

# PANORAMA

✓ COLUMNA

## 'Reuniones verdes'

**D**URANTE LOS ÚLTIMOS meses, el tema de las 'reuniones verdes' ha sido un factor que cada vez ha tenido más presencia en el Mercado de Reuniones. Debido a que los clientes tienen un mayor conocimiento de los efectos y consecuencias que tienen sus convenciones y exposiciones hacia el medio ambiente, están exigiendo a las sedes elegidas para sus eventos que lleven a cabo acciones medioambientalmente respetuosas.

Muchos centros de convenciones han dado pasos importantes hacia el desarrollo sostenible, pero ¿cómo se puede distinguir a un centro que verdaderamente toma medidas sostenibles de otros que simplemente siguen esta 'tendencia verde'?

Los clientes deben hacer preguntas y buscar acciones respetuosas con el medio ambiente que sean tangibles. ¿Qué ocurre con el alimento y la basura que sobre en la cocina? ¿El centro de convenciones tiene un programa de reciclaje? ¿Existe una política medioambiental en el lugar? ¿Qué medidas se pueden acomodar para que el evento sea respetuoso con el medio ambiente? Y lo más importante, ¿el desarrollo sostenible sigue una 'tendencia verde' o es parte de la cultura corporativa?

En el Québec City Convention Centre nos hemos movido desde 1996 para establecer nuestra credibilidad en este área con acciones y programas innovadores para cubrir la demanda creciente de instalaciones respetuosas con el medio ambiente. Con esta altísima demanda de eventos con 'cero carbón' y 'cero basura', el Centro de Convenciones ha creado recientemente productos y servicios para realizar 'eventos verdes', además, con la ayuda de un consejero. Asimismo, estamos en proceso de obtención del certificado U.S. Green Building Council LEED

# Los viajeros de negocios llevarán menos viajes y serán más baratos

El pragmatismo será más importante que el confort y el lujo, según la principal conclusión de un estudio realizado por The Economist Intelligence Unit y la compañía Amadeus, en el

Los viajeros de negocios realizarán en 2009 menos viajes y serán más baratos y más cortos. Esta es la prin-

cipal conclusión de un estudio realizado por The Economist Intelligence Unit y la compañía Amadeus, en el

"Estamos entrando en una era de evidente austeridad en lo que se refiere a los viajes de negocios", afirma el director general de Amadeus Hospitality Business Group, Antoine Medawar. Así, el informe señala que el 47% de los ejecutivos encuestados comenta que tiene previsto realizar menos viajes este año.



Antoine Medawar

Además, serán más breves, ya que preguntando sobre la duración del viaje en 2008, un 11% indica que la estancia media era de una noche, un porcentaje que se incrementa al 16% al preguntar sobre este mismo asunto en relación a 2009. "Los ejecutivos saben que las empresas y sus accionistas tienen sus ojos puestos" en los viajes, "por lo que se esfuerzan al máximo para hacer

brá un cambio de clase en el billete de avión, de la clase business a la turista, y una reducción del nivel de categoría de hotel, del cuatro o cinco estrellas al de tres (28%).

### Recorte de lujos

Como ejemplo de reducción de costes en estos viajes, Medawar comenta que habrá que decir "adiós a los gimnasios y los restaurantes. Ahora lo que importa son los procedimientos eficientes de entrada y salida de los hoteles y el acceso a Internet". Más de tres cuartas partes de los encuestados comenta que lo más importante en un hotel es la conexión a Internet (76%), por delante de una habitación tranquila (56%), buenas redes de transporte (54%), la ubica-

los hoteles "que refuerzan sus servicios auxiliares de alta gama para obtener ventaja, o que instalan lujosos centros de negocios o salas de reuniones, van a malgastar su dinero, al menos en lo que se refiere a atraer clientes de negocios".

### Consecuencias

Otra de las estrategias que seguirán las empresas es la celebración de reuniones de más asistentes centralizadas en sedes regionales, en lugar de organizar más reuniones en sedes provinciales. "Sin lugar a dudas, las expectativas de los viajeros de negocios están cambiando", afirma el jefe de Viajes y Turismo en The Economist Intelligence Unit, Bill Ridgers. "La presión financiera lleva a los ejecutivos a preocuparse menos por el lujo y a concentrarse en si los hoteles aciertan en las cosas bá-

para nuestras instalaciones.

En un futuro no demasiado lejano, los 'interventores verdes' certificarán nuestras instalaciones y se asegurarán de que nos movemos con medidas tangibles y comprobables. Y lo más importante, nuestros clientes nos lo deberán exigir para reducir los efectos de los eventos. Sólo así tendremos una 'industria verde'.



Michel Bouchard

Director general del Québec City Convention Centre