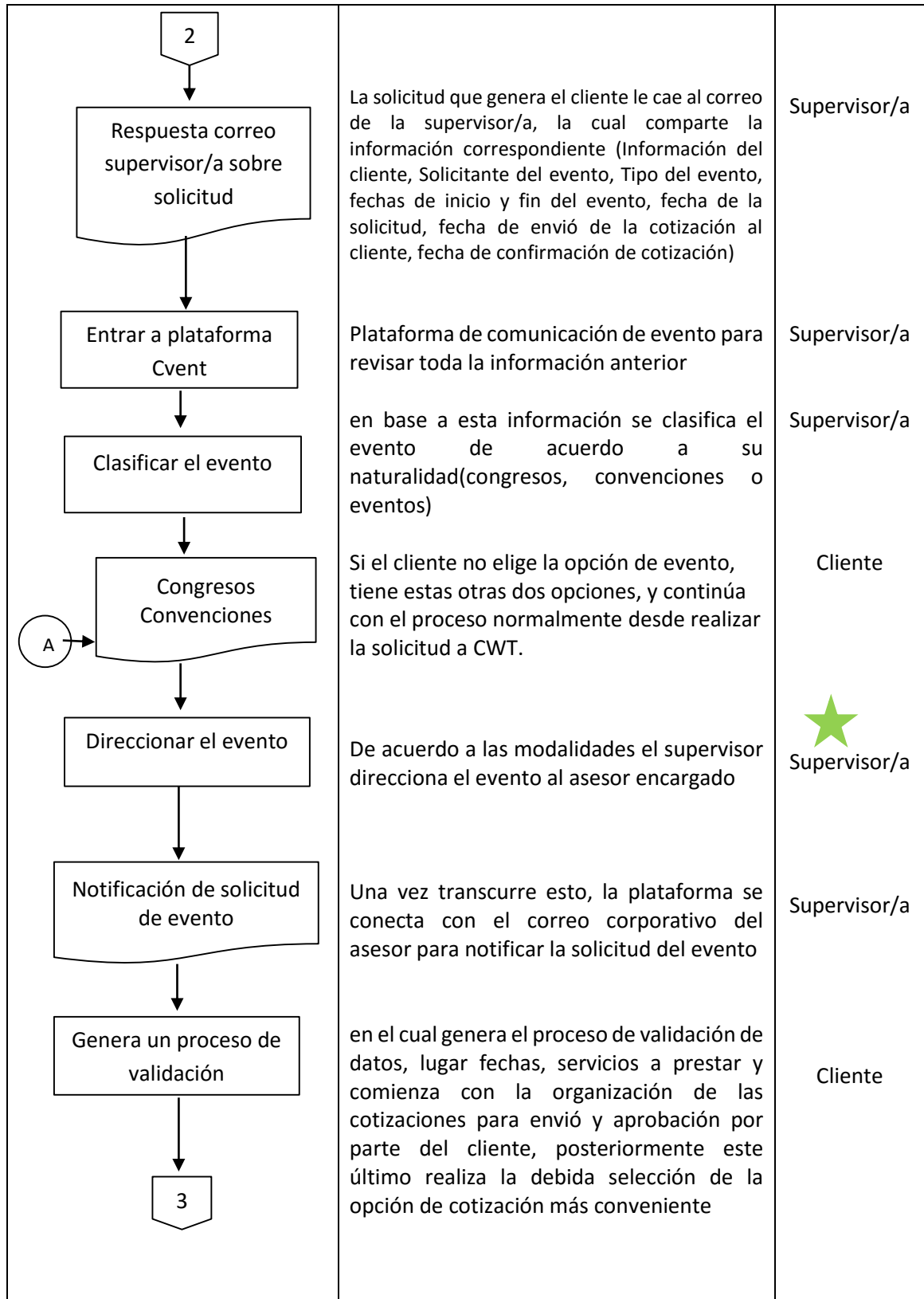
Aunque CWT ya esté analizando esta guía como herramienta para mejorar la planificación de sus eventos debe continuar sus esfuerzos en integrar la sostenibilidad en su sistema de talento humano, desarrollo e investigación. Por último, se requiere desarrollar una aplicación para la medición de cada una de las acciones donde CWT pueda contribuir a la protección, conservación de los recursos naturales y culturales y desde su talento humano motiven al fomento de la sostenibilidad en las microempresas, igualmente a crear y educar profesionales responsables con cada acción dentro y fuera de la empresa.

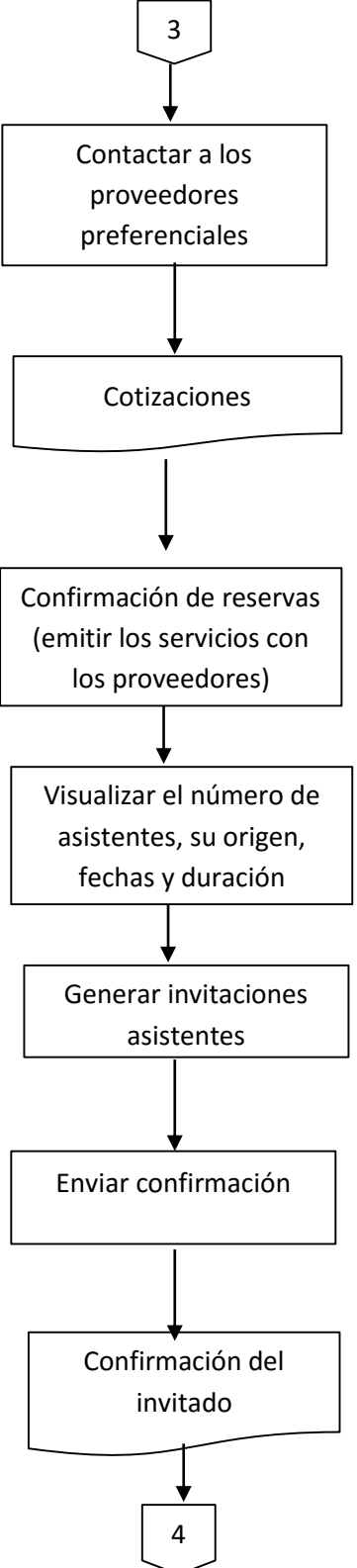
FLUJOGRAMA DE PROCESOS DIRECTRICES DE SOSTENIBILIDAD

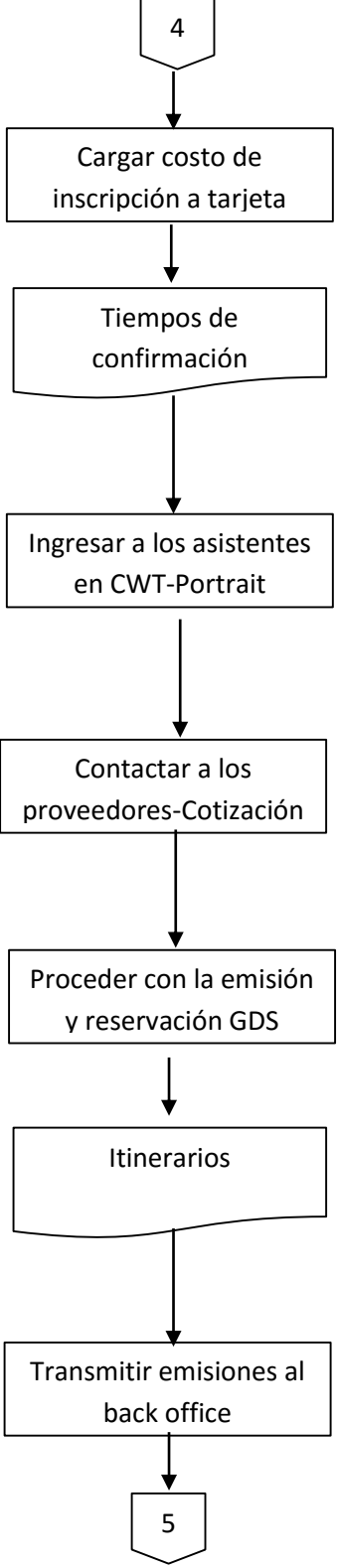
Con el fin de facilitar y mejorar el desarrollo actual de un evento en CWT® se han estructurado el siguiente Flujoograma de procesos para el desarrollo y organización de un evento enfocado en las directrices de sostenibilidad.

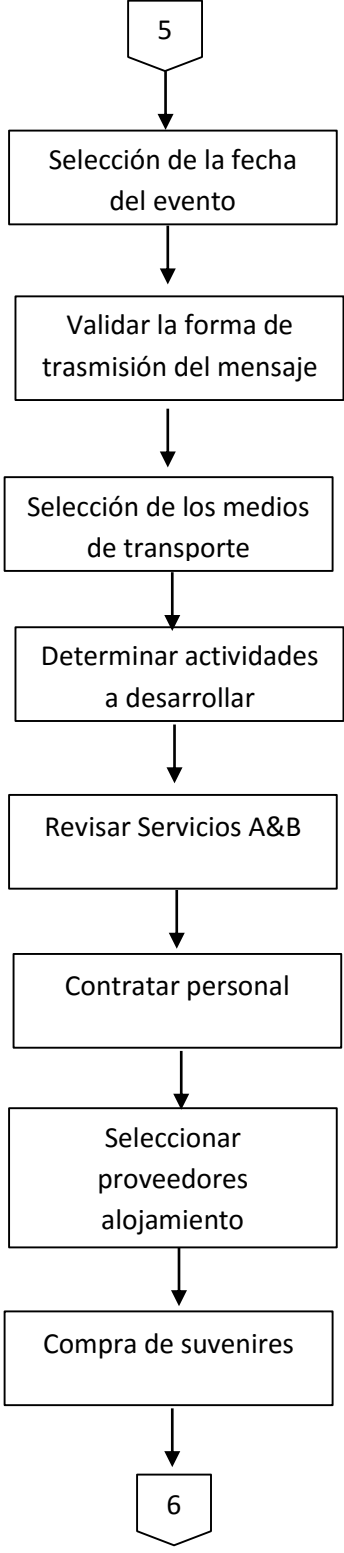
Flujoograma de procesos	Indicaciones	Personal
 <pre> graph TD A[INICIO] --> B[OBJETIVOS DE SOSTENIBILIDAD] B --> C[Intervención actores] C --> D[Desarrollar FASE DE PLANIFICACIÓN] D --> E[1] </pre>	<p>Los objetivos se resumen en siete lineamientos (calidad, energía asequible, crecimiento económico, innovación, consumo responsable, acción clima, alianzas)</p> <p>Los actores son: el departamento de M&E, supervisores y asesores, clientes, empresarios, proveedores y asistentes</p> <p>En esta fase se incluyen actividades de desarrollo en las cuales se podrá conocer las características básicas del evento y permitir el logro de las metas y objetivos trazados</p>	<p>Asesor</p> <p>Actores</p> <p>Asesor</p>

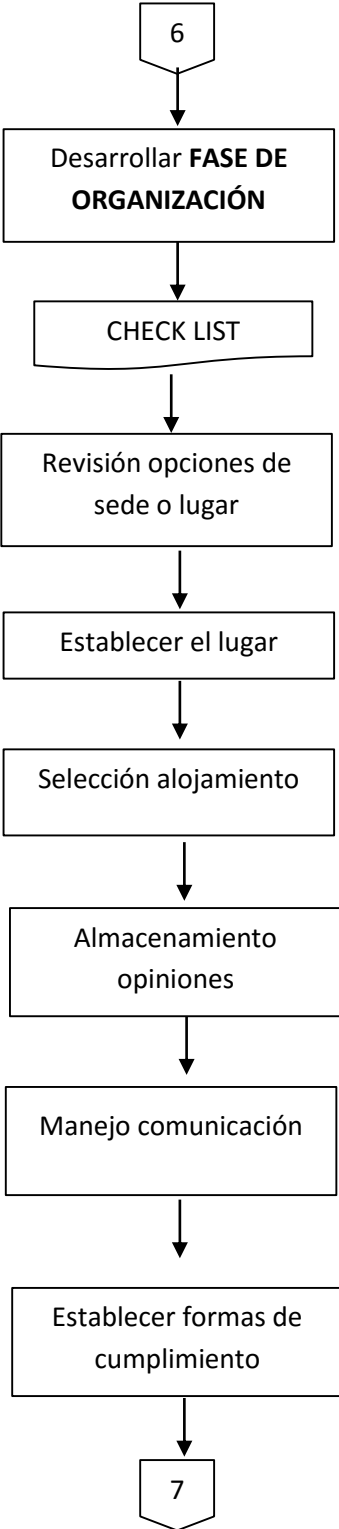
 <pre> graph TD 1{{1}} --> CL[CHECK LIST] CL --> D[Definir necesidad del cliente] D --> D1{¿Desea un evento?} D1 -- SI --> R[Realizar solicitud a CWT® M&E] D1 -- NO --> A((A P.2)) R --> H[Herramienta Moxie] H --> I[ID Generado] I --> S[Seguimiento sobre el ID] S --> 2{{2}} </pre>	<p>El departamento inicialmente está dividido en tres subareas según la necesidad del cliente (congresos, eventos y/o convenciones)</p> <p>Si el cliente desea la organización de un evento continua con el procedimiento</p> <p>Si NO más adelante se remite como otro tipo de evento y se continúa el proceso.</p> <p>El cliente realiza la solicitud a CWT® M&E a través de una herramienta de comunicación.</p> <p>la herramienta de comunicación llamada Moxie (plataforma de envío y recepción de correos entre el cliente y CWT®)</p> <p>Al hacer esto se genera un número ID (número de identificación de ingreso de la solicitud)</p> <p>Sobre este ID se realiza el seguimiento correspondiente al evento por parte de operaciones.</p>	<p>Equipo de colaboradores especializado para cada modalidad</p> <p>Cliente</p> <p>Cliente</p> <p>Cliente</p> <p>Cliente</p>
---	---	--

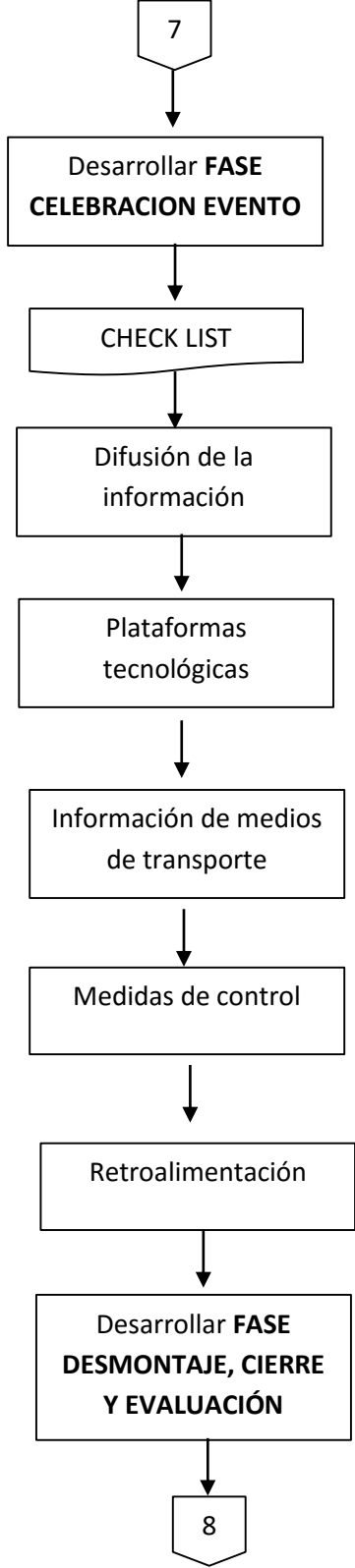


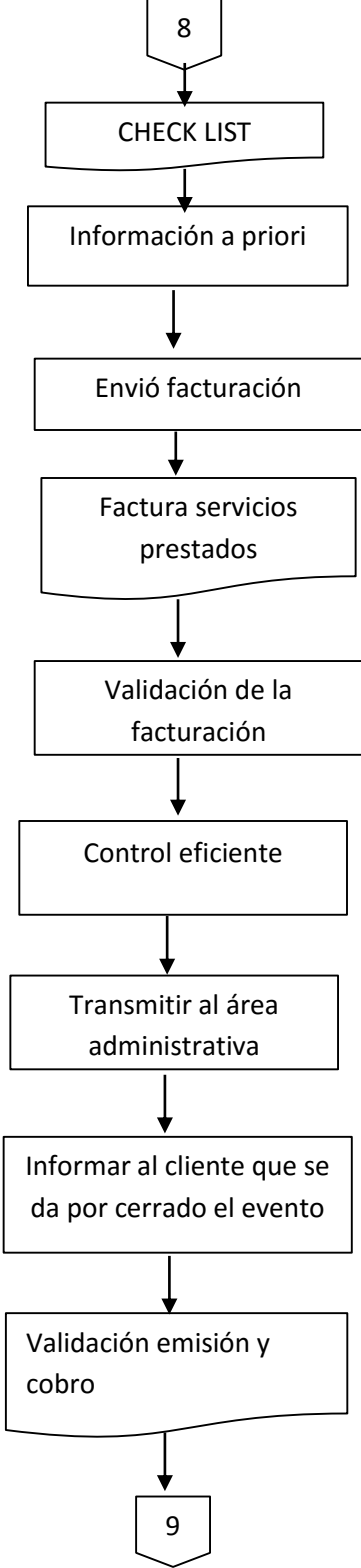
 <pre> graph TD 3{{3}} --> A[Contactar a los proveedores preferenciales] A --> B[Cotizaciones] B --> C[Confirmación de reservas (emitir los servicios con los proveedores)] C --> D[Visualizar el número de asistentes, su origen, fechas y duración] D --> E[Generar invitaciones asistentes] E --> F[Enviar confirmación] F --> G[Confirmación del invitado] G --> 4{{4}} </pre>	<p>El asesor especifica políticas ambientales para que los proveedores suministren sus productos de acuerdo a los objetivos planteados</p> <p>el proceso de cotización de reservas hoteleras, cotización de servicios de traslados terrestres, catering y servicios de restauración para las actividades a desarrollar deben ser planeadas, permitiendo así manejar variables de costos reducidos por servicio proveído</p> <p>proceder a reservar y emitir los servicios correspondientes con los proveedores involucrados</p> <p>se emite el reporte de la totalidad de personas que van asistir al evento para poder enviar las invitaciones</p> <p>Después de la aprobación para desarrollo del evento por parte del cliente se genera la invitación a los posibles asistentes del evento.</p> <p>Dentro de la cual el asesor interviene con el envío de confirmación de asistencia e inscripción de los asistentes al evento vía web mail y/o telefónica</p>	<p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>asesor</p>
--	---	---

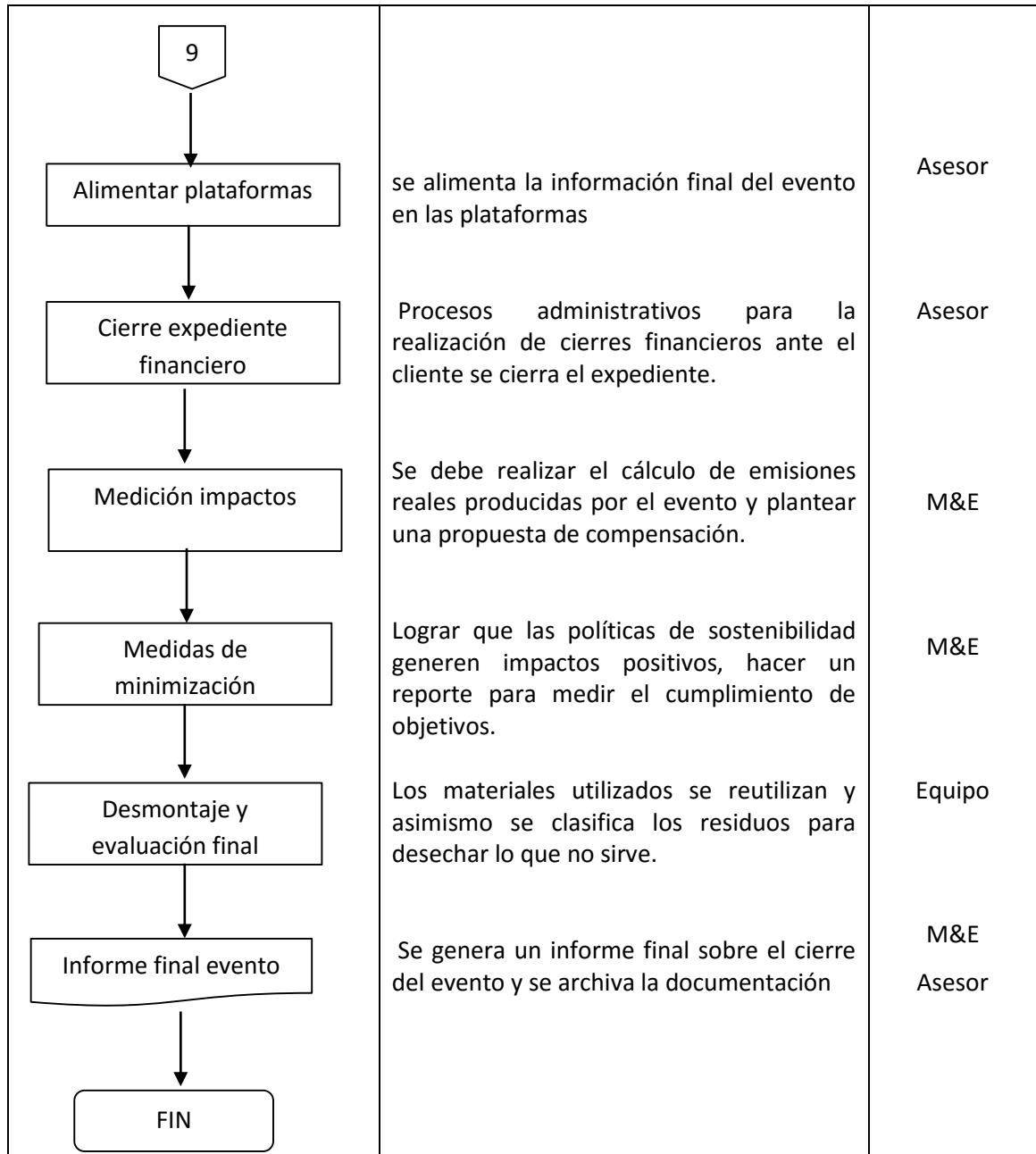
 <pre> graph TD 4{{4}} --> A[Cargar costo de inscripción a tarjeta] A --> B[Tiempos de confirmación] B --> C[Ingresar a los asistentes en CWT-Portrait] C --> D[Contactar a los proveedores-Cotización] D --> E[Proceder con la emisión y reservación GDS] E --> F[Itinerarios] F --> G[Transmitir emisiones al back office] G --> 5{{5}} </pre>	<p>(Esta inscripción tiene un costo el cual es cargado a la tarjeta del cliente para posterior legalización).</p> <p>Luego y de acuerdo a la cantidad de asistentes se manejan los tiempos de confirmación de los servicios correspondientes.</p> <p>Cada asistente es ingresado en la plataforma virtual de CWT-Portrait, herramienta de CWT que almacena la información y datos de los pasajeros la cual nos comparte el cliente del evento</p> <p>El asesor especifica las políticas sostenibles para que el proveedor suministre los productos acordados. Las cotizaciones deben ser planeadas, permitiendo así manejar variables de costos reducidos disminuyendo así el desarrollo y compra de servicios improvisados.</p> <p>ya que las herramientas de reservaciones deben contar con estos datos para poder proceder con la emisión y reservación de los diferentes servicios en las diferentes GDS</p> <p>Una vez cada pasajero tenga la reservación correspondiente, las mismas herramientas de CWT® se encargan de enviar los itinerarios al correo personal y/o asistente en caso de ser requerido.</p> <p>Luego de proceder con las respectivas reservaciones el asesor transmite las diferentes emisiones al back office interno de contabilización para proceder con la facturación y legalización correspondiente ante el cliente</p>	<p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Plataforma</p> <p>Asesor</p>
--	--	---

 <pre> graph TD 5{{5}} --> A[Selección de la fecha del evento] A --> B[Validar la forma de transmisión del mensaje] B --> C[Selección de los medios de transporte] C --> D[Determinar actividades a desarrollar] D --> E[Revisar Servicios A&B] E --> F[Contratar personal] F --> G[Seleccionar proveedores alojamiento] G --> H[Compra de suvenires] H --> 6{{6}} </pre>	<p>El asesor coordina y realiza la selección de la fecha en pro aprovechamiento de recursos y/o materiales con fines de optimizarlos.</p> <p>Por medio de un correo innovador se valida de forma eficaz el mensaje de sostenibilidad a los asistentes</p> <p>Elegir un medio viable y de fácil acceso.</p> <p>El asesor determina posible lista de actividades acorde al evento. (actividades de ocio, culturales, visitas o proyectos específicos, excursiones, presentaciones, foros, visitas, etc.</p> <p>Respecto a los servicios como catering se deben usar productos que sean de temporada ya que salen más económicos</p> <p>Personal de apoyo requerido para el evento</p> <p>En caso que aplique el asesor tiene opciones para el cliente</p> <p>En caso que aplique se contacta un proveedor especial para ello.</p>	<p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Equipo</p> <p>Equipo</p> <p>Equipo</p> <p>Equipo</p> <p>Equipo</p> <p>Equipo</p>
--	---	---

 <pre> graph TD 6{{6}} --> A[Desarrollar FASE DE ORGANIZACIÓN] A --> B[CHECK LIST] B --> C[Revisión opciones de sede o lugar] C --> D[Establecer el lugar] D --> E[Selección alojamiento] E --> F[Almacenamiento opiniones] F --> G[Manejo comunicación] G --> H[Establecer formas de cumplimiento] H --> 7{{7}} </pre>	<p>La organización del evento empieza cuando el asesor tenga lista la reserva. En ese momento se procede a emitir los servicios con los proveedores con su materia prima.</p> <p>El asesor muestra posibles opciones de lugar de acuerdo al evento que desea realizar</p> <p>Establecer el lugar teniendo en cuenta (iluminación, energía eléctrica, el clima, la política de reciclaje en cuanto a residuos y materiales utilizados</p> <p>Selección el alojamiento que promuevan el cuidado del medio ambiente, que estén al alcance del presupuesto del cliente</p> <p>Almacenar las opiniones del cliente y de los asistentes para el informe final</p> <p>Manejar la comunicación con los proveedores preferenciales de las características ambientales y sociales para los servicios y suministros los cuales les serán solicitados</p> <p>Establecer que proveedores pueden suplir las políticas de sostenibilidad como (el uso de climatización, iluminación natural y la existencia de contenedores que permitan la adecuada recolección de residuos)</p>	<p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Proveedores</p>
--	--	--

 <pre> graph TD Start{{7}} --> A[Desarrollar FASE CELEBRACION EVENTO] A --> B[CHECK LIST] B --> C[Difusión de la información] C --> D[Plataformas tecnológicas] D --> E[Información de medios de transporte] E --> F[Medidas de control] F --> G[Retroalimentación] G --> H[Desarrollar FASE DESMONTAJE, CIERRE Y EVALUACIÓN] H --> End{{8}} </pre>	<p>En esta fase el asesor y el área encargada se hará el control de la puesta en marcha a las actividades planificadas, además dará solución a los imprevistos.</p> <p>la correcta divulgación en la plataforma del correo permite la buena comunicación entre los actores</p> <p>Implementación de plataformas tecnológicas para la comunicación como forma innovadora</p> <p>El asesor debe tener contratada otra empresa de transporte por si la primera le queda mal</p> <p>Tener un plan b que brinde nuevas opciones por cualquier imprevisto</p> <p>Retroalimentación sobre los lineamientos utilizados con enfoque sostenible</p> <p>En esta fase se culminara el evento, por ende se deben realizar las respectivas mediciones, evaluación y retroalimentación sobre los lineamientos enfocados a la sostenibilidad</p>	<p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>M&E</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Todos los actores</p>
--	--	---

 <pre> graph TD 8{{8}} --> CL[CHECK LIST] CL --> IA[Información a priori] IA --> EF[Envío facturación] EF --> FSP[Factura servicios prestados] FSP --> VF[Validación de la facturación] VF --> CE[Control eficiente] CE --> TA[Transmitir al área administrativa] TA --> IC[Informar al cliente que se da por cerrado el evento] IC --> VEC[Validación emisión y cobro] VEC --> 9{{9}} </pre>	<p>se brinda la información adicional a cada uno de los actores es decir a los asistentes se informa sobre la culminación del evento</p> <p>para el cual los proveedores envían la respectiva facturación de acuerdo a los servicios prestados para el desarrollo del evento</p> <p>Luego de esto el asesor de CWT hace una validación de la facturación que le llega del evento.</p> <p>Control eficiente a los materiales y residuos utilizados bajo la política sostenible de reciclaje</p> <p>Transmite al área administrativa para emisión de facturación la cual es dirigida al cliente (se detalla los servicios utilizados con su respectiva comisión cobrada por CWT®).</p> <p>Una vez se tienen los soportes correspondientes se indica al cliente que se puede dar por cerrado el evento.</p> <p>en donde se validan las emisiones y cobro de comisiones correspondientes</p>	<p>Asesor</p> <p>Proveedores</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p> <p>Asesor</p>
---	--	--



FUENTE: Elaboración propia (2017)

Convención



Evento sostenible: en este paso el supervisor tiene a cargo la dirección del evento por eso al ser implementada la guía de eventos sostenibles se tendría en cuenta en el proceso de la planificación y el desarrollo del evento. El asesor ya tiene el conocimiento previo sobre el contenido de la guía y utilizaría los lineamientos y políticas sostenibles para llevar a cabo el evento que desea el cliente.

CONCLUSIONES

- De acuerdo al diagnóstico y las encuestas realizadas a los proveedores preferenciales podemos deducir que si bien ellos manejan y promueven políticas ambientales, donde se promueve la conservación de los recursos y se generan acciones para mitigar la contaminación, se hace necesario la implementación de la guía de eventos sostenibles por parte de CWT como una herramienta que contribuye al mejoramiento de las practicas que se tienen en la realización y celebración de los diferentes eventos.
- Respecto al estado actual de CWT no aplican políticas de sostenibilidad.
- Las falencias que conllevan a CWT a no aplicar dichas políticas son los reprocesos internos y la falta de conocimiento en el tema de sostenibilidad.
- En el marco de la sostenibilidad, CWT está apostando a implementar y efectuar prácticas y acciones que estén bajo el régimen de la sostenibilidad con el fin de lograr un equilibrio ambiental en el desarrollo de sus eventos, en el aspecto social y económico; que contribuya positivamente el entorno de la empresa, su talento humano y la sociedad en general.
- El aplicar prácticas de sostenibilidad puede generar un crecimiento económico por la ampliación de mercado ya que guía permite innovación y satisfacción de necesidades.

- Los talleres con los proveedores preferenciales permite un espacio para analizar las opiniones que tienen frente a la viabilidad de implementar la sostenibilidad en sus eventos, con eso las empresas verán con calidad este problema que tanto auge tiene y lograra que ser conscientes con las decisiones de un buen manejo de los recursos y de la responsabilidad social que esto implica.
- Tal como lo muestra el documento una de las razones que dificultaron conocer el alcance de la aplicación de medidas sostenibles en los eventos de CWT es la falta de conocimiento. Sin embargo, hay que añadir que uno de los grandes vacíos para valorar el verdadero impacto de las iniciativas y principios sostenibles es la falta de medición y, muy especialmente, de la medición de los impactos de las iniciativas en materia de sostenibilidad. Esta situación es provocada por la falta de planificación en la organización de los eventos y, como consecuencia en la falta de cultura de evaluación y medición de resultados.
- Gracias a las soluciones de inclusión de sostenibilidad la gestión en el proceso de eventos se convierte en un paradigma de gestión empresarial ya que como compañía se empieza a gestionar impactos ambientales identificando riesgos y oportunidades que son positivos para el crecimiento de CWT.
- CWT debe fomentar espacios para la capacitación y retroalimentación en el tema de sostenibilidad.

- Respecto al concepto de sostenibilidad se concluye que es el equilibrio entre el desarrollo económico y las estrategias ambientales para mejorar los estándares de vida en el futuro y tener una depreciación de recursos en una medida que traiga beneficios para el capital humano y brinde una sobrevivencia y felicidad entorno a necesidades ambientales que más adelante será la satisfacción de necesidades de tipo social, cultural y ambiental y el crecimiento económico y salud global a largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. OMT 2001. 1era Edición
Diciembre. [En línea] Recuperado de:
[http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Apuntes de
metodologia de la investigacion en turismo.pdf](http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Apuntes_de_metodologia_de_la_investigacion_en_turismo.pdf)

Ávila, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México.
Obtenido de www.eumed.net/libros/2006c/203/.

Cajiga, C; J.F. (2006). *Fundamentos de la RSE*. Centro Mexicano para la
Filantropía . Recuperado el 10 de enero de 2016, de
<http://www.cemefi.org/spanish/content/view/632/19/>

Chavéz, R. M., Andrade, E., & Espinoza, R. (2013). Turismo y desarrollo
sustentable: contribución de Hispanoamérica. *Teoría y Praxis*, 33.

Fernández ,J.M; García,J.A. (2011). *Guía para la celebración de eventos y
congresos sostenibles*. Universidad de Cantabria, España. Obtenido de
[https://web.unican.es/unidades/ecocampus/Documents/GUIA%20EVENTOS_](https://web.unican.es/unidades/ecocampus/Documents/GUIA%20EVENTOS_CONGRESOS%20SOSTENIBLES%20UC.pdf)
[CONGRESOS%20SOSTENIBLES%20UC.pdf](https://web.unican.es/unidades/ecocampus/Documents/GUIA%20EVENTOS_CONGRESOS%20SOSTENIBLES%20UC.pdf)

Flores, R. (2009). *Experiencia en fortalecimiento de capacidades en el plan
piloto de turismo rural comunitario en el distrito de chazuta*. PERU,
Huancayo.

Galmés, M. (2010). Tesis doctoral: Organización de eventos como herramienta
de comunicación de marketing. Universidad de Málaga. Obtenido de
[http://libros.metabiblioteca.org:8080/bitstream/001/356/5/978-84-9747-
609-6.pdf](http://libros.metabiblioteca.org:8080/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf)

Garay, L. (1998). *Modelo de Desarrollo y Sostenibilidad en Misión Rural.
Transición*, (5 ed.). Santa fe de Bogotá.

García, L. (2003). Teoría del desarrollo sostenible y legislación ambiental
colombiana, una reflexión cultural. *Derecho*, 20, 198.

*Guía de eventos sostenibles –Directrices para la organización de eventos
sostenibles en Vitoria-Gasteiz*. (s.f.).

Guía para la celebración de eventos y congresos sostenibles - Universidad de Cantabria. (s.f.).

Hernández,R; Fernández & Baptista. (2006). *Metodología de la investigación*. México: MC Graw Hill.

Iniciativa del ICLEI para la ambientalización de eventos. (s.f.).

Jiménez-Domínguez,B. (2000). *Investigación cualitativa y psicología social crítica. Contra la lógica binaria y la ilusión de la pureza*. Obtenido de <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug17/3investigacion.html>

norma ISO 2012-1. (s.f.).

NTS-TS 006 del 2009. (s.f.).

Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. *Medio ambiente y desarrollo.Division sostenible y asentamientos humanos*(72), 70. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5779/S0310754_es.pdf;jsessionid=1152547784912A3F876BD2FD1E09BA03?sequence=1

OMT, O. M. (1994).

Organización Mundial del Turismo , OMT. (1994).

Pérez,J y Merino,M. (2012). Obtenido de <http://definicion.de/guia/>

Salgado, A. (2007). *Investigación cualitativa:diseños evaluación del rigor metodológico y retos*. Lima, Perú.

Sánchez,A;Fonseca,C;Quesada,R & Fontana,Y. (2011). *Gestión de empresas turísticas sostenibles*. San José: CR:EUNED.

Schiffman, L y Kanuk ,L. (2005). *Comportamiento del consumidor* (Octava ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Prentice Hall.

Te hago, E. (2014). Evento sostenibles para ciudades inteligentes :Estudio sobre el valor que la sostenibilidad aporta a los eventos en España. *Revista intersección.Tecnología en Organización de eventos*, 1(1), 36-45.

Torrego, A., & Paredes, G. (2008). *CONAMA 9 Congreso Nacional del Medio ambienteGT-ESOS Eventos sostenibles.Documento final*.

APÉNDICES

A. ANTEPROYECTO

MARCO TEÓRICO

Teoría Del Turismo Sustentable

Se entiende como desarrollo sustentable según Gro Harlem Brundtland en la publicación del informe Nuestro Futuro Común (1987) “a la transformación de la sociedad para satisfacer las necesidades de su población sin comprometer la posibilidad de que las próximas generaciones satisfagan sus propias necesidades”. (Informe Brundtland, citado en Chavéz, Andrade, & Espinoza, 2013, p.13)

La Organización de Turismo Sustentable (2007) hace referencia al Turismo Sustentable como todas aquellas actividades turísticas que se relacionan con el medio natural, cultural, social y con los valores de la comunidad. Se trata de disfrutar un intercambio de experiencias positivas entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y el visitante debe ser equitativa. Por esto, Luis Villanueva (2007) afirma: “el Turismo Sustentable busca minimizar los impactos sobre los ecosistemas en respuesta al uso de los recursos naturales por actividades turísticas, y asimismo procura la conservación de la cultura y tradiciones del destino. En otras palabras, pretende ser una actividad ambiental y socialmente responsable”. Villanueva, 2007 como se cita en (Flores, 2009, p.13).

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo OMT (2004), el Turismo Sustentable se define como las directrices para el desarrollo Sustentable del

turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destino, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sustentabilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sustentabilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el Turismo Sustentable en esta investigación debe dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

Teoría Del Desarrollo Sostenible

Según Lilibeth García Henao (2003) en su artículo teoría del desarrollo sostenible y legislación ambiental colombiana antes de que surgiera el tema ambiental, Sostenibilidad se consideraba el ambiente y las condiciones necesarias para garantizar que la economía en sí misma tuviera un patrón de crecimiento dinámico, que pudiera retroalimentarse a través del tiempo para garantizar unas tasas de crecimiento de mediano y largo plazo perdurables. (García, 2003) “Y en ese sentido, la sostenibilidad hacia básicamente referencia al patrón de acumulación y de especialización de la economía que garantizara tasas de crecimiento sostenibles en el mediano y largo plazo”. (Garay, 1998,p.199)

Garay, (1998) plantea:

La sostenibilidad y Permanencia se podría definir como la propiedad inherente de un proceso que lo hace perpetuo en un sistema dado. Esa condición de perpetuidad es sumamente difícil pero existe. El problema

más grave de la idea de sostenibilidad es esa perpetuidad porque no se habla de que el proceso sea permanente en el mediano plazo, sino que sea permanente, punto, o sea que sea perpetuo. En ese sentido dentro de la economía eso es posible y se habla de procesos a perpetuidad en la economía pero sí uno introduce otras variables no económicas se encuentran dificultades grandísimas. Garay, 1998 citado por (García,2003,p.201).

El desarrollo sostenible es aquel que hace perpetua la elevación de la calidad de vida en una sociedad dada, con toda la complejidad que agrega el concepto de calidad de vida, o expresar cosas muy amplias y muy abstractas como decir que el desarrollo sostenible es aquel que asegura a perpetuidad la vida humana en el planeta, con lo cual incluimos también problemas que tienen que ver con la teoría de la evolución». Cuando los teóricos empezaron a plantear el problema en esos lenguajes tan sumamente ambiciosos surgieron inmediatamente las críticas porque el concepto de sostenibilidad, que a nivel de variables económicas como el dinero es posible en términos teóricos, cuando uno le agrega materiales empieza a haber dificultades bastante grandes.

Así mismo, el autor Garay (1998) observa: “Una nueva Dimensión: Capital Natural; el interés por la sostenibilidad surgió de su angustia ante las pérdidas de elementos de los ecosistemas, elementos físicos y bióticos, ante la desaparición de bosques naturales, de la pesca y la transformación de las aguas y del aire por contaminación” (p.29) citado por (García, 2003,p.201).

Teoría Sobre Turismo Y Organización De Eventos

La organización de eventos constituye la acción de “administrar recursos propios o de terceros, diseñar, planificar, organizar, implementar y supervisar aspectos de un evento de manera profesional”. Cabe destacar en este sentido, que la

actividad de organización de eventos trae aparejada la convocatoria de diversos públicos generando un desplazamiento de personas o flujos de visitantes hacia los destinos en los cuales se realizan dichos eventos.

De esta manera, comienza a relacionarse el desarrollo de eventos con la actividad turística. Se entiende al turismo como un fenómeno social que alcanza todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros. (Organización Mundial del Turismo , OMT, 1994)

En este contexto, el turismo de reuniones “engloba la organización de congresos, ferias, exposiciones, viajes de incentivo y corporativos. Es el segmento turístico de mayor crecimiento en la última década, que exhibe un gasto por visitante marcadamente más alto que el arrojado por otras actividades”.

DISEÑO METODOLÓGICO

TIPO DE INVESTIGACIÓN El diseño del estudio es **observacional** respecto a los procesos de CWT®, se observa, se registra la información y luego se hace el análisis pertinente a partir de la guía de eventos sostenibles. El tipo de investigación es **descriptiva** porque se recogen los datos y se llega a conocer con exactitud la situación de los proveedores respecto al desarrollo de eventos sostenibles para sus procesos. “Las ventajas de este tipo de investigación es que permite una buena percepción respecto a la creación de la guía de eventos sostenibles, mayor riqueza en la información que ofrecen los proveedores, un estudio en un contexto de interacción, permite el acercamiento a esta situación real y nos permite identificar las características del evento de estudio”. (Ávila, 2006, p.48).

ENFOQUE El enfoque es **mixto** porque integra la parte cualitativa y cuantitativa.

Cualitativo porque busca comprender a profundidad la “sostenibilidad”, una realidad a la que se enfrentan las diferentes empresas a nivel local, nacional e internacional en este caso Carlson Wagonlit Travel Colombia, así esta investigación según Jiménez-Domínguez, B, (2000): “puede ser vista como el intento de obtener una comprensión profunda de los significados y definiciones de la situación tal como nos la presenta las personas, más que la producción de una medida cualitativa de sus características o conducta”. (p.2).

De igual forma el enfoque cuantitativo se aplica al determinar resultados numéricos utilizando la aplicación de la encuesta a los proveedores y al explicar, describir y explorar información de un programa específico como lo es la sostenibilidad.

MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

El método es **inductivo y deductivo** ya que la investigación tiene un enfoque mixto es decir que el proceso deductivo sirve para explicar la situación respecto a la aplicación y análisis de la encuesta. Algo similar ocurre con el método inductivo que se utiliza para la validez de los hallazgos y la interpretación de los resultados.

UNIDAD DE ANALISIS

La presente investigación tiene por objeto de estudio, la profundización de las posibilidades de inclusión de términos de sostenibilidad como herramienta de atracción, innovación y creación de nuevos proyectos a desarrollar y aplicar en el departamento de Meeting And Events de CWT®.

UNIDAD DE TRABAJO La unidad de trabajo está orientada en el aporte de la guía de eventos sostenibles para Carlson Wagonlit Travel.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Primarias:

CWT®; actores responsables del departamento de Meeting & Events, información interna empresarial.

La información que los clientes de CWT® puedan suplirnos, junto a la interacción que como investigadores podamos captar en la realización y desarrollo de los eventos.

Secundarias:

El sustento de las fuentes secundarias son los libros; base de datos (dialnet, books, google); y cibergrafía.

RECURSOS DISPONIBLES

Recursos humanos: Esta propuesta de investigación tiene como autores e investigadores: Camilo Andrés Herreño Fonseca, Danny Alejandro Márquez Pedraza, Administradores Turísticos y Hoteleros. Guillermo Ignacio Capera - Asesor de trabajo de grado, Profesor UPTC/ ATH. Natalia Acosta, Gerente de Recursos Humanos – Coordinadora de Practica empresarial por CWT®, Katherine Altamar, Gerente de Operaciones – Departamento de Meetings & Events, Colaboradores y Asesores del mismo departamento, Travel Managers (Contacto por parte de cada uno de los clientes involucrados).

Recursos materiales: computador, libros, esferos, lápices, agendas, Dispositivos y Unidades USB, calculadora, impresora, celulares.

B. CRONOGRAMA

ITEM	ACTIVIDAD	TIEMPO	NOVIEMBRE			FEBRERO				MARZO-ABRIL				MAYO	
			SEM. 2	SEM. 3	SEM. 4	SEM. 1	SEM. 2	SEM. 3	SEM. 4	SEM. 1	SEM. 2	SEM. 3	SEM. 4	SEM. 1	SEM. 2
1	PRESENTACIÓN PROPUESTA (EN CWT Y UNIVERSIDAD)														
2	FORMULACIÓN DE CAMPO DE ESTUDIO														
3	DEFINICIÓN PROCESO DE REALIZACIÓN DE EVENTOS EN CWT														
4	DETERMINAR LAS PRACTICAS APLICABLES														
5	ORGANIZACIÓN TRABAJO DE CAMPO PARA IMPLEMENTAR MEJORAS														
6	FORMULACIÓN DE LA GUIA														
7	SELECCIÓN DE DIRECTRICES														
8	DETERMINACIÓN BOCETO GUIA DE EVENTOS CWT														
9	ANÁLISIS DE RESULTADOS														
10	DISEÑO FINAL DEL INSTRUMENTO (GUIA DE EVENTOS SOSTENIBLES)														
11	INTERPRETACIÓN DE LA GUIA														
12	DESARROLLO DE INFORME FINAL														
13	PRESENTACIÓN DE LA GUIA Y SUSTENTACION FINAL														

C. PRESUPUESTO

Costos de Personal:

La siguiente información corresponde a los datos y valores liquidados de acuerdo los conceptos de gastos a utilizar para el desarrollo de la presente práctica empresarial.

Descripción	Cant.	Dedicación . %	Tiempo. (meses)	Salarios x Mes \$	Total Salarios \$
Asesor temático	1	36 h	4	900.000	3.600.000
Asesor metodológico	1	14h	4	700.000	2.800.000
Investigador 1	1	40h	4	300.000	1.200.000
Investigador 2	1	40h	4	300.000	1.200.000
Auxiliares (Diseñador)	1	15h	1	100.000	100.000
Subtotal personal	5	145	21	2.100.000	8.900.000

Costos directos

Descripción	Cant. por mes	Unid	Tiempo. (meses)	Costo Unitario por Mes	Costo Total \$
Servicios					
Luz	80 Horas	500	4	40.000	160.000
Agua	08 Botellas	1.500	4	12.000	48.000
Costos administración					
Celular	1	100.000	4	400.000	400.000
Minutos	180	200	4	36.000	144.000
Internet	1 modem	1	4	50.000	200.000
Computador	1	1.200.000	4	1.200.000	1.200.000
Costos operacionales					
Gastos de viaje	10	23.000	4	230.000	460.000
Material impreso	175	100	4	17.500	70.000

Fotocopias	90	100	4	9.000	90.000
Otros					
Alimentación	20	5.000	4	100.000	400.000
Útiles de oficina					
Cuaderno	2	2.500	4	2.500	5.000
Esfero	2	1.700	4	3.400	3.400
USB	1	20.000	4	20.000	20.000
Cd	3	1.000	4	3.000	3.000
Empastes	2	20.000	4	40.000	40.000
Subtotal costos directos			04 Meses	2.163.400	3.243.400

COSTO NETO DEL PROYECTO	12.143.400
IMPREVISTOS 10%	1.214.340

VALOR TOTAL DEL PROYECTO	13.357.740
---------------------------------	-------------------

COSTO TOTAL DEL PROYECTO: 11.546.900
IMPREVISTOS 10 % 1.154.690

\$ 12.701.590

D. ENCUESTA (Formato)

Encuesta sobre nivel de aceptación de Políticas Sostenibles en Proveedores de Servicio a Carlson Wagonlit Colombia S.A.

Realizado por Camilo Herreño y Alejandro Márquez

Objetivo:

Esta encuesta tiene como objetivo saber qué nivel de aceptación tiene la práctica de políticas sostenibles en los proveedores de servicio a Carlson Wagonlit Travel y de igual forma saber cuál es la mejor manera para poder implementarlas.

1. ¿Tiene conocimiento sobre sostenibilidad?

SI ___ NO ___

Qué sabe:

2. ¿Considera relevante el tema de sostenibilidad?

SI ___ NO ___

3. ¿De las tendencias encaminadas hacia la sostenibilidad mencionadas diga cuales son las más relevantes para usted?

- ___ Innovación y desarrollo de nuevos modelos de negocio.
- ___ Conciencia ambiental.
- ___ Transición hacia economías más bajas en emisiones.
- ___ Evaluación de activos ambientales y sociales.
- ___ Crisis de agua.
- Otra ___ Cual _____

4. ¿Es importante el tema de sostenibilidad en la prestación de sus servicios?

SI ___ NO ___

5. ¿Cree que de alguna manera el aplicar políticas de sostenibilidad aumenta el porcentaje de rentabilidad?

SI ___ NO ___

6. ¿Realiza acciones y/o actividades en su empresa que vayan encaminadas a la sostenibilidad?

SI ___ NO ___

Cuales _____
_____.

7. ¿Conoce algún tipo de energía renovable?

SI ___ NO ___

Cuál _____
_____.

8. ¿Aplica o utiliza alguna?

SI ___ NO ___

9. Si la utiliza, ¿hace cuánto tiempo lo hace?

___ 01 Año.

___ 03 Años.

___ 05 Años.

___ 10 Años.

10. ¿Si no lo hace, estaría dispuesto/a a implementar el uso de energías renovables?

SI ___ NO ___

11. ¿Puede identificar si existe algún tipo de beneficio con el uso de estas energías?

SI ___ NO ___

Cuál _____
_____.

12. ¿Conoce alguna empresa de su gremio la cual maneje políticas de sostenibilidad?

SI ___ NO ___

Cuál _____
_____.

13. ¿Estaría dispuesto/a a implementar planes y estrategias encaminadas a la sostenibilidad en su empresa de acuerdo a las directrices de Carlson Wagonlit Travel?

SI ___ NO ___

14. ¿De qué manera piensa usted podría implementar algún tipo de plan encaminado a la sostenibilidad en su empresa?

_____.